

ACHMAD ABIMUBAROK | AHMAD IMAM MUJADID RAIS | AMIR FIQI | ANDHIKA  
PAMUNGKAS | ANDI FACHRUDDIN | ARSYAD | DANIEL FERNANDEZ | EKO DIGDOYO  
| FARIDA HARIYATI | GILANG KUMARI PUTRA | HJ. NINI IBRAHIM | HUSNAN  
NURJUMAN | M. ALMOENIR RAHMAT | NOVI ANDAYANI PRAPTININGSIH | NUR  
AMALIA | RIFMA GHULAM DZALIAD | RITA PRANAWATI | SRI MUSTIKA | TELLYS  
CORLIANA | TITIN SETIAWATI | VERDY FIRMANTORO | WININDA QUSNUL KHOTIMAH

# MEMAHAMI PANDEMI COVID-19

## DARI BERBAGAI SUDUT PANDANG ILMU SOSIAL

Menyikapi Problem Komunikasi, Sosial, Politik,  
dan Keagamaan di Balik Pandemi

**MEMAHAMI  
PANDEMI COVID-19  
DARI BERBAGAI SUDUT  
PANDANG ILMU SOSIAL**

**Menyikapi Problem Komunikasi, Sosial, Politik dan  
Keagamaan di Balik Pandemi**



# MEMAHAMI PANDEMI COVID-19 DARI BERBAGAI SUDUT PANDANG ILMU SOSIAL

**Menyikapi Problem Komunikasi, Sosial, Politik dan  
Keagamaan di Balik Pandemi**

## PENULIS

- Achmad Abimubarak
- Ahmad Imam Mujadid Rais
- Amir Fiqi
- Andhika Pamungkas
- Andi Fachruddin
- Arsyad
- Daniel Fernandez
- Eko Digdoyo
- Farida Hariyati
- Gilang Kumari Putra
- Hj. Nini Ibrahim
- Husnan Nurjuman
- M. Almoenir Rahmat
- Novi Andayani Praptiningsih
- Nur Amalia
- Rifma Ghulam Dzaljad
- Rita Pranawati
- Sri Mustika
- Tellys Corliana
- Titin Setiawati
- Verdy Firmantoro
- Wininda Qusnul Khotimah

**MEMAHAMI PANDEMI COVID-19**  
**DARI BERBAGAI SUDUT PANDANG ILMU SOSIAL**  
(Menyikapi Problem Komunikasi, Sosial, Politik dan  
Keagamaan di Balik Pandemi)

Copyright @ Al-Wasat Publishing House, 2020  
Hak Cipta dilindungi undang-undang  
All rights reserved

Penyunting:  
Dr. Sri Mustika, M.Si dan tim editor

Kesekretariatan:  
Chintya Ariska, S.Sos

Distribusi:  
A. Rahman,  
Rita Yanti,  
Randi Irawan,  
Evi Selviana, SH.

Pewajah sampul dan tata letak isi:  
Gramasurya

Diterbitkan oleh  
**Al-Wasat Publishing House**  
Jl. Legoso Raya No. 6 Ciputat Timur, Tangerang Selatan 15419  
Telp./Fax. 021-7418674. HP/WA 08111342005  
Email: alwasathpenerbit@gmail.com  
bekerjasama dengan  
Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA

Dicetak oleh: PT Gramasurya  
Jl. Pendidikan No. 88 Yogyakarta 55182  
Telp./Fax. 0274-377102  
E-mail: info@gramasurya.com

Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Penerbitan (KDT)  
Memahami Pandemi Covid-19 dari Berbagai Sudut Pandang Ilmu Sosial

Cetakan I: November 2020 M/Rabi'ul Akhir 1442 H  
xxiv + 318 hlm., 15 x 23 cm

ISBN: 978-602-7626-46-1

Maklumat  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun,  
tanpa seizin sah dari penerbit

**PANITIA PENULISAN BUKU**  
**Dalam Rangka MILAD ke 22 FISIP UHAMKA**

Penanggung Jawab : Dekan FISIP (Dra. Tellys Corliana, M.Hum.)  
Ketua Pelaksana : Eko Digdoyo, M Hum  
Wakil Ketua : Dr. Sri Mustika, M.Si  
Sekretaris : Abdul Khohar, M.I.Kom  
Anggota : Rifma Ghulam Dzaljad  
Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si  
Farida Haryati, M.I.Kom  
Tim Editor : Dr. Sri Mustika, M.Si;  
Eko Digdoyo, M Hum;  
Titin Setiawati, M.I.Kom.; dan  
Mustiawan, M.I.Kom.  
Kesekretariatan : Chintya Aristya  
Keuangan : Saini, Ahmad Bachtiar  
Desain Cover : Moh. Caesa Risqiyansah  
Distribusi : A. Rahman,  
Rita Yanti,  
Randi Irawan,  
Evi Selviana.



# Pandemi Covid-19 Mengajarkan Pada Kita Sejatinya Kehidupan

Prof. Dr. Rudy Harianto, M.Sn.

Guru Besar Periklanan, Rektor Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**P**andemi Covid-19 adalah krisis kesehatan global yang menumbuhkan kecemasan besar di seluruh dunia. Dunia yang berjarak seakan menjauh, namun berkat teknologi, semua tetap terasa dekat dan dapat berkomunikasi. Pertukaran informasi yang signifikan sekarang terjadi di seluruh dunia, seperti di Amerika dan di China, sehingga semua saling terhubung dan tetap saling memengaruhi. Realitas ini menunjukkan bahwa manusia ternyata tidak hidup sendirian (Dewantara, 2017). Manusia memiliki rasa saling keterkaitan dan keterhubungan dalam banyak hal dan bergantung satu sama lain. Hal ini mengulang kalimat dunia dan sekitarnya yang mewakili sekumpulan objek dan fenomena material yang memiliki keterkaitan dan hubungan kompleks yang beragam (Novikov, Novikov, 2013).

Kompleksitas keberagaman meskipun memiliki keterkaitan dan keterhubungan tidak dapat menutupi kecemasan yang terjadi. Kecemasan ini tercermin pada persepsi bahwa pandemi menguras kehidupan masyarakat dalam kesehariannya, kemungkinan kehilangan orientasi. dan menawarkan begitu banyak alasan untuk menjadi pesimistis.

Banyak keluarga membatalkan rencana untuk berlibur, menonton film, berpesta, mengikuti wisuda, karena semua aktivitas dikerjakan



dari rumah. Mereka berjuang untuk menyesuaikan diri dengan realitas situasi yang belum pernah terjadi sebelumnya, sehingga menimbulkan banyak kecemasan. Kecemasan ini bertambah ketika orang masih banyak yang belum mengetahui tentang Covid-19, sehingga menimbulkan keraguan tentang keberlangsungan masa depan.

Keraguan tentang masa depan ini membuat pandemi lebih dari sekadar krisis kesehatan, tetapi juga krisis sosial-ekonomi yang tidak pernah terjadi sebelumnya. Di mana krisis ini berpotensi menciptakan efek sosial, ekonomi dan politik yang akan meninggalkan luka dalam dan berkepanjangan.

Krisis berkepanjangan ini bagi beberapa pengamat memberikan pemahaman adanya ambiguitas. Krisis ini merupakan sebuah ancaman bagi kehidupan, namun juga sebuah peluang baru untuk mengatasi ancaman tersebut, dan menjadi momentum untuk hidup dalam nuansa yang baru. Penyesuaian terhadap cara menjalani kehidupan dalam krisis ini memerlukan toleransi, dan tingkat toleransi ambiguitas sangat bervariasi antarbudaya. Dalam beberapa budaya orang berbuat sedikit untuk menghindari ketidakpastian dan mereka memiliki sedikit kecemasan, karena tidak mengetahui apa yang akan terjadi selanjutnya. Namun, pada beberapa budaya lain, ketidakpastian sangat dihindari dan ada banyak kecemasan tentang ketidakpastian (DeVito, 2015).

Ketidakpastian ini menyebabkan stres dan kecemasan, namun juga memberikan kesempatan bagi yang ingin memanfaatkannya. Tanpa bermaksud bahwa krisis memberikan bisnis tambahan untuk perusahaan, namun tak disangkal bahwa penyelenggara pertemuan virtual meningkat. Perusahaan, seperti Zoom, Google class room dan sebagainya mengalami pertumbuhan bisnis yang signifikan. Begitu juga bisnis produk, seperti makanan dan jasa berbasis daring.

Krisis pandemi ini memungkinkan kita lebih banyak berkegiatan dari rumah. Rumah menjadi pusat aktivitas kerja dan pendidikan, dan kita mengurus sendiri pekerjaan rumah tangga, memasak, membersihkan, dan merapikan rumah. Banyak yang mungkin sangat merindukan kesenangan makan di luar, tetapi kenyataannya semua makan makanan sederhana di rumah sangat menyehatkan sekarang. Aktivitas berolahraga di sekitar halaman dan di dalam rumah tidak hanya berkontribusi pada kesehatan fisik, tetapi juga kesehatan mental di dalam keluarga.

Keluarga dan rumah menjadi yang terpenting dari semuanya dan keterhubungan dengan dunia luar dapat dilakukan dengan perangkat digital. Dunia digital dan layanan media akan tetap ada dan membuat hidup jauh lebih mudah. Setiap kali teknologi media baru diperkenalkan dan di ambang penggunaan yang tersebar luas, media telah menjadi situs dari setiap transisi penting di Indonesia. Di Indonesia, platform media digital telah menjadi situs utama untuk kontestasi antara elite dan *netizen* (Tapsell, 2017)

Media digital merupakan kelanjutan dari kemajuan teknologi komunikasi. Pada tahun 2004 media digital mulai masuk ke Indonesia. Sejak itu, media sosial mulai melakukan penetrasi ke Indonesia, terutama YouTube (2005), Facebook (2006), Twitter (2008), dan Path (2010) yang berbasis di AS, yang dengan cepat berdampak pada lanskap media di Indonesia (Tapsell, 2017).

### **Waktu Bersama Keluarga**

Rumah sebagai basis keluarga menjadi sarana penting bagi anak-anak untuk belajar bahwa tujuan sejati hidup adalah dapat berkembang dari kesulitan dan krisis. Meskipun anak-anak tidak dapat berjumpa dan bermain secara fisik teman-temannya, namun mereka tetap dapat belajar, dan mendapatkan waktu bersama orang tuanya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara signifikan anak-anak dibimbing melalui pergumulan untuk menyikapi, menanggapi atau bereaksi terhadap kekecewaan dalam situasi yang tidak menyenangkan, dan berupaya untuk mengubahnya sebagai suasana yang menyenangkan. Kondisi ini membantu mendefinisikan dan membentuk karakter anak, bahwa sesuatu yang begitu negatif dapat berdampak sangat positif pada kehidupan mereka.

Pada masa pandemi ini orang menggunakan waktunya untuk hal-hal lain, bahkan sementara waktu ada yang tidak melakukan apa-apa dan hanya menikmati waktu luang dalam pengertian yang positif. Muncul juga kesadaran untuk memberikan bantuan kepada mereka yang kekurangan, yang dilakukan dengan memperhatikan protokol kesehatan: memakai masker, menjaga jarak fisik, dan sering mencuci tangan. Penerapan protokol kesehatan ini juga dilakukan pada saat melihat tanaman di sekitar rumah, menyapa tetangga, berolah raga, berjemur, yang sebelumnya sulit dilakukan, karena kesibukan kerja.

Di sela-sela kesibukan kerja berpola *work from home* kita dapat memanfaatkan untuk mengajari anak-anak lebih dari sekadar pelajaran dari sekolah, tetapi juga khususnya tentang pelajaran kehidupan nyata. Kondisi menghadapi pandemi ini akan membuat keluarga menjadi lebih kuat dalam jangka panjang. Para orang tua berkesempatan untuk dapat mengajari anak-anak bahwa kesulitan dan kekecewaan adalah bagian hidup yang wajar dan diharapkan dapat diubah menjadi kemudahan dan kesenangan. Manusia tidak dapat mencegah kesulitan hidup yang menimpanya, namun dengan upaya yang tekun, kita pasti dapat menunjukkan kepada anak-anak cara menanggapi dengan benar dan sewajarnya dengan kewaspadaan tanpa memaksakan kehendak. Hidup adalah serangkaian perubahan alami dan spontan. Jangan memaksakan untuk membuat perubahan, biarkan segala sesuatu mengalir dan terjadi secara alami seadanya (Harjanto, Lasiyo, 2018).

Para orang tua dapat menekankan pesan utama kepada anak-anak bahwa peristiwa eksternal tidak selalu dapat dikendalikan, tetapi hal itu dapat dikendalikan dengan cara menanggapi atau bereaksi dari berbagai pilihan yang ada. Ketika menggunakan ketulusan refleksi untuk menyikapi dan mengatasi masalah, hasilnya jauh lebih baik daripada jika bereaksi secara emosional. Kondisi pandemi ini memberikan kesempatan menanamkan pengalaman keprihatinan. Tanpa mengalami dan menghadapi kekecewaan secara langsung dengan cara yang tepat, keuletan dan kebijaksanaan, kesadaran kehidupan yang sebenarnya sulit dapat ditanamkan kepada anak-anak dan keluarga.

Krisis Covid-19 adalah kesempatan untuk menyadari bahwa kehidupan tidak selalu berjalan seperti yang diinginkan. Hal ini dapat disikapi sebagian dengan kewaspadaan.

Pandemi Covid-19 adalah krisis global yang belum pernah terjadi sebelumnya pada era modern. Krisis ini menunjukkan bahwa tidak peduli seberapa baik perencanaan dan terorganisasikannya pelaksanaan, manusia sesungguhnya tidak memegang kendali secara signifikan pada kehidupannya. Satu virus sederhana telah mengganggu segalanya.

Krisis ini menawarkan kesempatan besar bagi kita untuk memberikan gagasan bagi kebaikan umat manusia, sebagai bahan

kajian tentang hubungan internasional, keselamatan, filantropi, komunikasi dan sebagainya. Krisis ini secara tidak langsung menciptakan kesadaran bahwa sebenarnya ini adalah kondisi yang memberikan kesempatan pada kita untuk mengambil peran sederhana, sebagai ungkapan untuk menerima bahwa banyak hal yang berada di luar kendali manusia.

Krisis Covid-19 memiliki sisi gelap yang besar, tetapi pada sisi yang lain juga memberikan peluang yang besar. Peluang tersebut jika dimanfaatkan dapat memberikan pandangan konstruktif untuk melakukan analisis, komentar, saran bagi perubahan yang cukup mendasar dalam cara manusia mendekati dunia. Dalam hal ini, jika kita terus melihat sisi kehidupan yang lebih cerah, maka semakin lama krisis berlangsung, semakin besar peluangnya untuk benar-benar mengubah kebiasaan dan keyakinan yang telah mengakar ke arah perbaikan yang lebih baik, termasuk membangun dan membentuk ikatan sosial dalam masa masa sulit.

Masa-masa sulit ini sebetulnya menawarkan kesempatan besar untuk ikatan sosial dan cara lain untuk berhubungan dan membantu orang lain, berbagi kebahagiaan dan kesejahteraan. Hubungan dan bantuan ini meskipun tidak dapat langsung dilakukan, namun dalam banyak kasus dapat dilakukan lewat seminar daring, *video conference*, *whatsapps video call*, dan *zoom meeting*. Kontak virtual ini dapat mengatasi keterasingan dan perasaan kesepian. Perasaan “persamaan rasa” ini juga memicu cara-cara menarik untuk keterhubungan. Beberapa aktivitas di antaranya telah menjadi viral, seperti video cara mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak fisik. Selain itu ada banyak inisiatif kecil untuk menghubungkan dan membantu orang yang membutuhkannya dengan menyampaikan harga bahan pokok makanan dan toko penjualnya, melakukan pesan-pesan positif yang viral di media sosial. Platform Media Sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube dan lainnya telah menjadi kekuatan dominan yang penting dalam berinteraksi satu sama lain, untuk saling berhubungan, mengobrol, menyebarkan luaskan informasi, atau bahkan menjual produk.

Penulisan pesan-pesan di media sosial seolah mengatasi keluhan, karena kesibukan kerja sehingga tidak memiliki waktu untuk menulis. Aktivitas menulis pesan -pesan dilakukan oleh beberapa kolega

akademis di sela-sela kesibukannya melakukan proses ajar- belajar secara *online*, menjalankan berbagai beban lain: menanggapi *email* dari teman-teman yang khawatir, memberikan bimbingan kepada mahasiswa, berbelanja keperluan sehari-hari, menjadi pembimbing bagi anak-anak yang belajar di rumah, menopang anggota keluarga yang baru menganggur - termasuk menjaga kesejahteraan fisik dan emosional mereka sendiri. Kegiatan menulis menghasilkan sejumlah manfaat intelektual, fisiologis, dan emosional bagi individu. Manfaat ini termasuk meningkatkan fungsi memori, mengurangi gejala, dan perasaan berbagai pandangan yang lebih besar.

Keinginan untuk berbagi ini menjadi inspirasi bagi para penulis pesan-pesan ini untuk menggunakan waktu yang tersisa untuk menulis tentang pandangan memberikan pemecahan masalah setulusnya tanpa beban kecemasan yang berlebihan, sesuatu yang sulit dilakukan pada saat-saat seperti sebelumnya.

Krisis ini secara tidak langsung telah memberikan kesempatan kepada beberapa penulis akademis untuk merekam apa yang terjadi dan memberikan opininya, memberikan pengetahuan baru, produk intelektual baru, mendokumentasikan nilai-nilai kehidupan yang memberikan pelajaran untuk memahami diri sendiri dan dunia: menantang diri sendiri untuk tetap belajar, dan tumbuh. Krisis ini memberikan waktu untuk melakukan perenungan ulang tentang mengatasi saat-saat sulit, dengan memvalidasi dan menilai tulisan, menemukan cara baru untuk mengukir lebih banyak waktu berpikir; menulis; untuk terlibat dengan orang lain; menciptakan pengetahuan baru; dan waktu untuk memulai proses beradaptasi dengan krisis ini dengan tegar dan berani. Masa-masa sulit menjadi saat-saat untuk menulis, merekam apa yang terjadi di sekitar kehidupan. Rekaman tentang aktivitas di media sosial, fungsi Bahasa, aktivitas di rumah, semangat untuk berbagi, pengamatan tentang hubungan internasional, tentang peluang bisnis, penerapan teori-teori komunikasi, bahkan realitas kehidupan komunikasi di dalam keluarga.

Dalam masyarakat individual yang berkembang saat ini, krisis pandemi ini memberikan kesempatan untuk terhubung kembali dan menciptakan lebih banyak koherensi sosial. Tidak hanya saat krisis, tapi juga mungkin setelahnya. Kesempatan ini datang dengan banyaknya inisiatif dan gagasan yang baik. Meski krisis pandemi

memicu perilaku egois yang mementingkan untuk menjaga diri sendiri bagi kepentingan orang lain, termasuk pengamatan pada aktivitas yang hampir tidak dilakukan lagi pada saat-saat belakangan ini.

### **Akrab Kembali dengan Nilai Lama**

Krisis Covid-19 memang memberi kesempatan untuk terhubung kembali pada nilai-nilai lama yang positif dan menunjukkan sisi sosial, misalnya yang ditulis oleh salah satu kontributor yakni dalam kehidupan bergotong royong.

Gotong royong merupakan aktivitas untuk bekerja bersama-sama untuk mencapai suatu hasil yang didambakan. Semangat berbagi dan gotong royong dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini merupakan semangat yang sangat luar biasa. Utamanya dalam menghadapi wabah ini yang telah memberikan pelajaran berharga dalam membangun rasa kemanusiaan dalam bingkai persatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Aktivitas menulis memberikan banyak kebermanfaatannya bagi para kolega pengajar untuk membuka wawasan berpikir melampaui hal-hal kecil dengan pikiran yang lebih luas. Keterbukaan wawasan berpikir membuat hidup lebih bergairah, dan juga mempelajari hal-hal baru. Ahli bahasa Walter Ong (1982) mengamati bahwa menulis diperlukan untuk membantu pikiran manusia mencapai potensi penuhnya. Menulis, misalnya, memungkinkan penulis untuk mewujudkan ide-ide abstrak dan untuk menghubungkan titik-titik dalam pengetahuan mereka. Penulis yang melakukan aktivitas menulis dapat membantu dirinya merasa lebih baik. Menulis adalah kegiatan literasi yang signifikan dalam kehidupan modern yang memungkinkan individu mencapai berbagai tujuan pribadi, intelektual, pekerjaan, dan rekreasi.

Kegiatan literasi ini menekankan adanya kebutuhan untuk pemahaman yang lebih baik tentang proses penciptaan pengetahuan berbasis pada praktik pengalaman untuk menghasilkan penciptaan pengetahuan. Para penulis buku ini telah memberikan banyak catatan yang juga berkaitan dengan penciptaan pengetahuan baru sebagai penerapan konsep *tacit knowledge* (Polanyi, 2005). Konsep ini membagi pengetahuan ke dalam dua faktor, yakni intuitif dan emosional. Pengetahuan intuitif adalah salah satu sumber utama ide-ide baru sebagaimana yang menjelaskan intuisi evolusioner dan rasional

sedangkan pengetahuan emosional adalah sumber ide-ide baru yang sangat penting; ia juga mengandung mitos dan naluri serta elemen penting namun emosional dari pengetahuan eksplisit. Pentingnya pengetahuan emosional dalam analisis proses rinci perubahan ilmiah revolusioner (Wierzbicki, Nakamori, 2007).

Krisis dan pandemi Covid-19 mengubah tata cara kehidupan dan berpotensi mengubah sistem dunia bekerja, serta perubahan cara berbisnis melalui keterbatasan pertemuan fisik. Kondisi ini menjadi pemicu terhadap munculnya pola hidup bersih dan pentingnya kesehatan, sebagai budaya dengan norma baru yang secara bertahap diterima masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun dampak negatif pandemi terhadap perekonomian terlihat jelas bagi semua, mungkin ada dampak positif pada masyarakat yang mungkin bertahan setelah virus berhasil ditekan. Ada pandangan bahwa pandemi saat ini adalah perang dan umat manusia semua bersatu dalam tujuan yang sama untuk mengalahkan Covid-19.

Covid-19 menjadi musuh bersama bagi semua umat manusia, tidak seperti pergolakan masa lalu yang melibatkan konflik antar manusia di kedua sisi yang bermusuhan, sekarang umat manusia melawan virus, musuh yang kasat mata. Selama pandemi, ada banyak cerita tentang semangat komunitas, yang menyatukan umat manusia. Tetangga yang sebelumnya tidak saling mengenal, sekarang menjadi akrab, berolahraga bersama di jalan atau bersama-sama berbagi makanan seperti pada masa-masa dulu, keakraban bertetangga.

Untuk sebagian besar, partisipasi dalam tujuan bersama cenderung meningkatkan perasaan persaudaraan dan kesejahteraan. Krisis pandemi yang datang tiba-tiba, membuat para pelajar belajar dan karyawan bekerja dari rumah dan mencapai banyak hal bisa dilakukan melalui teknologi. Banyak mencapai lebih banyak dalam waktu yang lebih singkat. Bekerja dari rumah tidak hanya untuk mempertahankan pekerjaan, tetapi juga dalam upaya untuk membawa 'rasa normal' dalam hidup dan orang lain.

Tampaknya ada alasan kuat bahwa pada saat krisis perilaku seseorang berubah dari individualisme menjadi kolektivisme. Akibat dari meningkatnya semangat komunitas, akan muncul empati yang mengidentifikasi rasa kebersamaan dan solidaritas. Seperti yang ditunjukkan oleh krisis masa lalu, semangat komunitas ini

dapat bertahan lama setelah krisis berlalu, sejalan dengan Hukum Ketertarikan. Hukum yang mengatakan seseorang tetap fokus pada hal-hal baik dan positif dalam hidup, secara otomatis akan menarik lebih banyak hal baik dan positif ke dalam hidupnya.

Semangat komunitas setidaknya memberikan gambaran khusus. Covid-19 membuka perspektif masyarakat global bahwa manusia bukanlah ancaman bagi manusia lainnya sebagaimana cara pandang realis. Ancaman umat manusia datang dari akibat dari perilaku buruk manusia lainnya dalam bentuk keserakahan, perusakan habitat keragaman hayati -- yang berdampak ekspansi manusia ke habitat hewan yang menyebabkan berkembangnya virus dan berbagai penyakit dari hewan. Pandemi Covid-19 mengajarkan pada kita sejatinya kehidupan, dan menjadi momentum memperkuat solidaritas antar umat manusia melalui multilateralisme, dan terbangunnya solidaritas masyarakat di berbagai tingkatan. Jika demikian, maka masyarakat, pemerintah, dan lembaga dapat memanfaatkan semangat solidaritas ini untuk kebaikan bagi semua. Mungkin rasa solidaritas ini dapat digunakan untuk menangani masalah utama saat ini seperti kemiskinan, dan peningkatan toleransi. Mungkin sejarah akan menunjukkan bahwa pada akhirnya, pandemi ini membawa manfaat bagi masyarakat seperti apa yang dipaparkan dalam buku ini.

Buku ini akan menjadi sebuah rekaman historikal tentang masa-masa sulit bukanlah sebuah halangan untuk keberlangsungan sebuah kehidupan. Masa-masa sulit menjadi sumber inspirasi yang menjadikannya sebagai saat produktif dan berkarakter solusi. Saat-saat yang membuat orang untuk bermanfaat bagi orang lain, menjadi kreatif untuk tetap produktif. Kesulitan diatasi dengan ketulusan, tidak mengurangi untuk tetap berkreasi mencari jalan keluar dan tidak larut dalam kecemasan hidup. Tetap tegar dan berani menyiapkan penyesuaian dengan agilitas yang tinggi, berbagi kebahagiaan dan kesejahteraan dengan orang lain.

Buku ini patut dibaca sebagai penghargaan kepada semua orang yang kuat untuk menghadapi cobaan dan berupaya untuk mengatasinya tanpa mengenal kecemasan berlebihan, dan para akademisi yang ingin berbagi pengetahuan sebagai bagian dari keinginan untuk memberikan kebermanfaat. Karena itu, buku ini layak dijadikan sebagai salah satu contoh optimisme, sebagai alat



untuk menata masa depan dan selalu berpandangan bahwa masa depan ditentukan oleh para pelakunya sendiri.

Selamat membaca!

### **Daftar Pustaka**

- DeVito, Joseph A., 2015. *Human Communication: The Basic Course*. Thirteenth edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Dewantara, Agustinus W., 2017. *Filsafat Moral. Pergumulan Etis Keseharian Hidup Manusia*. Sleman: PT Kanisius
- Harjanto, Rudy, Lasiyo, 2018. *Tao Te Ching. Lao Tzu*. Jakarta: Penerbit Obor
- Novikov, Alexander M. dan Dmitry A. Novikov, 2013. *Communications in Cybernetics, Systems Science and Engineering Vol 3. Research Methodology from Philosophy of Science to Research Design*. Boca Raton, FL: CRC Press. CRC Press is an imprint of Taylor & Francis Group, an Informa business
- Ong, Walter, 1982. *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London: Methuen. Polanyi, Michael, 2005. *Personal Knowledge. Towards A Post-Critical Philosophy*. London: Routledge.
- Tapsell, Ross. 2017. *Media Power in Indonesia. Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*. London: Rowman & Littlefield International Ltd
- Wattimena, Reza A.A, 2016. *Dari Pikiran, Pemahaman, sampai dengan Perdamaian Dunia*. Yogyakarta: Maharsa.
- Wierzbicki, Andrzej P., Yoshiteru Nakamori (Eds.). 2007. *Creative Environments. Issues of Creativity Support for the Knowledge Civilization Age*. Berlin: Springer is a part of Springer Science+Business Media springer.com

# Sekapur Sirih

Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum  
Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,  
**D**engan mengucapkan syukur alhamdulillah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) sebagai salah satu fakultas di Lingkungan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (UHAMKA), pada 5 Juni 2020 telah mencapai usia 22 tahun. Seluruh jajaran pimpinan universitas sungguh berbahagia, karena FISIP berhasil mencapai usia ini dan terus berupaya meningkatkan prestasi akademiknya di bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Sejalan dengan kemajuan teknologi komunikasi, FISIP juga semakin berkembang dan diminati oleh masyarakat. Terbukti Program Studi ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA termasuk program studi favorit dengan jumlah mahasiswa yang dari waktu ke waktu terus bertambah. Program Studi ini pun berhasil tiga kali mempertahankan status akreditasi (A) dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT), sehingga masyarakat semakin percaya untuk menitipkan putra-putrinya untuk menuntut ilmu di sini. Para alumninya dari lima peminatan: jurnalistik, penyiaran, kehumasan, periklanan, dan manajemen komunikasi sanggup bersaing di dunia kerja yang semakin menuntut profesionalitas.

Milad FISIP UHAMKA kali ini sangat istimewa, karena kita sedang dalam suasana keprihatinan akibat pandemi global Covid-19. Karena itu, sangat tepat jika untuk memperingati milad kali ini FISIP

menerbitkan buku berjudul “Memahami Pandemi Covid- 19 dari Berbagai Sudut Pandang Ilmu Sosial”. Buku yang ditulis oleh para dosen dan alumni ini memandang pandemi Covid-19 dari berbagai perspektif, sesuai dengan latar belakang para penulisnya. Pimpinan Universitas sangat mengapresiasi penerbitan buku ini, karena buah pikiran para dosen dan alumni ini akan menjadi catatan sejarah yang tidak terlupakan dan bermanfaat bagi banyak pihak.

Akhirul kalam pimpinan universitas mengucapkan Selamat Milad ke-22 kepada FISIP UHAMKA. Semoga FISIP terus berjaya dan melahirkan para cendekiawan ilmu sosial dan ilmu politik yang bermanfaat bagi nusa, bangsa, dan agama. Amin Ya Robbal Alamin  
Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 20 Agustus 2020

Rektor,



Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum.

# Ucapan Terima Kasih

Dra. Tellys Corliana, M.Hum  
Dekan FISIP UHAMKA

Puji syukur yang tak terkira kami panjatkan ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan nikmat-Nya pada kita semua, sehingga dapat menyelesaikan buku bertema “Memahami Pandemi Covid-19 dari Berbagai Sudut Pandang Ilmu Sosial”. Buku ini merupakan kumpulan artikel yang ditulis oleh para dosen dan alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr HAMKA (FISIP UHAMKA).

Gagasan untuk membuat buku ini tercetus setahun silam, tetapi terkendala oleh minimnya tulisan yang terkumpul. Alhamdulillah pada milad ke-22 FISIP UHAMKA tahun ini gagasan tersebut dapat terwujud. Pandemi Covid-19 yang melanda hampir seluruh dunia menjadi inspirasi bagi kami untuk menyusun buku tentang pandemi Covid-19 berbagai sudut pandang ilmu sosial. Terbitnya buku kumpulan artikel ini tentu tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Untuk itu kami menghaturkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum., Rektor UHAMKA yang mendukung terbitnya karya akademik ini
2. Prof. Dr. Rudy Harjanto yang memberikan Pengantar, sehingga buku ini semakin bermakna.
3. Rekan Dekanat Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag, M.Si. dan Nurlina Rahman, S.Pd., M.Si. yang mendukung terwujudnya penerbitan buku ini.

4. Farida Haryati, S.IP., M.I.Kom, Kaprodi Ilmu Komunikasi yang turut serta dalam memotivasi para dosen untuk menulis.
5. Tim editor Dr. Sri Mustika, M.Si, Eko Digdoyo, S.Pd, M.Hum, Titin Setiawati, M.I.Kom, dan Mustiawan, M.I.Kom
6. Tim tata letak Cynthia Ariska, S.Sos,dan Moh. Caesa Risqiyansah.
7. Ibu-ibu dan bapak-bapak dosen serta para alumni yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu yang berpartisipasi menuangkan gagasannya dalam buku ini.

Harapan kami, semoga dengan terbitnya buku kumpulan artikel ini terus berlanjut dengan terbitnya buku-buku yang berikutnya.

Semoga buku ini menjadi bacaan yang bermanfaat bagi pembaca, khususnya keluarga besar FISIP UHAMKA.

Jakarta, 24 Agustus 2020  
Dra. Tellys Corliana, M. Hum.  
Dekan FISIP UHAMKA

# Daftar Isi

## **Pandemi Covid-19 Mengajarkan Pada Kita Sejatinya Kehidupan**

*Prof. Dr. Rudy Harianto, M.Sn. —vii*

## **Sekapur Sirih**

*Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum —xvii*

## **Ucapan Terima Kasih**

*Dra. Tellys Corliana, M.Hum —xix*

## **Daftar Isi —xxi**

## **Mengulas Cuitan Figur Publik Indonesia di Twitter Mengenai Pandemi Covid-19 Berdasarkan Fungsi Bahasa**

*Achmad Abimubarok —1*

## **Beraksi di Rumah Saja**

*Almoenir R —13*

## **Spirit Berbagi di Masa Pandemi**

*Amir Fiqi —21*

## **Pandemi Covid-19 dan Hubungan Internasional**

*Ahmad Imam Mujadid Rais —31*

## **Peran Lembaga Penyiaran Publik Menghadapi Wabah Covid-19**

*Andi Fachruddin —43*

## **Konvergensi Media dan Pandemi Covid-19**

*Andys Tiara —67*

**Panas Dingin Komunikasi Politik USA Vs China Dalam Kasus Covid-19**

*Arsyad—83*

**Pemberitaan Covid-19: Tinjauan *Standards Quality of News Potter***

*Bayu Jati Prakoso—97*

**Internalisasi Nilai Optimistis untuk Mencapai Institusi yang Berkemajuan**

*DANIEL FERNANDEZ—115*

**Nalar Efektivitas Penerapan PSBB dan Relaksasi dalam Menanggulangi Pandemi Covid-19—121**

*Eko Digdoyo—121*

**Pandemi Covid-19, *Social Distancing*, dan Meningkatnya Komunikasi Virtual**

*Farida Hariyati—145*

**Gerak Kemanusiaan Pita Oren: Kajian Filantropi Bantu Tetangga Kala Badai Corona Menerpa**

*Gilang Kumari Putra—157*

**Pandemi dan Konstruksi Realitas Kehidupan Beragama**

*Husnan Nurjuman—163*

**Penggunaan Bahasa dalam Unggahan Pandemi Covid-19 di Facebook**

*Nini Ibrahim Ummul Qura—181*

**Adaptasi Digital Masyarakat di Era Wabah Pandemi Covid-19 Menuju *New Normal* Melalui *Electronic Word of Mouth (e-WoM)***

*Novi Andayani Praptiningsih—197*

**Peluang Bisnis di Masa Covid-19**

*Nur Amalia—209*

**Transformasi Dakwah pada Era Pandemi Covid-19**

*Rifma Ghulam Dzaljad—217*

**Komunikasi Keluarga pada Era Pandemi Covid-19**

*Rita Pranawati—229*

**Lagu sebagai Sarana Komunikasi Persuasif Menghadapi Pandemi Covid-19 (Buat almarhum Didi Kempot yang terlebih dulu mudik ke kampung keabadian)**

*Sri Mustika—239*

**Mudik dalam Perspektif Antropologi (Analisis terhadap Kontra Larangan Mudik di Masa Pandemi)**

*Tellys Corliana—247*

**Strategi Pengusaha UMKM Bertahan di Tengah Pandemi**

*Titin Setiawati—255*

**Strategi Literasi Media dalam Penanganan Pandemi Covid-19**

*Vania Utamie Subiako—263*

**Podcast: Media untuk Berbagi Pengetahuan tentang Covid-19**

*Vilya Dwi Agustini—279*

**“Darurat” Komunikasi Politik Pemerintah Hadapi Pandemi Covid-19**

*Verdy Firmantoro—289*

**Satire di Balik Pandemi Covid-19—299**

*Wininda Qusnul Khotimah—299*

**Glosarium—305**

**Biodata Penulis Buku—309**





# Mengulas Cuitan Figur Publik Indonesia di Twitter Mengenai Pandemi Covid-19 Berdasarkan Fungsi Bahasa

ACHMAD ABIMUBAROK

Pandemi Covid-19 telah memberikan warna baru dalam kisah kehidupan masyarakat Indonesia. Ada yang mendapat warna cerah, ada yang gelap. Ada juga yang awalnya cerah kemudian gelap, ataupun sebaliknya. Intinya, sulit memprediksi warna kehidupan masyarakat di tengah pandemi Covid-19 ini.

Satu di antara warna-warna kehidupan itu ialah tanggapan beberapa warganet (*netizen*) Indonesia di Twitter mengenai Covid-19. Twitter menjadi andalan bagi kaum millennial untuk mendapatkan informasi yang sedang hangat secara cepat. Twitter memiliki fitur *trending topic*, yaitu fitur pengelompokan tagar/kata/frasa yang banyak dicuitkan para warganet. Pada masa pandemi ini hampir setiap hari informasi mengenai Covid-19 menjadi *trending topic*.

Twitter juga menjadi andalan bagi figur publik Indonesia untuk menyampaikan pendapatnya mengenai Covid-19. Ragam tanggapan pun muncul dari para warganet, bahkan tak jarang terjadi diskusi kecil antarwarganet di dalam cuitan tersebut. Jika cuitan tersebut banyak yang membahas, besar kemungkinan pembahasannya menjadi *trending topic*. Warganet lain pun ikut membahas tanpa mengetahui konteks pembahasannya. Akhirnya, semakin melebarlah pembahasan

cuitan figur publik tersebut.

Dalam konteks pandemi Covid-19, figur publik kiranya perlu memperhatikan fungsi bahasa ketika hendak mencuit di Twitter. Apalagi, Covid-19 menyisakan banyak duka mendalam dengan gugurnya para pahlawan kesehatan, runtuhnya perekonomian masyarakat, hingga minimnya aktivitas spiritual bersama-sama. Karena itu jika ada cuitan yang dinilai buruk, akan dianggap menyepelekan kinerja pahlawan kesehatan dan seluruh masyarakat yang telah mematuhi anjuran pemerintah.

### **Fungsi Bahasa Figur Publik di Twitter**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), figur publik adalah tokoh masyarakat, orang yang terkemuka dan ternama (dalam bidang politik, kebudayaan, dan sebagainya). Artinya, mereka merupakan tokoh masyarakat yang terkemuka dalam bidangnya. Jadi, tidak semua orang yang dikenal masyarakat luas bisa disebut figur publik jika tidak memiliki keahlian dalam bidang tertentu.

Figur publik memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir masyarakat terhadap Covid-19, terutama warganet yang belum benar-benar memahami virus ini. Bahkan, cuitan figur publik dapat menjadi penenang atau penegang. Sebagai penenang, cuitannya menenangkan warganet. Misalnya, ketika ia mengimbau warga agar mengikuti anjuran World Health Organization (WHO) atau pemerintah untuk memakai masker dan mencuci tangan dengan sabun. Sebagai penegang, cuitannya bernada keras, sehingga sering menyulut emosi para warganet yang berbeda pandangan dengannya, semisal mengkritik kebijakan pemerintah.

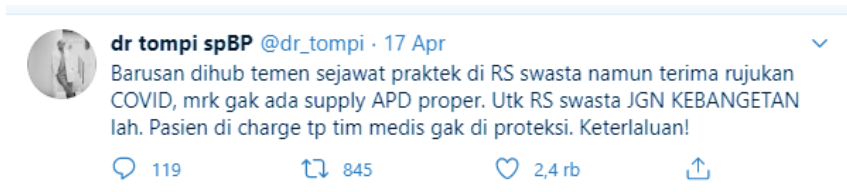
Cuitan figur publik --sebagai penenang atau penegang— tergantung pada bagaimana mereka memfungsikan bahasanya. Jika kita analogikan, fungsi bahasa sama seperti fungsi gergaji. Baik gergaji kayu, besi, maupun mesin. Tiap gergaji memiliki fungsi masing-masing, agar dapat memotong dengan efektif. Begitu pun dengan bahasa, selalu difungsikan secara berbeda-beda, Figur publik secara tidak langsung telah memfungsikan bahasa sesuai dengan tujuan cuitannya. Oleh karena itu, figur publik perlu memperhatikan bahasanya agar cuitannya efektif.

Chaer dan Agustina (2010) menyatakan bahwa fungsi bahasa perlu dilihat dari sudut penutur, pendengar, topik, kode, dan amanat. Perbedaan sudut pandang fungsi bahasa dilakukan untuk mendapatkan konteks bahasa. Menurut Fishman (dalam Chaer dan Agustina, 2010), bahasa dalam ranah sosiolinguistik (disiplin ilmu yang membahas mengenai bahasa dan hubungannya dengan masyarakat) tidak dapat lepas dari —*who speak, what language, to whom, when and to what end*||.

### Fungsi Bahasa sebagai Penyampaian Perasaan

Dilihat dari penutur, bahasa berfungsi sebagai penyampaian perasaan; senang, sedih, marah, emosi, dan sebagainya. Melalui fungsi ini, figur publik mengarahkan cuitannya dalam bentuk yang lebih personal. Cuitan yang diungkapkan bisa saja sebuah pemaparan pendapat, tetapi ada faktor lain yang akhirnya mengarahkan cuitan tersebut terkesan lebih personal.

Tompi, seorang dokter ahli bedah yang juga penyanyi pernah mencuit untuk menyampaikan perasaannya, seperti ini:



Tompi menyampaikan bahwa ada rumah sakit swasta yang tidak memberikan alat pelindung diri (APD) kepada para dokter ketika menangani pasien Covid-19. Cuitan Tompi berfungsi sebagai penyampai kemarahannya. Kemarahan ini tampak pada dua kata yang ia gunakan, yakni *jangan kebangetan* dan *keterlaluan*. Bahkan, kata *jangan kebangetan* diketik dengan huruf kapital sebagai penanda kerasnya kata tersebut jika dibunyikan.

dr. Gia Pratama, seorang dokter yang menjadi selebritas Twitter juga pernah membalas cuitan seorang figur publik lain yaitu Deddy Corbuzier. Deddy menganggap bahwa selama ini jumlah korban Covid-19 ditutupi dan bagaimana jika semua keadaan ini adalah konspirasi? Dr. Gia pun menjawab dengan mengajak bertukar peran. Ia duduk di rumah sambil membuat *podcast* lalu Deddy Corbuzier



di rumah sakit menggunakan baju hazmat lengkap menahan haus dan buang air kecil selama minimal 8 jam. Dari alih peran tersebut, dr.

Gia yang mendapat uang dari youtube sedangkan Deddy Corbuzier mendapat uang dengan menyaksikan pasien-pasien Covid-19 sekarat setiap hari.

Dr. Gia melalui cuitan tersebut memfungsikan bahasa juga untuk

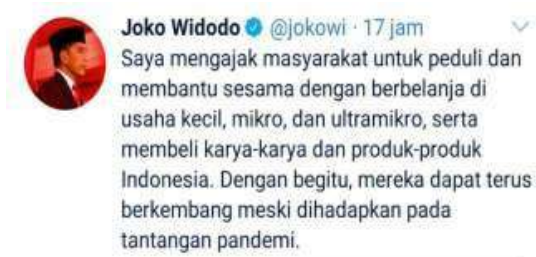
menyatakan perasaan, yaitu kesedihan. Mungkin cuitannya terkesan marah, namun kemarahannya tidak secara eksplisit. Ia hanya *berharap bertukar peran*. Ini menyiratkan kesedihannya akibat pernyataan Deddy yang tidak menghargai pengabdian para dokter. Deddy malah berpikir Covid-19 sebagai konspirasi. Padahal di rumah sakit, korban Covid-19 terus berjatuhan. Para dokter harus bekerja menangani pasien dengan mengenakan baju hazmat, menahan haus dan pipis selama minimal 8 jam, serta melihat pasien Covid-19 yang sekarat. Ia memberikan gambaran pada warganet bagaimana repotnya para dokter di RS.

Dua dokter di atas menyampaikan cuitannya dalam bentuk yang lebih personal. Mereka mengungkapkan perasaannya sebagai dokter yang ingin membela kawan-kawan seprofesinya. Ada dokter yang tidak mendapatkan APD, ada yang menyepelekan pengabdian dokter. Melalui cuitan ini mereka hendak mengajak warganet untuk memahami pentingnya peran dokter dalam penanganan pasien Covid-19.

## Fungsi Bahasa sebagai Pengatur Tingkah Laku

Dipandang dari sisi pendengar (baca: warganet), bahasa digunakan untuk mengatur tingkah laku pendengarnya. Artinya, cuitan yang digunakan dapat secara langsung maupun tidak langsung mengatur tingkah laku para warganet. Halliday dalam Djojoseuroto menamakan fungsi bahasa ini sebagai fungsi instrumental, yaitu bahasa difungsikan

untuk memunculkan peristiwa baru (Yanti, Zabadi, & Rahman, 2017). Fungsi ini sering dilakukan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman yang selalu memberikan imbauan kepada para supporternya agar mengkritik klub dengan cara yang bijak dan santun. Oleh karena itu, supporter sepak bola PSS Sleman dinilai sebagai salah satu supporter terbaik di Indonesia (Prasetya, 2018).



Presiden Joko Widodo sering menggunakan Twitter untuk menyampaikan imbauannya kepada warganet. Sebagai salah satu publik figur yang banyak pengikutnya di

Twitter, cuitan beliau pun diharapkan dapat dipahami baik-baik dan dilaksanakan oleh warganet Indonesia.

Melalui cuitan di atas, Presiden Joko Widodo memfungsikan bahasanya untuk mengatur tingkah laku warganet/warga negara Indonesia dengan menyampaikan ajakan. Terlihat pada klausa *saya mengajak* yang menekankan pada ranah persuasif, secara tidak langsung Presiden Joko Widodo mau mengatur tingkah laku masyarakatnya. Bentuk ajakannya adalah berbelanja di usaha kecil, mikro, ultramikro, dan produk Indonesia. Tujuannya membantu mengembangkan usaha-usaha tersebut agar tetap berkembang pada masa pandemi Covid-19.



Selain Presiden Joko Widodo, Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta pun sering menggunakan Twitter untuk menyampaikan kebijakannya. Pada cuitan

di samping, Anies Baswedan juga memfungsikan bahasanya untuk mengatur tingkah laku masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Anies mengajak masyarakat untuk disiplin melaksanakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Jakarta.

Pada cuitan di atas, Anies juga menyampaikan bentuk dan tujuan ajakan tersebut.

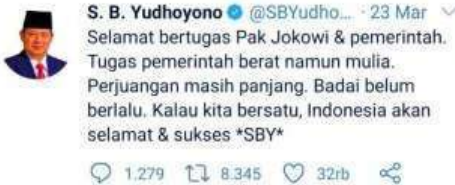
Bentuk ajakannya berupa menjalankan semua langkah PSBB Jakarta dengan menaati prosedur tetap perlindungan kesehatan. Tujuan ajakannya adalah menyelamatkan semua lapisan masyarakat dari penularan Covid-19.

Menurutnya, mencegah penularan lebih baik daripada pengobatan.

Cuitan Presiden Joko Widodo dan Gubernur Anies Baswedan di atas banyak dibaca oleh warganet sehingga mungkin saja di antara para warganet tersebut ada yang mengikuti ajakan-ajakan tersebut. Artinya, Presiden Joko Widodo dan Gubernur Anies Baswedan berhasil memfungsikan bahasanya untuk mengatur tingkah laku masyarakat, walau hanya sebuah ajakan.

### Fungsi Bahasa sebagai Jalinan Interaksi Sosial

Dilihat dari penutur dan pendengarnya (figur publik dan warganet), bahasa difungsikan untuk menjalin interaksi sosial. Selayaknya manusia sebagai makhluk sosial, maka interaksi adalah hal yang sangat dibutuhkan, begitu juga di Twitter. Dalam ranah bisnis, Twitter dianggap mudah mendekatkan diri dengan pelanggan (Pratama, 2017). Bagi figur publik, cuitan menjadi fasilitator interaksi sosial dengan warganet. Cuitan yang digunakan dalam ruang interaksi cukup ringan, seperti menanyakan kabar, mengucapkan salam, atau memberi selamat.



Presiden Republik Indonesia Keenam, Susilo Bambang Yudhoyono masih aktif menggunakan Twitternya untuk menyampaikan hal-hal yang

bersifat kenegaraan. Pada cuitan di samping, Ia memfungsikan bahasanya untuk berinteraksi secara tidak langsung dengan Presiden Joko Widodo dan jajarannya. Dengan menggunakan klausa *selamat bertugas*, Presiden keenam RI ini menegaskan membuka ruang interaksi dengan menambahkan kalimat-kalimat yang positif, seperti *tugas pemerintah berat, namun mulia* dan *kalau kita bersatu Indonesia akan selamat dan sukses*. Kalimat-kalimat yang positif adalah cara membuka

ruang interaksi sehingga ada keeratan dalam hubungan interpersonal.



**Merry Riana** @MerryRiana · 23 Mar  
Jangan pernah takut hari esok, jika kamu masih bisa memenangkan hari ini dengan semangatmu yang luar biasa.

Dengan kondisi yang sedang terjadi di Indonesia saat ini, apa 1 hal yang masih terus membuat kamu semangat?

#JadiOrangBaik

Salah satu motivator Indonesia, Merry Riana juga aktif menggunakan Twitternya untuk menjalin interaksi kepada warganet. Pada cuitan di samping, Merry bertanya kepada warganet mengenai satu hal

yang membuat mereka tetap semangat pada masa pandemi Covid-19 ini. Melalui pertanyaan tersebut, Merry telah memberikan ruang interaksi dalam ranah motivasi. Dengan adanya interaksi dengan warganet, figur publik terasa dekat dengan kehidupan mereka, begitu pun dengan warganet.

SBY dan Merry Riana telah memfungsikan bahasanya untuk menjalin interaksi sosial, mendekati diri kepada orang lain dengan memberikan kalimat-kalimat yang positif. Penggunaan bahasa dalam ranah interaksi memang sangat mudah, tetapi efeknya akan sangat baik dalam menjaga silaturahmi. Apalagi pada masa pandemi Covid-19 banyak orang-orang yang pesimis dan takut dengan apa yang terjadi nantinya. Dengan pendekatan-pendekatan yang baik, diharapkan warganet memiliki pemikiran yang positif dan tidak mudah putus asa.

## Fungsi Bahasa sebagai Penyampaian Informasi

Dilihat dari topiknya, bahasa digunakan untuk menyampaikan informasi. Informasi yang disampaikan bisa berupa penjelasan, pendapat, ide, gagasan, konsep, maupun kritik. Cuitan figur publik sering juga memberikan informasi berupa penjelasan sebuah isu, kritik, saran, atau gagasan sebuah permasalahan. Fungsi informatif inilah yang lebih sering mewarnai ranah diskusi di cuitan para figur publik. Tidak jarang informasi yang disampaikan figur publik menjadi *trending topic* di Twitter dan menggugah warganet untuk memberikan tanggapan.

Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan HAM, Mahfud M.D. masih aktif di Twitter untuk menyampaikan pandangan-pandangan mengenai hukum. Salah satunya adalah cuitan di samping yang membahas Perppu nomor 1 tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan





keterpurukan sosial dan ekonomi karena pandemi Covid-19. Pada ranah ini, Mahfud M.D. memfungsikan bahasanya untuk menjelaskan informasi, karena perppu ini menjadi hal yang selalu diperdebatkan. Oleh sebab itu, Mahfud menambahkan bahwa perppu tersebut dapat diuji di Mahkamah Konstitusi.



kinerja pemerintah dalam menangani Covid-19. Pada cuitan di atas, Haris mempertanyakan tidak dilaksanakannya Undang-Undang Karantina Kesehatan. Bahkan Haris menduga bahwa pemerintah menghindar dari tanggung jawab untuk menyediakan kebutuhan pokok masyarakat. Haris memfungsikan bahasanya untuk menyampaikan kritik kepada pemerintah. Haris menggunakan frasa *kenapa sih* dan *saya duga berat* yang menegaskan ada hal yang dianggapnya —kurang beres||.

Bahasa yang difungsikan untuk menjelaskan sesuatu memang selalu menjadi ladang diskusi. Seperti yang Mahfud M.D. dan Haris Azhar sampaikan, konteks cuitan mereka adalah penanganan Covid-19 di Indonesia. Mengapa terjadi sebuah perdebatan yang sangat panjang? Bahkan belum selesai hingga tulisan ini dibuat? Sebab topik utamanya adalah *penanganan* yang berarti *cara menangani*. Cara pemerintah menangani Covid-19 menjadi hal yang diperdebatkan oleh beberapa kalangan, seperti Haris Azhar. Sebab, Haris Azhar pun juga memiliki gagasan *cara* menangani Covid-19 di Indonesia. Di samping perdebatan antara pemerintah dan oposisi, mereka nyatanya

dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Covid-19. Melalui cuitan tersebut, Mahfud M.D. menyampaikan tujuan hadirnya perppu tersebut, yaitu menjaga rakyat dari

Di kubu lain, Haris Azhar sebagai aktivis Hak Asasi Manusia (HAM) juga tidak lelah untuk menyampaikan pandangannya mengenai

telah memfungsikan bahasa dengan baik, sesuai dengan tujuan untuk menjelaskan kepada masyarakat mengenai cara penanganan pandemi Covid-19.

## Bahasa Bahasa sebagai Pembahas Bahasa

Dilihat dari kodenya, bahasa digunakan untuk membahas bahasa itu sendiri. Pada fungsi ini, cuitan para figur publik digunakan untuk membahas bahasa. Di Twitter, Ivan Lanin adalah seseorang yang dikenal sering membahas bahasa, baik kosa kata, struktur, bunyi, kaidah, padanan, dan sebagainya. Pada masa pandemi Covid-19, Ia juga sering menjelaskan fenomena bahasa yang muncul sesuai dengan kaidah kebahasaan yang ada.



Pada cuitan di samping, Ivan Lanin membahas istilah *social distancing* yang diubah menjadi *pshysical distancing*. Sebagai ahli bahasa, Ivan berusaha membantu warganet untuk menggunakan padanannya dalam bahasa Indonesia. Ivan menjelaskan bahwa *social distancing* dapat dipadankan dengan *jaga jarak sosial*, sedangkan *physical distancing* dapat dipadankan dengan *jaga jarak fisik*. Ivan pun menyampaikan sebab WHO mengganti istilah —jaga jarak sosial|| dengan —jaga jarak fisik||. Dalam sumber yang dilampirkan, WHO memandang

bahwa hubungan sosial tidak bisa diberi jarak, tetapi menjaga jarak fisiklah yang bisa diterapkan.

Pada cuitannya yang lain, Ivan Lanin membahas padanan singkatan beberapa istilah saat pandemi Covid-19 muncul. Ia menyebut COVID-19 sebagai singkatan yang tidak dipadankan (tetap mengikuti bahasa asing) namun angka disebut dengan bahasa Indonesia. Ia juga menyampaikan bahwa warganet



Indonesia boleh mengganti istilah *coronavirus* dengan *virus korona* sebab bukan nama diri. Selain itu, ia juga memberi padanan kata *lockdown* sebagai *karantina wilayah* dan *social distancing* sebagai *pembatasan sosial*.

Cuitan Ivan Lanin di atas menjadi contoh bagaimana bahasa difungsikan untuk membahas bahasa itu sendiri. Pada masa pandemi Covid-19, banyak bahasa asing yang masuk, sehingga akan mengiris sikap bahasa warga negara Indonesia. Oleh karena itu, Ivan Lanin memberi perhatian kepada bahasa Indonesia agar punya wibawa, minimal di negara Indonesia.

## Fungsi Bahasa sebagai Hiburan

Dilihat dari amanatnya, bahasa digunakan untuk menyampaikan pikiran yang bersifat imajinatif, seperti fiksi atau lelucon. Fungsi ini digunakan figur publik untuk kesenangan dirinya maupun kepada warganet. Figur publik juga seorang manusia yang memiliki daya imajinatif dan membutuhkan hiburan. Hal imajinatif (fiksi) memang memiliki fungsi rekreatif sebagai hiburan untuk orang-orang (Saryono, 2009). Daya imajinatif figur publik juga sering dituangkan ke dalam cuitan di Twiternya. Banyak tanggapan dari para warganet mengenai cuitan imajinatif ini, seperti mengaitkan dengan politik, dengan agama, bahkan dengan figur publik lainnya.



Dzawin, sebagai salah satu komika (sebutan untuk para pelaku *stand up comedy*) memfungsikan bahasanya untuk hal-

hal yang imajinatif. Pada masa pandemi Covid-19, Dzawin terlihat memiliki sebuah impian yang dinilai imajinatif. Ia menginginkan *ngopi* bersama penyanyi internasional, Beyonce. Tentu saja hal tersebut imajinatif sebab Beyonce tidak mudah untuk ditemui.



Selain Dzawin, seorang penyanyi indie yang sedang naik daun, Fiersa Besari juga terlihat memfungsikan bahasanya untuk hiburan. Fiersa menyebut istilah PSBB yang seharusnya Pembatasan Sosial Skala Besar menjadi *Pembatasan*

*Sosial Berujung Bubaran*. Melalui cuitannya tersebut, warganet merasa terhibur di tengah pandemi Covid-19 ini.

Dzawin dan Fiersa telah memfungsikan bahasanya untuk hal yang menghibur. Pada masa pandemi ini, hal tersebut merupakan sesuatu yang penting sebab masyarakat sangat butuh hiburan. Masyarakat yang jenuh selalu berada di rumah selalu haus dengan hiburan. Cuitan Dzawin dan Fiersa tentunya membantu warganet untuk melepaskan penat saat di rumah.

Fungsi bahasa yang digunakan para figur publik memiliki peran penting dalam mewarnai kehidupan masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Cuitan mereka bisa menjadi simbol atas kepercayaan diri agar tetap semangat ataupun sebagai penjaga segala kebijakan pemerintah agar tidak sewenang-wenang. Figur publik yang memperhatikan fungsi bahasanya maka cuitannya memiliki tujuan yang tepat sehingga terhindar dari penafsiran yang berlebihan.

Pandemi Covid-19 di Indonesia hingga kini belum jelas kapan berakhirnya. Beragam dampak negatif dan ketidakjelasan masa mendatang menjadi ketakutan baru bagi masyarakat. Semua lapisan masyarakat selalu mendambakan kehidupan yang kembali normal. Dalam kondisi tersebut, figur publik Indonesia melalui cuitannya di Twitter tidak henti-hentinya mengolah pola pikir warganet agar tidak menyerah dalam segala kondisi. Di samping itu, figur publik lain pun berjuang agar masyarakat mendapatkan hak-haknya di tengah pandemi. Secara lugas, mereka menyampaikan cuitan sesuai dengan fungsi bahasa yang ditujukan. Ketepatan memfungsikan bahasa dalam cuitan mereka di Twitter seakan menjadi simbol bahwa warna kehidupan bukan hanya hitam dan putih.

## Daftar Pustaka

Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima. (2016). Diambil dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

Prasetya, I. N. (2018). *Strategi Komunikasi Berbasis Akun Twitter @ SepakbolaSleman dalam Menjalankan Fungsi Edukasi*. Yogyakarta.

Pratama, I. D. (2017). Bahasa Komplain di Media Sosial Twitter. *Transformatika*, 1(1), 35– 55.

Saryono, D. (2009). *Dasar Apresiasi Sastra*. Yogyakarta: Elmaterra Publishing.

Yanti, P. G., Zabadi, F., & Rahman, F. (2017). *Bahasa Indonesia: Konsep Dasar dan Penerapan*. Jakarta: Grasindo.

# Beraksi di Rumah Saja

ALMOENIR R

**A**da ratusan program TV yang beragam dari puluhan stasiun TV Nasional di Indonesia, ratusan TV lokal dan TV *streaming*, yang dengan adanya pandemi Covid-19 ini terkena dampak, baik dalam produksi maupun siarannya.

Kita melihat salah satu program ramadhan *stripping* di Indosiar yang berjudul AKSI (Akademi Sahur Indonesia). Tulisan ini berisi uraian tentang program AKSI saat ini (masa pandemik Covid-19).

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen, termasuk dalam hal mengonsumsi media. Pada saat Presiden Joko Widodo mengumumkan penemuan kasus pertama Covid-19 pada 2 Maret 2020, belum terlihat perubahan yang signifikan pada pola konsumsi media.

Namun, pemberitaan yang semakin intens tentang pandemi, membuat masyarakat rutin memantau setiap perkembangan terkait Covid-19 melalui berbagai media, tak terkecuali televisi. Hasil pantauan Nielsen Television Audience Measurement (TAM) di 11 kota menunjukkan rata-rata kepemirsaaan TV mulai meningkat dalam seminggu terakhir, dari rata-rata rating 12 persen pada 11 Maret 2020, menjadi 13,8 persen pada 18 Maret 2020 atau setara dengan penambahan sekitar 1 juta pemirsa TV.

Durasi menonton TV pun mengalami lonjakan lebih dari 40 menit, dari rata-rata 4 jam 48 menit pada 11 maret 2020 menjadi 5 jam 29 menit pada 18 maret 2020. Penonton dari kelas atas (*upper class*)

menunjukkan kecenderungan lebih lama menonton televisi sejak 14 Maret 2020 dan jumlahnya juga terus meningkat. Peningkatan ini terlihat dari rata-rata rating 10.2 persen pada 11 maret 2020 menjadi 13.7 persen pada 18 maret 2020.

Pengamat telekomunikasi Kamilov Sagala, mencatat setidaknya ada dua dampak langsung pandemi Covid-19 bagi pelaku TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Pertama adalah keterlambatan pasokan perangkat jaringan, dan juga dukungan teknis bagi solusi atau *use case* layanan baru yang terhambat akibat terbatasnya tenaga ahli dari *vendor* yang berasal dari negara terdampak pandemi Covid-19.

“Dampak terbesar bagi operator adalah potensi naiknya biaya belanja modal infrastruktur jaringan dan operasional *maintenance*, untuk mempertahankan layanan setiap hari selama 24 jam. Karena itu perlu diberikan insentif bagi operator, misal penundaan penerapan validasi IMEI ponsel yang butuh investasi besar,” terang Kamilov dalam sebuah seminar yang berlangsung di Jakarta, Senin (16/3/2020).

Penyebaran virus Corona di Indonesia masih menjadi masalah yang belum terpecahkan. Beberapa minggu ini bahkan mengalami peningkatan kasus positif Covid-19. Juru bicara pemerintah untuk penanganan Covid-19 Achmad Yuriyanto menyebut, jumlah orang dengan positif Covid-19 di Indonesia bertambah menjadi 117 orang dari hari sebelumnya 96 orang.

“21 kasus baru. 117 kasus positif Corona yang dilaporkan siang ini. Menyebar di antaranya Jakarta dan Banten,” kata Achmad Yuriyanto, Minggu (15/3) dilansir dari liputan6.com.

Presiden Jokowi menyampaikan langkah untuk mencegah penyebaran Covid-19 pada Minggu (15/3). Presiden Jokowi mengimbau seluruh masyarakat untuk bersikap tenang terhadap penyebaran virus Covid-19. Selain itu beliau juga mengimbau untuk bekerja dari rumah, belajar dari rumah dan beribadah di rumah.

“Saatnya kita bekerja dari rumah, belajar dari rumah, beribadah di rumah. Inilah saatnya bekerja bersama-sama saling tolong-menolong dan bersatu-padu, gotong-royong, kita ingin ini menjadi gerakan masyarakat agar masalah Covid-19 ini tertangani dengan maksimal,” tegas Presiden Jokowi dilansir dari liputan6.com

Untuk mencegah penyebaran virus corona dibutuhkan kesadaran berbagai lapisan masyarakat untuk memaksimalkan kebijakan yang



telah diambil oleh pemerintah. Dan beberapa stasiun televisi di Indonesia menerapkan imbauan pemerintah. Acara yang biasanya dilangsungkan dengan penonton, untuk mencegah penyebaran corona diputuskan tanpa penonton. Sebagai contoh konser HUT ANTV Ke 27. Konser yang diadakan oleh ANTV ini diselenggarakan tanpa penonton. Ulang tahun ANTV ke 27 yang bertajuk Untukmu Indonesiaku diselenggarakan pada Sabtu (14/3). Acara ulang tahun tersebut dimeriahkan oleh beberapa artis Indonesia. Melalui unggahan instagram fans @ayusha.fc yang didapat dari sumber resmi ANTV, ANTV mengadakan acara tanpa penonton dan membatalkan undangan untuk menghadiri HUT ANTV ke 27. Disini tim produksi di stasiun TV diuji kreativitasnya. Karena sesungguhnya *TV work is a creative work*.

Ketua Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat Agung Suprio mengatakan, televisi menjadi sumber informasi terdepan dalam menyampaikan informasi mengenai virus corona atau Covid-19. "Itu karena televisi tidak menyangkan hoaks, selalu *check* dan *recheck*, apalagi diawasi KPI," kata Agung, Senin (23/3). Kecuali di masa PILPRES dan atau PILKADA, isi atau *diversity of content* sangat dipengaruhi oleh kepemilikan atau *diversity of ownership*. Di mana keberagaman isi tayangan sangat dipengaruhi oleh keberagaman sang pemilik, yang terkadang terdapat keberpihakan kepada salah satu tokoh atau kelompok organisasi tertentu. (catatan penulis)

### **Akademi Sahur Indonesia (AKSI)**

Akademi Sahur Indonesia atau disingkat AKSI adalah sebuah acara realitas dan pencarian bakat yang ditayangkan Indosiar setiap waktu sahur selama bulan ramadhan. Diciptakan oleh tim *programming* Indosiar, dan diproduksi oleh tim produksi Indosiar pada tahun 2013 hingga 2015, dan dari tahun 2016 – sekarang diproduksi oleh tim produksi religi IEP (Indonesia Entertainment Produksi) sebagai tim gabungan dari tim produksi SCTV dan IVM.

AKSI merupakan program acara sahur tahunan di bulan suci ramadhan yang merupakan kombinasi antara *reality* dan *variety show* yang bertujuan untuk mencari ustadz dan ustadzah baru yang memiliki karakter unik dalam menyampaikan dakwahnya. AKSI ditampilkan untuk hal berbeda yang penuh kebersamaan. Sewaktu MUI melacak



sejumlah acara TV yang jauh dari makna Ramadhan, Akademi Sahur Indonesia - pencarian bakat yang sekaligus memadukan komedi-tidak masuk rating MUI. MUI memuji bahwa AKSI adalah salah satu program unggulan yang berlandaskan dan bernilai pedoman Islam yang sesungguhnya.

Berkat kesuksesan acara ini pada tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2018 Indosiar mengadakan program sempalan dengan skala lebih luas, yaitu Akademi Sahur Asia (AKSI Asia) 2018, dengan tujuan untuk mencari bakat dan menghimpun persaudaraan antar negara-negara di wilayah Asia, seperti Malaysia, Brunei Darussalam, Singapura, serta Timor Leste.

AKSI ditayangkan setiap dini hari jelang sahur pukul 02:00 – 05:00 WIB. Program ini dipandu oleh 4 orang pembawa acara (*host*) yaitu Abdel, Irfan Hakim, Gilang Dirga dan Rina Nose, dengan dewan Juri diantaranya Mama Dedeh, Ustadz Subkhi Albughury, Ustadz Ahmad Alhabsy dan Ustadz Wijayanto. Jumlah penonton sebagai pendukung kurang lebih 100-125 orang dan kalau kita perhatikan selalu ada Pok Lemeh sebagai penonton Istimewa.

AKSI Indosiar dan AKSI Asia menampilkan 30 peserta yang mewakili beberapa daerah ditanah air serta mewakili beberapa negara diwilayah Asia untuk AKSI Asia

### **#BerAksi di Rumah Saja**

Ramadhan tahun ini (1441 H) merupakan AKSI yang istimewa, karena AKSI harus hadir tanpa penonton, tanpa peserta yang hadir ke studio, para peserta calon ustadz melakukan siaran langsung dari rumah masing-masing. Program *variety show* di waktu sahur ini dikemas dengan menyesuaikan dengan anjuran pemerintah memutus mata rantai Covid-19 sejak diterapkan PSBB.

Dampak dari Covid-19 ini maka program Aksi Indosiar tahun 2020 ini mengambil peserta dari Aksi Indonesia sejumlah 30 orang, yang merupakan *best of the best* dari semua angkatan AKSI. Peserta lokal AKSI *best of the best* tersebut, sebenarnya banyak yang tidak bersedia hadir ke studio, karena adanya pandemik Covid-19. Maka tim produksi menggunakan aplikasi Zoom meeting sebagai media komunikasi dan penampilan mereka. Dan nama programnya berubah menjadi #BerAKSIDirumahsaja.

Secara teknis produser yang dibantu *talent team* dan *production assistance* menghubungi peserta satu persatu, memperkenalkan program aplikasi Zoom kepada para peserta. Selanjutnya mereka membuat rekaman materi dakwah yang akan mereka tampilkan setelah dikirimkan ke Indosiar dengan Icloud, dan selanjutnya pada saat siaran langsung (*live onair*), AKSI menggunakan Zoom meeting untuk saling berinteraksi dengan para pembawa acara dan komentator di studio.

Artinya yang hadir di studio AKSI di Daan Mogot hanya para pembawa acara, narasumber, juri, dan komentator. Disinilah sering terjadi beberapa kelucuan yang timbul saat *live onair*. Hal ini terjadi karena terutama masalah teknis, tapi berkat improvisasi para pembawa acara dan para ustadz dewan juri, tayangan justru tampak mengalir secara natural dan menambah kelucuan sebagai penguat program.

Secara *rating* dan *share*, seperti ulasan di awal tulisan ini, BerAksiDiRumahSaja juga ikut mendapatkan tren kenaikan *rating share* dibanding AKSI tahun sebelumnya. Hal ini dimungkinkan karena faktor kebosanan pemirsa dengan banyaknya program sahur yang hanya berupa guyonan dan bagi-bagi hadiah.

Penulis mencoba meminta informasi format *rating* dan *share* yang berupa grafik *all station* dan *all program*, tetapi kebijakan AC NIELSEN tidak mendukung. Sehingga format *report rating and share by program* hanya seperti dibawah ini (salah satu contoh) :

Performa *rating and share* BerAKSIDiRumahSaja Grand Final, 23 Mei 2020 : 1.5/13.2

(SCTV - PPT 12 RR : 1/17.1 (naik); PPT 13 : 2.3/16.8 (naik), Insyah Allah Surga rr : 2.4/16.3 (naik); RCTI – Aku Bukan Ustadz RR : 0.6/10.6 (naik), Amanah Wali 4 : 2.3/22.6 (naik); Preman Pensiun 4 : 5.1/29.5 (turun); ANTV-Sahur Pesbuker : 0.6/5.3 (turun); TRANS7-Sahur Segerr : 0.9/8.5 (sama); MNCTV-Berkelana 2 Rhoma Irama : 0.6/9.1 (turun), Omar Umar Bin Khattab (0.7/4.3) (turun); TRANS - The Frozen Ground: 0.6/11.6 (turun), Kidnap : 0.8/6.7 (turun).

Catatan :

Seg 2 (share 12.9%)

Penampilan song perform Lesti DA-Rara LIDA-Hari LIDA-Gunawan LIDA lagu medium upbeat "Haram". Pergerakan share naik.

Tektok Host dan Rara cukup seru (share meningkat). Tidak ada obrolan dengan Mpok Lemeh.

Kompetitor program movie rerun menguat, RCTI menguat-Aku Bukan Ustad rerun (10.8%) TRANS7 menguat-Sahur Segerr (10.8%), SCTV-PPT 12 rerun (14.9%). Sedangkan performa untuk kompetitor lain menurun : TRANSTV- Movie The Frozen Ground (12.1%), MNCTV - Movie : Berkelana 2 (6.0%), ANTV menurun- Pesbukers (4.4%).

Seg 3 (12.0%)

Penampilan peserta 1 : Penampilan Ulin bagus dan mendapatkan 3 SO. Tek tok Host dengan Ust. Solmed masih seru (pergerakan share naik).

SCTV menguat-PPT 12 rerun (17.7%), RCTI menguat-Aku Bukan Ustad rerun (10.9%), MNCTV menguat- Movie : Berkelana 2 (9.1%), TRANS7 menurun-Sahur Segerr (9.3%) , TRANSTV menurun-Movie The Frozen Ground(8.2%) , ANTV sama- Pesbukers (4.4%).

Seg 4 (11.6%)

Aksi Ulin mengenalkan koleksi gamelan menarik, namun Ramzi kurang menguasai alat musik gamelan sehingga terasa sekedar informasi, (pergerakan share menurun).

Aksi Ulin menggombali Lesti cukup seru (pergerakan share naik).

Gimmick antara host dan Mpok Lemeh yang membagikan THR lucu (pergerakan share naik).

Program fresh RCTI-Amanah Wali 4 mulai menguat (17.7%), SCTV-PPT 13 menguat(16.9%) & MNCTV menguat-Berkelana(11.2%), TRANS7 menguat- Sahur Segerr menguat (10.2%), TRANS menurun-Movie The Frozen Ground/Kidnap(6.6%), ANTV

menurun-Pesbukers (3.9%).

Seg 5 (13.4%)

Koneksi kurang bagus, suara ustadz kembar<sup>3</sup> terputus putus sehingga kelucuannya kurang sampai ke panggung namun share meningkat

Duet Doni Dion dan ustadz kembar menarik namun share menurun.

Tausiyah Ridwan Kamil bagus dengan himbauan untuk tidak mudik dan sholat ied di rumah pergerakan *share* menguat hingga bisa 16.5% .

Penampilan II AI menarik dan makin kreatif dengan *gimmick* bersama keluarga meski pergerakan *share* naik turun tapi bisa mencapai peak 14.5% saat dikomentari.

Yel Yel keluarga II AI cukup seru ditambah dengan VT latihan II AI melatih kekompakan.

Namun pergerakan share tertekan dengan performa RCTI yang menguat tajam hingga peak mencapai hampir 34.4%.

Pergerakan share per menit RCTI-Amanah Wali & Preman Pensiun 4 menguat tajam dengan average (28.5%). SCTV-PPT 13 & Insya Allah Surga rerun average (16.7%), TRANS7 - Sahur Segerr menurun(7.7%) walaupun masih cukup tinggi sampai jam 04.00.

Seg 6 (14.4%)

RCTI-Aku Bukan Ustad rerun (20.3%) dan SCTV-Insya Allah Surga rerun ave (17.2%). Proses penentuan juara bagus dan menegangkan.

(*Rating* dan *Share report* selalu menampilkan beberapa stasiun TV kompetitor pada jam yang sama maupun *before and after* program. Tujuannya adalah untuk bahan evaluasi konten secara detail).

Berkat kerja keras *man behind the gun* tim programming dan produksi, program ramadhan 2020 khususnya #berAKSIDirumahSaja tetap menunjukkan performa yang memuaskan, seru dan tetap menarik, penuh dakwah ditengah-tengah pandemi Covid-19 yang hingga hari ini masih menunjukkan grafik yang memprihatinkan (data sebagian diambil dari tim produksi Indosiar IEP, liputan6.com, WE *online*, ANTV).

# Spirit Berbagi di Masa Pandemi

AMIR FIQI

Dunia saat ini dibuat bingung dan kacau oleh serangan wabah virus Corona atau Covid-19. Virus yang awalnya berasal dari Wuhan, China ini telah menyebar ke seluruh negara di dunia. Tidak memandang benua atau kelas suatu negara, virus ini bergerak bebas masuk dan memporandakan kondisi tatanan kehidupan yang selama ini berlangsung normal.

Manusia harus saling menjaga jarak aman, bahkan saling curiga bahwa orang di sekitar mereka adalah pembawa virus berbahaya tersebut. Demi memutus mata rantai penyebaran Covid-19 di tengah masyarakat maka segala sektor ditutup, belajar pun tidak lagi di sekolah tapi di rumah. Sehingga manusia saat ini merasa hidupnya dihadapkan dalam situasi yang baru yang penuh dengan kekhawatiran. Silaturahmipun terasa kering sebab dilakukan dalam dunia daring/*online*.

Virus Corona tidak hanya mengancam kesehatan atau nyawa manusia, tapi dampak dari serangan virus ini telah membuat kehidupan manusia mengalami ancaman yang serius, khususnya dalam bidang ekonomi. Banyak negara dihadapkan dengan ancaman kemiskinan. Pasalnya, dampak dari serangan virus ini telah membuat kegiatan ekonomi di seluruh negara mengalami kelesuan. Dan ini benar-benar mengancam perekonomian global.

Seperti laporan yang dikeluarkan organisasi internasional Oxfam, krisis yang disebabkan oleh virus Corona bisa membuat sekitar 500 juta

orang di dunia jatuh ke jurang kemiskinan. Laporan yang dikeluarkan sepekan sebelum pertemuan tahunan Dana Moneter Internasional (IMF) dan Bank Dunia tersebut menunjukkan dampak dari krisis global tersebut berpotensi meningkatkan angka kemiskinan. Ini disebabkan pendapatan dan konsumsi rumah tangga yang seiring dengan kian rendahnya aktivitas perekonomian di tengah pandemi Covid-19.

Dalam laporan tersebut disebutkan beberapa skenario terkait kemiskinan dengan menggunakan standar garis kemiskinan yang ditetapkan Bank Dunia, yaitu kemiskinan ekstrem yang didefinisikan dengan pengeluaran sebesar 1,9 dollar AS sehari atau kurang, dan angka orang hampir miskin atau dengan pengeluaran kurang dari 5,5 dollar AS per hari.

Berdasarkan skenario terburuk yang mereka paparkan, jumlah orang yang hidup di bawah garis kemiskinan akan meningkat 434 juta hingga 922 juta orang di seluruh dunia. Berdasarkan skenario tersebut, sebanyak 548 juta hingga 4 miliar orang bakal masuk ke dalam kategori hampir miskin. (*Kompas*, 9/04/2020).

### **Bagaimana dengan Indonesia?**

Bagaimana dengan kondisi ekonomi Indonesia dengan adanya serangan wabah Corona ini? Ternyata juga sama seperti di alami oleh negara-negara yang lain. Ekonomi di Indonesia mengalami kelesuhan. Akibat dari kelesuhan ekonomi inilah tingkat kemiskinan di Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Seperti disampaikan oleh Menteri Sosial Republik Indonesia Juliari Batubara, pemerintah memprediksi angka kemiskinan pascapandemi Covid-19 akan meningkat sampai di angka 10 persen bahkan sampai ke 12 persen. Berarti, akibat dari Covid-19 angka kemiskinan Indonesia akan bertambah sekitar 3 persen dari saat ini jumlah masyarakat miskin pada angka 9.2 persen.

Peningkatan angka kemiskinan ini sejalan dengan jumlah angka pengangguran yang pada Februari 2020 tercatat sebanyak 6,88 juta orang atau setara 4.99 persen. Dan angka pengangguran ini akan meningkat karena diikuti banyaknya pekerja yang dirumahkan atau terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) akibat Covid-19 (*detikfinance*, 6/05/2020).

Tentunya ini menjadi ancaman yang serius bagi Indonesia. Karena ekonomi merupakan kunci dari kesejahteraan suatu bangsa. Jika hal ini tidak bisa diatasi, bisa memantik “kekacauan” sosial. Untuk menghadapi situasi seperti ini tidak bisa sepenuhnya bergantung kepada pemerintah, misalnya dengan bantuan sosialnya, tapi ini harus menjadi kerja bersama oleh seluruh anak bangsa.

Maka dari itu, rasa kepedulian terhadap sesama merupakan kunci untuk meredam dampak buruk tersebut. Semangat saling berbagi dan memberi di masa pandemi ini harus terus menerus diperkuat sehingga kehidupan masyarakat berjalan seimbang. Ketimpangan antara si miskin dan si kaya tidak semakin melebar di tengah pandemi ini.

### **Spirit Berderma**

Kita perlu berbahagia dan berbangga hati, meskipun dalam kondisi ekonomi yang sulit seperti saat ini, spirit berbagi atau berderma di tengah pandemi ini masih tetap dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Setidaknya dari gerakan spirit berbagi ini menjadi energi positif bagi masyarakat dalam menghadapi wabah ini. Spirit berbagi hampir dilakukan oleh seluruh elemen masyarakat, mulai dari kalangan pejabat, pengusaha, publik *figure*, pelaku seni bahkan sampai masyarakat kecil pun memiliki semangat yang sama untuk rela berbagi terhadap sesama. Bagi yang mampu berbagi itu hal biasa. Tapi yang menarik, ada diantara kita dengan kondisi ekonomi yang pas-pasan mereka rela berbagi meski tidak dengan materi yang banyak. Atas dasar kemanusiaan mereka tetap bersemangat memberikan bantuan terhadap yang membutuhkan.

Melihat semangat berbagi dan peduli di saat pandemi memperlihatkan bahwa rasa persatuan dan kepedulian terhadap sesama telah mendarah daging dalam diri masyarakat Indonesia. Mereka dengan penuh keiklasan bersatu padu dan bergotong royong memberikan bantuan atau donasi berdasarkan kemampuan yang mereka miliki. Jangan melihat berapa besar yang diberikan tapi semangat berbagi inilah yang akan menjadi modal sosial bagi bangsa Indonesia dalam menghadapi pandemi ini.

Spirit ini juga memantapkan kita, bahwa rakyat Indonesia benar-benar telah mengaplikasikan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. Pancasila dengan nilai-nilai keagamaan, kemanusiaan,



persatuan, permusyawaratan dan keadilan menjadi modal besar bangsa ini dalam menghadapi Covid-19.

Mengutip apa yang disampaikan oleh Romo Benny Susetyo yang saat ini merupakan Staf khusus Dewan Pengarah Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (BPIP) sikap saling membantu dan peduli terhadap sesama merupakan sikap gotong royong yang tertanam dalam nilai-nilai Pancasila. Dan sikap itu telah ditunjukkan oleh semua lapisan masyarakat di tengah pandemi ini. Ini telah membuktikan bahwa jiwa dan roh Pancasila telah diaplikasikan dalam cara berfikir, bertindak, berelasi anak bangsa dan mewujudkan nilai kemanusiaan dan solidaritas.

Wabah ini juga telah mengingatkan masyarakat Indonesia yang memang sejak dulu memiliki tradisi saling membantu dan bergotong-royong. Mengutip istilah *Sambatan* yang disampaikan Koentjraningrat (2000) bahwa masyarakat Indonesia khususnya di pedesaan memiliki semangat gotong-royong atau kerja bakti. Sikap gotong-royong dan kerja bakti ini biasanya mereka lakukan pada acara adat seperti pernikahan, membangun rumah, membantu orang lain yang terkena musibah seperti bencana alam, dll. Ternyata sikap masyarakat Indonesia seperti ini tidak terlihat hanya pada masyarakat pedesaan, masyarakat perkotaan juga melakukannya. Meskipun zaman telah berubah, masyarakat hidup dalam tatanan modern, yang cenderung individualistik, dengan adanya pandemi ini mengembalikan tradisi masyarakat Indonesia yang gemar berbagi baik pada masyarakat pedesaan dan masyarakat perkotaan.

### **Masyarakat Indonesia Suka Berderma**

Selain itu, melihat spirit berbagi masyarakat Indonesia di tengah pandemi Covid-19 ini memperkuat dan menyakinkan kita bersama atas penilaian global, yang memandang masyarakat Indonesia memiliki tingkat berderma yang tinggi. Spirit berderma masyarakat Indonesia sudah diakui oleh dunia. Pada tahun 2018 berdasarkan penilaian dari Charities Aid Foundation (CAF) Indonesia tercatat menjadi negara yang paling dermawan di dunia. Berdasarkan World Giving Index 2018 Indonesia mendapatkan skor 59 persen, naik satu peringkat setelah tahun 2017, Indonesia berada di posisi kedua CAF World Giving Index menggeser posisi Myanmar. Pada CAF World

Giving Index 2018, Myanmar turun ke peringkat 9, setelah sebelumnya memegang posisi teratas sejak tahun 2014.

Skor Myanmar menurun sejak tahun 2017. Berdasarkan buku laporan CAF World Giving Index 2018, *A Global View of Giving Trends*, yang dipublikasikan pada bulan Oktober 2018, skor Indonesia untuk membantu orang lain sebesar 46 persen, berdonasi materi 78 persen, dan melakukan kegiatan sukarelawan 53 persen. Laporan tahun 2018 sangat menggembirakan bahwa jutaan orang membantu orang lain dan menyumbangkan waktu mereka menjadi sukarelawan.

Data di atas membuktikan ternyata untuk menjadi dermawan tidak harus menjadi negara kaya. Indonesia dan Myanmar jika dibandingkan dengan Amerika Serikat dan Inggris. Melihat spirit berderma masyarakat Indonesia yang tinggi ini merupakan potensi yang luar biasa dalam menghadapi pandemi ini. Dengan adanya spirit saling peduli terhadap sesama dalam satu bangsa ini akan memperkokoh rasa persatuan dan kesatuan.

Mengapa rasa peduli terhadap sesama masyarakat Indonesia tinggi karena kita memiliki rasa solidaritas kelompok yang tinggi. Solidaritas ini terwujud karena kita merasa bahwa kita semua adalah satu keluarga. Mengutip pemikiran Ibn Khaldun yang tertuang dalam *Al-Muqaddimah* bahwa solidaritas kelompok atau "*ashabiyah*" ini ada karena adanya rasa saling memiliki. Dari rasa sebagai satu keluarga atau saudara maka lahirlah rasa saling menyayangi, saling mencintai, saling membantu serta mengerti perasaan satu sama yang lain.

Dari rasa inilah maka ada keinginan untuk membela atau melindungi jika ada dari salah satu dirinya diperlakukan tidak adil atau disakiti.

Menurut hemat penulis inilah yang sedang dirasakan oleh seluruh rakyat Indonesia. Hikmah dari pandemi ini seluruh masyarakat dari berbagai elemen bersatu padu, saling peduli terhadap sesama, dan tidak ingin ada salah satu dari kita menderita karena dampak pandemi ini. Jika ini terus dirawat maka akan menjadi modal yang sangat luar biasa dalam memajukan bangsa Indonesia. Maka, berbekal rasa peduli inilah Indonesia akan kuat dalam menghadapi pandemi yang telah membuat limbung masyarakat Indonesia, bahkan masyarakat dunia.

## Gerakan *Taawun* Muhammadiyah

Pademi Covid-19 yang melanda Indonesia menjadi permasalahan yang sangat berat berat bagi kita bersama; maka untuk menghadapi permasalahan ini dibutuhkan kerja bersama dari seluruh elemen masyarakat. Dan upaya kerja bersama ini sudah dilakukan, misalnya dalam upaya mengurangi beban masyarakat yang terdampak wabah pandemi ini.

Gerakan *taawun* ini menjadi kerja bersama sesuai dengan kemampuan masing-masing. Seperti dilakukan oleh para *public figure* atau pelaku seni dengan melakukan konser amal. Misalnya konser amal yang dilakukan oleh Didi Kempot. Konser yang bertemakan “Konser Amal dari Rumah” ini sangat luar biasa dalam waktu hanya 3 jam mampu menghimpun dana sebesar Rp7.640.000.000. Dan ini merupakan penghimpunan dana luar biasa sepanjang sejarah. Dan masih banyak *public figure* yang melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan Didi Kempot yang tidak penulis sampaikan dalam tulisan ini. Tapi tidak mengurangi rasa hormat mereka telah melakukan aksi sosial demi meringankan beban masyarakat Indonesia yang terkena dampak Covid-19.

Gerakan *taawun* juga telah menjadi tugas besar yang dilakukan oleh Muhammadiyah. Di usia yang sudah lebih 1 abad ini Muhammadiyah senantiasa memantapkan langkahnya untuk hadir memberikan solusi dan meringankan beban umat dan bangsa. Muhammadiyah sebagai organisasi keagamaan terbesar di Indonesia ini memiliki tradisi beramal. Tradisi ini merupakan pengejawantahan iman yang produktif, ilmu yang amali serta menyatukan kata dengan karsa dan karya.

Selama pandemi Covid-19 ini melanda, Muhammadiyah hadir dengan melakukan kerja-kerja nyata untuk bangsa. Muhammadiyah memiliki peran besar dalam memberikan kontribusi dalam menghadapi wabah pandemi Covid-19 ini. Muhammadiyah mencurahkan energinya yang sangat luar biasa. Tidak hanya dalam bidang kesehatan, seluruh warga perserikatan dari ranting hingga pusat bersatu padu memberikan bantuan yang nantinya akan disalurkan oleh masyarakat yang terdampak Covid-19.

Seperti dilakukan oleh Muhammadiyah Covid-19 Command Center (MCCC) bersama Lazismu telah bekerja sepenuh hati. Misalnya

dalam bidang kesehatan Muhammadiyah telah mirilis 20 rumah sakit yang dijadikan rujukan dalam penanggulangan wabah corona atau Covid-19. Lazismu juga telah menyalurkan bantuan untuk penanggulangan Covid-19 dengan nilai sebesar Rp5,5 miliar yang digunakan untuk berbagai pengadaan alat pelindung diri (APD) bagi tenaga medis, memfasilitasi kebutuhan bangsal atau ruangan di rumah sakit yang membutuhkan dana tidak sedikit.

Lazismu bergerak tidak sendiri dalam penanggulangan wabah Covid-19. Seperti disampaikan Direktur Lazismu PP Muhammadiyah, Hilman Latief, Lazismu melibatkan banyak pihak di antaranya MCCC, BNPB, majelis dan lembaga, ortom dan amal usaha di Muhammadiyah, termasuk dengan komunitas masyarakat sipil lainnya dan komunitas profesional seperti perusahaan dan media massa.

Menurut Hilman, ada banyak faktor yang menggerakkan Lazismu turut andil dalam penanggulangan wabah Corona untuk berpartisipasi membantu peran pemerintah, antara lain: keberadaan Lazismu yang hampir merata ada di jaringan Muhammadiyah seluruh Indonesia, derasnya arus informasi tentang gejala dan penyebarannya yang tak terbendung, dan faktor Lazismu sebagai lembaga amal zakat nasional (filantropi Islam) yang secara resmi dapat melakukan penggalangan dana seperti lembaga amal zakat lainnya.

Hilman menjelaskan realisasi program penanganan Covid-19 yang dilakukan Lazismu. *Pertama*, penggalangan dana. Berdasarkan koordinasi Lazismu secara nasional, diperoleh penghimpunan dana sebesar Rp 2.848.355.861. Dana itu diperoleh dari Lazismu Pusat, Nanggroe Aceh Darusalam, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Kepulauan Bangka Belitung, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DI Yogyakarta, Bali, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Selatan. Dalam kesempatan berbeda, dana itu diperoleh dari kemitraan strategis Lazismu bersama perusahaan seperti Wardah, Alfamart, Alfamidi, dan Kelola Mina Laut.

*Kedua*, kampanye sosial. Sebagai upaya meningkatkan literasi informasi kepada masyarakat, melalui tagline #BersatuHadangCorona, Lazismu berkolaborasi dengan elemen internal Muhammadiyah melalui jejaring sosial *online* agar masifikasi informasi respons tanggap darurat ini benar-benar sampai ke khalayak. Di samping itu juga

melibatkan media massa dan komunitas media *online*.

*Ketiga*, penyaluran. Laporan program Lazismu dalam penanganan Covid-19 sampai dengan 31 Maret 2020 dalam hal penyalurannya di tahap pertama ini untuk penerima manfaat sebesar Rp6.128.211.405. Rincian pemanfaatannya antara lain: penyemprotan desinfektan sebanyak 9.991 yang terdiri untuk 1.352 sekolah, 2.373 tempat ibadah, 1219 perkantoran, 140 panti asuhan, dan 4.407 rumah warga.

Hilman menyampaikan, penyaluran itu juga dalam bentuk pembelian APD (baju pelindung) sebanyak 31.303, *hand sanitizer* sebanyak 173.156 liter, dan paket bantuan keluarga terdampak sebesar 31.125. Bantuan lainnya yang disinergikan Lazismu adalah pembuatan makanan siap saji dan pembuatan alat pelindung diri (APD). Dalam kegiatan ini Lazismu menggandeng Majelis Pemberdayaan Masyarakat (MPM) PP Muhammadiyah dalam pemberdayaan dana zakat bagi penerima manfaat yaitu penyandang disabilitas untuk keterampilan menjahit APD. Bersamaan dengan itu, Lazismu juga melaksanakan program tanggap bencana bersama Lembaga Penanggulangan Bencana (LPB) PP Muhammadiyah dalam menyiapkan aktivasi relawan dan logistik.

Tidak hanya berhenti disini, Lazismu bersama Muhammadiyah Covid-19 Command Centre (MCCC) menyalurkan bantuan tahap kedua secara serentak. Sebanyak 765 kantor layanan Lazismu seluruh Indonesia mendistribusikan bantuan sebesar Rp 18,053 miliar dari hasil penghimpunan Rp 21.179 miliar.

Bantuan disalurkan dalam bentuk paket-paket program pencegahan Covid-19 seperti Alat Pelindung Diri (APD) sebanyak 43.403 buah, *hand sanitizer* 17.056 botol, tempat cuci tangan dan sabun 1.300 set, masker 151.627 buah dan paket penyemprotan desinfektan sebanyak 8.107 paket. Bantuan dalam bentuk yang lain seperti takjil dan multivitamin sebanyak 77.585 paket, sembako sejumlah 68.669 paket, untuk santunan sebanyak 7.447 paket sedangkan konten, informasi dan edukasi sebanyak 7.084 paket.

Semangat berbagi dan gotong royong dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini merupakan spirit yang sangat luar biasa dalam menghadapi wabah ini yang tidak tahu kapan akan berakhir. Kepedulian terhadap sesama adalah ajaran nilai Ketuhanan Yang Maha Esa.

Sebagai muslim kita diajarkan untuk memiliki semangat berbagi. Memiliki kepedulian terhadap sesama merupakan salah satu indikator manusia yang bertaqwa kepada Allah SWT, yakni memiliki semangat berderma meski dalam keadaan ekonomi yang berlebihan (lapang ) atau dalam kondisi kekurangan (sempit) (QS, 3:134).

Semoga dengan semangat gotong royong dan solidaritas antar kita Indonesia menjadi bangsa yang mampu melawati wabah ini dengan baik, dan berakhir senyum yang indah. Karena Wabah ini telah memberikan pelajaran yang berharga dalam membangun rasa kemanusiaan dalam bingkai persatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).



# Pandemi Covid-19 dan Hubungan Internasional

AHMAD IMAM MUJADID RAIS

Dunia pasca pandemi Covid-19 adalah dunia yang tidak sama lagi dengan dunia pra- Covid-19. Pandemi Covid-19 kelak menjadi penanda ketika manusia berbicara mengenai satu fase dalam sejarah dunia dan peralihan zaman dari *chapter* lama ke *chapter* baru. Sikap bangsa-bangsa dalam merespon virus mematikan yang beragam juga menjadi penanda dan pembeda. Namun, satu hal yang pasti adalah perlunya kerjasama internasional untuk bersama-sama memusnahkan virus ini. Kerjasama antar bangsa bukan suatu hal yang mudah. Dalam situasi normal pun perlu suatu seni diplomasi tersendiri dalam membangun komunikasi dan kerjasama internasional. Tantangan komunikasi dan hubungan antar bangsa sangat krusial di tengah krisis kesehatan global seperti saat ini.

Keadaan saat ini disebut yang terburuk setelah wabah hitam (*The Black Plague*)—terjadi tahun 1338-1351 di Asia Tengah dan menyebar ke Eropa dan menyebabkan kematian puluhan juta orang—dan pandemi Flu Spanyol pada tahun 1918. Bila pemimpin dunia tidak merespon pandemi ini secara serius, situasi terburuk bagi tata dunia global pelan tapi pasti akan meruntuhkan sendi-sendi dan pondasi kehidupan global yang selama ini terbangun. Dampak terdekat adalah krisis ekonomi yang demikian nyata menghantui seluruh negara secara global. Tulisan sederhana ini ingin melihat dampak pandemi Covid-19 dan hubungan antar bangsa dalam tata hubungan internasional.



Argumentasi tulisan ini adalah pada mulanya bangsa-bangsa akan menempatkan kepentingan negaranya masing-masing dibanding kepentingan bersama. Hal ini salah satunya karena berkembangnya politik identitas dan populisme politik serta kepanikan di dalam negeri serta keterbatasan infrastruktur kesehatan yang ada. Namun, sikap tersebut tidak menguntungkan bagi komunitas internasional. Tata hubungan internasional seperti pada kondisi pandemi saat ini sangat tergantung pada hubungan multilateral antar bangsa mengingat skala dan dampak yang disebabkan oleh pandemi tidak dapat dikelola dan ditangani oleh negara tertentu saja.

Munculnya Populisme pandemik Covid-19 adalah dunia yang diwarnai oleh meningkatnya popularitas pemimpin yang mengusung narasi populisme dan politik identitas. Dunia seakan terbelah dengan maraknya populisme yang ditandai dengan kemenangan Trump di Amerika, kasus Brexit di Inggris, Bolsonaro di Brazil, Putin di Rusia, hingga Erdogan di Turki.

Di Indonesia kemunculan populisme pada pemilu 2019 juga terjadi, namun berbeda dengan di negara-negara lain, populisme gagal meraih menarik simpati rakyat walau memberi perlawanan signifikan yang ditandai dengan kenaikan suara dari kalangan ini. Populisme didefinisikan sebagai politik yang mengusung isu dan kepentingan rakyat jangka pendek, dengan jalan mengajak konstituen untuk melawan kelompok dominan atau mayoritas, demi untuk meraih dukungan dan simpati konstituen politik yang umumnya didominasi oleh kaum kelas ekonomi rendah. Bila definisi ini menjadi rujukan, pada satu titik definisi ini cukup baik mengingat politik secara substansi mengandung makna untuk mencapai dan meraih kekuasaan melalui dukungan rakyat. Namun di sisi lain, pada ranah praktik, pendekatan yang dilakukan untuk meraih dukungan politik ini, sering kali mengorbankan nilai-nilai keluhuran dan kebaikan yang menjadi acuan bersama. Misalnya seperti toleransi dan moralitas kebangsaan yang menjadi modal sosial bersama, harus dikorbankan untuk kepentingan politik jangka pendek. Akibatnya yang terjadi adalah koyaknya tenunan kebangsaan di tengah masyarakat, dan terjadi di berbagai wilayah, mulai Amerika, Inggris, Turki, hingga Brazil.

Fenomena kebangkitan ekonomi China sebagai fakta yang tak terbantahkan dan persaingan dagang antara Amerika dan China yang

terus memanas adalah sebagian latar dunia yang terjadi sebelum pandemi Covid-19. Selain itu, konflik di Timur Tengah yang terus terjadi, di antaranya aneksasi wilayah Tepi Barat oleh Israel, perang Yaman antara Houthis dan Arab Saudi, perebutan kekuasaan di Libya antara pemerintah dan kelompok yang dicap pemberontak—yang diwarnai adanya intervensi Rusia, Turki dan Amerika yang juga akan masuk di Libya, demo yang terus-menerus di Lebanon, dan ketegangan antara Iran- Amerika di Laut Persia.

Muncul dan maraknya populisme kanan di berbagai belahan dunia memiliki dampak pada respon pemerintah global dalam mengantisipasi meluasnya pandemi Covid-19. Pertama, adanya resistensi terhadap badan kesehatan dunia WHO dan menganggap bahwa pandemi Covid-19 terjadi karena suatu konspirasi global. Kedua, meningkatnya sentimen rasisme terhadap ras atau etnis tertentu yang dianggap sebagai penyebab asal muasal virus tersebut. Ketiga, terjadinya *international piracy* dengan maraknya aksi saling bajak membajak perlengkapan kesehatan di antara negara-negara dunia untuk memenuhi kebutuhan peralatan kesehatan yang terbatas.

Ketika pandemi Covid-19 muncul, Trump mencuit di akun twitternya mengenai asal mula virus yang berasal dari China dan menyebutnya sebagai “Virus dari China.” Cuitan Trump ini mendapat respon negatif dari publik dan dituduh sebagai ungkapan rasis. Demikian pula beberapa peristiwa yang terjadi di Inggris dan Australia saat terjadi serangan fisik dan verbal kepada anak-anak keturunan Asia karena dituduh sebagai pembawa virus Covid-19. Selain ungkapan bernada rasis ini, konteks geopolitik global kontestasi perdagangan global antara China dan Amerika tidak dapat diabaikan. Persaingan antara dua negara dengan ekonomi terbesar ini telah berlangsung bertahun-tahun dengan adanya persaingan, memata-matai, hingga pelarangan perusahaan dari China mendapat proyek di Amerika, penangkapan eksekutif Huawei di Kanada yang kemudian diekstradisi ke Amerika, hingga negoisasi ekonomi antara dua negara yang masih alot dan belum kunjung selesai.

Saat WHO mendeklarasikan bahwa Covid-19 merupakan pandemi dunia karena sebarannya yang terus meluas, kontestasi keduanya juga tidak usai. Bahkan Amerika dan beberapa negara di dunia akan menuntut ganti rugi kepada China karena telah menjadi penyebab

munculnya virus mematikan ini. Tuntutan ganti rugi ini sesuatu yang serius mengingat di tengah bangkitnya China di berbagai bidang, hal ini dapat menyebabkan tidak saja ketegangan diplomatic di negara pemegang hak veto PBB, namun juga imbas ekonomi baik kepada China sendiri maupun perdagangan dunia.

Semula Covid-19 dianggap hanya sebuah virus ringan yang dampaknya tidak akan besar sebagaimana yang kita lihat saat ini. Dalam sejarah, dunia mencatat pernah mengalami periode *The Black Plague*, Flu Spanyol, virus SARS (2002) dan pandemi Flu Burung (H5N1) tahun 2005 menyebar ke seluruh dunia.

Presiden Barrack Obama bahkan saat itu menyatakan bahwa ancaman pandemi Flu Burung merupakan ancaman yang nyata dan mengancam hidup manusia sama halnya dengan ancaman bom nuklir atau perang. Jauh sebelum SARS dan Flu Burung, malaria, polio dan juga HIV/AIDS menjadi masalah kesehatan yang menjadi ancaman keamanan dunia. Pada ranah kajian keamanan Internasional (*security studies*), kaitan kesehatan dan keamanan menjadi salah satu topik dan menempatkan isu kesehatan sebagai bagian dari konsep keamanan non-tradisional.

Umumnya, isu keamanan yang dipahami hanyalah keamanan dari 4 sisi perang atau konflik bersenjata (keamanan tradisional). Keamanan tradisional dapat dikatakan sebagai keamanan konvensional seperti perang antara dua negara atau lebih. Adapun keamanan non-tradisional bentuknya dapat berupa *cyber security*, perdagangan internasional, perdagangan manusia, hingga ancaman kesehatan. Konsep keamanan non-tradisional merupakan perluasan dari konsep keamanan yang semula hanya dimaknai sebagai keamanan tradisional semata. Dengan semakin berkembang dan terhubungnya dunia, lalu lintas pergerakan manusia yang lintas negara dan benua, serta obat AIDS dan vaksin Covid-19 yang belum ditemukan, isu kesehatan tidak bisa diabaikan dan dapat menjadi ancaman keamanan Internasional. Namun, ironisnya, sebagaimana telah diulas di bagian sebelumnya, meningkatnya populisme di tengah situasi dunia menyebabkan berkembangnya narasi anti sains dan teori konspirasi. Hal ini dibuktikan dengan cara pandang Presiden Brazil dan Trump yang membangun narasi bahwa Covid-19 merupakan bagian dari serangan senjata biologi dari China. Demikian pula penolakan sebagian

pemimpin Indonesia yang berulang kali menyatakan bahwa Indonesia aman, tidak akan terkena Covid-19, adanya faktor cuaca panas yang tidak memungkinkan virus berkembang hingga penolakan lainnya yang bernada apologi.

Penolakan ini merupakan bagian dari respon manusia dalam menghadapi musibah menurut Elizabeth Kubler-Ross yang dikutip oleh Slavo Zizek dalam "*Pandemic Covid-19 Shakes the World*". Respon lainnya adalah kemarahan, tawar-menawar, depresi, dan penerimaan. Zizek mengujikan proses lima tahap tadi ke dalam reaksi atas pandemi Covid-19 dan menandai adanya beberapa hal sebagai berikut (Zizek; 2020):

1. Peningkaran ; "Tidak ada yang serius, selain ada penyebar kepanikan"
2. Kemarahan ; "Ini dari China, pemerintah tidak efisien"
3. Tawar-menawar ; "Ada yang mati, tapi tidak seserius SARS, bisa dibatasi"
4. Depresi ; "Kita semua terkutuk"
5. Penerimaan ; "Virus Corona memang akan selalu ada, selalu mengancam keselamatan, dan meledak pada saat yang paling tidak diharapkan"

Ini yang menjadi pusat perhatian dari situasi yang ada saat ini ketika respon pemerintah dan masyarakat global senada. Namun dari sisi kerjasama internasional, upaya diplomasi harus terus dilakukan untuk membantu menyelesaikan pandemi Covid-19 yang terus menyebar. Bencana ekonomi dan perdagangan global, keamanan, dan riset untuk menemukan vaksin merupakan sebagian dari kerjasama internasional yang dapat dilakukan. Pendekatan multilateral di tengah semakin menguatnya peran negara untuk melindungi teritori dan warganya menjadi tantangan dan seni tersendiri dalam diplomasi internasional.

### **Covid-19 dan Diplomasi Multilateral**

Situasi pandemi Covid-19 saat ini merupakan sebuah peristiwa yang belum pernah terjadi (*unprecedented*) dalam sejarah. Semua negara terkena imbasnya walau ketika virus ini pertama kali muncul pada 31 Desember 2019 di Wuhan, China, banyak negara terkesan menganggapnya sebagai angin lalu. Namun ketika virus ini menjadi

pandemi, terbukti tidak ada lagi keistimewaan (*privilege*) bagi negara-negara yang besar dan kaya untuk tidak terkena.

Amerika Serikat menurut data terakhir menjadi negara terbesar dengan jumlah korban yang meninggal karena terinfeksi Covid-19 (110.000 orang). Demikian pula Inggris, Jerman, Italia, Rusia, Korea Selatan, Jepang, dan Arab Saudi. Dalam menghadapi krisis ini, kerja sama antarnegara dan antara PBB dan organisasi internasional dengan negara-negara lain merupakan kunci sukses penanganan pandemi Covid-19. Dalam istilah hubungan internasional, kerja sama banyak negara disebut dengan multilateralisme. Kunci dan tulang punggung (*backbone*) dalam diplomasi multilateral adalah *equality* (kesetaraan). Prinsip ini demikian penting sehingga walau dalam situasi normal pun prinsip *equality* tetap berlaku.

Pihak-pihak yang melakukan ini harus mengedepankan prinsip kesetaraan. Kesetaraan terbagi dalam dua hal: pertama, adalah kesetaraan dalam mengambil keputusan untuk merespon pandemi Covid-19 dan, kedua, berbagi peran dan tanggungjawab dalam menyelesaikan pandemi Covid-19, serta ketiga, kesetaraan untuk memperoleh akses perlengkapan kesehatan (terutama APD dan ventilator yang sangat terbatas) dan untuk memperoleh vaksin Covid-19 bila sudah ditemukan (Dirjen Multilateralisme, 2020).

Untuk konteks Indonesia, fokus politik luar negeri saat ini adalah misi dalam upaya menghadapi pandemi Covid-19. Yang kedua, sebagai konsekuensi adanya pelambatan ekonomi, maka politik luar negeri berupaya untuk menumbuhkan perekonomian nasional. Situasi global saat ini juga berdampak pada minyak dunia yang harganya saat ini kurang lebih -37 dolar per barel.

Ekonomi Amerika juga terdampak dan pertumbuhannya -5%. Ekonomi Indonesia sendiri tumbuh pada kisaran 2,2-2,3%. Setidaknya ada pertumbuhan positif walau jauh meleset dari target dan rencana pemerintah.

### **Covid-19, Perdagangan, Keamanan, dan Kerjasama Kesehatan**

Setelah guncangan krisis ekonomi atau depresi besar tahun 1929-1939, krisis ekonomi Asia tahun 1998, dan krisis ekonomi global tahun 2008, dunia kembali harus menghadapi krisis ekonomi global

tahun 2020 karena dampak Covid-19 (<https://kemlu.go.id/portal/id/read/1359/berita/Covid-19-hambat-capaian-sdgs-indonesia-dorong-kerja-samamultilateral-pasca-pandemi>). Saat pandemi Covid-19, terjadi disrupsi ekonomi dan perdagangan yang tidak pernah terjadi sebelumnya. Ekonomi global turun -3%, 25 juta tenaga kerja di dunia kehilangan pekerjaan, penurunan drastis tingkat produksi dan konsumsi di seluruh dunia. Perdagangan global turun 13-23%. Negara berkembang kehilangan potensi pendapatan dari ekspor sebesar 800 miliar USD.

Di tengah situasi ekonomi yang memburuk terjadi peningkatan kebutuhan perlengkapan medis dan obat-obatan untuk melawan Covid-19. Untuk mempercepat tumbuhnya perekonomian global, setidaknya ada dua langkah utama penanggulangan dampak Covid-19 melalui kerja sama perdagangan internasional. Pertama, melalui upaya untuk tetap membuka perdagangan global (*Keeping Global Trade Open*) dan kedua, melalui solidaritas global untuk ketersediaan obat-obatan dan riset vaksin (*Global Solidarity for Medicine Supply and Vaccine Research*).

Untuk upaya pertama, langkah-langkah yang diperlukan antara lain: terus menggerakkan roda perekonomian (termasuk mendorong UMKM dan ekonomi digital), menjaga kestabilan harga, memastikan ketersediaan lapangan pekerjaan, dan memastikan akses terhadap perlengkapan medis, obat-obatan, dan makanan.

Adapun langkah kedua, dilakukan setidaknya dua langkah, pertama kerja sama dalam upaya pengembangan vaksin (kerja sama *global pool of data, knowledge, and technologies*). Kedua, kepastian akses paten dan bahan baku obat-obatan serta vaksin, terutama bagi negara berkembang (kerja sama pemberian *equal access*) (Dirjen Multilateralisme, 2020).

Dari sisi keamanan, harus diakui bahwa memang ada keterlambatan Dewan Keamanan PBB dalam merespon Covid-19. Walau demikian pada akhir Maret 2020 lalu, DK PBB telah menerbitkan resolusi DK PBB nomor 2518 tentang keselamatan dan keamanan pasukan misi pemeliharaan perdamaian (MPP) PBB. Saat ini terdapat 3080 pasukan perdamaian PBB asal Indonesia dan 101 di antaranya adalah perempuan. Tentara Indonesia dianggap menjadi pionir dalam menerapkan prosedur keamanan dan kesehatan mencegah Covid-19 di dalam pasukan.

Dari sisi kerja sama kesehatan, saat ini terdapat 120 vaksin yang tengah dikembangkan. 6 tipe vaksin telah masuk uji klinis. Untuk jangka pendek, kerja sama global dilakukan dalam bentuk adanya dana 7 miliar dollar Amerika untuk pengadaan perlengkapan kesehatan dan riset vaksin. Dalam jangka menengah, riset dan pengembangan dalam aspek testing, ventilator, masker, dan APD. Untuk jangka Panjang, adanya ketersediaan vaksin atau obat (<https://republika.co.id/berita/qabgp382/menlu-retno-tak-ada-pasukan-perdamaian-ri-positif-Covid-19> 7 obatan untuk penyembuhan pasien Covid-19) (Dirjen Multilateralisme, 2020).

### **Covid-19 dan Tata Dunia Baru**

Covid-19 yang menyebar ke seluruh dunia menyebabkan situasi tidak menentu di level global. Apakah skenario di atas akan dapat terlaksana? Tidak adanya kepemimpinan global dalam menangani virus mematikan ini menjadi preseden dalam sejarah. WHO baru memutuskan status penyakit ini sebagai pandemi pada tanggal 11 Maret 2020 setelah ditemukan 121.000 kasus. Organisasi internasional yang selama ini melakukan kepemimpinan global kali ini mengalami kemandegan yang berdampak sangat luas. Negara-negara besar seperti Amerika juga dikritik karena tidak mengambil peran lebih jauh di tingkat global karena visi domestik President Trump. Bahkan, karena konflik dengan WHO, Amerika menyatakan diri untuk keluar dari WHO. Kerja sama antar negara atau internasional menjadi hal yang sulit ketika hampir semua negara mengalami pandemi COVID-19. Praktis, masing-masing negara memprioritaskan situasi dalam negerinya masing-masing. Terlebih ketika masalah kebutuhan masker dan APD untuk melindungi tenaga kesehatan dan warganya demikian mendesak, masing-masing lebih memprioritaskan kebutuhan dalam negeri dari pada membantu negara lain. Ironisnya, negaranegara besar dan kaya yang selama ini biasa membantu negara-negara lain yang membutuhkan, justru menjadi pihak yang juga membutuhkan uluran tangan negara lain.

Politik luar negeri masing-masing negara menempatkan dirinya (negeranya) yang pertama daripada negara lain. Norma internasional, perilaku dan tata krama global seolah dalam keadaan terancam. Hal ini terlihat ketika produk dari 3M, sebuah perusahaan Amerika yang



memproduksi masker dan memiliki banyak pabrik di luar Amerika yang mestinya mengirim ke Swedia, Prancis, dan Jerman, tiba-tiba dipaksa mengirim produknya ke Amerika. Karena pandemik Covid-19 mulai banyak memakan korban. Prancis dan Jerman menyebut perilaku Amerika ini sebagai *modern piracy*.

Praktik saling menyalahkan juga terjadi antara negara, mengenai asal mula virus dan sebagian negara yang mendesak WHO untuk meminta transparansi Cina mengenai asal mula virus tersebut. Bahkan Amerika Serikat, Inggris, dan Jerman mengambil langkah lebih jauh dengan mempersiapkan tuntutan ganti rugi atas terjadinya pandemik ini.

Bagaimana norma yang berlaku di dunia internasional saat ini? Belum ada yang tahu. (<https://www.bbc.com/news/world-5216199>, <https://www.abc.net.au/news/2020-04-20/coronavirus-china-sued-american-class-action-germany-sendsbill/12164106>). Norma baru belum ada hingga beberapa bulan ke depan hingga vaksin Covid-19 ditemukan dan pandemi berakhir. Merujuk fenomena di atas timbul pertanyaan apakah tatanan global akan berubah? Penulis berpendapat, dunia tidak akan sama lagi sesudah Covid-19. Namun, secara politik, tatanan baru ini tidak akan mengubah secara drastis tatanan global dunia yang terbentuk pasca perang dunia kedua. Pemegang hak veto tetap negara-negara yang saat ini masih memiliki kekuasaan, demikian pula sistem pengambilan suara di badan PBB lainnya.

Taiwan, yang memiliki pengalaman dan respon yang termasuk paling baik dalam mengantisipasi Covid-19 pun, tidak mendapat apresiasi dari WHO karena masih kuatnya peran China di dunia global. Sejarah lahirnya tatanan dunia global yang membentuk dunia yang kita jalani saat ini.

Tatanan dunia yang “dipimpin” PBB memang dibangun dengan logika, asumsi dasar, ancaman terbesar umat manusia adalah perang. Dalam pandangan ini, ancaman umat manusia itu adalah manusia itu sendiri. Ini adalah cara pandang yang perlu di koreksi karena timpang dan gagal. Cara pandang yang dibangun adalah bahwa seluruh manusia itu bersaudara, keserakahan dan nafsu mendominasi adalah musuh bersama. Dalam kasus Covid-19, tampak nyata bagaimana seluruh manusia terkena dampaknya tanpa pandang asal negara, ras, agama, etnisitas atau kemampuan ekonominya. Virus Covid-19



menjadi ancaman nyata yang mengancam hidup manusia. Dunia yang tidak sama lagi atau adanya perubahan tata dunia barangkali sebagaimana yang disebut Zizek sebagai praktik “komunisme” dan barbarisme (Zizek, 2020) dan terjadinya deindustrialisasi, definsialisasi, diskoneksi fisik, dan pelokalan global (Martin, 2020).

Yang dimaksud dengan komunisme adalah bagaimana dalam situasi krisis kita semua adalah sosialis. Hal ini nampak pada kebijakan Donald Trump untuk membatasi kebebasan perusahaan swasta, dengan memaksakan produksi segala kebutuhan untuk melawan virus Corona. Demikian pula di Spanyol dan Irlandia, Inggris, Prancis yang ingin menasionalisasi rumah sakit swasta, jaringan kereta api, industri farmasi hingga perusahaan strategis lainnya. Bukankah ekonomi liberal menyerahkan ekonomi kepada mekanisme pasar dan menolak peran negara? Dan bukankah besarnya peran negara mengontrol dan mengatur berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat adalah salah satu ciri kebijakan negara komunis?

Demikian halnya ketika pemerintah Amerika memunculkan dan mengusulkan adanya pemikiran *Universal Basic Income*—memberi cek sebesar 1.000 dollar AS untuk setiap warga negara dewasa Amerika—program yang menyedot biaya hingga triliunan dollar AS. Kebijakan ekonomi liberal yang dianut Amerika tentu akan menolak berbagai jenis subsidi (<https://indoprogress.com/2020/04/membayangkan-ekonomi-dunia-setelah-korona>).

Tahun 1998, saat krisis ekonomi kian buruk mendera Indonesia, Presiden Soeharto menandatangani bantuan pinjaman dana dari IMF untuk menalangi keuangan negara. Salah satu program rekomendasi dari IMF adalah pencabutan berbagai macam subsidi kepada rakyat. Perdagangan dan dunia keuangan internasional mengalami disrupsi dengan terbatasnya koneksi fisik sehingga krisis keuangan tidak bisa dihindari. China dikabarkan telah memberi keringanan atau *bail out* kepada negara-negara yang memiliki hutang kepadanya.

Kapitalisme Internasional atau kebijakan ekonomi neo-liberal yang digagas sejak tahun 1980-an mengalami krisis akut. Sehingga untuk membuatnya tetap berjalan, banyak negara mengambil kebijakan dengan apa yang dinamakan Zizek dengan barbarisme atau *herd immunity*. Anggota masyarakat yang sepuh dan sakit-sakitan tidak bisa diharapkan lagi untuk bertahan dalam menghadapi pandemi

Covid-19. Dalam Bahasa lain, *the survival of the fittest* sebagaimana pemahaman Darwin tengah terjadi di sebagian belahan dunia, bahkan di Amerika Serikat sendiri.

## Penutup

Krisis dan pandemi Covid-19 mengubah cara dunia bekerja. Merujuk pada sejarah, terjadinya wabah di sebuah kerajaan akan menyebabkan jatuhnya korban manusia yang sangat banyak, rumah dan tempat tinggal ditinggalkan, terhentinya perdagangan, hingga kerajaan kemudian lemah dan jatuh. Demikian pula Covid-19 berpotensi mengubah sistem dunia bekerja dengan yang disebut Kellner sebagai Glocal (*Global-Local*), perubahan cara kapitalisme bekerja (deindustrialisasi, definsialisasi) dan keterbatasan pertemuan fisik.

Setidaknya terdapat beberapa pembelajaran yang dapat kita ambil. Pertama, Covid-19 membuka perspektif masyarakat global bahwa manusia bukanlah ancaman bagi manusia lainnya sebagaimana cara pandang realis. Ancaman umat manusia datang dari akibat dari perilaku buruk manusia lainnya dalam bentuk keserakahan, perusakan habitat keragaman hayati—yang berdampak ekspansi manusia ke habitat hewan yang menyebabkan berkembangnya virus dan berbagai penyakit dari hewan. Situasi pandemi ini menjadi momentum memperkuat solidaritas antar bangsa melalui multilateralisme. Kedua, Covid-19 menyisakan trauma kemanusiaan yang panjang dan melahirkan generasi yang mengalami diskoneksi fisik (baik lock-down atau PSBB). Kita semua kesulitan untuk bersosialisasi. Hal ini akan terekam dalam memori orang-orang yang mengalami. Terlebih, bagi anak-anak usia sekolah yang tidak bisa mengikuti ujian nasional, perpindahan dengan teman-teman sekolah, bahkan harus melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi dengan kemungkinan tidak bisa bertemu teman-temannya. Demikian pula orang tua yang mesti bekerja dari rumah terus menerus. Ketiga, pengalaman panjang karena Covid-19 akan menyisakan memori di masyarakat sehingga akan berimbas pada proses seleksi pemimpin di masyarakat. Pemimpin yang dipilih adalah pemimpin yang punya keberpihakan kepada kemanusiaan dan berorientasi perlindungan jiwa dan kesehatan manusia. Akibatnya, pemimpin yang hanya mengandalkan populisme akan kehilangan posisi. Kasus Trump yang akan maju pada Pemilu November 2020

yang akan datang, nampaknya akan menemui ganjalan setelah keagalannya mengatasi pandemi Covid-19 hingga menyebabkan 110.000 rakyat Amerika meninggal. Selain itu, kasus meninggalnya George Floyd menjadi preseden bangkitnya gerakan #blacklivesmatter dan semakin mempersulit posisi Trump. Keempat, peran negara tetap penting mengingat saat situasi krisis, negara tidak menyerahkan penyediaan perlengkapan kesehatan, obat-obatan, hingga bantuan sosial kepada mekanisme pasar.

Yang tidak kalah penting adalah terbangunnya solidaritas masyarakat di berbagai tingkatan dengan aktifnya berbagai aktor non-negara.

### **Daftar Pustaka**

Collins, Allan. *Contemporary Security Studies*. Oxford University Press. Third Edition.

2013.

Stiglitz, Joseph E. Health crisis further Plagued by Trumpism. *The Jakarta Post*, 12

Maret 2020.

Webinar Multilateralisme, Direktur Jenderal Multilateralisme, Kementerian Luar Negeri, Republik Indonesia.

Zizek, Slavo. *Pandemic! Covid-19 Shakes the World*. OR Books, 2020

Suryajaya, Martin. <https://indoprogress.com/2020/04/membayangkan-ekonomi-duniasetelah-korona/>.

<https://kemlu.go.id/portal/id/read/1359/berita/Covid-19-hambat-capaian-sdgsindonesia-dorong-kerja-sama-multilateral-pasca-pandemi>

<https://www.bbc.com/news/world-52161995> 11

<https://www.abc.net.au/news/2020-04-20/coronavirus-china-sued-american-classaction-germany-sends-bill/12164106>

<https://indoprogress.com/2020/04/membayangkan-ekonomi-dunia-setelah-korona/>

# Peran Lembaga Penyiaran Publik Menghadapi Wabah Covid-19

ANDI FACHRUDDIN

**S**ebagai umat beragama, kita meyakini bahwa apa pun yang terjadi di muka Bumi ini terjadi, karena kehendak Allah Swt. Virus Covid-19, mewabah tanpa diduga. Merasuk ke seluruh dunia. Orang baru pulang dari luar negeri, usai berlibur, dokter dan petugas medis yang berjuang mati-matian di RS, akhirnya terjangkit Covid-19 hingga ada yang meninggal dunia. Wuhan, China pusat wabah Covid-19 pertama kali, yang dulu merupakan kota tontonan dunia melalui media massa, sekarang justru menonton dunia akibat pandemi. Wuhan berangsur sembuh dari pandemi, sebaliknya negara-negara lain justru pandemi sedang memuncak.

Awalnya berita mengenai virus Covid-19 di tanah air agak diabaikan, karena dianggap terjadi nun jauh di sana. Bahkan setelah ada warga Indonesia yang tertular dan virus Covid-19 semakin mendekati kita, masih banyak pihak yang tenang tenang saja. Diawali Tiongkok sebagai epicentrum dunia sekarang beralih ke Amerika Serikat dengan jumlah infeksi dan kematian akibat virus Covid-19 terbanyak di dunia. Munculnya Amerika Serikat sebagai epicentrum baru, karena kebijakan prioritas menyelamatkan perekonomian sehingga terlambat menerapkan *lockdown*. WHO mengatakan virus Covid-19 menyebar dengan cepat dan 10 kali lebih mematikan dari

pada pandemi flu babi pada 2009. Lonjakan kasus Covid-19 terlalu masif, bahkan bisa melonjak dua kali lipat setiap tiga atau empat hari di negara tertentu. Oleh karena itu, negara-negara yang terkena wabah Covid-19 harus berkomitmen untuk cekatan dalam merespon kasus ini dengan mengisolasi, merawat pasien, mengembangkan pembuatan vaksin, dan melacak pasien positif Covid-19.

Para ahli menganggap bahwa upaya mengendalikan penularan global telah gagal, tetapi Covid-19 sebagai pandemi tidak perlu dikhawatirkan berlebih. Karena kehebohan yang menyoroti korban bahkan menarasikan kepanikan akan sukses menciptakan kegelisahan dan kekhawatiran dimasyarakat secara masif. Dalam pemberitaan korban COVID-19, media cenderung menjual gelar dan instansi korban dalam judulnya. Contohnya pada judul berita “Pegawai Telkom Terindikasi Corona”. Alih-alih memperingati masyarakat yang mungkin pernah berinteraksi dengan korban, ketakutan dan spekulasi negatif masyarakat akan instansi tersebut justru yang terjadi. Sepertinya berita-berita yang disajikan oleh media massa juga cenderung bicara tentang angka, laporan kasus penolakan jenazah dan tenaga medis Covid-19, dalam pemberitaan ini. Beberapa berita justru melupakan nilai dari Arti berita itu sendiri. Perpaduan antara judul yang heboh, isi berita yang kurang edukatif, serta minimnya budaya literasi masyarakat Indonesia berakibat pada menularnya kepanikan di tengah masyarakat.

Kini, virus Covid-19 merupakan kasus yang sangat ditakuti, sebab virus ini telah memakan korban dan penyebarannya sangat cepat tanpa mengenal batas wilayah. Hal ini kemudian menjadi “anugerah” besar untuk pemberitaan media. Media massa yang memberitakan kabar kondisi terburuk cenderung menarik minat publik untuk memperhatikan. Target media massa mencari perhatian khalayak yang butuh informasi, ketika *top line* nya suatu wabah, reaksi masyarakat akan berupaya menghindari situasi semacam itu terjadi pada dirinya atau keluarganya. Penyebaran wabah Covid-19, menyulut maraknya berita negatif pada industri media yang tidak kalah masifnya dengan obyek yang diberitakan.

### **Menginformasikan Sekaligus Mengedukasi**

Dulu, terdapat adagium *bad news is a good news*. Media cenderung menganggap kejadian buruk sebagai berita yang bagus. Karena

itu, kegagalan harus diberitakan dan keberhasilan cenderung tidak diberitakan, karena dianggap sesuatu yang wajar, Masyarakat pun terbiasa reaktif terhadap semua informasi yang ada. Mereka menelan informasi ini secara mentah-mentah tanpa pernah berpikir secara logis. Padahal media massa memiliki kewajiban menuliskan peristiwa, selain untuk menginformasikan juga untuk mengedukasi masyarakat.

Dalam situasi pandemi Covid-19 dan derasnya arus informasi yang berseliweran di media sosial, maka masyarakat tetap memerlukan informasi dari media konvensional yang telah melalui filter. Dengan adanya berita di media konvensional diharapkan dapat membantu masyarakat di dalam memilih antara informasi yang valid atau hoaks. Saat ini bangsa Indonesia membutuhkan berita yang penuh harapan, berita yang menenangkan dan berita kehidupan agar mengedukasi atau menghimbau publik untuk tetap tenang dan waspada.

Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) memberikan catatan bagi pemilik media berkaitan dengan pemberitaan virus Covid-19. Ada beberapa catatan dan imbauan yang perlu diperhatikan, yaitu: tidak mempublikasikan identitas pasien, menghindari konten yang dapat menimbulkan kepanikan, mengedukasi masyarakat dan mendukung pemerintah untuk terus mengosialisasikan virus Covid-19. Berita media massa belakangan ini justru mendorong orang berbondong-bondong membeli stok bahan makanan, seperti sedang ada perang atau bencana alam. Peralatan kesehatan, vitamin, dan tanaman herbal mendadak laris manis, dengan harga yang mendadak naik secara signifikan, akibat mulai langkanya bahan-bahan tersebut di beberapa tempat. Sejumlah acara publik pun dibatalkan untuk menghindari dampak wabah virus ini. Di fasilitas umum, seperti pasar, rumah sakit, gedung perkantoran peralatan deteksi dini virus Covid-19 pun dipasang.

Sekilas, tak ada yang salah dengan situasi ini, jika perspektif yang dipakai adalah "kewaspadaan". Namun "kewaspadaan" ini diawali dengan "kehebohan" dan "kepanikan", sehingga menjadi "salah kaprah" yang mencemaskan. Disebut demikian, karena "salah kaprah" ini sukses menciptakan ketakutan pada masyarakat. Jika tak terkendali, dampak negatif ketakutan itu bisa lebih berbahaya dibanding virus itu sendiri. Begitu banyak pemberitaan di media,

yang lebih menyoroti korban, bahkan menarasikan “kepanikan”, bukan mengedukasi atau menghimbau publik untuk tetap tenang dan waspada. Pada kondisi ini, kita harus menghadapinya dengan berita baik, cara pikir baik, dan perilaku baik.

### **Peran Lembaga Penyiaran Publik**

Di tengah-tengah merajalelanya industri media massa komersil, maka dibutuhkan peran lembaga penyiaran publik yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio dan televisi bersifat independen, netral, nonkomersil, dan berfungsi melayani kepentingan masyarakat. Sebagai sumber informasi, yang pertama tentunya, kewajiban utama lembaga penyiaran publik adalah mengedukasi masyarakat. Tidak hanya dengan memberikan data statistik korban Covid-19, namun mengedukasi dan mengkomunikasikan hasil penelitian dan pelayanan kesehatan kepada masyarakat.

Media publik juga berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan publik tentang kesehatan. Media massa mendapat informasi terkait vaksin lewat jurnal kesehatan atau rumah sakit. Karena itu, kepiawaian media publik dalam menyampaikan informasi yang mencerdaskan masyarakat berkaitan dengan Covid-19 akan mempengaruhi keputusan publik terkait peningkatan kesehatan. Optimisme publik juga harus dibangun lewat media. Informasi terkini memang harus disampaikan. Namun mari tetap berimbang dalam pemberitaan (*cover both sides*). Media massa tidak boleh lupa untuk memposisikan diri sebagai sarana kontrol masyarakat terhadap kebijakan publik, dalam hal ini terkait Covid-19. Sudah selayaknya media massa bersatu dalam keberpihakan pada kepentingan publik.

Dengan kekuatan yang sedemikian besar, media massa mampu menjadi jembatan untuk mendorong pemerintah agar mengeluarkan kebijakan yang berdampak positif sekaligus mengedukasi masyarakat.

Bangsa Indonesia berhak mendapatkan informasi. Hak atas informasi adalah hak publik yang harus dipenuhi oleh negara melalui Lembaga Penyiaran Publik. lembaga penyiaran publik adalah milik publik, yaitu TVRI (Televisi Republik Indonesia) dan RRI (Radio Republik Indonesia). Lembaga penyiaran komersial telah gagal menjadi agen demokrasi dan hanya melayani kepentingan pemilik

modal yang dominan atau segelintir elit dan kelompok tertentu. Terbukti dengan narasi pemberitaan Covid-19, informasi bencana alam, era Pemilihan Umum, media tersandera kepentingan bisnis dan politik. Mencermati hal tersebut, TVRI/RRI harus menghadirkan informasi yang sehat, edukatif, mencerdaskan, mencerahkan dan memberdayakan pada masyarakat.

Bangsa Indonesia juga harus bangga dengan keberadaan TVRI/RRI yang memiliki kekuatan daya jangkau yang sangat luas. TVRI memiliki 29 Stasiun Penyiaran Daerah dan RRI memiliki 62 Stasiun Penyiaran Daerah serta Stasiun Penyiaran Khusus (siaran luar negeri). TVRI/RRI selalu berupaya memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat. Siaran TVRI/RRI telah sampai ke daerah daerah yang jauh dari pusat kota untuk mengakses pendidikan jarak jauh. Karakter program lembaga penyiaran publik adalah, liputan bencana yang humanis, liputan isu konflik yang berdasar pada peliputan dengan sensitif konflik, isu anak-anak dan program kriminal, isu budaya dan seni, isu terorisme, hak asasi manusia, kritis dan independen terhadap pemerintah. Mencermati situasi wabah Covid-19, maka program siaran yang bermutu menjadi prioritas TVRI/RRI.

Sesuai mottonya “Media Pemersatu Bangsa”, TVRI sedang tidak berbicara aku-kamu, melainkan kita. Motto pemersatu itu kembali dibuktikan kesahihannya, karena di tengah ujian Covid-19, TVRI mampu menayangkan informasi kaya nilai-nilai positif sesuai kebijakan pemerintah dalam upaya penanggulangan Covid-19 dengan memainkan peran sentral sebagai TV publik dalam melawan pandemi Covid-19 di tanah air.

Kebangkitan melawan Covid-19 seperti menjadi spirit baru TVRI sebagai TV Publik. Banyak peran yang dimainkan TVRI untuk ikut melawan Covid-19 dengan berbagai siaran yang melayani publik. TVRI aktif berperan dalam berbagai sektor, mulai dari berita, iklan layanan masyarakat dan edukasi Covid-19. Sampai ke pelayanan ibadah untuk masyarakat, misalnya Misa dan ibadah Paskah yang dipimpin Kardinal dari Cathedral Jakarta disiarkan langsung melalui TVRI dan diikuti umat Katholik diberbagai penjuru Nusantara. Siaran ibadah ini terlihat sederhana, tapi manfaatnya ternyata luar biasa.



Ibadah Misa ini ternyata diikuti jutaan umat Katholik se Indonesia. Manfaat TV Publik sangat terasa ditengah anjuran pemerintah untuk PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar).

TVRI juga mendedikasikan waktu siarnya untuk sosialisasi Covid-19 dalam berbagai bentuk. Iklan layanan masyarakat, berita terkini dari BNPB, Siaran *live cross* dari berbagai daerah, siaran dari Istana Presiden, Wakil Presiden dan para Mentri serta Gubernur, Bupati, Walikota dan Muspida juga mendapat ruang siar dari TVRI untuk menyampaikan berbagai pesan dan berita terkait Covid-19. Sangat terasa bedanya dengan televisi swasta. TVRI fokus dan fleksibel melayani berita dari berbagai stakeholder. Terbukti jaringan penyiaran TVRI yang luas ke penjuru negeri dengan 378 pemancar, menjadi salah satu senjata yang ampuh bagi pemangku negeri ini untuk bangkit melawan Covid-19.

TVRI terus bangkit dan melakukan beberapa inisiatif untuk melawan Covid-19. TVRI Bekerjasama dengan BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) sudah dibuka Dompot peduli Covid-19 untuk ikut menggalang dana masyarakat sehingga punya spirit agar saling berbagi dan beramal. Fungsi perekat sosial sebagai bentuk kepedulian terhadap warga yang terkena dampak ekonomi akibat pembatasan sosial juga dilakukan TVRI dengan menggandeng Baznas melalui dompet peduli Covid-19, karena sebagai televisi publik yang memiliki tugas besar untuk mempererat kesatuan dan semangat nasionalisme melalui siarannya merupakan tugas bersama sebagai insan TVRI.

Pada 16 April 2020, TVRI dan RRI dipercaya menyiarkan secara langsung kegiatan doa bersama dan *istighotsah* yang dipimpin Wakil Presiden K.H. Ma'ruf Amin bersama para ulama dari Istana Negara. Di antara para ulama yang hadir ada Prof. Dr. K.H. Said Aqil Husein Al Munawar dan Prof. Dr. K.H. Nasaruddin Umar. Acara ini juga digelar di beberapa daerah dan dihadiri para pemuka agama yang memberikan pesan-pesan penting, seperti Prof. Dr. H. Din Syamsuddin, K.H. Miftahul Achyar, Prof. Dr. Haedar Nashir (Ketua Umum PP Muhammadiyah), Ustadz Yusuf Mansur, dan K.H. Abdul Makarim (Ulama NTT). Acara Zikir Nasional untuk Keselamatan Bangsa ini diikuti Presiden Jokowi dan Menteri Agama RI Faclul Razi. Umat Islam dapat mengikuti acara yang disiarkan secara *live* ini melalui TVRI dan RRI. Acara ini diharapkan dapat memotivasi dan

menggairahkan semangat kebersamaan seluruh anak bangsa dalam melawan Covid-19.

Selain itu, TVRI dan RRI juga mulai menyiarkan inisiatif gerakan “Doa untuk Bangsa” Berdoa dan Bangkit bersama Lawan Covid-19. *Tagline* dan program tersebut, menampilkan para ulama Islam dari berbagai daerah dan tokoh-tokoh agama yang diakui negara untuk memberikan pesan singkat serta doa untuk bangsa Indonesia, agar cepat pulih dari pandemi Covid-19. Salah satu ikhtiar batin, agar Allah Swt. segera mengangkat wabah Covid-19. Bertepatan dengan malam *nisfu sya’ban*, TVRI dan RRI Jatim siaran *live Istighotsah Kubro on line* yang direlai oleh Stasiun TV dan Radio lokal di Jatim. Peran kecil dari Lembaga Penyiaran Publik ini diharapkan berdampak besar. Karena, selain upaya medis dan berbagai usaha yang wajib dilakukan, akhirnya hanya kepada Tuhan Yang Maha Kuasa jualah kita bermohon agar pandemi ini cepat berlalu.

TVRI/RRI hadir mewakili negara menayangkan siaran pendidikan bagi anak bangsa yang terpaksa belajar dirumah karena musibah Covid-19. Melalui kerjasama dengan Kemendikbud, program pendidikan yang disiarkan mulai dari tingkat sekolah dasar dan menengah atas agar para siswa memiliki alternatif belajar selama dirumah. Disini TVRI/RRI memainkan fungsinya dengan baik dalam upaya mencerdaskan bangsa melalui tayangan yang benar benar dibutuhkan publik.

Peran TVRI dalam hal edukasi, tentunya sangat penting dalam situasi ini. Kerjasama TVRI dengan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan juga dilakukan. TVRI mulai April sekitar 3 bulan, menyiarkan program materi belajar untuk SD, SMP, SMA, pembelajaran umum dan parenting. Siaran ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk para pelajar, agar bisa tetap belajar di rumah melalui TVRI. Karena penetrasi internet masih terbatas, tentunya televisi mempunyai jangkauan yang luas ke seantero negeri. Semoga siaran pendidikan melalui TVRI ini dapat bermanfaat, karena lebih mudah di akses.

Menteri pendidikan dan kebudayaan Nadiem Makarim menyatakan Program Belajar dari Rumah merupakan bentuk upaya Kemendikbud membantu terselenggaranya pendidikan bagi semua kalangan masyarakat di masa darurat Covid-19. Menteri Nadiem menjelaskan alasan menggandeng TVRI dalam menginisiasi program

“Belajar dari Rumah” agar dapat membantu masyarakat yang memiliki keterbatasan pada akses internet, baik karena tantangan ekonomi maupun letak geografis.

Seiring dengan situasi negara yang sedang bangkit melawan Covid-19. Banyak himbauan agar tetap di rumah, belajar di rumah dan bekerja dari rumah. Maka tayangan film karya anak bangsa di TVRI tentunya akan memberi hiburan pada masyarakat. Agar betah di rumah disajikan juga hiburan bermutu aneka film Indonesia yang menarik sebagai upaya pelestarian budaya kepada generasi muda agar dapat mengenal dan mencintai film karya sineas Indonesia. Adapun film anak-anak, sejarah, drama komedi hingga dokumenter yang ditayangkan diantaranya adalah Garuda Didadaku, Uang Panai Mahal, Gie dan My Stupid Boss. Selain itu, belajar di rumah juga membuat keluarga merasa nyaman, aman, murah dan mudah diakses tanpa biaya pulsa internet.

Media TV dan radio masih memegang peranan penting dan menjadi acuan sebagian masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi. Berita di televisi dan radio berusaha menghindari dan minim akan *hoax*. Penyebaran informasi melalui media sosial yang sangat cepat rawan sekali dengan *hoax*. Penetrasi radio pada abad 21 berperan sangat penting dalam komunikasi antar wilayah, karena jangkauannya yang sangat luas. Radio, merupakan media elektronik yang tidak hanya murah, tetapi juga dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, bahkan daya jangkau siaran radio sampai ke segala pelosok. Berdasarkan data RRI dari seluruh Stasiun Penyiaran Daerah selama wabah Covid-19, tingkat kepemilikan radio kini bertambah.

### **Menjadi Media Pembelajaran**

RRI juga turut mengambil peran dalam wabah Covid-19 dengan menghadirkan program khusus yang diberi tajuk belajar di Programa 2. Kemudian, RRI juga menjadikan Programa 3 sebagai saluran yang dikhususkan untuk layanan siaran nasional khusus isu Covid-19. Isi siaran “Belajar di Pro 2” menghadirkan para guru sekolah mengajar, bisa hadir di studio maupun di rumah *by phone*, dan interaktif tanya jawab. Belajar di radio adalah cara efektif dan lebih interaktif dibanding belajar secara *online*. Sebab, kelebihan radio yang auditif dapat menghidupkan *teater of mind* anak-anak sekolah. Program

belajar di Pro2, sebuah strategi menjalin emosional guru dan murid tetap terjalin secara mesra. Guru dapat mengambil kesempatan untuk memasukan pesan atau cara menghindari serangan virus Covid-19. Radio itu punya titik peran imajinasi yang sangat tinggi di dalam memberikan pelayanan publik.

Sebagai televisi dan radio publik, TVRI/RRI memberikan kesempatan yang seluas luasnya kepada publik untuk turut merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi operasional siaran TVRI/RRI. Keterlibatan publik tersebut dapat direalisasikan langsung dengan konten lokal yang disajikan secara emosional pada 29 Stasiun Penyiaran TVRI dan 62 Stasiun Penyiaran RRI yang tersebar diseluruh pelosok negeri.

Tekad TVRI/RRI fokus mengembalikan peran sebagai media televisi dan radio publik untuk melawan pandemi Covid-19 terus diberdayakan. Berbagai program dan berita dimaksimalkan untuk melawan pandemi ini. Dibalik situasi Covid-19 ini, ternyata terkandung hikmah dan manfaat. Dimana, peran TVRI/RRI sebagai media publik milik negara ternyata sangat bermanfaat untuk berperan sebagai salah satu senjata yang ampuh bagi bangsa ini bangkit melawan Covid-19.

Peningkatan partisipasi publik dan anak bangsa sudah seharusnya menjadi prioritas TVRI/RRI apalagi dengan jangkauan siaran yang luas hingga pelosok nusantara. Rencana memaksimalkan pemberdayaan TVRI/RRI stasiun daerah merupakan strategi jitu bagi TVRI/RRI untuk menjalankan fungsi promosi dan pelestarian keanekaragaman, seni budaya, keindahan dan kekayaan alam Indonesia. Dengan begitu, TVRI/RRI dapat memberi warna berbeda yang benar benar dibutuhkan publik ditengah terpaan tayangan televisi/radio swasta yang membanjiri kita dengan tayangan populer sarat kepentingan bisnis dan untung rugi.

Menyandang gelar sebagai Lembaga Penyiaran Publik, profesionalisme awak TVRI/RRI sebagai aset tak ternilai yang dimiliki juga sudah tidak lagi diragukan, dan lagi lagi konsistensi siaran TVRI/RRI ditengah kondisi bangsa yang sedang menghadapi ujian pandemi Covid-19 menjadi wujud kesolidan tim yaitu *broadcaster* sejati.

Dukungan dari negara dan seluruh pemangku kepentingan untuk terus memajukan TVRI/RRI sebagai televisi dan radio publik milik seluruh rakyat Indonesia tentunya menjadi faktor penting agar

TVRI/RRI dapat terus menyajikan siaran sesuai misi kepublikan yang diembannya.

## **Agenda Setting Televisi dalam Berita Covid-19 Andika Pamungkas**

Bulan Januari 2020, dunia digemparkan dengan kemunculan virus baru yang mengancam nyawa manusia di Kota Wuhan, Tiongkok. Virus yang kemudian diberi nama oleh *World Health Organization* (WHO) dengan nama *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) atau lebih dikenal dengan virus Corona, awalnya hanya menjadi berita pelengkap saja pada program-program berita televisi, terutama segmen berita internasional.

Sejak otoritas Kota Wuhan memutuskan untuk melakukan *lockdown* atau karantina wilayah di Kota tersebut, berita Covid-19 mulai mendapat perhatian dari praktisi media khususnya televisi di Indonesia. Media mulai berlomba-lomba mengabarkan perkembangan terbaru di Kota Wuhan. Terlebih ada puluhan mahasiswa Indonesia yang terjebak di sana, dan mulai kehabisan logistik.

Sejak WHO menyatakan Covid-19 sebagai pandemi global yang belum ada obatnya, maka sejak saat itulah berita mengenai Covid-19 selalu menjadi *headline* berita media massa. Media telah mengikuti setiap perkembangan dari kejadian ini dengan berbagai judul berita dan cerita yang tidak ada hentinya selama beberapa bulan terakhir. Dapat dilihat ada beberapa tantangan yang harus dihadapi jurnalis selama pandemi Covid-19, dan bagaimana peran media dalam mengendalikan isu yang ada.

Dalam beberapa bulan terakhir jumlah kasus Covid-19 terus mengalami peningkatan baik tingkat nasional maupun internasional. Selama itu pula berbagai macam berita mengenai virus ini terus bermunculan secara cepat. Kemunculan beritanya pun sudah tidak dalam hitungan hari lagi, tetapi bisa dalam hitungan jam. Dalam satu jam, banyak bermunculan berita tentang virus ini. Sebab Covid-19 tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan saja, tetapi juga berdampak hampir seluruh bidang kehidupan masyarakat.

Penyebaran Covid-19 yang sangat cepat dan berdampak pada berbagai bidang, mau tak mau membuat media massa harus memberitakan perkembangan virus ini setiap hari. Media pun mulai

membuat *agenda setting* untuk memberitakan Covid-19.

*Agenda setting* merupakan salah satu teori dalam komunikasi massa yang dikemukakan oleh seorang Profesor Jurnalistik Maxwell McComb dan Donald Shaw. Mereka berdua mengemukakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk memindahkan wacana dalam agenda pemberitaan kepada agenda publik. Sesuatu yang dianggap penting oleh media maka hal tersebut akan menjadi penting untuk dipublikasikan. *Agenda setting* merupakan penciptaan kesadaran publik dan pemilihan isu-isu yang dianggap penting melalui tayangan berita.

Dalam hal ini tujuan dari *agenda setting* yang dilakukan, untuk memudahkan media massa menentukan isu utama tentang Covid-19 yang layak dijadikan *headline* pada saat itu. Sebab dalam satu hari ada banyak berita yang berhubungan dengan Covid-19, namun tidak semuanya layak dijadikan *headline*.

Media massa memiliki peran besar dan beragam dengan kondisi masyarakat yang sedang berada dalam situasi seperti ini. Apa yang disampaikan media massa harus berpedoman pada kaidah jurnalistik dan prinsip jurnalisme. Media juga berperan dalam memberitakan sesuatu yang penting dan patut dipikirkan masyarakat. Dalam hal ini media bukan memengaruhi masyarakat, tetapi memberikan isu yang harus dipikirkan oleh masyarakat. Dengan begitu masyarakat dapat menilai apa yang dianggap penting oleh media merupakan hal yang harus dipikirkan oleh masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori *agenda setting* yang menggambarkan pengaruh media dalam penciptaan kesadaran publik. Dalam hal ini media massa berusaha menanamkan dalam benak publik jika mereka memiliki musuh bersama yang dapat mengancam nyawa mereka, yaitu virus Corona atau Covid-19

### **Berita-Berita Covid-19 di Media dan Televisi**

Ada ratusan bahkan ribuan berita mengenai Covid-19 ini sejak awal kemunculannya hingga akhir Juni 2020. Mulai dari kemunculan virus ini di Kota Wuhan, hingga masuknya virus ini ke Indonesia. Mulai dari karantina Kota Wuhan, hingga penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di berbagai wilayah di Indonesia.

Jika dibuat dalam rentang waktu per-bulan, maka mulai dari Januari hingga Mei 2020, dapat dikelompokkan jenis dan judul berita

tentang Covid-19 yang dibuat oleh media massa khususnya televisi di Indonesia.

Pada bulan Januari 2020, berita mengenai Covid-19 masih didominasi perkembangan kabar terbaru dari Kota Wuhan. Mulai dari jumlah kasus, penanganan wabah, kebijakan menutup kota atau *lockdown*, hingga nasib WNI yang terjebak di Kota Wuhan. Di Bulan ini media di Indonesia belum menjadikan Covid-19 sebagai berita utama. Salah satu isu yang mendapat perhatian lebih yaitu nasib WNI yang didominasi mahasiswa, yang terjebak di Wuhan. *Agenda setting* yang dibuat media massa adalah mendorong pemerintah Indonesia untuk mengevakuasi warganya yang terjebak di Wuhan.

Bulan Februari 2020, berita Covid-19 makin beragam sebab virus ini menyebar cepat ke berbagai negara. Di bulan ini berita tentang Covid-19 di Indonesia mulai mengalami perubahan, dan tidak hanya fokus pada Kota Wuhan. *Agenda setting* media pada bulan ini difokuskan kepada upaya evakuasi WNI yang bekerja pada sejumlah kapal pesiar, serta mengawasi upaya pemerintah Indonesia dalam mencegah agar virus ini tidak masuk ke Indonesia.

Bulan Maret 2020, bisa dikatakan pada bulan ini semua berita media massa di Indonesia difokuskan kepada virus ini. Sebab pada awal bulan ini, Presiden Joko Widodo mengumumkan langsung dua Warga Negara Indonesia yang positif terkena virus Corona. Sejak saat itu, hingga tulisan ini dibuat pada akhir Mei 2020, setiap hari masyarakat disuguhi berita penambahan pasien positif Corona di Indonesia, yang jumlahnya telah mencapai lebih dari 20 ribu kasus.

Namun seperti yang disebutkan di awal, Covid-19 tidak hanya tentang bidang kesehatan saja, tetapi berdampak pada seluruh sektor kehidupan. Oleh karena itu sejak Maret 2020, muncul beragam berita yang berhubungan dengan Covid-19, mulai dari bidang ekonomi, bidang pendidikan, bidang hiburan, bidang sosial, hingga bidang olah raga. Disinilah pentingnya *agenda setting* untuk media. Media harus bisa menentukan isu apa yang lebih dulu disampaikan kepada publik, dan isu mana yang lebih berdampak pada kehidupan masyarakat.

Salah satu isu yang menjadi perhatian pada bulan ini adalah kebijakan sejumlah daerah yang menghentikan aktivitas pendidikan, dan menggantinya dengan cara belajar daring dari rumah. Selain itu penutupan aktivitas perkantoran dan diganti dengan sistem *work from*



*home* (WFH) mulai ramai diberitakan pada bulan Maret. Isu lainnya yang ramai diberitakan yaitu kelangkaan stok masker, terutama masker medis di masyarakat.

Bulan April 2020, di bulan ini mulai ada pergeseran isu berita. Salah satunya adalah pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sebagian besar wilayah Indonesia. Dari isu PSBB ini ternyata juga diikuti dengan isu sosial yang muncul, dimana berita-berita tentang pemberian bantuan baik berupa uang atau sembako untuk warga terdampak Covid-19, banyak bermunculan. Hal ini karena kebijakan PSBB ternyata berdampak pada meningkatnya jumlah warga yang kehilangan pekerjaan atau kehilangan mata pencaharian.

Di bidang medis, isu kelangkaan APD untuk tenaga medis mulai banyak diberitakan. Sejak isu ini dimunculkan media, maka sejak itu mulai muncul berita pembuatan APD oleh sejumlah balai latihan kerja, untuk dibagikan kepada tenaga medis. Berita tentang pentingnya pemakaian masker untuk pencegahan penularan Corona, juga masih ramai pada bulan April ini.

Selain itu, pada bulan April 2020 ternyata juga bertepatan dengan bulan ramadhan 1441 H. Seperti diketahui, ramadhan merupakan bulan suci bagi umat Islam. Di bulan ini kegiatan ibadah selalu diikuti oleh banyak orang seperti salat berjamaah, salat tarawih, kajian ilmu, dan buka puasa bersama. Namun sejak terjadi pandemi, pemerintah melarang segala macam bentuk kegiatan yang bisa mengakibatkan perkumpulan orang. Mau tak mau hal ini menjadi isu penting di media massa, sebab di satu sisi umat Islam ingin memaksimalkan ibadah, namun di sisi lain pemerintah berusaha menekan angka penderita Covid-19. Akhirnya di bulan April ini, salah satu agenda pemberitaan media adalah tentang larangan salat berjamaah di masjid, dan sosialisasi beribadah dari rumah.

Pada Mei 2020 cukup banyak berita yang berhubungan dengan Covid-19. Berita mengenai PSBB dan Ramadhan di era Covid-19 masih menghiasi *headline* media massa. Pergeseran isu terjadi menjelang hari raya Idul Fitri, yang identik dengan tradisi mudik. Berita-berita mengenai larangan mudik dan penutupan transportasi umum mulai menjadi *headline* media massa. Selain larangan mudik, berita tentang karantina 14 hari bagi pemudik yang tiba di kampung halaman, juga ramai diberitakan dari berbagai daerah



Sepekan sebelum Idul Fitri, berita media massa mulai didominasi dengan berita-berita mengenai kepadatan warga yang berbelanja di pasar, baik pasar tradisional maupun pasar modern. Salah satu pasar yang menjadi perhatian yaitu pasar Tanah Abang di Jakarta Pusat, yang ramai dikunjungi warga dimasa PSBB.

Berita lain yang menyita perhatian khalayak di pekan terakhir ramadhan, adalah berita tentang boleh tidaknya melaksanakan salat Idul Fitri di masjid atau lapangan terbuka. Hal ini terjadi karena banyak permintaan dari umat Islam agar bisa melaksanakan salat Idul Fitri berjamaah di masjid atau lapangan. Namun karena angka penderita Covid-19 masih tinggi, pemerintah kemudian melarang pelaksanaan salat Idul Fitri di masjid dan lapangan, dan mengimbau warga untuk melaksanakan salat di rumah. Setelah muncul kebijakan tersebut, maka media mulai membuat berita atau informasi tentang tata cara pelaksanaan salat Idul Fitri di rumah.

Idul Fitri usai, bukan berarti berita tentang penanganan Covid-19 mereda. Masalah baru timbul ketika banyak warga yang berhasil pergi mudik akan kembali ke Jakarta. Hal ini pun menjadi salah satu fokus berita tentang Covid-19 usai Idul Fitri, selain rencana penerapan *new normal* oleh pemerintah di sejumlah daerah.

### **Agenda Setting Berita Covid-19 di TvOne**

Salah satu media yang fokus dengan berita mengenai Covid-19 adalah stasiun televisi tvOne. TV milik grup Bakrie itu sejak bulan Januari sudah mulai melakukan *agenda setting* terhadap perkembangan Covid-19.

Pada Januari, berita-berita mengenai kemunculan Covid-19 di Kota Wuhan, mulai mendapat porsi pada segmen berita internasional, di setiap program berita regular seperti Kabar Pagi, Kabar Siang, Kabar Petang, dan Kabar Utama. Perkembangan Covid-19 di Tiongkok, mendapat porsi tayangan lebih banyak pada program berita luar negeri, Kabar Dunia.

Berita tentang virus Corona di Wuhan yang ditayangkan pada program-program tersebut masih seputar penambahan jumlah kasus hingga pemberlakuan *lockdown* di Kota Wuhan, dengan mengambil sumber berita dari media luar negeri.

Kebijakan redaksi juga belum ada perubahan signifikan ketika ada 245 WNI yang terjebak di Kota Wuhan. Berita mengenai nasib WNI di Kota Wuhan memang menjadi salah satu prioritas isu dalam berita mengenai Covid-19 di bulan Januari. Untuk kebutuhan visual, tvOne memanfaatkan gambar amatir mengenai kondisi Wuhan yang direkam oleh WNI di sana. tvOne juga mewawancarai langsung sejumlah WNI di Wuhan melalui sambungan telepon atau layanan *skype*.

Pada Februari, redaksi tvOne mulai memberlakukan kebijakan program *breaking news* pada setiap berita evakuasi WNI. Dimulai dari kedatangan 245 WNI di Wuhan ke Pulau Natuna, hingga evakuasi sejumlah ABK (Anak Buah Kapal) berpaspor WNI dari sejumlah kapal pesiar, seperti Kapal Pesiar *World Dream*, dan Kapal Pesiar *Diamond Princess*.

Khusus untuk Kapal *Diamond Princess*, tvOne tidak hanya memberitakan dari sisi *proximity* atau kedekatan karena ada 69 WNI di kapal tersebut. Tapi juga mengisahkan perjalanan kapal mewah itu hingga akhirnya terpaksa dikarantina di pelabuhan Kota Yokohama, Jepang, karena ada penumpangnya yang meninggal akibat virus Corona.

Sementara untuk berita Covid-19 di dalam negeri, *agenda setting* tvOne lebih mengarah kepada kebijakan dan rencana pemerintah Indonesia dalam menghadapi atau mencegah masuknya virus tersebut ke Indonesia. Untuk tema ini, sejumlah narasumber baik dari lingkungan istana, kementerian, DPR, dokter, dan pengamat, diundang menjadi narasumber pada sejumlah program tvOne.

Memasuki Maret 2020, berita-berita di tvOne mulai didominasi dengan berita Covid-19. Dimulai dengan program *breaking news* tentang pengumuman pasien positif Corona pertama di Indonesia yang diumumkan langsung oleh Presiden Joko Widodo dan Menteri Kesehatan Terawan. Di bulan ini pada seluruh program berita tvOne, berita perkembangan Covid-19 di Indonesia dipastikan selalu menjadi *headline*. Berita-berita yang ditampilkan pada bulan ini, lebih banyak ke penambahan jumlah pasien positif, serta persiapan fasilitas rumah sakit untuk merawat pasien Covid-19.

Masih pada Maret, program *breaking news* menjadi andalan tvOne untuk mengabarkan perkembangan terbaru. Seperti saat pengumuman tentang Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi, yang menjadi salah

satu pasien positif Corona, pada 13 Maret, penetapan wabah Covid-19 sebagai bencana nasional oleh presiden, 14 Maret, serta saat Gubernur DKI Jakarta mengumumkan meliburkan sekolah untuk mencegah penyebaran Corona pada tanggal 14 Maret.

Namun di akhir Maret 2020, redaksi tvOne akhirnya membuat kebijakan baru dalam agenda *setting* Covid-19. Setelah sebelumnya hanya memberikan porsi pada tayangan berita reguler dan *breaking news*, maka di pekan terakhir bulan Maret, redaksi membuat program baru bernama Kabar Khusus, yang fokus memberitakan tentang Covid-19 di Indonesia dan dunia.

Pembentukan kabar khusus ini tentunya didasari dari data *rating* dan *share* yang di rilis oleh AC Nielsen. Dari data Nielsen diketahui jika berita mengenai Covid-19 mendapat *rating* dan *share* yang bagus. Artinya banyak masyarakat yang menonton berita tentang Covid-19, dibandingkan dengan berita lain yang tak berhubungan dengan Covid-19. Oleh karena itu redaksi kemudian membuat Kabar Khusus yang tayang dua kali sehari, yaitu setiap pukul 10.00 WIB hingga 11.00 WIB, dan pukul 14.00 WIB hingga 15.00 WIB.

Dua program Kabar Khusus dalam satu hari itu digawangi oleh dua tim berbeda yang dipimpin masing-masing seorang produser eksekutif, dua orang produser pelaksana, dan dua asisten produser. Produser eksekutif kabar khusus edisi pagi, Eko Subiyakto, menjelaskan, kabar khusus selain menyajikan berita-berita berbentuk bulletin, juga mengandalkan *live report* dari reporter dan kontributor diberbagai tempat, serta wawancara langsung dengan berbagai narasumber penting dalam penanganan Covid-19.

Tidak hanya membuat program baru, redaksi tvOne juga mulai menyeragamkan judul besar untuk berita Covid-19, di setiap program beritanya. Maka dari itu, pada bulan ini tvOne memiliki judul tetap untuk berita Covid-19 yaitu "BERSATU MELAWAN CORONA", yang dijadikan *template* untuk judul besar pada *character generator* (CG).

Menurut seorang produser acara Kabar Khusus, Raden Rachmadi, penentuan judul besar itu merupakan salah satu bentuk *agenda setting* yang dilakukan redaksi tvOne. Tujuannya menciptakan kesadaran khalayak jika saat ini mereka memiliki musuh bersama yaitu virus Corona. Pemilihan kata "bersatu" di awal judul juga bertujuan mengajak masyarakat untuk bersama-sama melawan virus ini. Karena

virus Corona tidak dapat dikalahkan oleh satu pihak saja, tetapi harus dikalahkan bersama-sama dengan peran serta masyarakat.

Lalu mengapa tidak memakai kata Covid-19, seperti yang telah disepakati WHO? Untuk hal ini redaksi tvOne tetap memakai “Corona” dalam judul besarnya, dengan alasan lebih dipahami masyarakat.

Keputusan redaksi untuk membuat program kabar khusus ini cukup tepat. Karena pada akhir Maret, banyak sekali berita yang berhubungan dengan Covid-19, baik dari dalam maupun luar negeri. Salah satunya kabar dari Arab Saudi, ketika pemerintah Arab Saudi resmi melakukan *lockdown* di tiga kota, yaitu Mekkah, Madinah, dan Riyadh, pada 25 Maret 2020.

*Lockdown* di Arab Saudi dan penutupan Masjidil Haram serta Masjid Nabawi oleh pemerintah Arab Saudi, menjadi salah satu *agenda setting* redaksi tvOne pada akhir Maret. Kebijakan itu berdampak pada ratusan ribu warga Indonesia yang akhirnya gagal berangkat umroh. Sejumlah narasumber mulai dari Duta Besar RI untuk Arab Saudi, Agus Maftuh Abegebriel, Kementerian Agama RI, biro perjalanan umroh, hingga calon Jemaah umroh yang gagal berangkat, dipilih menjadi narasumber dalam berita ini.

Salah satu yang menjadi fokus *agenda setting* tvOne pada akhir Maret adalah wacana penerapan *lockdown* di Ibu Kota Jakarta, yang sempat terjadi tarik ulur antara Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dengan Pemerintah Pusat. Pernyataan dari pemangku kebijakan di DKI dan nasional, menghiasi layar kaca tvOne saat itu. Bahkan wacana ini pun dibahas dalam tayangan unggulan tvOne, Indonesia *Lawyers Club*. Wacana *lockdown* ini berakhir saat istana akhirnya menolak permohonan Gubernur DKI, Anies Baswedan, untuk menerapkan karantina wilayah pada 31 Maret 2020.

Awal April 2020, diawali dengan pengumuman pemerintah untuk melakukan (PSBB) Pembatasan Sosial Berskala Besar, sebagai pengganti *lockdown* atau karantina wilayah. Sejak saat itulah, *agenda setting* redaksi diarahkan untuk menggali lebih jauh tentang apa itu PSBB, bagaimana pelaksanaannya, seperti apa sanksinya, dan yang paling penting apa dampaknya bagi masyarakat. Cukup banyak berita yang dapat digali dari penerapan PSBB, maka redaksi pun harus memilih berita-berita yang penting dan berpengaruh bagi masyarakat, yang harus diutamakan untuk tayang.

Dalam hal ini, pemimpin redaksi memiliki otoritas untuk menentukan berita yang harus ditayangkan jika dirasa penting. Namun kebijakan berita yang akan ditayangkan tetap dipegang oleh produser eksekutif (*prodeks*) program bersangkutan. *Prodeks* dan produser akan melihat kiriman-kiriman berita dari tim *news gathering*, dan melihat posisi tim liputan, sebelum menentukan berita-berita yang akan ditayangkan. Namun *prodeks* dan produser juga bisa meminta kepada *news gathering* untuk meliput suatu tema berita yang sesuai dengan kebutuhan program.

Dari sekian banyak pilihan *angle* berita, program Kabar Khusus tvOne, terutama yang tayang pukul 10.00 WIB, memilih tidak terlalu fokus pada isu utama Covid-19. Hal ini dikarenakan *update* jumlah pasien Covid-19 di Indonesia biasanya diumumkan pada sore hari. Oleh karena itu, produser acara selalu mengandalkan tayangan *live* dari tim liputan di lapangan, serta materi-materi berita kiriman dari kontributor di berbagai daerah.

Pada pekan pertama April, sehubungan dengan pelaksanaan PSBB, maka *agenda setting* Kabar Khusus difokuskan untuk melihat pelaksanaan PSBB di sejumlah wilayah seperti Jakarta, Bodetabek, dan sejumlah kota lain di Pulau Jawa seperti Bandung, dan Surabaya. Tayangan *live* dari tim liputan dan kontributor disejumlah kota yang menerapkan PSBB menjadi nyawa dalam program ini. Namun tidak ketinggalan juga berita-berita dalam bentuk bulletin berupa *voice over* (VO) dan *package* (paket) tentang PSBB juga disiapkan oleh produser dan asisten produser yang bertugas.

Selain pelaksanaan PSBB, *angle* lain yang menjadi agenda *setting* pada program ini adalah dampak dari pelaksanaan PSBB. Seperti diketahui dampak pandemi Covid-19 ini juga terjadi pada bidang ekonomi, dimana sejumlah pekerjaan dan industri terkena dampaknya sebelum PSBB dimulai. Saat PSBB diterapkan, dampak ekonomi makin terasa. Banyak warga kehilangan mata pencaharian atau terkena PHK akibat kebijakan PSBB. Seperti pekerja sektor transportasi, pariwisata, restoran, dan hiburan. Namun disaat itulah mulai banyak muncul aksi-aksi sosial sesama warga yang membantu warga lain dengan memberikan bantuan dana dan sembako.

Kabar khusus banyak memberitakan aksi pembagian sembako kepada warga terdampak Covid-19 ini. Bahkan hampir di setiap episode

berita pembagian sembako dari berbagai daerah menjadi salah satu *headline* utama. Pemilihan *angle* ini bukan tanpa alasan. Produser Kabar Khusus, Raden Rachmadi menjelaskan, tvOne ingin menumbuhkan jiwa sosial antar warga di tengah pandemi ini, sehingga makin banyak warga yang mampu membantu warga lain yang terdampak Covid-19. “Itulah salah satu filosofi dari judul besar Bersatu Melawan Corona. Dimana warga bisa bersatu untuk membantu warga yang tak punya penghasilan saat pandemi berlangsung,” Jelas Raden.

Isu besar lain di bulan April adalah Ramadhan di era pandemi. Isu ini tentunya menjadi salah satu *agenda setting* yang harus disiapkan tim redaksi. Sebab jika tidak dijadikan salah satu *angle* berita, dikhawatirkan bulan angka penderita Covid-19 akan melonjak tajam di bulan ramadhan, dan terciptanya klaster-klaster baru penyebaran Covid-19. Oleh karena itu berita-berita mengenai anjuran beribadah di rumah selama ramadhan, mendapat porsi yang cukup banyak. Sejumlah narasumber baik dari Kementerian Agama, MUI, hingga ustaz kondang, diwawancarai untuk memberikan panduan tentang ibadah dari rumah ini. Selain itu berita tentang himbauan untuk tidak melaksanakan salat tarawih berjamaah di masjid di masa PSBB juga kerap ditayangkan menjelang dan saat ramadhan.

Memasuki bulan Mei 2020, berita tentang Covid-19 ternyata masih mendominasi media massa dan layar kaca di Indonesia. Atas dasar itulah program Kabar Khusus diperpanjang penayangannya selama satu bulan. Hal ini merupakan kebijakan redaksi yang bertujuan agar masyarakat tetap waspada terhadap wabah ini. Apalagi memasuki bulan Mei, jumlah pasien positif Covid-19 di Indonesia telah lebih dari 10 ribu kasus. Jika tidak diberi perhatian, bisa saja masyarakat lengah dan justru membuat terjadinya lonjakan pasien positif. Sebab pada bulan Mei ada hari raya Idul Fitri, yang dirayakan oleh umat Islam di Indonesia.

Maka dari itu, salah satu *agenda setting* yang disiapkan tim redaksi adalah tentang kebijakan larangan mudik. Seperti diketahui Idul Fitri di Indonesia identik dengan aktivitas mudik, terutama dari Jakarta ke berbagai wilayah di Indonesia.

Di pekan-pekan awal bulan Mei, program Kabar Khusus masih memuat berita mengenai PSBB dan pembagian sembako. Ada penambahan *agenda setting* di bulan ini yaitu pelaksanaan *rapid test* dan

*swab test* yang digelar di sejumlah tempat. Setidaknya ada sejumlah reportase langsung pelaksanaan *rapid* dan *swab test*, seperti dari Stasiun Bogor, Stasiun Bojong Gede, Stasiun MRT Dukuh Atas, hingga permukiman warga di Tambora, Jakarta Barat. Tayangan ini penting untuk menumbuhkan kesadaran warga, agar mau memeriksakan dirinya, terutama warga yang kerap menggunakan transportasi umum, atau warga yang pernah melakukan kontak dengan ODP dan PDP.

Salah satu isu utama di bulan ini adalah kebijakan menghentikan layanan transportasi umum seperti bus AKAP, kereta api, dan pesawat terbang. Sejak pemerintah melalui Kementerian Perhubungan menetapkan kebijakan ini, redaksi segera menempatkan tim liputan di Terminal Pulogebang, Stasiun Gambir, Stasiun Pasar Senen, dan Bandara Soekarno Hatta. Tim liputan ini bertugas melakukan reportase dari lokasi-lokasi itu, terutama melihat aktifitas *refund* tiket dari para calon penumpang yang gagal berangkat.

Sama halnya ketika pemerintah akhirnya membuka kembali transportasi umum secara terbatas. Lokasi-lokasi tadi kembali menjadi titik reportase dari tim liputan. Kali ini *angle* berita yang dikejar meliputai animo masyarakat yang akan menggunakan transportasi umum, serta tata cara membeli tiket bagi masyarakat yang membutuhkan.

Tidak hanya transportasi publik, penyekatan jalan terutama akses menuju keluar Jakarta juga menjadi *headline* pada program Kabar Khusus. Sejumlah lokasi seperti cek poin Cikarang Barat tol Cikampek dan cek poin Kalimalang, menjadi dua titik utama untuk reportase langsung suasana penyekatan kendaraan yang akan berangkat mudik. Di tempat ini Kabar Khusus menampilkan suasana *real time* saat polisi, satpol PP, serta petugas dinas perhubungan, memeriksa kendaraan dan memutar balik kendaraan yang ketahuan membawa pemudik.

Isu tidak boleh mudik ini tetap dipertahankan hingga menjelang Idul Fitri. Namun tentu tidak melupakan dua isu lain yang lebih penting, yaitu boleh tidaknya melaksanakan Salat Idul Fitri di masjid atau lapangan saat PSBB, dan ramainya warga yang berbelanja di pasar jelang Idul Fitri. Isu ini penting karena Salat Ied baik di masjid atau lapangan, dapat mengundang berkumpulnya warga. Hal ini tentu dikhawatirkan dapat menjadi salah satu penyebab penularan



Covid-19. Maka dari itu, sepekan sebelum Idul Fitri, tim redaksi menyiapkan *agenda setting* tentang boleh tidaknya pelaksanaan Salat Ied ini. Sejumlah narasumber baik dari Kementerian Agama, MUI, Dewan Masjid Indonesia, serta tokoh-tokoh agama Islam, dijadikan narasumber untuk memberi pandangan dan solusinya dalam masalah ini. Setelah pemerintah memutuskan melarang shalat Ied di masjid dan lapangan, maka *agenda setting* berikutnya adalah memberikan sosialisasi tentang tata cara pelaksanaan Salat Ied di rumah.

Satu isu lain yang mendapat perhatian untuk dilakukan agenda *setting* adalah belanja kebutuhan Idul Fitri di pasar. Untuk yang satu ini meski sudah ada larangan untuk menutup toko selain toko sembako, namun tetap saja banyak pedagang non sembako terutama penjual baju yang nekat berjualan. Sejumlah pasar seperti Pasar Tanah Abang di Jakarta dan Pasar Anyar, di Kota Bogor, terlihat dipenuhi warga yang akan belanja kebutuhan lebaran. Dua lokasi pasar itu akhirnya menjadi salah satu titik reportase untuk program Kabar Khusus. Bahkan untuk Pasar Tanah Abang, hampir setiap hari dilakukan reportase dari sana, karena banyaknya warga yang berbelanja di masa PSBB ini. Hal-hal yang disampaikan dalam reportase ini diantaranya upaya satpol pp mengentikan aktivitas pasar, hingga tidak disiplinnya warga karena tidak memakai masker dan mengacuhkan himbauan menjaga jarak.

Masih pada Mei, kali ini usai perayaan Idul Fitri. Jika pada tahun lalu fokus memberitakan arus balik, maka di masa PSBB ini *angle* berita yang ditayangkan seputar larangan pemudik kembali ke Jakarta jika tidak memiliki SIKM (Surat Izin Keluar Masuk). Sejumlah lokasi seperti tol Cikampek kilometer 47, gerbang tol Kalihurip di Cikampek, dan Sumber Arta, Kalimalang, menjadi titik untuk reportase aktivitas penyekatan pemudik yang akan masuk Jakarta. Kekuatan visual sangat diutamakan dalam reportase ini, sehingga reporter dan kameramen diminta untuk menceritakan upaya petugas menyekat dan memutar balik warga yang tak memiliki SIKM.

Satu isu lain yang mulai muncul di akhir Mei, adalah wacana penerapan *New Normal* oleh pemerintah pusat di beberapa wilayah yang dinilai telah menjadi zona hijau. Pernyataan Presiden Joko Widodo tentang *new normal* ini mau tak mau membuat tim redaksi menyusun agenda *setting* untuk membahasnya. Sebab masih banyak



warga yang belum tahu dengan istilah tersebut, dan bagaimana cara penerapannya.

## **Manfaat Agenda Setting untuk Televisi**

Secara umum setiap jenis media massa memiliki *agenda setting* tersendiri yang sesuai dengan kebijakan masing-masing redaksi dan pemilik media. Biasanya media yang memiliki *agenda setting* yang kuat, memiliki tim *litbang* (Penelitian dan Pengembangan) yang kuat, sehingga mereka dapat menentukan isu apa yang akan ditampilkan kepada publik.

Namun untuk tvOne, kebijakan *agenda setting* televisi dengan *tagline* “Memang Beda” itu, selama ini selalu berdasarkan dari *news pack* atau peristiwa apa yang sedang ramai. Raden Rachmadi, seorang produser di tvOne menjelaskan, tvOne selama ini selalu bermain di peristiwa-peristiwa besar yang sudah terjadi. Seperti bencana alam, kecelakaan transportasi, aksi terror, atau kerusuhan. “Dari peristiwa itulah kemudian ditentukan *agenda setting* tentang mau di arahkan ke mana isu tersebut. Sebab dari satu peristiwa besar, akan banyak didapatkan *angle-angle* berita yang menarik” jelasnya.

Termasuk dalam pandemi Covid-19 ini. Di awal tahun 2020 tidak ada yang menyangka ada wabah global berdampak besar pada kehidupan manusia diseluruh dunia. Maka setelah wabah itu muncul dan masuk ke Indonesia, tim redaksi kemudian menentukan *agenda setting* agar berita-berita tentang Covid-19 lebih terarah, sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Sehingga selain masyarakat mendapatkan informasi yang dibutuhkan, tvOne dalam hal ini mendapatkan penonton yang bisa meningkatkan jumlah *rating* dan *share* mereka. Hal ini dibuktikan dari data yang dirilis oleh AC Nielsen. *Rating* dan *share* tvOne selama pandemi Covid-19 mengalami peningkatan dan kerap mengungguli TV berita lain yang menjadi saingannya. Bahkan menurut Produser Eksekutif Kabar Khusus, Eko Subiyakto, *share* tvOne bisa melebihi beberapa TV hiburan di masa pandemi ini.

Sebagai contoh, Eko menjelaskan data dari Nielsen tanggal 29 Mei 2020, tvOne mendapatkan *share* sebesar 5,3% secara nasional. Angka itu jauh mengalahkan 3 TV hiburan, 3 TV berita lain, dan 1 TV pemerintah.

Salah satu program yang berhasil mendongkrak *share* tvOne adalah Kabar Khusus yang tayang pukul 10.00 WIB hingga 11.00 WIB. Dalam dunia televisi khususnya TV berita, jam tersebut bukanlah termasuk *prime time*, dan bahkan kerap disebut sebagai “jam mati” karena jarang penonton di jam tersebut. Sehingga program apapun yang tayang sulit mendapat *rating-share* yang diinginkan.

Namun semua itu berubah saat pandemi serta ada kebijakan PSBB. Dimana banyak warga yang beraktifitas dari rumah, sehingga jumlah penonton TV meningkat. Hal ini juga berdampak pada *rating share* Kabar Khusus yang tayang di “jam mati”. Secara mengejutkan *rating share* program tersebut dapat lebih tinggi dari program reguler. “Untuk *share* Kabar Khusus corona ini, program kami sering mendapat angka 4,0 bahkan 5,0 dan mengungguli TV berita lain,” Jelas pria yang akrab disapa Esu itu.

Dari pembahasan ini, dapat disimpulkan jika *agenda setting* merupakan salah satu kunci keberhasilan media untuk bersaing dengan media lainnya. Tanpa *agenda setting*, kebijakan redaksi menjadi tidak terarah sehingga berita-berita yang ditampilkan bisa tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun dengan *agenda setting*, media bisa membenamkan kepada publik tentang apa yang menjadi perhatiannya. Selain itu tentunya mendapat kepercayaan publik yang berdampak pada peningkatan jumlah penonton, yang mana hal ini bisa menjadi sarana untuk menarik iklan.



# Konvergensi Media dan Pandemi Covid-19

ANDYS TIARA

**M**edia massa merupakan institusi kunci dalam masyarakat kita. Hubungan antara media massa dengan masyarakat adalah respirokal (saling mempengaruhi). Media membentuk dan dibentuk oleh masyarakat. Media mempengaruhi budaya, kebiasaan membeli, dan politik masyarakat. Sebaliknya, media juga terpengaruh oleh perubahan kepercayaan, selera, minat, dan perilaku masyarakat.

Hal tersebut terjadi dan dapat kita amati pada animo individu atau masyarakat terhadap berbagai program komunikasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Belum lagi munculnya media baru (internet). Sejak bangun tidur, melakukan aktivitas harian, sampai tidur kembali kita tidak lepas dari terpaaan media massa. Kehidupan masyarakat masa kini tidak bisa dilepaskan dari peran media massa.

Media berperan sentral dalam masyarakat saat ini. Melalui media, informasi, pandangan, gagasan dan wacana saling dipertukarkan. Tidak hanya itu, kemajuan masyarakat juga tercermin didalamnya. Dalam masyarakat modern, media tertanam secara mendalam di kehidupan sosial, tidak ada perkara sosial yang tidak melibatkan media. Melalui kanal-kanal media, apa yang terjadi dalam lingkup

lokal dapat dengan cepat menjadi global; begitu pula sebaliknya, apa yang biasanya diterapkan di tingkat global kini dapat diterapkan secara lokal.

Selaras dengan pernyataan Thomas L. Friedman, Seorang kolumnis dari *New York Times* (dalam Biagi Shirley, 2010 : 229) “Saat ini dunia sudah sangat terhubung menjadi satu, sangat rata yang membuat Anda tidak hanya sebatas melihat dari tempat Anda berdiri – seperti dimana karavan itu dan seberapa jauh atau tertinggalnya Anda”. Alasan utamanya adalah dengan adanya internet. Dalam kurun waktu 30 tahun terakhir, munculnya internet sebagai sistem penyampai media telah mengubah struktur dan ekonomi bisnis media di seluruh dunia.

Berbicara mengenai struktur dan ekonomi bisnis media. Media adalah sebuah industri, yang artinya media massa merupakan bisnis yang berpusat pada keuntungan. Kegiatan Produksi, distribusi dan keberadaan industri media seperti televisi, radio, majalah, koran, buku, rekaman, dan film tentunya membutuhkan modal yang besar. Maka dari itu, Produk dari bisnis ini yang berupa informasi dan hiburan akan bergantung kepada khalayak konsumen media untuk menghasilkan pendapatan.

Berdasarkan hal ini, hanya pemodal besar atau pemerintah (untuk media publik) yang mampu mendirikan industri media. Pada gilirannya, para pemodal ini berupaya memperoleh keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan dalam industri media. Fenomena inilah yang disebut dengan Media Komersial.

Untuk dapat memahami industri media massa, hal yang pokok untuk dimengerti yaitu siapa pemilik saluran komunikasi yang penting ini. Dennis McQuail merangkum bentuk-bentuk kepemilikan media di atas menjadi tiga bentuk kepemilikan, yaitu :

1. Perusahaan Komersial (Media Swasta)
2. Media Publik
3. Institusi NirLaba (Media Komunitas) dan (Media Pemerintah)

Media swasta kerap kali berorientasi pada kapitalisme, bebas berkompetisi untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Media Publik berupaya mendapatkan keuntungan sosial, politik, dan budaya bagi publik. Sementara institusi nirlaba yang mencakup media komunitas dan media pemerintah, dalam perspektif ekonomi

media tidaklah ditujukan untuk menghasilkan keuntungan ekonomi. Namun, media pemerintah bertujuan mencapai keuntungan politik bagi penguasa. Sedangkan media komunitas sama dengan media publik, hanya saja sasarannya tidak seluas media publik.

Di Indonesia, bentuk kepemilikan media didominasi oleh media swasta yang sebagian besar memiliki latar belakang pengusaha, sehingga orientasi mereka bukan lagi berpusat pada idealisme kepentingan publik, namun kepada keuntungan. Berdasarkan hasil riset "*Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*" oleh Yanuar Nugroho, dkk (2013), pemilik media membuat media menjadi sebuah komoditas, dengan pemirsa diperlakukan hanya sebagai konsumen, bukan sebagai warga negara yang sah.

Fenomena media komersial ini telah membuat perusahaan besar membeli perusahaan kecil. Kecenderungannya adalah agar perusahaan-perusahaan media berkumpul bersama dalam kelompok besar, sehingga sedikit perusahaan yang memiliki jenis bisnis media yang lebih banyak. Kecenderungan ini disebut pemusatan kepemilikan (*concentration of ownership*).

Menurut Biagi Shirley (2010: 14), pemusatan kepemilikan (*concentration of ownership*) mempunyai empat bentuk berbeda, yaitu: waralaba, jaringan penyiaran, konglomerasi dan integrasi vertikal. Kecenderungan yang paling terlihat di antara perusahaan media saat ini adalah integrasi vertikal (*vertical integration*), suatu usaha dari satu perusahaan menguasai beberapa aspek yang berhubungan dengan bisnis media sekaligus, dengan masing-masing bagian saling membantu. Banyak perusahaan media memiliki lebih dari satu jenis usaha media. Surat Kabar, majalah, Stasiun Radio dan TV.



Gambar 1 . Delapan Raja Media Di Indonesia  
 Sumber: <https://tirto.id/cEv7> (Diakses Sabtu, 30 Mei 2020)

Tapsell (2017) merangkum delapan konglomerasi media di Indonesia yang disebutnya Konglomerat Digital. Delapan perusahaan ini adalah: (1) CT Corp milik Chairul Tanjung; (2) Global Mediacom milik Hary Tanoesoedibjo; (3) EMTEK milik Eddy Kusnadi Sariaatmadja; (4) Visi Media Asia milik Bakrie Group; (5) Media Group milik Surya Paloh; (6) Berita satu Media Holding milik Keluarga Riady; (7) Jawa Pos milik Dahlan Iskan; dan (8) Kompas Gramedia milik Jakoeb Oetama.

Delapan pemilik media diatas telah menggambarkan bagaimana satu pemilik media atau perusahaan media memiliki lebih dari satu jenis usaha media. CT Corp, misalnya. Perusahaan milik konglomerat yang sempat menjadi Menko Perekonomian selama lima bulan di era Susilo Bambang Yudhoyono ini membeli 55 persen saham TV 7 dari Kompas pada 2006. Mengganti namanya menjadi Trans7, yang sebentar saja pada pertengahan 2007, sudah menghasilkan keuntungan.

Pusat berita Trans TV dan Trans7 akhirnya disatukan pada 2018, seperti dikutip dari buku Chairul Tanjung Si Anak Singkong (2012). Pada 2011, Tanjung membeli detik.com. Disusul Telkomvision, *cable network* yang dinamai ulang jadi Transvision pada 2012. Ia terus mengembangkan pola ini dengan gerak cepat. Bekerja sama dengan CNN, pada 2013 ia membentuk CNN Indonesia yang kemudian hadir tak cuma sebagai portal berita *online* tapi juga stasiun televisi. Tidak hanya Chairul Tanjung, hal serupa juga dilakukan oleh ke-tujuh konglomerat digital lainnya.

Berdasarkan informasi tersebut, persaingan sengit adalah hal yang cocok untuk menggambarkan status keuangan industri media saat ini. Perusahaan media saling membeli dan menjual dalam angka yang tidak dapat diperkirakan, dan membentuk kelompok-kelompok media untuk memosisikan mereka di dalam pasar demi menjaga dan meningkatkan keuntungan. Saat ini, perusahaan media menghadapi tekanan kuat untuk menghasilkan keuntungan besar bagi para pemegang saham dan tantangan baru media internet.

Internet ini menjadi pasar baru yang potensial bagi para konglomerat digital untuk mendapatkan keuntungan dari Generasi Z – mereka yang lahir mulai tahun 1990an sampai dengan 2000an. Mereka juga akrab dengan teknologi dan memiliki akses informasi yang lebih mudah ketimbang generasi sebelumnya.

Pada 2017, Tirta.Id melakukan survei pada 1.201 responden yang berusia 7 hingga 21 tahun. Survei ini sendiri dilakukan di Jawa dan Bali sebagai wilayah konsentrasi sebaran penduduk Indonesia. Hasilnya 14,4 persen yang menjawab televisi sebagai sumber akses utama informasi. Dan hanya 1,7 persen yang membaca koran sedangkan 83,6 persen memperoleh informasi dari internet.

Internet telah menyebabkan munculnya produk media baru dan persaingan baru dalam bisnis media. Komunikasi digital telah



menjadi faktor terbesar dalam pengembangan semua industri media massa saat ini. Dalam dunia digital yang saling terkait, kecepatan dan kenyamanan jaringan telah mengubah industri media massa dan menghapus semua ide sebelumnya tentang bagaimana komunikasi massa harus bekerja.

Melihat internet sebagai tantangan baru yang berpotensi pada keuntungan mereka, industri media sudah mempersiapkan diri menghadapinya. Bentuk upaya pertahanan pemilik atau perusahaan media kini dikenal dengan gerakan konsolidasi atau penggabungan (*convergence*) media.

Kata penggabungan sebenarnya menggambarkan dua perkembangan yang terjadi pada saat yang bersamaan. *Pertama*, penggabungan berarti meleburnya industri komunikasi, komputer, dan elektronik karena kemajuan di bidang teknologi digital. *Kedua*, penggabungan juga berarti penjajaran secara ekonomis antara berbagai jenis perusahaan media untuk memastikan mereka dapat menawarkan beragam layanan yang dituntut oleh kemajuan teknis (Shirley, 2010 : 16)/ Perusahaan media yang berorientasi pada keuntungan mau tidak mau harus melakukan konvergensi untuk mengantisipasi kemungkinan yang terjadi seperti deficit perusahaan akibat jumlah oplah, penonton ataupun pendengar mereka mengalami penurunan yang disebabkan karena adanya teknologi komunikasi digital (internet). Dalam internet, istilah media digital (*digital media*) menggambarkan semua bentuk media komunikasi yang menggabungkan teks, gambar, suara dan video menggunakan teknologi komputer. Internet merupakan media tumbuh dan berkembangnya konvergensi media.

Hal yang pasti adalah tidak satupun dari mereka ingin kehilangan uang. Untuk bertahan, perusahaan media kini beralih (*movement*) ke media *online* atau dengan melakukan konvergensi media. Menurut BurneP dan Marshall (2003:1), Konvergensi media adalah penggabungan industri media, telekomunikasi, dan komputer menjadi sebuah bentuk yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi dalam bentuk digital. Membuat berbagai spesialisasi topik pembertitaan dengan cara membuat *dotcom* pun dilakukan para konglomerasi media.

Pada konvergensi media ini, perusahaan media swasta juga mendapatkan *insight* (pengetahuan yang dalam) dari sasaran khalayaknya. Dengan *Artificial Intelligence* (AI) melalui konten yang

lebih personal, media digital dapat mengetahui topik apa yang sering dibaca orang.

Bersumber dari algorithm yang bisa memutar dan bisa memprediksi dengan 99,99 persen akurasi. Akhirnya, perusahaan media berbondong-bondong melakukan konsolidasi (konvergensi media).

Menurut Preston (2001), konvergensi media menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan proses keseluruhan bentuk informasi baik visual, audio, text dan sebagainya di media. Di Indonesia sendiri sudah mengalami perubahan ini, dimana SDM (Sumber Daya Masyarakat) yang masih berpikir konvensional akan tergilas secara otomatis pada mereka yang tanggap menerima perubahan.

Konvergensi media juga telah menimbulkan pergeseran dalam paradigma, budaya dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru/mengubah gaya hidup seseorang dan cara berkomunikasi penggunaannya. Konten pemberitaan pandemi Covid-19 yang sekarang ini sangat dominan dikemukakan oleh media cetak, elektronik dan *online* akan menjadi studi kasus pada fenomena konvergensi media ini.

Pandemi Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus Corona yang menyebabkan sindrom pernapasan akut berat 2 (SARS-CoV-2). Kasus positif Covid-19 menyebar di Indonesia pertama kali pada 2 Maret 2020, ketika seorang instruktur dansa dan ibunya terkonfirmasi tertular dari seorang warga negara Jepang. Pada 9 April, pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi dengan Jakarta, Jawa Timur, dan Jawa Barat sebagai provinsi paling terpapar. Dilansir pada website <https://covid19.go.id/> Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, hingga kini, 30 Mei 2020 jumlah yang kasus Positif korona telah mencapai 25.773.

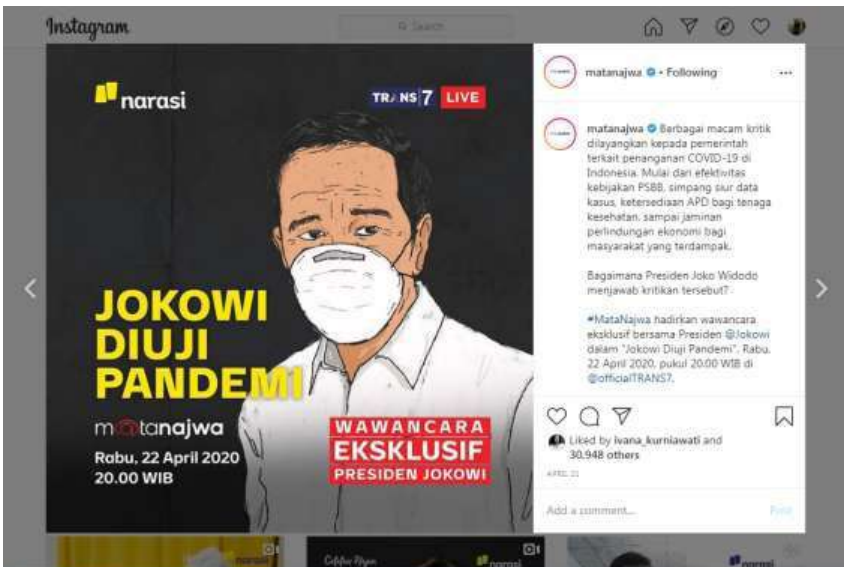
Untuk mengetahui seperti apa konvergensi konten pada pandemi Covid-19 ini, pada 29 April lalu telah diadakan *focus group discussion* (FGD) dengan praktisi komunikasi dan praktisi media yang telah bekerja sekurangnya tiga tahun di bidang mereka. FGD ini dilakukan secara *online* yang keseluruhannya terdiri dari 25 partisipan.

Terkait dengan konvergensi konten pandemi Covid-19 akan dikaitkan pada bentuk- bentuk konvergensi berdasarkan tingkat partisipasinya yang lebih dikenal dengan sebutan *convergence continuum*. Dailey, Demo, dan Spillman dalam Khadziq (2016: 8) mendefinisikan lima bentuk dalam konvergensi kontinum:

1. *Cross-promotion* (promosi silang), berarti kerja sama di antara dua media yang memberikan ruang untuk saling memperkenalkan konten media satu sama lain.

Relevansi pandemi Covid-19 : salah satu bentuk promosi silang yang dimaksud adalah suatu cara yang dilakukan media terhadap produk informasinya yang akan dikonsumsi khalayak. Namun sebelum tayangan itu ditampilkan, media secara masif menginformasikan kepada publik dengan meminta bantuan media lain untuk menginformasikannya.

Sebagai contoh wawancara eksklusif Najwa Shihab dengan Presiden Jokowi soal Covid-19 pada Media Narasi yang ditayangkan program Mata Najwa di Trans7 pada Rabu, 22 April 2020. Tiga hari seminggu sebelum hari itu tayang, mereka secara masif memberi informasi bahwa akan ada tayangan tersebut. Tidak hanya Media Narasi yang memberikan informasi, namun kumpulan media dalam satu perusahaan yang tergabung maupun tidak ikut menginformasikan. Tujuannya agar semua khalayak dapat menonton.



Gambar 2. Media Sosial Instagram Mata Najwa Mempromosikan Program Wawancara Eksklusif Dengan Presiden Jokowi yang akan Tayang di Trans7 Media Televisi. Sumber : Akun Instagram Mata Najwa (@matanajwa)



Gambar 3. Portal Media Online TribunNews Mempromosikan Program Wawancara Eksklusif Dengan Presiden Jokowi yang akan Tayang di Trans7 Media Televisi, Pada Rabu, 29 April 2020

Sumber : <https://batam.tribunnews.com/> (dikases 1 Juni 2020)

2. *Cloning* (Penyalinan atau Pengulangan), yaitu ketika konten media diperbanyak untuk dimuat di media lainnya. Artinya, satu media menampilkan konten berita dari ruang berita media lain apa adanya tanpa perubahan.

Relevansi Pandemi Covid-19 : Apabila kita mengamati semua informasi yang disajikan media sebenarnya mengandung konten yang sama, hanya saja mediumnya yang berbeda. Hal ini tentunya membuat khalayak jenuh informasi.

Sebagai contoh kasus pada Pandemi Covid-19 ini, setiap hari dilakukan konferensi pers dari Kemenkes dan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 di Gedung BNPB terkait informasi jumlah pasien positif, sembuh dan jumlah kematian. Realitanya khalayak sudah mengkonsumsi tayangan informasi tersebut dari media televisi. Tetapi pada media cetak dan *online* kembali dibahas dan ditampilkan dengan inti pokok konten yang sama atau pengulangan informasi. Hanya saja yang membedakan di media *online*, berita yang tampil

hanya sebagian. Hal ini tentu membuat bias informasi dan kejenuhan khalayak yang akan berdampak pada psikologis dan sosial. Seolah konten dan pembahasannya sama, namun berasal dari medium yang berbeda.

3. *Coopetition* (Kolaborasi), yaitu tahap ketika entitas media yang terkonvergensi saling bekerja sama dan berkompetisi disaat yang bersamaan.

Relevansi Pandemi Covid-19 : Disaat bersamaan, sub-sub industri dari satu kepemilikan media ini bersaing satu sama lain, namun dilain hal mereka juga berkolaborasi. Salah satu praktisi media menceritakan saat FGD bahwa dalam upaya peliputan update informasi Pandemi Covid-19 di Rumah Sakit Kemayoran, kondisi dilapangan banyak sekali beragam reporter dari berbagai institusi media cetak, televisi maupun media *online*. Mereka saling bersaing pada plottingannya juga tidak mau berbagi informasi satu sama lain demi menjaga eksklusifitas. Tetapi dalam satu sisi lain mereka harus bersatu, saling bertukar informasi. Dinamika ini juga terjadi pada media Berita Satu berdasarkan cerita teman-teman di lapangan. Gesekan antara kompetisi dan kolaborasi merupakan dampak internal pada media konvergensi.

4. *Content Sharing*, yang memungkinkan kedua media yang berlainan saling berbagi konten dalam bentuk pengemasan ulang (*repackaged*) atau bahkan termasuk berbagi *budgeting*. Konvergensi media dalam tahap ini sebagian besar dilakukan oleh media yang berada di bawah satu kepemilikan.

Relevansi Pandemi Covid-19 : ada kemasan ulang satu bahan yang diambil dari media lain, biasanya media *online* karena memiliki kecepatan yang tinggi dalam penyebaran informasi dibandingkan dengan media lain. Kemudian, berita dari media *online* tersebut dikutip pada bagian atau *point* yang penting lalu dikemas ulang melalui video-video dokumentasi lain, tetapi dengan narasi yang hampir sama. Contoh yang terjadi pada tayangan *Live Streaming* NarasiTv terkait wawancara eksklusif Jokowi dengan Najwa Shihab.

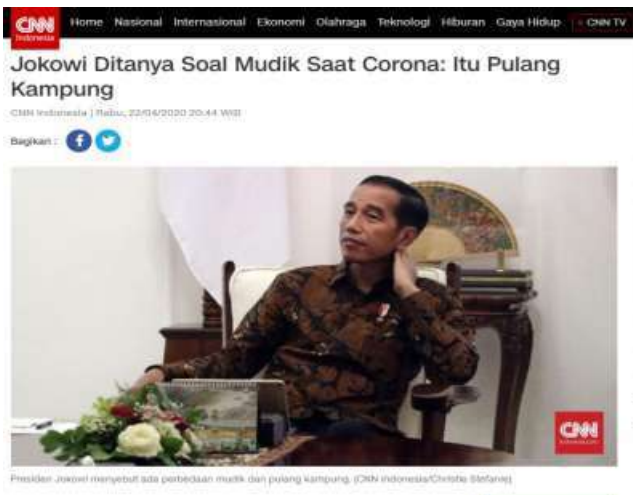
Ketika informasi tersebut resmi ditayangkan pada Rabu, 22 April 2019 pada program Mata Najwa di Trans7 yaitu salah satu bagian dari CT CORP dibawah kepemilikan Chairul Tanjung. Media lain yang juga dibawah payung yang sama pada CT CORP ikut memberitakan

informasi tersebut diwaktu yang sama seperti CNN, Detik, bahkan media lain diluar kepemilikan CT CORP. Dan akan berdampak pada perhitungan pembagian *budgeting*.



Gambar 4. Media Detik.com bagian dari CT CORP ikut menginformasikan perihal Perbedaan Mudik dan Pulang Kampung yang menjadi bagian konten dari Mata Najwa T

Sumber : <https://news.detik.com/>(dikases 1 Juni 2020)



Gambar 5. Media CNN bagian dari CT CORP ikut menginformasikan perihal Perbedaan Mudik dan Pulang Kampung yang menjadi bagian konten dari Mata Najwa T

Sumber : <https://www.cnnindonesia.com/>(dikases 1 Juni 2020)



5. *Full Convergence*, yaitu ketika media yang berbeda bekerja sama secara penuh, baik dalam hal pengumpulan, produksi, dan distribusi konten, dan bertujuan untuk memaksimalkan keunikan karakteristik masing-masing media untuk menyampaikan konten. Dalam tahap *full convergence*, media yang bekerja sama menghasilkan konten dan topik secara kolaboratif dengan memanfaatkan kekuatan *platform* media masing-masing.

Relevansi Pandemi Covid-19 : *Full Convergence* Paling sering terjadi pada moment- moment besar (*konten besar*) biasanya setahun sekali. Contoh: berita terkait mudik ditengah Pandemi Covid-19 yang mana menghadirkan pembatasan-pembatasan atau bahkan larangan dan penjagaan ketat. Media-media akan bekerja sama secara penuh menjadi sebuah liputan khusus sehingga dikemas dalam satu *tagline* "Pusat Informasi Corona" dan seluruh jenis media dalam satu group atau satu kepemilikan baik cetak, televisi, radio maupun *online* akan menyediakan 2-3 porsi kolom untuk membahas terkait informasi tersebut. Sebagai contoh jika kita membuka halaman <https://kumparan.com/page/corona> akan ada tautan atau *link* yang akan menghubungkan video ke divisi media lainnya atau televisi. Sehingga dalam satu link akses audien dapat keberagam media.



Gambar 6. Pusat Informasi Korona Oleh Media Kumparan  
Sumber : Akun Instagram Kumparancoms

Pendukung pemusatan kepemilikan dan penggabungan mengatakan, suatu perusahaan besar dapat memberikan keuntungan yang tidak dapat diperoleh oleh perusahaan kecil – pelatihan bagi para pekerja, upah lebih tinggi, dan kondisi kerja yang lebih baik. Sementara, argumentasi utama melawan pemusatan dan penggabungan kepemilikan kelompok merupakan sekian besarnya kekuatan yang membatasi perbedaan pendapat dan kualitas ide yang tersedia bagi masyarakat, dan penjamakan pesan (*message pluralism*).

Promosi Silang, Penyalinan atau Pengulangan, Kolaborasi, *Content Sharing*, dan *Full Convergence* dari bentuk konvergensi ini berarti bahwa pada akhirnya produk yang dihasilkan perusahaan media mulai mirip satu sama lain. Beragam dampak pada sektor ekonomi, sosial, politik dan budaya ikut mewarnai kehadiran konvergensi media ini.

Pada dampak ekonomi, melalui konvergensi audien media konvensional bisa dialihkan dan diajak menjadi audien ke media *online*. Begitupun sebaliknya. Hal ini membuat cakupan audiens menjadi lebih luas dan dapat dengan mudah mengakses informasi dalam genggaman. Terlebih dalam situasi Pandemi Covid-19 ini, kegiatan dirumah saja membuat akses audiens lebih tinggi dalam mengadopsi informasi.

Dari sisi media, mereka memiliki target berita dalam satu hari, sedangkan yang terjadi dilapangan pemerintah menerapkan informasi satu pintu melalui konferensi pers yang ditangani oleh Kemenkes dan Gugus Tugas Penanganan Covid-19. Hal ini membuat media harus mencari *angle* berita lain sehingga mewawancarai beragam narasumber seperti pengamat, akademisi, dan praktisi menjadi alternatif memproduksi sebuah pesan.

Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Prof. Wiku B. Adisasmito di Kantor BNPB, Jumat (27/3) pernah mengungkapkan, bahwa ada tiga musuh besar yang sempat terlihat di awal penanganan wabah virus Corona di tanah air. Tiga musuh besar itu ialah virusnya, ego sektoral, dan media massa.

Media masuk kategori musuh besar bukan cuma karena sering salah kutip atau membuat judul berita yang bombastis atau *clickbait*. Media, menurut Wiku, terkadang dalam memberitakan isu pandemi Covid-19 ini karena kurang memahami persoalan lalu mencari narasumber pakar yang berbeda-beda disiplin ilmu dan kapasitasnya, sehingga membingungkan masyarakat.



Kebingungan yang terjadi didalam masyarakat karena limpahan informasi di media baru ini membawa dampak sosial. Seruan *lockdown* yang sempat ramai diminta oleh khalayak yang mengkritik pemerintah lambat menangani kasus Covid-19 merupakan gejala sosial yang tidak terkontrol. Terutama pengguna media kovergensi ini adalah Generasi Z dengan platform melalui internet, generasi ini rentan tidak memiliki teman diskusi dan lebih dominan memiliki potensi membaca komentar (menjadi teman diskusi) mereka.

Pada kenyataannya banyak komentar yang tidak dipikirkan terlebih dahulu bahkan menjadi ajang olok-olok atau keseruan semata. Hal ini akan membawa pengaruh ke psikologis pembaca akibat tidak adanya partner diskusi dan individualis. Bisa kita amati banyak komentar yang terlalu kritis tetapi tidak membangun, dan ada yang juga membangun. Secara sosial konvergensi ini sangat berpengaruh. Khalayak lebih suka membaca asumsi daripada fakta.

Secara politik, Konvergensi ini menjadi ajang panjat sosial, panggung mencari ketenaran. Terutama saat ini masyarakat baru meleak terhadap *issue* politik. Hal ini terlihat dalam bagaimana kontroversi penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada masa awal Covid-19 yang diusulkan untuk penanganan dari berbagai Gubernur. Kemudian yang paling menonjol adalah Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan yang kemudian berbenturan dengan (Plt) Menteri Perhubungan Luhut Binsar Pandjaitan. Dalam kondisi Pandemi Covid-19 ini, efek dinamika politik dari pemilu masih terbawa. Dari perspektif industri, media melihat apa yang disukai masyarakat. Media mengambil dan melihat keuntungan pada hal tersebut menjadi sebuah konten. Secara budaya, kebiasaan berkumpul, bersosialisasi dan bergotong-royong menjadi individualis, sebagai contoh di desa, yang memiliki empati lebih tinggi menjadi berubah karena informasi teknologi yang menyentuh mereka dalam porsi yang tanggung untuk membaca berita yang tidak lengkap mengakibatkan munculnya konflik seperti tidak menerimanya orang-orang yang bekerja dalam penanganan kasus Pandemi Covid-19 di lingkungan mereka.

Di saat wabah virus corona ini misalnya, media massa sebagai sumber informasi, yang pertama tentunya media massa tidak boleh melupakan kewajibannya utamanya untuk mengedukasi masyarakat. Tidak hanya dengan memberikan data statistik korban Covid-19,

edukasi yang dimaksud juga termasuk mengomunikasikan penelitian dan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Masyarakat perlu diberikan rasa optimis di antara kecemasan akibat wabah ini.

Tidak hanya itu, sajian program pendidikan harus lebih diutamakan, mengingat sekolah banyak ditutup karena wabah Corona dan anak-anak belajar di rumah. Maka, acara-acara pendidikan anak harusnya diperbanyak sebab tidak bisa dihindari media TV maupun daring akan jadi pilihan mengisi waktu.

### **Daftar Pustaka**

- Ardianto, E., dan L. K. Erdinaya. 2017. *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Baran, Stanley J. (2009). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/Impact Pengantar Media Massa (Edisi 9)*. Jakarta. Salemba Humanika
- Lim, M., 2011. @crossroads: *Democratization and Corporatization of Media in Indonesia. Report. Research collaboration of Participatory Media Lab and Ford Foundation. Arizona: Arizona State University and Ford Foundation.*
- Mc.Quail, Dennis. 1987. *Mass Communication Theory, An Introduction*. Beverly Hills, California: Sage Publication.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta : KENCANA.
- Nugroho, Y., Putri, DA., Laksmi, S. 2012. *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia)*. Laporan. Bermedia, Memberdayakan Masyarakat: Memahami kebijakan dan tata kelola media di Indonesia melalui kacamata hak warga negara. Riset kerjasama antara *Centre for Innovation Policy and Governance* dan HIVOS Kantor Regional Asia Tenggara, didanai oleh *Ford Foundation*. Jakarta: CIPG dan HIVOS.
- Tapsel, Ross. (2017). *Kuasa Media di Indonesia*. Tangerang : Marjin Kiri



# Panas Dingin Komunikasi Politik USA Vs China Dalam Kasus Covid-19

ARSYAD

**H**ubungan antara China dengan Amerika Serikat secara luas dalam komunikasi politik berada dalam titik terburuk dalam beberapa dekade. Hubungan Amerika Serikat dan China dimulai dari masa pemerintahan George Washington yang memimpin Perjanjian Wangxia pada tahun 1894. Amerika Serikat bersekutu dengan Republik Rakyat China selama perang pasifik, tetapi memutuskan hubungan dengan Tiongkok selama 25 tahun lamanya. Ketika masa pemerintahan komunis mengambil alih sampai kunjungan Richard Nixon pada tahun 1972 ke China. Sejak masa pemerintahan Nixon, setiap presiden Amerika Serikat berturut-turut melakukan perjalanan ke China. Hubungan Amerika Serikat dengan China telah tegang dibawah poros strategi Asia Barack Obama, dimana Amerika Serikat mendukung Jepang dalam sengketa Kepulauan Senkaku. Dalam pemerintahan George.W. Bush, Menteri Keuangan Henry Paulson memulai perundingan Amerika Serikat-China dalam masalah ekonomi dan perdagangan. Ia bertemu dengan para pejabat tinggi dua kali dalam setahun. Diskusi lantas dilanjutkan selama delapan tahun pemerintahan Obama meskipun pembicaraan dikurangi menjadi hanya setahun sekali. Diskusi ini sempat dilakukan dalam administrasi (pemerintahan) sebelumnya tetapi kandas saat Trump memimpin negeri Paman Sam. Ketika presiden Donald

Trump menjabat pada tahun 2017, pemerintahan menghentikan diskusi tersebut. Pasalnya, mereka merasa gagal mencapai hasil yang signifikan dalam mengatasi praktek perdagangan China yang tidak adil dan mengurangi defisit perdagangan besar Amerika dengan China, yang terbesar dengan negara mana pun itu. Administrasi Trump justru meluncurkan lebih banyak negosiasi perdagangan yang dicapai, yang akhirnya memicu perang dagang antara dua negara terbesar di dunia. Pada puncaknya, kedua negara ini mulai memberlakukan tarif miliaran dolar untuk produk negara lainnya.

Pandemi virus Corona telah mengubah dunia secara drastis. Tidak lama setelah China mengalami wabah, seluruh dunia berada dibawah pengaruh penyebaran virus Corona yang semakin meluas. Menteri Luar Negeri AS Mike Pompeo menyatakan, terdapat “bukti besar” bahwa Covid-19 berasal dari laboratorium di Wuhan, China. Laboratorium virologi Wuhan, berlokasi di Kawasan perbukitan, menjadi sorotan Washington di tengah pandemi virus Corona. Terdapat bukti besar bahwa (Covid-19) berasal dari sana, “ujar Menlu”.

Meski terus mengkritik cara China dalam menangani Covid-19. Mike Pompeo enggan untuk menekankan bahwa virus itu sengaja disebarkan. Presiden Donald Trump mengkritik peran China dalam menangani virus dengan nama resmi SARS-COV-2 tersebut. Saat ini, virus Corona yang menyebar sejak Desember 2019 telah menjangkiti 3,4 juta, dan membunuh lebih dari 240.000 orang di seluruh dunia.

Departemen Informasi Kementrian Luar Negeri China menyatakan bahwa China sama sekali tidak pantas disebut sebagai pembawa wabah dari virus Corona. Duta besar China untuk Afrika Selatan, Lin Songtian juga menyatakan pernyataanya di media sosial Twitter pada 8 Maret 2020, “meskipun epidemi pertama tercatat di China, itu tidak berarti virus tersebut berasal dari China”, mereka pun juga beranggapan bahwa Amerika Serikat kurang transparan mengenai kasus virus Corona. Pernyataan pemerintah Beijing ini semakin memanasakan perang kata-kata antar kedua negara tersebut. China tersinggung oleh komentar pejabat Amerika yang menuduhnya lamban bereaksi terhadap Covid-19 dan dianggap tidak cukup transparan. Pernyataan yang dilayangkan oleh para pejabat Amerika Serikat dianggap tidak akan membantu upaya Amerika dalam merespon epidemi Covid-19. Juru bicara Kementrian Luar Negeri China mengkritik pejabat Amerika

Serikat atas komentar “tidak bermoral dan tidak bertanggung jawab” yang menyalahkan tanggapan Beijing terhadap virus Corona karena memperburuk dampak global dalam pandemi virus corona tersebut. Beijing menghadapi gelombang permusuhan yang telah meningkat setelah wabah virus Corona yang dapat menyebabkan hubungan dengan Amerika Serikat menjadi konfrontasi. Kementerian Keamanan Negara kepada para pemimpin Beijing termasuk presiden Xi Jinping, menyimpulkan bahwa sentimen global anti-China berada pada titik tertinggi sejak penumpasan Lapangan Tiananmen 1989.

Pertanyaannya adalah Apakah Panas Dingin Komunikasi politik antara USA vs China berakibat terjadinya perang terbuka?

### **Krisis Global Terburuk**

Tulisan ini hanya menggambarkan secara singkat dengan metode eksplanatif akibat dari kasus Covid-19 dalam komunikasi politik antara China dan Amerika Serikat.

Sekjen PBB memperingatkan bahwa wabah virus Corona yang menyebar ke 180 negara dalam beberapa bulan belakangan ini merupakan krisis global terburuk sejak Perang Dunia II. Sekretaris Jenderal PBB Antonio Guterres bahkan pada Selasa (31/3) memperingatkan wabah tersebut dapat memicu konflik di seluruh dunia. Guterres mengatakan bahwa peringatan ia berikan berdasarkan skala krisis yang diakibatkan oleh penyakit tersebut. Krisis membawa dunia ke dalam resesi ekonomi yang mungkin beratnya tidak ada yang bisa menandingi di masa lalu. Kombinasi dari dua fakta yaitu ekonomi dan penyakit Covid-19 akan menimbulkan risiko, yaitu meningkatnya ketidakstabilan, kerusuhan, dan konflik.

Itu semua adalah hal-hal yang membuat kami percaya bahwa ini adalah krisis paling menantang sejak perang dunia II. Wabah virus corona telah menyebar ke 180 negara. Wabah telah membunuh 41.654 orang. Wabah juga mulai menyebabkan kehancuran ekonomi.

Komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah. Dalam perumusan dalam kebijakan luar negeri Charles W. Kegley dalam bukunya *World Politics and Transformation* lebih detail menjelaskan setidaknya ada 3 faktor berpengaruh dalam proses pembuatan kebijakan yang dikenal sebagai

*determinant of foreign policy* antara lain faktor global, factor domestik, dan faktor individu. *Faktor global*, faktor pertama meliputi 2 aspek yaitu kondisi geopolitik, dan pendistribusian *power*. Kondisi geopolitik kebijakan yang dirumuskan mempertimbangkan kondisi geografis dan *political power* yang ada. Aspek selanjutnya *polarity and polarization* aspek ini lebih menekankan pada pendistribusian kekuatan dan kebijakan luar negeri. *Polarity* merujuk pendistribusian kekuatan dalam sistem global, yaitu melihat bentuk *power unipolar, bipolar*, atau *multipolar*, sedangkan *polarization* lebih menekankan kepada kesepakan hubungan negara satu dengan negara lainnya.

*Faktor domestik*, terfokus dengan unit dan aspek yang pada lingkup internal suatu negara yang mampu berpengaruh dengan penentuan kebijakan luar negeri. Atribut yang dimiliki negara mampu diklasifikasi menjadi 3 aspek diantaranya kemampuan militer, faktor penting dalam menyikapi perang dan damai. Kemampuan ekonomi, Kegley menyatakan semakin kuatnya perkeekonomian negara akan mempengaruhi peranya dalam dunia internasional terkait politik ekonomi global. Begitupun sebaliknya. Terakhir adalah tipe pemerintahan, faktor ini merujuk pada sistem pemerintahan, ideologi, struktur politik yang diterapkan dalam suatu negara.

*Faktor Individu*, pribadi dari sosok pemimpin pemegang kekuasaan tertinggi negara mempengaruhi arah kebijakan yang diambil. Kegley dalam bukunya mengutip dari Margaret G. Herman dalam bukunya *Leaders, Leadership, Flexibility, Influence on Heads Government as Negotiations and Mediators* menyatakan setidaknya terdapat 6 faktor dalam kebijakan seorang pemimpin. Cara pandangannya, gaya politik, motif mendapatkan posisi, ketertarikan dalam urusan luar negeri. Kondisi saat sebelum memimpin, dan gaya bergaul saat menjabat.

Dalam sejarah hubungan antarnegara perang belum pernah muncul tanpa tanda-tanda. Tanpa adanya krisis, mustahil terjadi perang (Martin,2005). Selalu ada sinyal, mengarah pada suatu kondisi yang berpotensi terjadinya konfrontasi antar negara.

Meski demikian, perang tidak selalu berbentuk dalam bentrokan senjata. Kalevi Holisti (1999) mengategorikan beberapa kondisi yang dapat memicu perang. *Kategori pertama*, adalah kondisi perang anomali, yaitu kondisi dimana perang terjadinya akibat keputusan seseorang yang sangat diktator, anti sosial, sehingga bisa serampangan

menyerang ke negara lain yang tidak disukainya. *Kategori kedua*, disebut perang normal yaitu perang yang banyak terjadi dalam dunia modern saat ini seperti pada perang dunia I dan perang dunia II. Penyebab perang yang paling sering terjadi akibat kompetensi ekonomi, perselisihan perbatasan, agama, ideologi, nasionalisme, balas dendam, dan pertahanan atau *pre-emptive strike* (menyerang terlebih dahulu). Perang diawali oleh perselisihan antara warganegara atau negara yang tidak dapat diselesaikan semakin lama terlembagakan. *Kategori ketiga*, adalah perdamaian normal, yaitu keadaan dimana hubungan antara dua negara atau lebih memiliki alasan untuk tidak berkonflik yang terlembagakan. Kondisi ini seperti yang kita alami saat ini dengan negara-negara di ASEAN. *Kategori keempat*, adalah perdamaian anomali. Kondisi ini adalah situasi terdapat satu alasan atau kondisi konflik yang terlembagakan tetapi tidak menyebabkan pecah perang tapi belum ada perdamaian.

Perang dingin antara Amerika dengan Uni Soviet, gencatan senjata permanen antara Korea Utara dengan Korea Selatan adalah contoh yang dapat menggambarkan dalam situasi ini. Negara-negara tersebut berdiri saling bermusuhan tetapi tidak juga menimbulkan perang terbuka.

Kategori tersebut hanyalah salah satu cara kita untuk memotret situasi yang terjadi saat ini. Kenyataannya, perang sekarang tidak lagi hanya melibatkan negara dan negara tetapi juga bisa terjadi antara negara dengan kelompok non-negara. Salah satu contoh adalah perang dengan ISIS yang merupakan kelompok teroris yang bersenjata tanpa mewakili negara manapun.

### **Konflik Semakin Banyak**

Perselisihan antara negara-negara demokratis akan kita saksikan semakin berlipat di masa depan mengingat banyak perubahan yang terjadi, baik dalam kekuasaan ekonomi di dunia, di dalam negeri, keterbatasan sumber daya alam, maupun penambahan penduduk. Saat ini sumber konflik bisa muncul dari mana saja, termasuk dalam kelompok non-negara maka kebangkitan kelompok sosial yang menggunakan isu anti toleransi untuk mendulang dukungan politik yang juga perlu diwaspadai. Eropa sudah merasakan pedihnya pembiaran atas kelompok-kelompok seperti itu karena ujungnya



adalah korban nyawa dari masyarakat sipil yang tidak bersalah.

Indonesiapun pernah mengalami pedihnya konflik berdarah antar kelompok akibat intoleransi di Poso dan Ambon. Myanmar sekarang juga mengalami tantangan serupa di Rakhine.

Covid-19 merupakan virus yang dapat menginfeksi hewan dan manusia. Menurut World Health Organization (WHO) virus ini menyebabkan penyakit mulai dari flu ringan hingga infeksi saluran pernafasan yang lebih berbahaya seperti Mers virus atau Sars virus. Virus Corona merupakan jenis virus yang diidentifikasi sebagai penyebab penyakit pada saluran pernafasan. Virus Corona ini bersifat *zoonis*, yaitu penyakit yang dapat menularkan antara hewan dan manusia. Selama 70 tahun terakhir, para ilmuwan telah menemukan bahwa virus tersebut dapat menginfeksi beberapa hewan seperti anjing, kucing, tikus, kuda, babi, serta hewan ternak. Terkadang, hewan-hewan ini dapat menularkan virus tersebut kepada manusia.

Covid-19 pertama kali terjadi di Wuhan, China pada pertengahan Desember 2019. Virus ini menggemparkan seluruh dunia ketika ditemukannya 3 orang tewas di Wuhan setelah menderita penyakit pneumonia yang disebabkan oleh virus tersebut pada tanggal 20 Januari 2020. Dalam waktu selang 1 hari, 218 warga Tiongkok sudah tertular virus corona dan korban meninggal bertambah menjadi 4 orang. Pemerintah Tiongkok memutuskan untuk menutup kota Wuhan yang menjadi pusat munculnya virus corona. Keputusan diambil pada tanggal 23 Januari 2020 dimana telah ditemukan korban tewas mencapai 17 orang dan 600 orang terinfeksi virus Corona tersebut. Penyebaran virus Corona tersebut ke seluruh dunia belum dapat ditangani dengan baik dikarenakan belum adanya penemuan perihwal penawar dari virus tersebut. Covid-19 ditetapkan menjadi bencana internasional yang berpengaruh pada keberlangsungan hidup orang banyak.

China dinobatkan sebagai negara yang menjadi sarang dari virus tersebut. Menurut para ilmuwan, virus itu memang terjadi secara alamiah. Tetapi pada kenyataannya hal tersebut merupakan sebuah narasi yang dapat dijadikan sebagai alat perang. Presiden Amerika Serikat beberapa kali menyebut virus Corona sebagai "Virus China", Menteri luar negeri China kemudian tersinggung karena pernyataan tersebut. Presiden beserta Menteri luar negeri Amerika

Serikat mengecam China karena kegagalannya dalam penanganan awal wabah tersebut. Tetapi juru bicara China sama sekali menolak pernyataan dari Amerika Serikat bahwa mereka kurang transparan mengenai apa yang sedang terjadi. Sementara itu, media sosial di China telah menyebarkan berita bahwa pandemi tersebut disebabkan oleh program militer Amerika Serikat, rumor tersebut mendapatkan perhatian yang besar bagi seluruh masyarakat dunia.

Ada pula sebuah teori konspirasi China yang menyudutkan bahwa Amerikalah yang menjadi dalang di balik adanya pandemi virus Corona. Dalam beberapa media sosial di China dan bahkan pemerintahan negara itu telah meluncurkan kampanye untuk mempertanyakan asal-usul virus Corona. Kasus-kasus pertama dari Covid-19 memang ditemukan di Wuhan dan sejak saat itu virus mulai mewabah ke berbagai wilayah. Dalam konferensi pers di Beijing pada tanggal 4 Maret 2020, Zhao sang juru bicara kementerian luar negeri China mengatakan kepada wartawan bahwa belum adanya kesimpulan mengenai asal-usul dan mengenai virus corona dan para ilmuwan China masih melacak darimana asalnya. Zhao menegaskan bahwa yang terinfeksi memang berasal dari China namun pembawa wabah tersebut mungkin bukan berasal dari China.

Dalam unggahannya yang ia publikasikan ke media sosial twitter, Zhao memposting kepala pusat pengendalian dan pencegahan penyakit Amerika Serikat yang memberikan kesaksian di depan kongres bahwa beberapa orang Amerika yang diyakini meninggal karena flu diagnosis secara anumerta dengan penyakit virus Corona. Para pejabat Amerika Serikat telah membuat China menjadi marah lantaran telah menghubungkan virus Corona dengan negara China.

Departemen Informasi Kementerian Luar Negeri China menyatakan bahwa China sama sekali tidak pantas disebut sebagai pembawa wabah dari virus corona. Duta besar China untuk Afrika Selatan, Lin Songtian juga menungkapkan pernyataan di media sosial twitter pada tanggal 8 Maret 2020, "meskipun epidemi pertama tercatat di Tiongkok, itu tidak berarti virus tersebut berasal dari China. "merekapun juga beranggapan bahwa Amerika Serikat kurang transparan mengenai kasus virus Corona. Pernyataan pemerintah Beijing ini semakin memanaskan perang kata-kata antar kedua negara tersebut. China tersinggung oleh komentar pejabat Amerika yang menuduhnya

lamban bereaksi terhadap kasus Covid-19 dan dianggap tidak cukup transparan.

Amerika-China bakal terlibat perang dingin karena hubungan kedua negara mengalami kemunduran yang dramatis dalam waktu beberapa tahun terakhir dan hubungan bilateral mereka telah jatuh ke titik terendah.

“Amerika Serikat dan China sebenarnya berada di perang dingin yang baru”, kata Shi Yinhong, professor hubungan internasional di Universitas Renmin China dan Penasehat dewan negara yang secara efektif adalah kabinet negara tersebut. Berbeda dengan perang dingin antara AS dengan Uni Soviet, perang dingin baru antara Amerika dengan China memiliki persaingan penuh dan *decoupling* cepat. Hubungan antara AS dengan China tidak lagi sama dengan beberapa tahun yang lalu bahkan tidak sama dalam beberapa bulan yang lalu.”

### **Hubungan AS-China Memanas**

Hubungan antara Amerika dengan China telah memanas belakangan karena selama beberapa pekan terakhir pemerintahan Trump telah mengancam untuk membatalkan kesepakatan perdagangan fase satu dan meningkatkan tarif pada China. Trump juga mendukung *control export* baru yang tangguh untuk perusahaan-perusahaan China yang membeli program teknologi Amerika. Trump pada awal Mei mengumumkan bahwa bea impor terhadap produk China senilai US \$2000 miliar akan naik dari 10% menjadi 25%. China merespons langkah itu dengan menaikkan bea impornya terhadap barang-barang AS senilai US\$60 miliar. Media China juga memperingatkan bahwa Beijing bisa menghentikan ekspor mineral *rare earth* ke AS apabila perang dagang semakin memanas.

Dalam wabah virus Covid-19, melihat jumlah kasus infeksi Covid-19, Amerika Serikat jauh lebih tinggi dibandingkan yang terdata di China. Karena kasus yang menimpa Amerika tersebut, Trump memang mengecap bahwa China telah memanipulasi data kasus yang terjadi pada negeri Tirai Bambu tersebut. Pada Kamis, 2 April 2020, Amerika Serikat menjadi negara dengan kasus virus Corona terbanyak di dunia, bahkan mengalahkan China yang merupakan pusat awal dari penyebaran munculnya virus Corona. Amerika Serikat telah

memiliki kasus sebanyak 15.175 kasus dengan jumlah kematian korban sebanyak 5.110 dan jumlah korban yang telah sembuh sebanyak 8.878. sedangkan di China hanya terdapat 81.554 kasus dengan jumlah kematian korban sebanyak 3.312 orang dan 76.236 telah sembuh, Menurut Worldometers. Beberapa ahli kesehatan memang sudah menyatakan keraguan terhadap catatan infeksi virus Corona dan angka kematian virus Corona di China. Ketua asosiasi medis dunia yang berpusat di Prancis, Dr. Frank Ulrich Montgomery menyebut angka dari China tidak memiliki kredibilitas.

Sudah sangat jelas bahwa lagi dan lagi rezim komunis China selalu melakukan sebuah kebohongan yang berulang demi melindungi negaranya dari pernyataan yang dapat menyalahkan China yang akan dilakukan oleh masyarakat global. Hal ini diperkuat oleh pernyataan anggota Republik tingkat teratas di Komite Urusan Luar Negeri DPR Amerika Serikat yaitu Michael McCaul yang mengatakan China bukan mitra yang dapat dipercaya dalam perang melawan pandemi virus Corona. China terus melakukan kebohongan kepada global terhadap penularan virus dari manusia ke manusia. Hal ini menyebabkan terbungkamnya para dokter jurnalis yang berupaya melaporkan sebuah kebenaran, dan sekarang China tampaknya menyembunyikan jumlah korban yang terkena dampak penyakit ini secara akurat.

China menghadapi gelombang sentimen anti China yang meningkat di tengah merebaknya wabah virus Covid-19. Gelombang anti China yang dipimpin oleh Amerika Serikat berpotensi membuat kedua negara terlibat dalam perang senjata.

Amerika Serikat menuding China sengaja menyembunyikan tingkat keparahan penyebaran Covid-19 dari dunia internasional, laporan kementerian dalam negeri Amerika Serikat (DAS) menuturkan China sengaja melakukan itu demi menimbun barang impor dan mengurangi ekspor bahan medis sebelum menjadi langka dipasaran karena wabah Covid-19. China kemungkinan memotong ekspor pasokan medis sebelum menyampaikan notifikasi kepada badan kesehatan dunia (WHO) terkait Covid-19 sebagai penyakit menular pada Januari bulan yang lalu.

Perang antara kedua negara bisa saja terjadi di waktu yang akan datang, apalagi konflik kedua negara cukup luas mulai dari bidang ekonomi, hingga politik seperti dalam urusan Taiwan. Sebagaimana

diketahui China menganggap Taiwan sebagai provinsinya yang memisahkan diri yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari negara itu lagi. Sementara Amerika Serikat adalah teman yang paling penting bagi Taiwan dan satu-satunya sekutunya. Amerika Serikat dibawah kepemimpinan Donald Trump di tahun 2018 keduanya terlibat dalam “perang dagang” berkepanjangan dan saling menerapkan tarif senilai ratusan milyar dolar. Mereka juga terjebak perselisihan akibat undang-undang hak asasi manusia Hongkong dan Taiwan, dan juga terlibat wilayah yang diperebutkan wilayah Laut China Selatan.

Amerika Serikat memandang China sebagai ancaman ekonomi, keamanan nasional, dan tantangan bagi demokrasi barat. Meskipun masing-masing negara masih bertempur melawan Covid-19, baik China maupun AS tidak memperlambat aktivitas militer mereka. Timothy Heath, pakar keamanan dan *think tank* Rand Corporation di AS, mengatakan peningkatan aktivitas militer Amerika sebagian karena kegagalan upaya diplomatik untuk menyelesaikan konflik antara Beijing dan Washington. “China telah menegaskan kepemilikannya atas ruang air internasional yang sangat penting bagi perdagangan global dan keamanan AS,” katanya.

“Untuk mendukung klaimnya, Tiongkok meningkatkan kegiatan pembangunan pulau buatan di Laut China Selatan, meningkatkan patroli dan penyebaran militernya dan memaksa tetangganya untuk mematuhi klaim Beijing. Tujuannya untuk mengirim pesan yang jelas bahwa Washington serius mempertahankan status internasional Laut China Selatan dan perairan di rantau pulau pertama dan memberi sinyal kepada AS. Komando Pasifik AS, Admiral Harry Haris menyebut bahwa China ingin menegaskan kedaulatan de facto mereka di wilayah Laut China Selatan. “Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membangun basis militer di daratan buatan,” kata Komando Pasifik AS, Admiral Harry Haris dalam sidang kongres. Bukan hanya tiga yang sudah berdiri, mereka juga diperkirakan akan menambahnya hingga mencapai tujuh pangkalan militer. Dan China memiliki tiga pangkalan udara di Sparty, Woody, Paracel yang akan memungkinkan pesawat tempur militer China beroperasi hampir seluruh Laut China Selatan dan pemerintah Beijing telah mengklaim menguasai 80% wilayah Laut China Selatan dan penjaga pantai China memastikan akan mengambil langkah-langkah ketat untuk

menegakkan aturan termasuk menggunakan militer.

China dan Amerika Serikat tengah mempersenjatai diri kembali secara terbuka untuk mempersiapkan konflik di Asia pasifik di masa mendatang. China muncul, setidaknya dalam konteks regional, sebagai kekuatan super militer dan kini China menghendaki status lebih luas lagi di kancah internasional. Pandemi virus Corona kemudian mengancam hubungan Amerika Serikat – China ke tingkat yang lebih sulit. Hal tersebut bisa memiliki pengaruh penting bagi keberlangsungan krisis di dunia. Ketika virus ini dikalahkan, kebangkitan ekonomi China akan memainkan peran penting dalam membantu pembangunan kembali dalam ekonomi global yang hancur.

Pemerintahan Trump sedari awal telah gagal menghadapi dan merespon pandemi virus Corona ini. Pada masa sekarang adalah kepemimpinan global antara kedua negara tersebut. Keduanya seakan-akan bersaing demi mendapatkan gelar dalam kuasa kepemimpinan. Seperti yang dikatakan oleh dua pakar Asia, Kurt M Campbell, yang menjabat sebagai asisten Menteri luar negeri untuk urusan Asia Timur dan Pasifik selama pemerintahan Barack Obama, dan Rush Doshi, dalam sebuah artikel yang diterbitkan oleh Foreign Affairs. "Status Amerika sebagai pemimpin global selama tujuh dekade terakhir telah dibangun tidak hanya pada kekayaan dan kekuasaan tetapi juga pada legitimasi yang mengalir dan pemerintahan domestik Amerika Serikat, penyediaan barang terhadap masyarakat global, dan kemampuan serta kemauan untuk mengoordinasikan sebuah respon global terhadap krisis yang ada." Menurut kedua pakar tersebut mengenai pandemi virus Corona, Amerika sedang diuji dalam menghadapi pandemi tersebut terkait dengan kepemimpinan. Sejauh ini, Washington telah gagal dalam ujian dan ketika hal tersebut terjadi, Beijing dengan cepat bergerak dan mahir dalam memafaatkan situasi bahkan mengisi kekosongan untuk tampil sebagai pemimpin global dalam merespon pandemik virus Corona. China merupakan produsen besar terkait peralatan medis dan barang sekali pakai seperti masker dan pakaian pelindung yang memiliki peranan penting dalam menangani pasien jika terkena infeksi, terlebih lagi barang yang diperlukan sangat banyak jumlahnya. China dalam banyak hal merupakan bengkel manufaktur medis di dunia yang mampu memperluas produksi dengan cara yang hanya dilakukan beberapa negara. China mengambil kesempatan ini

sebagai peluang dalam negara yang menjadi *superhero*. Dan mereka memberikan bantuan medis kepada negara-negara tertentu seperti Italia, Serbia, Iran, Arab Saudi dan sebagainya.

Dari pembahasan di atas apakah hubungan Amerika Serikat dengan China apakah keputusan politik akan mengarah ke konflik atau perang dunia. Perlu kita lihat 3 faktor yang menyebabkan keputusan politik itu diambil untuk melakukan dan menyatakan perang

### 1. Faktor global.

1.a. Dalam perang global dibutuhkan isu bersama atau menjadi *common enemy*, misalnya dalam perang melawan teroris Al-Qaeda di Afghanistan dan di Irak adanya senjata pemusnah massal kekuatan dunia bersatu untuk melawan terorisme dan senjata pemusnah massal. Dan USA bersama sekutu dan PBB sepakat melawan teroris dan senjata pemusnah massal, korbanya, Irak, Libya, Afghanistan.

1.b. Mike Pompeo (Menlu AS) menyatakan, China patut disalahkan atas virus Corona yang telah menginfeksi lebih dari 3,6 juta orang di seluruh dunia, Australia, Eropa setuju atas kesamaan pemahaman bahwa China yang membawa virus ini ke dunia. Apakah gelombang anti China akibat pandemi Covid-19 bisa dijadikan musuh bersama atau *common enemy* menyerang China.

1.c. Sampai hari ini kita melihat kondisi global sekarang telah mengalami resesi ekonomi dunia akibat Covid-19 yang sudah barang tentu jika menyatakan perang akan memperparah kondisi ekonomi dunia akan menuju ke jurang krisis ekonomi dunia. Biaya perang sangat mahal dan menguras keuangan masing-masing Negara.

### 2. Faktor domestik.

2.a. Dalam pemerintahan yang menganut sistem demokrasi sekarang sulit sekali untuk menyatakan perang diantara kedua belah pihak pemerintahan harus melaporkan kepada kongres masing-masing negara, keputusan kongres yang menentukan sikap apakah negara tersebut boleh melakukan perang atau tidak. Begitu juga di China harus dilaporkan melalui partai komunis atau kongres partai.

2.b. Dalam Pemerintahan presiden sekarang dibawah Trump mempunyai hutang yang paling besar diantara semua presiden sebelumnya dan China hari ini menguasai surat utang Amerika sebesar US\$ 1,15 Triliun. Amerika harus memikirkan ekonomi domestik



untuk memulai perang, saat pangkalan Amerika di Iraq diserang dengan belasan rudal dari Iran, akibat terbunuhnya Panglima Garda Revolusioner Iran Jendral Qasem sampai hari ini Amerika serikat tidak menyerang Iran hanya mengembargo ekonomi Iran.

### 3. Faktor Individu

3.a. Amerika akan menghadapi pemilihan umum November 2020 isu melawan China ini dipakai oleh presiden Trump untuk menaikkan rating namanya dengan slogan nasionalis nya "*American First*" kepada pemilih untuk mengikuti pemilihan presiden kedua kalinya melawan Joe Bidden (Partai Demokrat). Kemudian, dari realisasi kampanyenya dari presiden Donald Trump yaitu *US First, Make America Great Again*, dari bukti nyata janji untuk mengurangi defisit perdagangan Amerika terutama dengan China selama masa kampanye kepresidenannya. Proteksionisme disini adalah upaya pemerintah untuk melindungi industri domestik dalam negeri terhadap barang impor. Dalam perdagangan, proteksi bertujuan melindungi, mebesarkan atau mengecilkan kelangsungan industri dalam negeri yang berlaku. Tindakan proteksi dapat dibenarkan karena untuk melindungi industri dalam negeri diperlukan proteksi agar tidak kalah saing dengan barang impor.

3.b. Menurut Dien Cheng (Peneliti senior untuk urusan politik dan militer China *think tank* warisan budaya AS), mengatakan keputusan berperang ada di tangan pemimpin kedua negara. Apalagi presiden Xi Jinping lebih menyukai tekanan ekonomi dan politik tidak akan menggunakan kekuatan militer sebagai pilihan pertama sekarang kecuali di Taiwan.

3.c. Hanya pemimpin yang diktator dan tidak waras yang bisa menyatakan perang itu bisa terjadi sekarang. Jadi bisa di katakan bahwa hari ini faktor individu Presiden USA sangat mempengaruhi keputusan dan komunikasi politik mengingat pemilihan presiden dan janji kampanye yang harus dipenuhi di hadapan pemilih. Dan situasi ini sangat dinamis sekali bergantung setelah bulan November 2020 siapa yang akan terpilih dalam pemilu amerika serikat. Dan siapapun yang akan memulai perang di antara Amerika – China akan terjadi perang nuklir karena kedua negara adi daya tersebut memiliki senjata nuklir yang sama yang berbeda hanya jumlah saja.



## Daftar Pustaka

- Adolf, Huala. Hukum Perdagangan Internasional Dalam Sistem GATT dan WTO, (Bandung: Refika Aditama, 2006).
- Djameluddin, Deddy, Malik, dkk. 1993. Komunikasi Internasional. Bandung.
- Fuady, Munir. Hukum Dagang Internasional ( Aspek Hukum dari WTO), (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2004).
- <https://Cnnindonesia.com> internasional. <https://dunia.rmol.id>. <https://nasional.sindonews.com> <https://www.obessionnews.com> <https://www.viva.com> <https://detik.com> <https://Cnbc.com> <https://Intisarigrd.id> <https://journalforeignaffairsUSA>
- Kegley, w, Charles . World Politics and Transformation INTERNET
- Lovell, Julia. 2011. Tembok Besar (The Great Wall): China Melawan Dunia. PT. Elex Media Komputundo.
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Shoelhi, Mohammad. 2012. Propaganda Dalam Komunikasi Internasional. PT. Simbiosis Rekatama media.
- Wisnu, Diana. Perang Dan Damai.

# Pemberitaan Covid-19: Tinjauan *Standards Quality of News Potter*

BAYU JATI PRAKOSO

**K**ebebasan bermedia ini ternyata memiliki beberapa problematika yang cukup dilematis cum kompleks, seperti keberagaman isi/konten (*diversity of content*) dalam media kini dikontrol oleh para penguasa media. Kepemilikan media mengontrol media, terlebih dengan sedikitnya pemilik media di Indonesia. Keberagaman isi media sudah dikuasai oleh sekelompok elit media, maka sulit diwujudkan keberagaman isi media (*diversity of content*) karena semakin kuatnya konglomerasi media. Penelitian yang dilakukan oleh Merlyna Lim<sup>2</sup>, dan Yanuar Nugroho dkk<sup>3</sup> sesungguhnya menunjukkan bahwa gambaran industri media di Indonesia tengah melakukan praktik monopoli.

Berkaitan pada realitas saat ini, munculnya wabah Coronavirus (COVID-19) menjangkiti dunia, termasuk Indonesia. Melihat, kasus pandemi Corona yang semakin melonjak, media semestinya menjadi salah satu pilar atau alat strategis untuk menyampaikan pesan-pesan yang informatif-edukatif kepada publik. Maka, peran komunikasi merupakan hal yang penting dalam situasi pandemi ini. (Noor et al., 2020)

Sementara, dewasa ini, kecenderungan informasi dari media di Indonesia memicu pada tendensi konstruksi realitas media yang beragam, juga tidak sedikit menampilkan informasi bombastis-sensasional yang memicu kecemasan dan ketakutan bagi publik.

Setidaknya muncul tiga permasalahan industri media kita, yakni yang pertama, kualitas pemberitaan kita ditengah Covid-19, tantangan yang dihadapi jurnalis dalam peliputan pemberitaan, dan penjagaan diri seorang jurnalis ketika *pagebluk* Covid-19 ini.

Proses peliputan pemberitaan seyogianya tetap mengindahkan segala aturan dalam pedoman Kode Etik Jurnalistik, termasuk dalam meliput seputar pandemi Covid-19. Oleh

1. Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Alumni (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Redaktur Madrasahdigital.co

2. Merlyna Lim (2011). *@crossroads: Democratization & Corporatization of Media in Indonesia*, Participatory Media Lab University of Arizona & Ford Foundation, hlm. 10-13.

3. Yanuar Nugroho, Putri, DA., Shita Laksmi. 2012. *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia* (Edisi Bahasa Indonesia), Jakarta: CIPG dan HIVOS. Selengkapnya dapat dilihat pada <http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf> karena itu, dalam situasi wabah ini, peran sebuah informasi menjadi sangat penting. Dalam bahasa Dini, mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro angkatan XII dalam sebuah forum diskusi membahas industri media massa di Indonesia saat wabah pandemi Covid-19 (4/5/2020) mengatakan sikap profesionalitas, dan kejelian dari jurnalis saat ini sedang diuji. Menurutnya, media harusnya memberikan informasi yang komprehensif menjawab keingintahuan masyarakat. Hal ini merupakan sebuah tanggungjawab logis-moril bagipara pelaku media. Hal ini pentingnya profesionalisme seorang wartawan. Berkaitan itu, Dewan Pers mengeluarkan Peraturan Dewan Pers nomor 1/ peraturan-DP/ II/ 2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan, peraturan ini tentu saja bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan profesionalitas wartawan Indonesia; yang dimana didalamnya berisi tentang panduan dan juga standar kompetensi wartawan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Lihat pada Dewan Pers, [https://dewanpers.or.id/assets/documents/peraturan/1907030643\\_2010\\_Peraturan\\_DP\\_NO\\_01\\_TTG\\_STANDAR\\_KOMPETENSI\\_WARTAWAN.pdf](https://dewanpers.or.id/assets/documents/peraturan/1907030643_2010_Peraturan_DP_NO_01_TTG_STANDAR_KOMPETENSI_WARTAWAN.pdf)

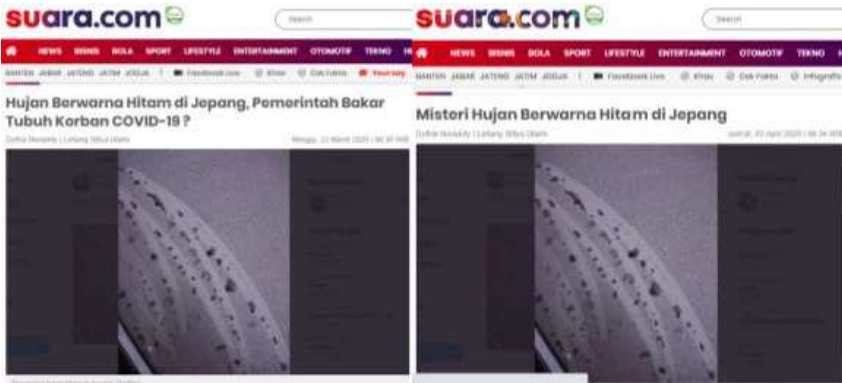
## Pemberitaan Covid-19: Tinjauan *Standards Quality of News* Potter

Profesional atau tidaknya sebuah media tergantung juga bagaimana hasil peliputan jurnalisnya. Dari hal tersebut akan selaras dengan hasil pemberitaan yang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Namun, yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana dapat melihat pemberitaan yang sudah sesuai pada aturan/pedoman Kode Etik Jurnalistik atau tidak? Untuk menjawab hal tersebut, hal ini tampaknya patut untuk meninjau lebih mendalam bagaimana mengevaluasi sebuah pemberitaan. Dalam melakukan hal tersebut, dapat menggunakan evaluasi standar kualitas sebuah pemberitaan menggunakan pemikiran W. James Potter dalam bukunya yang berjudul "*Media Literacy* 9th Edition (2019). Potter (2019) mengungkapkan terdapat ukuran untuk menilai sebuah kualitas pemberitaan atau disebut dengan *Standards Quality of News*, yaitu *Objectivity, Accuracy, Completeness, Context, Neutrality, Lack of Bias, Balance*. Dalam hal ini, penulis hanya menggunakan lima standar kualitas pemberitaannya yakni *Accuracy, Completeness, Context, Lack of Bias, Balance*. Lima standar kualitas pemberitaan ini digunakan untuk dapat melihat kualitas pemberitaan media di Indonesia mengenai pemberitaan seputar Covid-19 dalam rentang periode Januari-April 2020. Sumber data yang digunakan adalah pemberitaan media di Indonesia mengenai Covid-19 yang diambil secara acak.

Pertama, *Accuracy* (Akurasi) berkaitan dengan ketelitian, ketepatan. Dalam pandangan Potter (2019) jika sebuah cerita melaporkan satu fakta dan fakta itu mudah diperiksa, maka kriteria akurasi ini menjadi sangat berguna. Contoh, dalam judul, *Misteri Hujan Berwarna Hitam di Jepang*<sup>2</sup> (3/4/2020). Berita ini awalnya berjudul, *Hujan Berwarna Hitam di Jepang, Pemerintah Bakar Tubuh Korban COVID-19 ?* (3/4/2020).

---

<sup>2</sup> Lihat pada <https://www.suara.com/tekno/2020/03/22/063000/hujan-berwarna-hitam-di-jepang-pemerintah-bakar-tubuh-korban-Covid-19>



Gambar 1. Hujan Berwarna Hitam di Jepang, Pemerintah Bakar Tubuh Korban COVID-19?(Judul Awal, Kiri), Misteri Hujan Berwarna Hitam di Jepang (Judul Hasil Revisi, Kanan)

Dalam kondisi ini, terdapat kekeliruan dalam penulisan berita. Ketika sudah dipublikasikan dalam internet, maka sejatinya tidak dapat ditarik kembali. Berita ini menjelaskan bahwa hujan berwarna hitam di Jepang itu merupakan terkaan alias mengira tidak dikonfirmasi validitasnya. Maka dapat dipahami, muncul berita yang bermuatan spekulasi- spekulasi hasil saduran “sifatnya dugaan” yang menimbulkan kepanikan publik.

Kemudian, pada judul lain, *Kasus Corona Baru Di China Diklaim Berasal Dari Indonesia, Masuk Dengan Penerbangan KA896*<sup>3</sup>. Dalam berita ini menjelaskan bahwa kasus positif Covid-19 yang muncul di China diklaim berasal dari Indonesia. Lebih lanjut, dalam berita tersebut, menjelaskan bahwa:

“Dari 16 Maret hingga 8 Maret 2020, ada satu kasus pneumonia corona baru yang dikonfirmasi diimpor dari luar negeri (Indonesia) di Shaanxi, tidak ada kasus baru yang dikonfirmasi dari Shaanxi, 0 kasus yang diduga baru, dan 1 yang dinyatakan sembuh serta satu pasien meninggal,” demikian keterangan yang dikutip dari situs resmi pemerintah wilayah Shaanxi, Jumat (20/3).

<sup>3</sup> Lihat pada <https://dunia.rmol.id/read/2020/03/20/426213/kasus-corona-baru-di-china-diklaim-berasal-dari-indonesia-masuk-dengan-penerbangan-ka896>



Gambar 2. Kasus Corona Baru Di China Diklaim Berasal Dari Indonesia, Masuk Dengan Penerbangan KA896 (Rmol.id)

Ketika membaca seluruh isi berita tersebut, tidak adanya sebuah konfirmasi dari pihak Indonesia, dan hanya keterangan “klaim” warga Cina. Hal ini menimbulkan ketidakjelasan informasi (tidak akurat), selain itu juga memicu bias informasi untuk publik. Ketidakakuratan informasi juga muncul dalam berita yang rilis oleh Tribunnews.com yang berjudul, *Terbaru, China Klaim Temuan Kasus Baru Virus Corona Berasal dari Indonesia, Dubes RI Bereaksi*<sup>4</sup> (20/3/2020)



Gambar 3. Terbaru, China Klaim Temuan Kasus Baru Virus Corona Berasal dari Indonesia, Dubes RI Bereaksi (Tribunnews.com)

Dalam berita diatas, juga tidak memiliki akurasi yang jelas, alias berita diatas adalah saduran, dan belum jelas. Hal ini juga dalam tubuh berita (kanan gambar diatas) berbeda penjelasan dengan judul

<sup>4</sup> Lihat pada <https://kaltim.tribunnews.com/2020/03/20/terbaru-china-klaim-temuan-kasus-baru-virus-corona-berasal-dari-indonesia-dubes-ri-bereaksi>

dan lead beritanya.

Kedua, *Completeness* (Kelengkapan). Didalam akurasi terdapat *Completeness*. Jika kita mulai memikirkan sebuah fakta-fakta yang tidak dilaporkan dalam sebuah cerita, dalam hal ini berita, yaitu dalam tubuh berita yang melaporkan banyak fakta secara akurat, akan tetapi semua fakta itu tidak berhubungan dengan berita, sedangkan, lanjut Potter (2019), fakta-fakta yang menjadi pusat cerita diabaikan? Dalam konteks ini, Potter (2019) menggambarkan bahwa pentingnya sebuah kelengkapan informasi dari sebuah berita. Dari hal tersebut, dapat dimaknai, bahwa jika sebuah berita yang menyajikan informasi/fakta yang setengah-setengah/sebagian, tidak lengkap, parsial adalah bukan merupakan tugas seorang jurnalis. Hal ini akan berbahaya, akan menyesatkan khalayak. Ketidaklengkapan pemberitaan dapat dilihat pada berita Suara.com berjudul, *Viral Video Orang Tergeletak di Pinggir Jalan, Ini Kata Jubir COVID-19*<sup>5</sup>(22/3/2020).



Gambar 4. Viral Video Orang Tergeletak di Pinggir Jalan, Ini Kata Jubir COVID-19 (Suara.com)

Berita tersebut menjelaskan terdapat video dua orang yang tergeletak di depan sebuah warung dan ruko. Kedua orang dalam berita tersebut diduga adalah korban Covid-19. Suara.com mengkonfirmasi kepada Juru Bicara Pemerintah untuk Penanganan Virus Corona, Achmad Yurianto bahwa Yurianto belum memperoleh informasi, dan

<sup>5</sup> Lihat pada <https://www.suara.com/news/2020/03/22/233213/viral-video-orang-tergeletak-di-pinggir-jalan-ini-kata-jubir-Covid-19>

meminta Suara.com untuk mengkonfirmasi kepada Dinas Kesehatan Jakarta. Secara sekilas, tampak tidaklah begitu salah. Namun, belum ada kelengkapan. Maka, dapat dilakukan mencari narasumber lain untuk memenuhi informasi yang sebelumnya belum lengkap. Pentingnya, melengkapi informasi ketika memang narasumber yang memberikan pernyataan tidak dapat memberikan jawaban, atau tidak mendapat konfirmasi seseorang, atau sesuatu hal tertentu.

Ketiga, **Context** (Konteks). Penempatan konteks adalah membantu khalayak untuk memahami sebuah pemberitaan. Salah penempatan konteks situasi, misalnya. Konteks informasi informasi data persebaran Covid-19 di wilayah DKI Jakarta, yang seharusnya diberitakan secara informatif, namun, diakhir berita, terdapat informasi tips mencegah Covid-19 ini. Hal ini adalah tidak sesuai konteks. Sebab, konteks yang ada adalah informasi perihal info persebaran lokasi yang terpapar Covid-19 di wilayah DKI Jakarta, bukan sebuah informasi tips mencegah Covid-19. Tanpa konteks, bagi Potter (2019) akan menciptakan cerita berita yang ambigu. Ambiguitas pemberitaan akan mengaburkan makna (pesan) yang terdapat dalam sebuah berita. Bentuk lain dari keluar dari konteks adanya ketika seorang jurnalis menempatkan sebuah opini pribadinya dalam pemberitaan. *"For example, Bagdikian (1992) argues that the most significant form of bias in journalism appears when a story is reported with a lack of context. The fear is that context is only the journalist's opinion, and opinion must be avoided in 'objective reporting.'"* (Potter (2019) Hal ini dapat terlihat setidaknya dalam berita yang berjudul: *Ramalan Mengerikan Bill Gates soal Wabah Virus Corona*<sup>6</sup>(27/1/2020), *Bill Gates Sang 'Peramal' Virus Corona*<sup>7</sup>(23/3/2020)

---

<sup>6</sup> Lihat pada <https://money.kompas.com/read/2020/01/27/103500526/ramalan-mengerikan-bill-gates-soal-wabah-virus-corona>

<sup>7</sup> Lihat pada <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4949333/bill-gates-sang-peramal-virus-corona>





Gambar 5. Ramalan Mengerikan Bill Gates soal Wabah Virus Corona(Kompas.com)  
Bill Gates Sang 'Peramal' Virus Corona(Detik.com)

Berita diatas mengenai Bill Gates yang seolah sudah meramal ini akan terjadi. Padahal, konteks Bill Gatessaat itu hanya secara umum saja untuk mengkritik pandemi pada 2018, bukan berarti Bill Gates sudah tahu Coronavirus Wuhan saat ini. Berita ini tampak kentara ketidaksesuaian konteks mengkaitkan pada virus Corona.



Gambar 6. 3 Makanan Ekstrem Warga Wuhan, Bibit Virus Corona (Tagar.id), Bukan Cuma Sup Kelelawar, Warga Wuhan Diduga Makan Bayi Tikus Hidup (Terkini.id)

Dalam berita lain, terdapat judul, *3 Makanan Ekstrem Warga Wuhan, Bibit Virus Corona*<sup>8</sup>, *Bukan Cuma Sup Kelelawar, Warga Wuhan Diduga Makan Bayi Tikus Hidup*<sup>9</sup>. Dalam kedua berita ini, dapat dipahami, ingin memberitakan sumber penyakit Corona, namun, faktanya itu masih kecurigaan. Tapi memberitakan mengenai sumber penyakit itu memang penting, tapi dari judulnya media Tagar.id dan Terkini.id cenderung bias & sensasionalisme, serta tidak objektif. Padahal, publik butuh informasi untuk ambil tindakan yang tepat.

<sup>8</sup> Lihat pada <https://www.tagar.id/3-makanan-ekstrem-warga-wuhan-bibit-virus-corona>

<sup>9</sup> Lihat pada <https://makassar.terkini.id/bukan-cuma-sup-kelelawar-warga-wuhan-diduga-makan-bayi-tikus-hidup/>

Selain itu, dalam berita lainnya, berjudul, *Tips Aman Bercinta di Tengah Wabah Virus Corona Covid-19*<sup>10</sup>(23/3/2020). Dalam berita ini terdapat ketidaksesuaian konteks berita Corona. Berita membahas soal Corona, namun dikaitkan dengan tips bercinta. Sementara, isi beritanya berbicara hal-hal yang sifatnyaseksis, seperti “menjilat bagian anus”.



Gambar 7. Tips Aman Bercinta di Tengah Wabah Virus Corona Covid-19 (Suara.com)


Keempat, *Lack of Bias* (Kurangnya Bias) merupakan hal yang harus dilakukan oleh seorang jurnalis. Sebab, bias merupakan distorsi informasi. Distorsi informasi yang dilakukan oleh jurnalis adalah pelanggaran profesionalitas jurnalis, dan mengganggu psikologis khalayak. Terdapat dua jenis bias, jurnalis sengaja mengubah isi pemberitaan (*actual bias*) dan bias yang dirasakan (*perceived bias*) ketika khalayak membaca sebuah informasi yang miring.

Bias juga dapat dipahami dalam makna sebagai sebuah pemalsuan pemberitaan. Bagi Potter (2019), kurangnya bias adalah sebuah kebenaran. Kebenaran pemberitaan ibarat sebuah cahaya yang menerangi wilayahnya. Artinya, kebenaran pemberitaan akan memberikan informasi yang benar, jelas, dan tidak memicu konflik satu dengan lainnya. Pettegree (2014) (dalam Potter, 2019) menunjukkan bahwa kekhawatiran paling awal tentang kualitas berita adalah kebenaran.



<sup>10</sup> Lihat pada <https://www.suara.com/lifestyle/2020/03/23/221000/tips-aman-bercinta-di-tengah-wabah-virus-corona-Covid-19>

Di Indonesia, tidak sedikit media memberitakan informasi terkait virus ini. Media di Indonesia kerap kali melakukan saduran-saduran berita dari media asing (luar negeri) yang pada akhirnya cenderung membuat kepanikan publik yang begitu dahsyat, diantaranya yakni isu kecerobohan Cina untuk mengembangkan senjata biologis, Corona menjadi alat biologi Cina, Corona virus dapat membunuh hingga 65 juta dalam setahun. Lalu, tuduhan China mengenai Corona yang berasal dari tentara AS. Hal ini dapat dilihat pada tabel berita dibawah ini:

Tabel 1. Bias Berita Media di Indonesia

No.	Judul Berita	Keterangan
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Terungkap Penyebaran Corona Diduga Senjata Makan Tuan yang Bisa Membunuh 65 Juta Jiwa dalam Setahun</i><sup>14</sup> (25/1/2020)</li> </ul>	
		 <p>Gambar 1. Tribunnews.com</p>

<sup>14</sup> Lihat pada <https://wartakota.tribunnews.com/2020/01/25/terungkap-penyebaran-corona-diduga-senjata-makan-tuan-yang-bisa-membunuh-65-juta-jiwa-dalam-setahun>

<p>2.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Apa Penyebab Corona Sangat Mengerikan? Terbongkar Dugaan Kecerobohan China, Virus Bocor dari Lab</i><sup>15</sup> (26/1/2020)</li> <li>• <i>Bak Ciptakan Kiamat Bagi Umat Manusia, Konon Virus Corona Bisa Musnahkan 65 Juta Populasi Dunia Per Tahun, Biang Keladinya Kecerobohan China Ini</i><sup>16</sup> (26/1/2020)</li> </ul>	 <p>Gambar 2. Tribunnews.com dan Grid.id</p>
<p>3.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ilmuwan Klaim Virus Corona Berasal dari Meteor Luar Angkasa</i><sup>17</sup> (14/3/2020)</li> <li>• <i>Virus corona 'kemungkinan berasal dari ular, dan belum ada vaksin'</i><sup>18</sup> (24/1/2020)</li> </ul>	 <p>Gambar 3. Detik.com dan bbc.com</p>

Sumber: diolah oleh penulis

Tudingan-tudingan yang spekulatif (tabel 1) dalam pemberitaan diatas berbahaya bagi publik. Pasalnya, media di Indonesia (sebagian mungkin) memiliki kecenderungan pada informasi yang sifatnya mengedepankan daya tarik sensasionalisme, ketimbang ketepatan informasi, juga informasi yang bersifat edukatif. Berita-berita ini dibuat kepentingan media dapat dikatakan mengkhawatirkan bagi publik, apalagi bagi publik yang memiliki daya analitik-nya yang rendah. Hal ini akan menyebabkan ketakutan, kecemasan.

Dengan kondisi tersebut, media akan memiliki pengaruh di masyarakat. Sebagaimana pandangan Hamad (2004) bahwa media

<sup>15</sup> Lihat pada <https://aceh.tribunnews.com/2020/01/26/apa-penyebab-corona-sangat-mengerikan-terbongkar-dugaan-kecerobohan-china-virus-bocor-dari-lab>

<sup>16</sup> Lihat pada <https://www.grid.id/read/042001173/bak-ciptakan-kiamat-bagi-umat-manusia-konon-virus-corona-bisa-musnahkan-65-juta-populasi-dunia-per-tahun-biang-keladinya-kecerobohan-china-ini>

<sup>17</sup> Lihat pada <https://inet.detik.com/science/d-4938581/ilmuwan-klaim-virus-corona-berasal-dari-meteor-luar-angkasa/komentar>

<sup>18</sup> Lihat pada <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-51231635>

merupakan agen konstruksi yang berpengaruh di masyarakat. Media mempunyai kekuatan yang besar untuk membentuk persepsi dan opini publik. Konstruksi berbagai realitas yang akan disiarkan media adalah realitas subyektif.

Senada dengan pandangan Hamad (2004), media di Indonesia mengkonstruksi realitas dengan muatan informasi yang bombastis-sensasional.

Kelima, *Balance* (seimbang). Keseimbangan informasi dapat dilihat pada penyajian semua sisi isu, informasi dengan cara yang sama (seimbang). (Potter, 2019) Bobot yang sama dalam penyajian semua sisi informasi yang akan diberitakan dapat dilakukan saat memberikan pendapat yang sama bagi narasumber yang akan diwawancarai oleh jurnalis. Jurnalis mesti memberi kesempatan yang sama, tidak berat sebelah dalam menyajikan kutipan pemberitaan, maupun informasi, dalam tubuh berita.

Penyajian ketidakseimbangan dalam pemberitaan Covid-19 di Indonesia tampak terlihat kentara, seperti pada adanya dominasi pendapat pemerintah/elit dalam pemberitaan. Remotivi, Pusat Kajian Media & Komunikasi, menyatakan bahwa kalau ingin mengecek kesiapan elit (pemerintah) dalam menangani kasus Covid-19 ini jangan hanya bertanya (melakukan kutipan dalam berita) kepada Menteri Kesehatan, dalam hal ini dr. Terawan maupun elit (pemerintah) lainnya saja. Melainkan, diperlukan mengutip dari berbagai perspektif; dari peneliti, dokter, ahli, akademisi yang berkompeten, dan sebagainya. Sebab, informasi akan jauh lebih baik dengan ditinjau dari berbagai perspektif dalam upaya memahami dan meminimalisir dampak dari Covid-19 ini. Hal ini menandakan adanya ketidakberimbang berita dan memicu ketidaknetralan. Ketidakberimbangan ini setidaknya dapat dilihat pada berita-berita dibawah ini:

Tabel 2. Ketidakberimbangan Media dalam Pemberitaan Covid-19

No.	Judul Berita	Keterangan
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Minta Masyarakat Tak Panik soal Penyebaran Virus Corona, Menkes: Enjoy Saja</i><sup>19</sup> (27/1/2020)</li> <li>• <i>Tips Menkes Terawan Cegah Virus Corona: Enjoy Saja dan Makan yang Banyak</i><sup>20</sup> (28/1/2020)</li> </ul>	 <p data-bbox="532 513 984 543">Gambar 1. Detik.com dan Tribunnews.com</p>
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Menkes Bagikan Tips Cegah Corona Covid-19: Jaga Hati dan Pikiran</i><sup>21</sup> (4/3/2020)</li> <li>• <i>Menkes: Soal Corona, Indonesia Tak Perlu Lockdown</i><sup>22</sup> (13/3/2020)</li> </ul>	 <p data-bbox="532 844 984 874">Gambar 2. Suara.com dan Liputan6.com</p>
3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Terawan Soal Corona: Kalau Panic Attack, Imunitas Bisa Hancur</i><sup>23</sup> (13/3/2020)</li> </ul>	 <p data-bbox="532 1271 984 1301">Gambar 3. Cnbcindonesia.com</p>

<sup>19</sup> Lihat pada <https://news.detik.com/berita/d-4874858/minta-masyarakat-tak-panik-soal-penyebaran-virus-corona-menkes-enjoy-saja>

<sup>20</sup> Lihat pada <https://www.tribunnews.com/kesehatan/2020/01/28/tips-menkes-terawan-cegah-virus-corona-enjoy-saja-dan-makan-yang-banyak>

<sup>21</sup> Lihat pada <https://www.suara.com/news/2020/03/04/054500/menkes-bagikan-tips-cegah-corona-covid-19-jaga-hati-dan-pikiran>

<sup>22</sup> Lihat pada <https://www.liputan6.com/news/read/4201007/menkes-soal-corona-indonesia-tak-perlu-lockdown>

<sup>23</sup> Lihat pada <https://www.cnbciindonesia.com/news/20200313114001-4-144629/terawan-soal-corona-kalau-panic-attack-imunitas-bisa-hancur>

Sementara itu, dalam berita lainnya berjudul, *Inilah Obat yang Mampu Menyembuhkan Pasien COVID-19, Presiden Sudah Pesan Jutaan Unit*<sup>24</sup>(20/3/2020). Berita ini memberikan informasi mengenai adanya sebuah obat bernama Avigan dan Chloroquine yang sudah dipesan oleh Indonesia, yang disampaikan oleh Joko Widodo (Jokowi) untuk mengobati pasien terpapar Covid-19.



Gambar 8. Inilah Obat yang Mampu Menyembuhkan Pasien COVID-19, Presiden Sudah Pesan Jutaan Unit (Jokowinomics.id)

Padahal, obat itu belum pasti bisa, dan masih merupakan dugaan-dugaan, namun dinyatakan ini obat yang bisa menyembuhkan Covid-19. “Obat-obatan tersebut adalah Avigan dan Chloroquine yang merupakan resep obat hasil riset serta telah digunakan beberapa negara melawan COVID-19.” Hal ini dinyatakan seperti dilansir pada laman Jokowinomics.id (20/3) lalu. Hal ini memang sudah dicoba di beberapa negara, namun situasi dan kondisi yang berbeda di Indonesia, dan faktor lainnya membuat hal ini belum bisa digunakan secara massal. Namun, media memberitakan berbeda bahwa obat itu adalah bisa menyembuhkan.

Dalam beberapa pemberitaan di atas yang dianalisis dengan kualitas standar berita dari Potter (2019), maka dapat dimaknai bahwa pemberitaan Indonesia masih banyak mengalami sebuah kondisi yang tidak sesuai untuk menerapkan standar *Accuracy, Completeness, Context,*

<sup>24</sup> Lihat pada <https://www.jokowinomics.id/2020/03/inilah-obat-yang-mampu-menyembuhkan-pasien-Covid-19- presiden-sudah-pesan-berjuta-juta-unit/>



*Lack of Bias, Balance.* Hal ini terbukti dengan adanya informasi yang bermuatan tuduhan- tuduhan yang spekulatif, kerap kali melakukan saduran-saduran berita dari media asing (luar negeri), memiliki kecenderungan pada informasi yang sifatnya mengedepankan daya tarik sensasionalisme, ketimbang ketepatan informasi, dan informasi yang bersifat edukatif. Berita- berita yang dianalisis diatas juga menampilkan judul yang memikat “sensasional”, dan terdapat ketidakselarasan antara judul dan isi berita.

Media kerap mengangkat hal-hal yang beredar di masyarakat, atau lagi *booming, trending*, termasuk penggunaan kalimat atau kata yang sensasional, menyuguhkan beragam informasi dengan judul yang memikat hati banyak orang, kalimat atau kata yang bombastis yang membuat penasaran agar publik masuk dan *meng-klik* (masuk) ke media tersebut. Tujuannya, membuat pembaca (publik) mengklik informasi tersebut sehingga mendapat kenaikan jumlah pembaca (*page view*) di media tersebut. Banyaknya pembaca, akan juga meningkatkan pemasukan finansial sebuah media. Lalu, dari banyak pembaca juga, dapat dijual untuk kepentingan pengiklan.

Media juga memiliki bingkai (*frame*) atau informasi nya masing-masing dari hasil konstruksi atas realitas. Dengan kata lain, realitas termasuk beragam informasi mengenai Covid-19 ini disusun oleh media menjadi cerita yang bermakna, disisi lain, hal ini dapat berpotensi mengganggu jalannya arus informasi yang sehat melalui media, padahal sejatinya media sebagai salah satunya untuk menginformasikan (*to inform*), dan mengedukasi (*to educate*).

## Daftar Pustaka

- Albanna, M. S. (2020, January 28). 3 Makanan Ekstrem Warga Wuhan, Bibit Virus Corona. Accessed from:<https://www.tagar.id/3-makanan-ekstrem-warga-wuhan-bibit-virus-corona>
- Asmara, C. G. (2020, March 13). Terawan Soal Corona: Kalau Panic Attack, Imunitas Bisa Hancur. Accessed from:<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200313114001-4-144629/terawan-soal-corona-kalau-panic-attack-imunitas-bisa-hancur>
- Bbc.com. (2020, January 24). Virus corona ‘kemungkinan berasal dari ular, dan belum ada vaksin’. Accessed from:<https://www.bbc.com/indonesia/majalah-51231635>



- Dewan Pers. Peraturan Dewan Pers tentang Standar Kompetensi Wartawan. Accessed from:[https://dewanpers.or.id/assets/documents/peraturan/1907030643\\_2010\\_Peraturan\\_DP\\_NO\\_01\\_TTG\\_STANDAR\\_KOMPETENSI\\_WARTAWAN.pdf](https://dewanpers.or.id/assets/documents/peraturan/1907030643_2010_Peraturan_DP_NO_01_TTG_STANDAR_KOMPETENSI_WARTAWAN.pdf)
- Grid.id. (2020, January 26). Bak Ciptakan Kiamat Bagi Umat Manusia, Konon Virus Corona Bisa Musnahkan 65 Juta Populasi Dunia Per Tahun, Biang Keladinya Kecerobohan China Ini. Accessed from: <https://www.grid.id/read/042001173/bak-ciptakan-kiamat-bagi-umat-manusia-konon-virus-corona-bisa-musnahkan-65-juta-populasi-dunia-per-tahun-biang-keladinya-kecerobohan-china-ini>
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta: Granit.
- Haryanto, A. T. (2020, March 14). Ilmuwan Klaim Virus Corona Berasal dari Meteor Luar Angkasa. Accessed from:<https://inet.detik.com/science/d-4938581/ilmuwan-klaim-virus-corona-berasal-dari-meteor-luar-angkasa/komentar>
- Idris, M. (2020, January 27). Ramalan Mengerikan Bill Gates soal Wabah Virus Corona. Accessed from:<https://money.kompas.com/read/2020/01/27/103500526/ramalan-mengerikan-bill-gates-soal-wabah-virus-corona>
- Jokowinomics.id. (2020, March 20). Inilah Obat yang Mampu Menyembuhkan Pasien COVID-19, Presiden Sudah Pesan Jutaan Unit. Accessed from:<https://www.jokowinomics.id/2020/03/inilah-obat-yang-mampu-menyembuhkan-pasien-Covid-19-presiden-sudah-pesan-berjuta-juta-unit/>
- Kristo, F. Y. (2020, March 23). Bill Gates Sang 'Peramal' Virus Corona. Accessed from:<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4949333/bill-gates-sang-peramal-virus-corona>
- Lim, M. (2011). *@crossroads: Democratization & Corporatization of Media in Indonesia*, Participatory Media Lab University of Arizona & Ford Foundation.
- Liputan6.com. (2020, March 13). Menkes: Soal Corona, Indonesia Tak Perlu Lockdown. Accessed from:<https://www.liputan6.com/news/read/4201007/menkes-soal-corona-indonesia-tak-perlu-lockdown>
- Noor, F., Ayuningtyas, F., & Prihatiningsih, W. (2020). Disaster Communications for Handling Coronavirus Disease 2019

- (COVID-19) in Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(4), 25–35. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v7i4.1610>
- Potter, W. J. (2019). *Media Literacy 9<sup>th</sup> Edition*. California: SAGE Publications.
- Satria, J. N. (2020, January 27). Minta Masyarakat Tak Panik soal Penyebaran Virus Corona, Menkes: Enjoy Saja. Accessed from: <https://news.detik.com/berita/d-4874858/minta-masyarakat-tak-panik-soal-penyebaran-virus-corona-menkes-enjoy-saja>
- Suara.com. (2020, March 23). Tips Aman Bercinta di Tengah Wabah Virus Corona Covid-19. Accessed from: <https://www.suara.com/lifestyle/2020/03/23/221000/tips-aman-bercinta-di-tengah-wabah-virus-corona-Covid-19>
- Suara.com. (2020, April 3). Misteri Hujan Berwarna Hitam di Jepang. Accessed from: <https://www.suara.com/tekno/2020/03/22/063000/hujan-berwarna-hitam-di-jepang-pemerintah-bakar-tubuh-korban-Covid-19>
- Suara.com. (2020, March 22). Viral Video Orang Tergeletak di Pinggir Jalan, Ini Kata Jubir COVID-19. Accessed from: <https://www.suara.com/news/2020/03/22/233213/viral-video-orang-tergeletak-di-pinggir-jalan-ini-kata-jubir-Covid-19>
- Suara.com. (2020, March 4). Menkes Bagikan Tips Cegah Corona Covid-19: Jaga Hati dan Pikiran. Accessed from: <https://www.suara.com/news/2020/03/04/054500/menkes-bagikan-tips-cegah-corona-Covid-19-jaga-hati-dan-pikiran>
- Trianto, D. (2020, March 20). Kasus Corona Baru Di China Diklaim Berasal Dari Indonesia, Masuk Dengan Penerbangan KA896. Accessed from: <https://dunia.rmol.id/read/2020/03/20/426213/kasus-corona-baru-di-china-diklaim-berasal-dari-indonesia-masuk-dengan-penerbangan-ka896>
- Tribunnews.com. (2020, March 20). Terbaru, China Klaim Temuan Kasus Baru Virus Corona Berasal dari Indonesia, Dubes RI Bereaksi. Accessed from: <https://kaltim.tribunnews.com/2020/03/20/terbaru-china-klaim-temuan-kasus-baru-virus-corona-berasal-dari-indonesia-dubes-ri-bereaksi>
- Tribunnews.com. (2020, January 25). Terungkap Penyebaran Corona Diduga Senjata Makan Tuan yang Bisa Membunuh 65 Juta Jiwa

- dalam Setahun. Accessed from: <https://wartakota.tribunnews.com/2020/01/25/terungkap-penyebaran-corona-diduga-senjata-makan-tuan-yang-bisa-membunuh-65-juta-jiwa-dalam-setahun>
- Tribunnews.com. (2020, January 26). Apa Penyebab Corona Sangat Mengerikan? Terbongkar Dugaan Kecerobohan China, Virus Bocor dari Lab. Accessed from: <https://aceh.tribunnews.com/2020/01/26/apa-penyebab-corona-sangat-mengerikan-terbongkar-dugaan-kecerobohan-china-virus-bocor-dari-lab>
- Tribunnews.com. (2020, January 28). Tips Menkes Terawan Cegah Virus Corona: Enjoy Saja dan Makan yang Banyak. Accessed from: <https://www.tribunnews.com/kesehatan/2020/01/28/tips-menkes-terawan-cegah-virus-corona-enjoy-saja-dan-makan-yang-banyak>
- Yanuar Nugroho, Putri, DA., Shita Laksmi. (2012). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia* (Edisi Bahasa Indonesia); Riset kerjasama antara Centre for Innovation Policy and Governance dan HIVOS Kantor Regional Asia Tenggara, didanai oleh Ford Foundation Jakarta: CIPG dan HIVOS. Accessed from: <http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf>
- Zainuddin, H. (2020, January 26). Bukan Cuma Sup Kelelawar, Warga Wuhan Diduga Makan Bayi Tikus Hidup. Accessed from: <https://makassar.terkini.id/bukan-cuma-sup-kelelawar-warga-wuhan-diduga-makan-bayi-tikus-hidup/>

# Internalisasi Nilai Optimistis untuk Mencapai Institusi yang Berkemajuan

DANIEL FERNANDEZ

**S**ekurang-kurangnya terdapat lima konsep dalam kehidupan bermasyarakat atau dalam mengelola suatu lembaga yang dilaksanakan sehari-hari tetapi mengalami *miss* konsepsi atau kekacauan dimaknai. Celaknya yang dimaknai kacau itu disepakati sebagai suatu hal yang benar, dan sulit untuk diperbaiki. Konsep itu adalah 1) informasi, 2) sosialisasi) 3) institusionalisasi) 4) enkulturasi, 5) internalisasi. Judul artikel akan lebih banyak fokus pada konsep terakhir yaitu, internalisasi nilai bagi anggota suatu organisasi atau lembaga untuk mencapai tingkat organisasi yang sehat, dan berkemajuan.

## **Informasi, Sosialisasi, Institusionalisasi, Enkulturasi, dan Internalisasi nilai**

Informasi, sesungguhnya setiap ransangan yang menyentuh alat indra kita dan mendapat respon dari alat indra manusia, itu sudah menjadi informasi. Meskipun informasi yang direspon itu juga mengalami intensitas yang berbeda. Ada informasi yang sangat menarik, ada juga yang tidak menarik, atau ada yang diabaikan. Tidak ada informasi yang dapat ditolak, kalau kita mendapat informasi tentang sesuatu yang kita tidak suka, lalu kita katakan saya menolak informasi itu, artinya sudah ada respon atas informasi itu. Jenis

responnya negatif atau menolak. Dalam kehidupan sehari-hari sering terjadi *miss information*, Menurut Soerjono Soekamto (1989) informasi tentang hantu, dan cerita tahayul, tergolong *miss information*.

Segala bentuk informasi membutuhkan pemaknaan simbol. Oleh karena itu ketika kita ingin memberikan suatu informasi, kita harus tahu bahwa simbol-simbol yang saya sampaikan itu dapat dimaknai atau diabaikan. Misalnya informasi tentang kosmetik bagi nelayan yang akan melaut, bisa dimaknai, kalau dia ingin istrinya semakin cantik, akan tetapi akan menjadi tidak bermakna jika dia sedang konsentrasi mencari ikan di laut. (maaf : kalau contohnya bias gender).

Dalam praktek kehidupan sehari-hari sering kali informasi dikacaukan dengan sosialisasi, ada kebijakan yang cukup diinformasikan, tetapi dikatakan sebagai sosialisasi. Ini pun tidak keliru ketika masyarakatpun sepakat kalau segala sesuatu yang diberitahukan kepada masyarakat dimaknai sama dengan sosialisasi.

Sosialisasi, sebuah istilah yang begitu mudah diucapkan. Orang yang tidak mudah bergaul dengan masyarakat dikatakan orang itu tidak bersosialisasi. Nasehat tukang ojol yang sambil nunggu pesanan *online* kepada tukang sampah yang sedang membersihkan sampah di bak sampah, "Kamu kalau mau dapat tip dari pemilik rumah, kamu harus bersosialisasi dengan pemilik rumah, minimal punya Hape, terus nelpon atau kirim WA bahwa sampahnya sudah diangkut". Konsep tukang ojol adalah sosialisasi. Dalam banyak hal sosialisasi maknanya begitu disederhanakan dan bisa saja menimbulkan *miss conception*.

Charlotte Buhler (dalam Fernandez : 2019) memberikan pengertian sosialisasi sebagai proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri terhadap bagaimana cara hidup dan bagaimana cara berpikir kelompoknya, agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya.

Proses sosialisasi merupakan hasil interaksi antarmanusia. Selama manusia masih berinteraksi, maka proses sosialisasi masih berlangsung. Dengan berinteraksi dalam proses sosialisasi, individu memperoleh hasil sebagai berikut.

- a. Individu mampu menyesuaikan tingkah lakunya dengan harapan masyarakat.
- b. Individu menyadari keberadaan dirinya.

- c. Individu mampu menjadi anggota masyarakat yang baik.  
Pengertian sosialisasi menurut beberapa ahli:
1. Peter Berger : Sosialisasi adalah suatu proses seorang anak belajar menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat. (*A process by which a child learns to be a participant member of society*)
  2. Robert M.Z. Lawang : Sosialisasi adalah proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial.
  3. Hasan Shadily : Sosialisasi adalah proses seseorang mulai menerima dan menyesuaikan diri terhadap adat istiadat suatu golongan. Sehingga lambat laun ia akan merasa sebagian dari golongan itu.

Melalui proses sosialisasi, seorang individu mendapatkan banyak pengetahuan dari kehidupan sosial masyarakat. Salah satunya individu mengetahui tentang nilai-nilai dan norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Selain itu, melalui sosialisasi prinsip-prinsip hidup seorang individu akan terbentuk yang pada akhirnya memunculkan suatu kepribadian yang tetap dalam diri individu.

Pembahasan sosialisasi, masih banyak lagi dalam kuliah formal Sosiologi, mencakup tahap-tahapnya, agen-agensya, dan berbagai macam teori para pakar yang tidak sederhana seperti yang berkembang di masyarakat.

Institusionalisasi, masih terkait dengan sosialisasi. Pembahasan institusionalisasi tidak menjadi konsumen masyarakat luas walaupun sehari-hari kita dihadapkan dengan persoalan formal dalam kehidupan bernegara. Semua produk hukum dan peraturan negara yang harus ditaati merupakan proses institusionalisasi. Sifat institusionalisasi dalam suatu organisasi atau lembaga formal adalah memaksa seluruh anggotanya untuk patuh. Indikator keberhasilan suatu proses penginstitutionan adalah kepatuhan seluruh pemangku kepentingan.

Enkulturasasi, Koentjaraningrat (1989) memberi nama lain kata enkulturasasi dengan kata pembudayaan. Dalam proses ini seorang individu mempelajari dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat istiadat, sistem norma dan peraturan-peraturan yang hidup dalam budayanya. Haviland (1999) mendefinisikan enkulturasasi sebagai proses penerusan budaya suatu masyarakat dari generasi yang

satu ke generasi berikutnya.

Jika dalam sosialisasi, dan institusionalisasi individu dibebani dengan berbagai tugas yang harus diikutinya sebagai anggota masyarakat, maka dalam enkulturasi individu sebaliknya harus sadar sendiri bahwa ia adalah anggota masyarakat. Kesadaram ini diikuti pula dengan upaya agar keberadaannya atau eksistensinya diakui oleh masyarakat. Seringkali individu mulai dengan meniru saja berbagai macam tindakan. Dengan berkali-kali meniru, tindakannya akan menjadi pola yang menetap dan norma yang mengatur tindakan itu dibudayakan. (Fernandez, 1998 : 114).

Pada dasarnya terdapat dua fase penting dalam enkulturasi, fase pertama meniru apa yang dilakukan orang lain, fase kedua mengidentifikasi dirinya dengan orang lain. Fase pertama biasanya lebih mudah dibandingkan dengan fase kedua. Fase kedua agak sulit karena proses ini seseorang ingin menjadi sama atau mirip dengan orang lain.

Dalam proses enkulturasi individu aktif dan menjadi dan menjadi subjek untuk mempelajari budaya masyarakat di sekitarnya. Proses sosialisasi berlangsung sejak individu dilahirkan, sedangkan enkulturasi berlangsung ketika tumbuh kesadaran diri pada individu.

Internalisasi budaya, diartikan sebagai “Pendarahdagingan” budaya. Dalam hal ini individu atau kesatuan sosial telah meresapkan nilai-nilai budaya ke dalam pribadi mereka. Proses internalisasi berlangsung sejak individu dilahirkan sampai dengan menjelang akhir hayatnya. Selama hidup manusia belajar menanamkan kepribadiannya, segala pikiran, perasaan, serta hasratnya.

Individu yang hidup dalam masyarakat pun memiliki norma dan nilai. Jika norma dan nilai itu terinternalisasi dalam diri seseorang, maka ia akan merasa sangat bersalah atau berdosa jika terjadi pelanggaran atas nilai dan norma yang dianutnya. Seorang mahasiswa yang telah terinternalisasi nilai kejujuran yang dianutnya tidak akan melakukan tindakan yang curang dalam mengerjakan tugasnya walaupun dia tahu bahwa kecurangannya itu tidak akan diketahui orang lain. Jika mahasiswa itu melakukan kecurangan, ia akan malu pada dirinya sendiri. Ini berarti nilai kejujuran sudah terinternalisasi pada diri mahasiswa itu.

## Pengembangan nilai-nilai

Pengembangan nilai yang dimaksud sebetulnya berkaitan dengan pengembangan atau pembentukan karakter dengan keyakinan bahwa pengembangan adalah hal yang itu perlu dan penting untuk dilakukan oleh suatu lembaga terutama lembaga pendidikan. Pembentukan karakter dilakukan melalui tahap pengetahuan (*knowing*), pelaksanaan (*acting*), dan kebiasaan (*habit*). Pengembangan karakter tidak terbatas pada pengetahuan saja. Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang kebaikan belum tentu mampu bertindak sesuai dengan pengetahuannya itu, jika tidak terlatih sehingga menjadi kebiasaan untuk melakukan kebaikan tersebut, atau tertanam atau terinternalisasi dalam kehidupan sehari-hari.

Ruang lingkup pengembangan nilai-nilai karakter yang semestinya dikembangkan dalam sebuah institusi terutama institusi pendidikan seperti yang dikemukakan oleh Balitbang Kementerian Pendidikan Nasional (2014) adalah sebagai berikut : a) religius b) jujur, c) toleransi, d) disiplin, e) kerja keras, f) kreatif, g) mandiri, h) demokratis, i) rasa ingin tahu, j) semangat kebangsaan, k) cinta tanah air, l) menghargai prestasi, m) bersahabat, n) cinta damai, o) gemar membaca, p) peduli lingkungan, q) peduli sosial, r) tanggung jawab. Inilah sejumlah karakter yang harus dikembangkan kepada siswa, mahasiswa, ataupun semua anggota suatu institusi. Idealnya setiap anggota institusi memiliki karakter semacam ini. Bagi kalangan yang pesimisme akan membuat pembenaran dengan semacam adagium, “tidak ada manusia yang sempurna”. Adagium ini nyata akan tetapi jika dipraktikkan dalam mengelola sebuah institusi maka hanya akan menghasilkan berbagai pembenaran atas berbagai tindakan kesalahan. Bagi kalangan optimisme delapan belas karakter ini bisa dimiliki oleh semua orang dengan kapasitas yang berbeda.

Bagi saya pengembangan karakter ini adalah sama dengan penanaman nilai optimisme atau internalisasi nilai optimisme untuk mencapai kemajuan institusi. Soedarso, (2020 : 42) mengemukakan karakter percaya diri, optimis, dan mandiri memiliki empat unsur, 1) Merdeka, mandiri, dan optimis, 2) Bila memperoleh ide gigih memperjuangkannya jadi kenyataan, 3) Berpikiran dan bersikap positif, 4) Tidak tergantung pada orang lain.



## Mental Block

Dalam pengembangan institusi yang berkembang sebaiknya dihindari *mental block*. Kata ini sudah mulai akrab dalam tulisan yang bertema manajemen seperti yang dikemukakan oleh Soedarso (2020). *Mental block* itu harus didobrak karena dipengaruhi oleh berbagai anggapan-anggapan atau mitos-mitos pesimistis. *Mental Block* itu sering digunakan untuk mempresentasikan kondisi pikiran yang menghambat seseorang untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginannya. *Mental Block* adalah penekanan atau pengekangan terhadap memori atau pikiran dalam diri seseorang. Keadaan ini jika berlanjut akan menjadi sebuah hambatan psikologis yang ada dalam diri seseorang dalam upaya meraih apa yang diinginkan atau dibutuhkan. Hal ini biasanya terjadi karena pengalaman hidup traumatik, baik secara mental maupun fisik sehingga menghasilkan suatu perasaan dan pikiran yang tidak menyenangkan. Pengalaman yang tidak menyenangkan ini sering didebut dengan istilah “kapok”. *Mental block* selalu dimulai dengan sikap takut berbuat sesuatu.

Dalam pengembangan instiusi yang berkembang kondisi psikis yang tergolong *mental block* harus dihindari. Jika Anda mengalami kondisi ini, maka Anda harus mulai membangun sikap optimis dan jika perlu melakukan *hipnoterapi*.

## Daftar Pustaka

- Fernandez, Daniel. 1996. *Antropologi*. Jakarta: Galaxy Puspamega.
- Putra, Aldiyansyah Purnama dan Suyatno. 2018. *Universal Concept of Logical Thinking*, Jakarta Uhamka Press
- Soedarso, Sriwidodo. 2020. *Milenial Technopreneurship Berkemajuan di Era Revolusi*
- 4.0. Bandung: UMBandung Press.
- Tobroni. 2020. *Indonesia Bertakwa, Antologi Khutbah*. Jakarta: Siraja

# Nalar Efektivitas Penerapan PSBB dan Relaksasi dalam Menanggulangi Pandemi Covid-19

EKO DIGDOYO

Kenikmatan hidup yang nikmat di dunia adalah sehat, karena apapun yang kamu miliki di dunia ini tak akan kamu nikmati, jika kamu sakit ~ Dani Kaizen

Dari hari ke hari jumlah pasien positif Covid-19 di Indonesia terus bertambah, hingga awal bulan Mei 2020 jumlah pasien yang dinyatakan positif penderita Covid-19 mencapai lebih dari 12.000 orang, dan meninggal lebih dari 864 orang, sembuh 1.954 orang (Laporan Juru Bicara Pemerintah untuk Penanganan Covid-19 Senin, 4 Mei 2020).

Sebagaimana prediksi para ahli, pandemi Covid-19 akan berakhir pada bulan Juni 2020. Selama empat bulan, meski aktivitas masyarakat dapat dijalankan terbatas, masyarakat Indonesia mengalami dampak yang luar biasa, baik dampak kesehatan, ekonomi, politik, budaya, pendidikan, hingga dampak dalam praktek sosial serta ibadah keagamaan.

Mengingat wabah pandemi Covid-19 telah merambah hampir seluruh dunia, secara akademis tidak pada saatnya menyalahkan negara asal atau penyebab pembawa virus. Sebab negara besar

maupun kecil tidak luput dari wabah pandemi Covid-19 seperti: China, Amerika Serikat, Turki, Spanyol, Italia, Rusia, Jerman, Prancis, Iran, India, Arab, Kanada, Jepang, Korea, Austria, Norwegia, Australia. Sementara itu Asia Tenggara dan khususnya Indonesia juga tidak luput dari pandemi virus Corona-19. Untuk itu saatnya masyarakat bergotong-royong berpartisipasi sekuat tenaga, pikiran, dan materi turut serta menanggulangi pandemi Covid-19 tersebut (Halim, 2020).

Selanjutnya dalam upaya menangani wabah tersebut, yang perlu mendapatkan perhatian adalah bidang kesehatan atau medis. Sebab kenyataannya dalam menangani pandemi Covid-19 tenaga medis menjadi garda terdepan sebab dari sekian banyak korban meninggal adalah para dokter dan tenaga medis.

Namun demikian aspek sosial, budaya, dan penegakan hukum juga turut menjadi salah satu langkah yang dipilih pemerintah dalam menjalankan kebijakan serta aturan (Anggoro, 2020). Sebab jika peristiwa pandemi hanya diserahkan para tenaga medis, peraturan pendukung sosial juga tidak bisa berjalan. Oleh karena itu, memerlukan kerjasama antara kebijakan medis dan kebijakan sosial khususnya menentukan aturan yang komunikatif dan informatif (Swarnawati, 2020).

Selanjutnya jika dirunut dari sekian aturan, sesungguhnya Indonesia telah memiliki aturan perundangan khususnya dalam menangani wabah penyakit di masyarakat. Hanya saja aturan tersebut perlu dijalankan secara komitmen oleh pemerintah pusat hingga daerah serta dukungan kesadaran warganya. Namun demikian hingga telah merebaknya wabah pandemi Covid-19 rupanya pemerintah masih berkuat untuk menyusun aturan baru. Misalnya meski telah memiliki Undang-Undang tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan, kenyataannya Pemerintah Pusat lebih “mantap” menerbitkan aturan baru dalam bentuk Peraturan Pemerintah tahun 2020 dengan istilah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pertanyaannya apakah peraturan baru tersebut efektif, jika hanya menggunakan istilah pembatasan? Toh kenyataannya meski PSBB telah disosialisasikan, masih banyak perilaku pelanggaran.

Berbagai upaya seperti sosialisasi jaga jarak, penggunaan masker, penutupan jalan besar maupun kecil telah dilakukan, namun ternyata warga masih hilir mudik seolah-olah tidak terjadi apa-apa. Kemudian

di Jawa Tengah menggunakan media pocong untuk menakuti warga yang sedang kumpul-kumpul di malam hari. Di tempat umum seringkali aparat membubarkan paksa karena adanya kerumunan lebih dari lima orang. Dengan demikian himbauan saja ternyata tidak didengarkan oleh warga. Begitu juga warga ketika diingatkan untuk memakai masker, meskipun telah melibatkan aparat.

Belum lagi dampak kebijakan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia (MENKUMHAM) Yasona Laoli yang membebaskan puluhan ribu narapidana. Meskipun tujuan kebijakan semula adalah membebaskan dalam arti agar tidak terjadi penularan pandemi Covid-19 sesama narapidana di rumah tahanan, kenyataan menimbulkan resiko sosial. Tidak sedikit peristiwa mantan narapidana berulah kembali dengan melakukan kekerasan fisik, sehingga memicu krisis dan membahayakan masyarakat (Sugiyantoro, 2020).

Untuk itu, secara pribadi penulis tidak setuju dengan adanya kebijakan Menteri Hukum dan HAM tersebut yang membebaskan narapidana. Sebab meski terlalu penuh penghuni rumah tahanan, para narapidana perlu diberdayakan, dan dikaryakan, sehingga negara tidak dirugikan namun justru membina dan memberdayakan para narapidana dari sisi potensi SDM. Meski kebijakan tersebut tidak mudah diimplementasikan, namun kebijakan pemberdayaan tersebut hanya pemerintah yang dapat memutuskan.

Dampak kebijakan PSBB maupun pembebasan narapidana tersebut menurut analisa penulis dari hari ke hari menunjukkan situasi sosial semakin tidak tertib. Terbukti hiruk pikuk mobilitas sosial seperti atas nama transportasi, ekonomi, dan sebagian kehidupan religi masih berjalan seperti biasa dan seolah tidak terjadi apa-apa.

Belum lagi kebijakan sesama menteri yang sering bertabrakan dengan dalih situasi ekonomi, sehingga membingungkan semua pihak (Anshori, 2020). Pemerintah daerah tidak bisa menerapkan aturan sebelum mendapat persetujuan dari pemerintah pusat terkait menjalankan aturan PSBB, serta perbedaan waktu penerapan aturan PSBB di Jakarta maupun di daerah penyangga. Menyikapi kebijakan demikian tidak menutup kemungkinan dapat menambah penderita Covid-19 dan secara otomatis akan mengganggu sendi kehidupan.

Melalui kajian ini, penulis berkeyakinan bahwa modal dasar ideologi, meski tidak bisa menjadi jaminan dapat menyelesaikan

wabah pandemi. Melalui dasar ideologi Indonesia dapat menjadi salah satu upaya untuk mengatasi musibah tersebut. Sebab di dalam ideologi Pancasila telah mengatur sendi-sendi kehidupan. Baik sendi kehidupan beragama, membangun peradaban kemanusiaan, membangun jiwa persatuan sebab hanya dengan semangat persatuan atau gotongroyong bangsa ini menjadi kuat (Sari, 2020). Masyarakat Indonesia juga memiliki modal budaya bermusyawarah dalam menyelesaikan masalah, serta terus berusaha mempraktekkan prinsip-prinsip keadilan yang bijaksana. Sebab kata bijaksana sesungguhnya memiliki arti yang sangat mendalam dalam menyikapi berbagai masalah. Jadi, kajian ini setidaknya dapat menjadi salah satu analisis kritis melalui pemikiran akademis dalam upaya menjalankan peraturan.

Sebagaimana termaktub dalam UUD RI 1945, salah satu tujuan negara adalah mencerdaskan kehidupan dan melindungi segenap bangsa Indonesia. Untuk itu mencerdaskan kehidupan bangsa adalah menjadi tanggungjawab negara, sebagaimana telah diamanatkan dalam alinea ke-empat Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Namun demikian cerdas dan sehat bagi warga negara tidak cukup menyerahkan kepada negara, sebab negara memiliki keterbatasan.

Dalam hal ini mencerdaskan bukan berarti menyangkut soal pendidikan saja, melainkan juga melindungi masyarakat baik langsung maupun tidak langsung yang berkenaan dengan kesehatan. Kesehatan merupakan salah satu sektor utama yang memengaruhi tingkat kecerdasan, sekaligus gambaran kualitas kenyamanan masyarakat terhadap serangan penyakit (Putri dan Rachmawati, 2018). Sehat sesungguhnya adalah berkaitan dengan budaya (*culture*) masyarakat, sebab jika masyarakat membudayakan kesadaran pola hidup sehat, maka secara otomatis akan sehat (Susilo, 2014). Namun sebaliknya, jika warga tidak peka terhadap kesadaran hidup sehat, maka akan terjadi wabah atau pandemi.

Hal ini menunjukkan bahwa peristiwa bertambahnya penderita atau kematian yang disebabkan oleh suatu penyakit menular di suatu wilayah tertentu, kadang-kadang dapat merupakan kejadian yang mengejutkan masyarakat. Untuk itu sesungguhnya yang perlu dikritisi adalah kesadaran masyarakatnya, aturannya, atau lemahnya kesadaran masyarakat terhadap aturan, maka diperlukan kearifan ekologi (Fasya, 2020).

Secara realita Covid-19 telah menjadi Kejadian Luar Biasa (KLB) tingkat dunia, sebab dapat menimbulkan wabah yang menyerang masyarakat luas tanpa membedakan kelas dalam waktu singkat yang diakibatkan terjadinya penularan. Kejadian Luar Biasa adalah timbulnya atau meningkatnya kejadian kesakitan/kematian yang bermakna secara epidemiologis pada suatu daerah dalam kurun waktu tertentu, dan merupakan keadaan yang dapat menjurus pada terjadinya wabah pandemi tidak hanya daerah tertentu, namun mewabah ke berbagai lintas negara (Halim, 2020).

Di lain pihak, meskipun perkembangan ilmu dan teknologi sudah pesat, tetapi belum ada satu negara-pun yang memiliki penangkal medis berupa obat bagi penderita Covid-19, yang memungkinkan adalah perawatan melalui karantina dan kecukupan gizi pada tubuh pasien.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi bukan saja menjadikan kehidupan umat manusia semakin mudah, semakin maju, tetapi nampaknya umat manusia juga diharapkan kepada tantangan-tantangan atau peringatan-peringatan baru di bidang kesehatan, dimana pada kurun waktu tertentu akan muncul berbagai jenis penyakit baru (Utami dan Harahap, 2019).

Jika dikaji dari aspek religi (Sari, 2020), wabah pandemi Covid-19 merupakan peringatan bagi umat manusia bahwa di atas kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi kedokteran yang telah dicapai, masih akan ada hal baru yang belum diketahui, maka hanya sang pencipta bumi beserta isinya yang tahu. Untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah medis bagi masyarakat, namun tetap harus mohon perlindungan kepada sang pencipta (Allah/Tuhan Yang Maha Esa).

Pada sisi lain, perlindungan yang harus dilakukan masyarakat umum, aparat kesehatan, korban dan pelapor. Untuk itu perlu dilihat kembali efektifitas penerapan peraturan perundang-undangan yang komprehensif di bidang penanganan wabah pandemi. Sebab jika kita lihat realitasnya terjadi perubahan-perubahan penerapan peraturan (Budijanto, 2020). Misalnya dalam menanggulangi wabah pandemi yang berdampak luas sesungguhnya Indonesia telah memiliki Undang-Undang No 6 tentang Karantina Kesehatan, namun pada saat terjadi pandemi undang-undang tersebut pada akhirnya tidak dipergunakan, sebab pemerintah menerbitkan aturan baru dalam bentuk Peraturan

Pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

### **Dasar Hukum Peraturan Penanganan Pandemi di Indonesia**

Selanjutnya guna mendasari kajian ini, secara kronologis Indonesia telah memiliki produk-produk hukum yang terkait dengan undang-undang untuk mengatasi wabah penyakit menular, diantaranya:

1. Undang-Undang No. 4 Tahun 1984 Tentang Wabah Penyakit Menular. Sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang tersebut pada intinya;
  - a. Mengatur beberapa pengertian, seperti wabah penyakit menular dan sumber penyakit.
  - b. Maksud undang-undang wabah adalah melindungi penduduk dari malapetaka yang disebabkan oleh wabah sedini mungkin.
  - c. Mengatur jenis-jenis penyakit yang dapat menimbulkan wabah, menetapkan daerah wabah, dan upaya penanggulangan wabah.
  - d. Mengatur hak dan kewajiban masyarakat, petugas, dan pemerintah yang berkaitan dengan penanggulangan wabah.
  - e. Mengatur ketentuan pidana yang ditujukan terhadap usaha menghalangi penanggulangan wabah, karena kealpaannya mengakibatkan wabah, secara sengaja atau kelalaian mengelola tidak benar bahan-bahan yang mengakibatkan wabah.
2. Undang-Undang No. 1 Tahun 1962 tentang Karantina Laut.

Undang-Undang ini bertujuan untuk menolak dan mencegah masuk dan keluarnya penyakit melalui kapal. Penyakit karantina dalam Undang-Undang tersebut meliputi; Pes, Kolera, Demam Kuning, Cacar, Tipus Bercak Wabah. Menteri Kesehatan saat itu menetapkan dan mencabut penetapan suatu pelabuhan dan/atau daerah wilayah

Indonesia dan luar negeri terjangkit penyakit. Terhadap penyakit Karantina, kapal digolongkan dalam kapal sehat, kapal terjangkit, kapal tersangka. Demikian juga pelabuhan digolongkan pelabuhan karantina kelas I, kelas II atau yang dimaksud pelabuhan bukan pelabuhan karantina. Tiap kapal yang datang dari luar negeri, pelabuhan yang terjangkit penyakit berada

dalam karantina. Nakhoda dilarang menaikkan atau menurunkan penumpang, barang, tanaman, dan hewan sebelum memperoleh surat izin karantina. Tindakan khusus terhadap penyakit karantina ini dilakukan oleh dokter pelabuhan. Pengenaan pidana bagi setiap orang yang melanggar ketentuan dalam undang-undang ini.

3. Undang-Undang No. 2 Tahun 1962 tentang Karantina Udara.  
Pada tahun 1962 Menteri Kesehatan menetapkan dan mencabut suatu pelabuhan udara dan/atau wilayah Indonesia dan luar negeri terjangkau penyakit karantina. Terhadap penyakit karantina, pesawat udara, digolongkan dalam pesawat udara sehat, pesawat udara terjangkau, pesawat udara tersangka. Penyakit karantina dalam undang-undang ini seperti Karantina Laut, antara lain meliputi; pes, kolera, demam kuning, demam balik-balik, tipus bercak wabah. Pesawat udara yang datang dari luar negeri pelabuhan dalam negeri yang terjangkau wabah, berada dalam karantina. Nakhoda dilarang menurunkan atau menaikkan orang, barang, hewan, tanaman dan lain-lain sebelum mendapat izin karantina. Dokter pelabuhan berhak memeriksa dan mencegah orang, hewan, barang, tanaman yang terjangkau atau tersangka karantina untuk berangkat atau dibawa pesawat. Pengenaan pidana bagi setiap orang yang melanggar ketentuan undang-undang ini.
4. Peraturan Menteri Kesehatan No. 560 Tahun 1989 Tentang Jenis Penyakit Tertentu yang Dapat Menimbulkan Wabah  
Peraturan tersebut berisi tata cara penyampaian laporan dan penanggulangan. Peraturan Menteri Kesehatan tersebut diatur jenis-jenis penyakit tertentu yang dapat menimbulkan wabah, seperti Kolera, Pes, Campak, Rabies, Influenza, Antrax, Penyakit-penyakit lain yang dapat menimbulkan wabah, selanjutnya ditetapkan oleh Menteri Kesehatan. Laporan adanya penderita atau tersangka penderita yang disebut laporan kewaspadaan, terdiri dari nama, golongan darah, tempat kejadian, waktu kejadian, jumlah yang sakit atau meninggal. Laporan tersebut dapat disampaikan oleh orang tua, penderita, Ketua RT/RW, Dokter atau Petugas Kesehatan yang lain, Kepala Stasiun, Nakhoda, Kepala Lurah atau Kepala Desa atau Unit Kesehatan terdekat,



yang kemudian diteruskan kepada Puskesmas. Kepala Puskesmas segera melaksanakan penyelidikan epidemiologi bersamaan dengan Penanggulangan Kejadian Luar Biasa. Tindakan lebih lanjut disesuaikan dengan hasil penyelidikan epidemiologi.

5. Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 1991 tentang Penanggulangan Wabah Penyakit Menular.

Melalui Peraturan tersebut mengatur; a. Mengatur beberapa pengertian, seperti wabah penyakit menular, daerah wabah, upaya penanggulangan, kejadian luar biasa. b. Penetapan dan pencabutan daerah tertentu di wilayah Indonesia yang terjangkit wabah sebagai daerah wabah oleh Menteri. Penetapan dan pencabutan daerah wabah didasarkan pertimbangan epidemiologis dan keadaan masyarakat. c. Upaya penanggulangan wabah meliputi tindakan penyelidikan epidemiologis, pemeriksaan, pengobatan, perawatan dan isolasi penderita termasuk tindakan karantina, pencegahan dan pengebalan, pemusnahan penyebab penyakit, penanganan jenazah, penyuluhan dan upaya-upaya lain. d. Peran serta masyarakat dalam penanggulangan wabah, seperti memberikan informasi adanya penderita atau tersangka penderita penyakit wabah, membantu kelancaran penanggulangan wabah, menggerakkan motivasi masyarakat dalam upaya penanggulangan wabah. e. Pengelolaan bahan- bahan yang mengandung penyakit, meliputi pemasukan, penyimpanan, penggunaan, pengangkutan, penelitian, dan pemusnahan. f. Ganti rugi dan penghargaan, pembiayaan dan pelaporan penanggulangan wabah. g. Ketentuan pidana yang merujuk pada undang-undang wabah.

6. Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan.

Di dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan, pengaturan yang berkaitan dengan wabah dapat dilihat dari ketentuan yang menyebutkan: a. Setiap orang mempunyai hak yang sama dalam memperoleh derajat kesehatan yang optimal. b. Setiap orang berkewajiban untuk ikut serta dalam memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan perseorangan, keluarga, dan lingkungan. c. Pemerintah bertugas mengatur, membina, dan mengawasi penyelenggaraan upaya kesehatan. d. Pemerintah bertanggungjawab meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. e. Untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal

bagi masyarakat, diselenggarakan upaya kesehatan dengan pendekatan pemeliharaan, peningkatan kesehatan (*promotif*), pencegahan penyakit (*preventif*), penyembuhan penyakit (*kuratif*), dan pemulihan kesehatan (*rehabilitatif*). f. Penyelenggaraan upaya kesehatan, antara lain dilaksanakan melalui kegiatan pemberantasan penyakit, baik penyakit menular maupun tidak menular. g. Pemberantasan penyakit menular dilaksanakan dengan upaya penyuluhan, penyelidikan, pengebalan, menghilangkan sumber dari perantara penyakit, tindakan karantina, dan upaya lain yang diperlukan. h. Pemberantasan penyakit menular yang dapat menimbulkan wabah dan penyakit karantina dilaksanakan sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

7. Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1116/Menkes/SK/VIII/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sistem Surveilans Epidemiologi Kesehatan.

Keputusan menteri tersebut mengatur antara lain; a. Surveilans epidemiologi kesehatan meliputi surveilans epidemiologi penyakit menular, penyakit tidak menular, kesehatan lingkungan dan perilaku, masalah kesehatan, dan kesehatan matra. b. Tujuan surveilans epidemiologi adalah tersedianya data dan informasi epidemiologi sebagai dasar manajemen kesehatan. c. Mekanisme kerja surveilans epidemiologi kesehatan meliputi identifikasi kasus, perekaman, pelaporan dan pengolahan data, analisis dan interpretasi data, studi epidemiologi, penyebaran informasi, membuat rekomendasi dan alternatif tindak lanjut, umpan balik.

8. Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1479/Menkes/SK/X/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sistem Surveilans Epidemiologi Penyakit Menular dan Penyakit Tidak Menular Terpadu.

Keputusan Menteri tersebut secara garis besar berisi; a. Beberapa pengertian, seperti surveilans atau surveilans epidemiologi, surveilans epidemiologi rutin terpadu, surveilans terpadu penyakit, unit surveilans, jejaring surveilans epidemiologi. b. Penyelenggaraan surveilans terpadu penyakit meliputi surveilans penyakit bersumber data Puskesmas, data Rumah Sakit, data Laboratorium, data KLB penyakit dan keracunan, data Puskesmas Sentinal, data Rumah Sakit Sentinal. c. Strategi

surveilans epidemiologi penyakit, antara lain meliputi peningkatan advokasi pengembangan kelompok kerja surveilans epidemiologi, pengembangan SDM, surveilans epidemiologi, peningkatan suatu data dan informasi epidemiologi, peningkatan jejaring surveilans epidemiologi, peningkatan pemanfaatan teknologi komunikasi informasi elektromedia yang terintegrasi dan interaktif.

9. Undang-Undang Nomor 6 tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan

Garis besar isi Undang-Undang tentang Keekarantinaan Kesehatan mengatur tentang tanggung jawab Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, hak dan kewajiban, Kedaruratan Kesehatan Masyarakat, penyelenggaraan Keekarantinaan Kesehatan di Pintu Masuk, penyelenggaraan Keekarantinaan Kesehatan di wilayah, Dokumen Karantina Kesehatan, sumber daya Keekarantinaan Kesehatan, informasi Keekarantinaan Kesehatan, pembinaan dan pengawasan, penyidikan, dan ketentuan pidana.

Undang-Undang Nomor 6 tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan agak terlambat diputuskan, karena *International Health Regulations* (IHR) tahun 2005 mengharuskan Indonesia meningkatkan kapasitas dan kemampuan dalam surveilans kesehatan dan respons, serta Keekarantinaan Kesehatan di wilayah dan di Pintu Masuk, baik Pelabuhan, Bandar Udara, maupun Pos Lintas Batas Darat Negara.

Untuk itu diperlukan penyesuaian perangkat peraturan perundang-undangan, organisasi, dan sumber daya yang berkaitan dengan Keekarantinaan Kesehatan dan organisasi pelaksanaannya. Hal ini mengingat peraturan perundang-undangan terkait Keekarantinaan Kesehatan yang ada, yaitu Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1962 tentang Karantina Laut dan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1962 tentang Karantina Udara, sudah tidak relevan dengan kondisi saat ini. Kedua undang-undang tersebut masih mengacu pada peraturan kesehatan internasional yang disebut *International Sanitary Regulations* (ISR) tahun 1953. ISR Kemudian diganti dengan *International Health Regulations* (IHR) pada tahun 1969 dengan pendekatan epidemiologi yang didasarkan kepada kemampuan sistem surveilans epidemiologi. Sidang Majelis Kesehatan Dunia Tahun 2005 telah berhasil

merevisi IHR tahun 1969 sehingga menjadi IHR tahun 2005 yang diberlakukan sejak tanggal 15 Juni 2007.

Undang-Undang Nomor 6 tahun 2018 tentang Kekejarantinaan Kesehatan disahkan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 7 Agustus 2018 di Jakarta, dan selanjutnya diundangkan Menkumham Yasonna H. Laoly di Jakarta pada tanggal 8 Agustus 2018, tujuannya untuk:

- a. Melindungi masyarakat dari penyakit dan/atau faktor risiko kesehatan masyarakat yang berpotensi menimbulkan kedaruratan kesehatan masyarakat.
- b. Mencegah dan menangkal penyakit dan/atau faktor resiko kesehatan masyarakat yang berpotensi menimbulkan kedaruratan kesehatan masyarakat.
- c. Meningkatkan ketahanan nasional di bidang kesehatan masyarakat; dan
- d. Memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat dan petugas kesehatan.

Selanjutnya dalam pasal 4 dijelaskan bahwa Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah bertanggung jawab melindungi kesehatan masyarakat dari penyakit dan/atau faktor resiko kesehatan masyarakat yang berpotensi menimbulkan kedaruratan kesehatan masyarakat melalui penyelenggaraan kekejarantinaan kesehatan.

Kemudian pada Pasal 7 ditegaskan bahwa setiap orang/warga negara mempunyai hak memperoleh perlakuan yang sama dalam penyelenggaraan kekejarantinaan kesehatan. Lalu dalam pasal 8 menjelaskan hak dan kewajiban, dimana setiap orang dalam arti warga negara mempunyai hak mendapatkan pelayanan kesehatan dasar sesuai kebutuhan medis, kebutuhan pangan, dan kebutuhan kehidupan sehari-hari lainnya selama Karantina.

Lalu ketentuan pidana pelanggaran diatur dalam Pasal 90 sampai Pasal 93. Pada pasal 90 menjelaskan Nakhoda yang menurunkan atau menaikkan orang dan/atau Barang sebelum memperoleh Persetujuan Karantina Kesehatan berdasarkan hasil pengawasan Kekejarantinaan Kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (3) dengan maksud menyebarkan penyakit dan/atau faktor risiko kesehatan yang menimbulkan

Kedaruratan Kesehatan Masyarakat dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun atau denda paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).

Kemudian Pasal 91 dijelaskan bahwa Kapten Penerbang yang menurunkan atau menaikkan orang dan/atau Barang sebelum memperoleh Persetujuan Karantina Kesehatan berdasarkan hasil pengawasan Kekekarantinaan Kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1) dengan maksud menyebarkan penyakit dan/atau faktor risiko kesehatan yang menimbulkan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun atau denda paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).

Selanjutnya dalam Pasal 92 menjelaskan Pengemudi Kendaraan Darat yang menurunkan atau menaikkan orang dan/atau Barang sebelum dilakukan pengawasan

Kekekarantinaan Kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 ayat (2) dengan maksud menyebarkan penyakit dan/atau faktor risiko kesehatan yang menimbulkan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun atau denda paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).

Lalu pada Pasal 93 menjelaskan setiap orang yang tidak mematuhi penyelenggaraan Kekekarantinaan Kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) dan/atau menghalang-halangi penyelenggaraan Kekekarantinaan Kesehatan, sehingga menyebabkan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

10. Peraturan Pemerintah (PP) No. 21/2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19.

PP No. 21/2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19 merupakan turunan dari Undang-Undang Nomor 6 tahun 2018 tentang Kekekarantinaan Kesehatan. Jika mengutip pada Pasal 59 berisi:

1. Pembatasan Sosial Berskala Besar merupakan bagian dari respons Kedaruratan Kesehatan Masyarakat.

2. Pembatasan Sosial Berskala Besar bertujuan mencegah meluasnya penyebaran penyakit Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang sedang terjadi antar orang di suatu wilayah tertentu.
3. Pembatasan Sosial Berskala Besar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a. peliburan sekolah dan tempat kerja;
  - b. pembatasan kegiatan keagamaan; dan/atau
  - c. pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum.
4. Penyelenggaraan Pembatasan Sosial Berskala Besar berkoordinasi dan bekerja sama dengan berbagai pihak terkait sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### **Analisis Penerapan UU No 6 Tahun 2018 dan PP No 21 Tahun 2020**

Jika memperhatikan penerapan UU No 6 Tahun 2018 dan PP No 21 Tahun 2020 yang perlu dipahami bahwa tujuan adanya UU Kekarantinaan Kesehatan adalah sebagai upaya mencegah dan menangkal keluar atau masuknya penyakit dan/atau faktor risiko kesehatan masyarakat yang berpotensi menimbulkan kedaruratan kesehatan masyarakat.

Sebagaimana ditegaskan oleh Sigar Aji Poerana (2020) dalam artikelnya menjelaskan bahwa kedaruratan kesehatan masyarakat merupakan kejadian gangguan kesehatan masyarakat yang bersifat luar biasa (pandemi) dengan ditandai penyebaran penyakit menular dan/atau kejadian yang disebabkan oleh radiasi nuklir, pencemaran biologi, kontaminasi kimia, bioterorisme, dan pangan yang menimbulkan bahaya kesehatan dan berpotensi menyebar lintas wilayah atau lintas negara.

Pada intinya UU No. 6 Tahun 2018 mengamanatkan bahwa pemerintah pusat dan pemerintah daerah bertanggung jawab melindungi kesehatan masyarakat dari penyakit dan/atau faktor risiko kesehatan masyarakat yang berpotensi menimbulkan kedaruratan kesehatan melalui penyelenggaraan kekarantinaan masyarakat.

Dalam artikel *WHO Announces COVID-19 Outbreak A Pandemic* diterangkan bahwa *"The meeting follows the announcement yesterday*

*by Dr Tedros Adhanom Ghebreyesus, WHO's Director-General, that COVID-19 can be characterized as a pandemik. This is due to the rapid increase in the number of cases outside China over the past 2 weeks that has affected a growing number of countries.* Berdasarkan uraian tersebut, jika diterjemahkan secara bebas, *World Health Organization* telah menganggap Covid-19 atau Corona Virus sebagai sebuah pandemi.

Arti pandemi berarti wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografi yang luas dan bersifat nasional dan internasional. Di Indonesia sendiri, status Covid-19 sebagai penyakit menular yang dapat memicu adanya kedaruratan kesehatan masyarakat lalu berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Memperhatikan kedaruratan wilayah, maka sesungguhnya memiliki alasan untuk melakukan karantina di wilayah Indonesia meski penerapannya tidak mudah.

Lalu mengapa Indonesia tidak menerapkan karantina wilayah atau *lockdown* secara tegas dan utuh sebagaimana negara lain seperti; Malaysia, China, Italia, atau Amerika Serikat ? Untuk menjawab pertanyaan tersebut bagi Indonesia memang tidak mudah sebab, keadaan wilayah yang luas dan berkepulauan pemerintah sulit untuk memutuskan meski karantina wilayah dapat diartikan *lockdown*. Karantina wilayah adalah pembatasan penduduk dalam suatu wilayah termasuk wilayah pintu masuk beserta isinya yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi.

Pada saat karantina wilayah, maka wilayah yang dikarantina diberi garis karantina atau informasi larangan dan dijaga oleh petugas karantina kesehatan. Umumnya di Indonesia melibatkan Kepolisian Negara Republik Indonesia, TNI, serta Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 baik dari tingkat pusat hingga tingkat RT/RW. Tujuannya agar anggota masyarakat yang dikarantina tidak boleh keluar masuk wilayah karantina, dengan harapan terjadi pemutusan mata rantai penularan Covid-19.

Untuk itu, selama dalam karantina wilayah jika merujuk UU Karantina Kesehatan, kebutuhan hidup dasar warga dan makanan hewan ternak yang berada di wilayah karantina menjadi tanggung jawab pemerintah. Kemudian, Pasal 8 UU No. 6 Tahun 2018 menegaskan bahwa setiap orang juga mempunyai hak untuk

mendapatkan pelayanan kesehatan dasar sesuai kebutuhan medis, kebutuhan pangan, dan kebutuhan kehidupan sehari-hari lainnya selama karantina. Penerapan hak inilah yang sulit diwujudkan oleh pemerintah pusat manakala undang-undang karantina kesehatan tersebut diterapkan. Untuk itu pemerintah pusat melalui Keputusan Presiden menerbitkan peraturan dalam bentuk Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) juga merupakan salah satu tindakan kekarantinaan kesehatan sebagaimana diterangkan di atas. Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam hal ini juga bisa dipahami sebagai pembatasan kegiatan tertentu oleh masyarakat dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi, hal ini juga ditegaskan dalam pasal 1 PP No 21 Tahun 2020.

Melalui keputusan Menteri Kesehatan, pemerintah daerah dapat pula melakukan pembatasan sosial berskala besar atau pembatasan terhadap pergerakan orang dan barang untuk satu provinsi atau kabupaten/kota tertentu saja. Di Indonesia dimulai dari Propinsi DKI Jakarta, lalu diikuti kota penyangga Bodetabek, Bandung- Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur, serta kota-kota besar di Indonesia.

Pembatasan Sosial Berskala Besar semula hanya meliputi; lingkup sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pelayanan publik, dan pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum (transportasi) wisata dan sebagainya.

Pembatasan kegiatan di tempat umum atau fasilitas umum dilakukan dengan memperhatikan pemenuhan kebutuhan dasar penduduk. Lalu yang dimaksud dengan “kebutuhan dasar penduduk”, antara lain, kebutuhan pelayanan kesehatan, kebutuhan pangan, dan kebutuhan kehidupan sehari-hari lainnya, sehingga terdapat peraturan- peraturan pengecualian.

### **Tindakanlanjutan Penerapan Aturan PSBB**

Dalam upaya mendukung kebijakan pemerintah khususnya penerapan PSBB, maka Kepolisian Negara menyiapkan ancaman pidana bagi mereka yang melanggar. Melalui Maklumat Kapolri Nomor Mak/2/III/2020 tentang Kepatuhan terhadap Kebijakan



Pemerintah dalam Penanganan Penyebaran Corona Virus (Covid-19). Maklumat Kapolri yang ditandatangani Idham Azis pada 19 Maret 2020, meminta masyarakat agar dapat mematuhi dengan tetap menjaga jarak sosial (*social distancing*), tidak berkerumun, dan setiap warga yang melakukan aktifitas diwajibkan memakai masker.

Berpegang pada Maklumat Penanganan Covid-19, Polri berusaha melakukan pembubaran apabila masyarakat tetap berkumpul/berkerumun lebih dari lima orang. Begitu juga larangan masyarakat untuk tidak mengadakan kegiatan sosial kemasyarakatan yang menyebabkan berkumpulnya massa dalam jumlah banyak, baik di tempat umum maupun di lingkungan sendiri.

Adapun, tindakan pengumpulan massa terdiri atas lima hal. Pertama, pertemuan sosial, budaya, keagamaan dan aliran kepercayaan dalam bentuk seminar, lokakarya, sarasehan dan kegiatan lainnya. Kedua, kegiatan konser musik, pekan raya, festival, bazar, pasar malam, pameran dan resepsi keluarga. Ketiga, kegiatan olahraga, kesenian, dan jasa hiburan. Di samping itu, Polri juga menangani berbagai kasus penyebaran berita hoaks virus Corona serta kegiatan unjuk rasa, pawai, dan karnaval sebab berpotensi pengumpulan massa. Penindakan lainnya misalnya masyarakat melakukan penimbunan kebutuhan bahan dasar pokok.

Ancaman pidana bagi para pelanggar di samping dalam bentuk himbauan polisi, dan jika masih tidak mengindahkan untuk membubarkan diri bagi warga yang berkerumun akan dijerat menggunakan Pasal 212 KUHP, Pasal 216 KUHP, dan Pasal 218 KUHP. Ancaman hukumannya adalah satu tahun empat bulan penjara.

Apabila terdapat oknum menghalangi petugas untuk menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka pencegahan penyebaran virus Corona, maka oknum tersebut diancaman pidana. Kemudian apabila menolak atau melawan petugas yang berwenang sebagaimana Pasal 212 sampai dengan Pasal 218 KUHP dan menghalangi pelaksanaan penanggulangan wabah penyakit sebagaimana UU Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular Pasal 14 ayat (1) dan (2) akan dikenakan ancaman pidana penjara selama-lamanya satu tahun dan/atau denda setinggi-tingginya Rp 1.000.000.

Sementara itu dalam Pasal 14 ayat 2 UU yang sama menuliskan, bagi siapapun karena kealpaannya mengakibatkan terhalanginya

pelaksanaan penanggulangan wabah, diancam hukuman kurungan enam bulan dan/atau denda setinggi-tingginya Rp 500.000. Polisi mengantisipasi bentuk pelanggaran atau kejahatan yang mungkin terjadi selama PSBB antara lain kejahatan yang terjadi pada saat arus mudik (*street crime*), kerusuhan/penjarahan yaitu pencurian dengan kekerasan, pencurian dengan pemberatan. Tindak pidana tersebut sebagaimana dimaksud dalam Pasal 362, 363, 365, 406, dan 170 KUHP.

Kemudian, ancaman pidana bagi mereka yang tidak mematuhi atau melanggar penyelenggaraan Pasal 93 UU Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan. Penimbun bahan pokok bagi masyarakat maupun korporasi yang dengan sengaja menimbun bahan kebutuhan pokok masyarakat selama pandemi Covid-19. Bagi mereka yang memainkan harga atau menimbun bahan pokok disangkakan Pasal 29 dan Pasal 107 UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 62 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta UU lain yang terkait.

Terkait skenario menghadapi Arus Mudik di Tengah Wabah Corona Sesuai Pasal 207 KUHP, maka penghinaan itu bisa terancam pidana penjara paling lama 1 tahun 6 bulan. Bentuk pelanggaran lain yang juga diatur di dalam surat telegram itu yakni ketahanan akses data internet selama masa darurat; penyebaran hoaks terkait Covid-19 dan kebijakan pemerintahan dalam mengantisipasi penyebaran wabah Covid-19 sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 atau Pasal 15 UU Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana. Kemudian, praktik penipuan penjualan *online* alat-alat kesehatan, masker, alat pelindung diri (APD), antiseptik, obat-obatan dan disinfektan sebagaimana dimaksud Pasal 45A ayat (1) juncto Pasal 28 ayat (1) UU ITE, serta kejahatan orang yang tidak mematuhi penyelenggaraan karantina kesehatan dan atau menghalangi sebagaimana UU Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan Pasal 93.

Dari sekian banyak aturan perundangan dan peraturan pemerintah memang telah diterbitkan dan disosialisasikan (Devina Halim, Kompas.com., 2020). Namun demikian jika melihat kenyataan efektifkah penerapan aturan tersebut? Rasanya menurut pendapat penulis belum dapat dijalankan secara efektif. Terbukti masih banyak pelanggaran-pelanggaran di masyarakat. Entah karena alasan tidak tahu, ataukah sudah tabiat orang Indonesia memang suka melanggar

aturan (Koentjaraningrat, 1995).

### **Relaksasi PSBB dan Tuntutan Ekonomi**

Dalam forum diskusi ILC di TvOne hari Selasa, 05 Mei 2020 mengangkat tema menggugat relaksasi PSBB. Melalui tayangan diskusi tersebut menghadirkan narasumber seperti; Sanny Iskandar (Ketua Properti dan Kawasan Industri Indonesia), Sandiaga Uno (Pengusaha), dr. Eni Burhan (Juru Bicara Covid-19 RS. Harapan), Ustaz Zaitun Rasmin (Wasekjen MUI), Ridwan Kamil (Gubernur Jawa Barat), Irwan Prayitno (Gubernur Sumbar), K. Indar Parawansa (Gubernur Jawa Timur), Agus Pambagyo (Pengamat Sosial-Publik), serta narasumber dari unsur partai politik PPP dan PKS.

Menyikapi kebijakan pemerintah melalui Menkopolkam (Mahfud MD) yang menyatakan palaksanaan PSBB akan segera direlaksasi (dilonggarkan). Pada umumnya para narasumber menolak dengan kebijakan relaksasi. Sebab penerapan PSBB di Indonesia tidak serentak, sehingga kebijakan tersebut dianggap kontroversi.

Sebagai seorang ekonom, Sanny Iskandar menyoroti penanganan PSBB dan kebijakan pemerintah dalam memberikan dana pendampingan kepada para pengusaha sangat kecil dan terlambat, sehingga nasib usaha industri semakin tidak menentu. Sanny Iskandar pada intinya setuju dengan adanya relaksasi PSBB, namun tetap harus menaati protokol penanganan Covid-19. Namun pandangan tersebut agak sulit diterima, sebab secara ekonomi harus berjalan, tetapi wabah pandemi masih banyak memakan korban.

Sementara itu, Sandiaga Uno berpendapat dampak resiko pandemi Covid-19 yang mutlak rugi adalah UMKM, sebab UMKM menjadi modal dasar sistem perekonomian di Indonesia. Meski demikian, jika tahap pertama berakhir dan memasuki tahap penerapan PSBB baru dimulai sementara pemerintah membuat kebijakan relaksasi (pelonggaran aturan) jelas beresiko bagi masyarakat.

Relaksasi dianggap keputusan dini, sebab dampak penderita Covid-19 di kota-kota besar masih sangat tinggi. Mempertahankan ekonomi memang sangat penting bagi negara, tetapi keselamatan, kesehatan, dan rasa kemanusiaan masih lebih penting. Jadi semestinya rencana relaksasi ditunda sebab beresiko besar bagi masyarakat.

Selanjutnya dr. Eni Burhan menjelaskan bahwa meski PSBB

telah dipublikasikan kepada masyarakat, namun kenyataannya masyarakat masih kurang disiplin terhadap kesadaran aturan. Untuk itu, pemerintah harus mendengarkan saran semua pihak, jangan buru-buru merelaksasi aturan PSBB, sebab pasien Covid-19 belum berkurang.

Pendapat tersebut diperkuat oleh Zaitun Rasmin (Wasekjen MUI) bahwa menghadapi wabah pandemi Covid-19 tidak bisa dianggap remeh, artinya jika pemerintah membuat kebijakan relaksasi terhadap PSBB ketika keadaan belum pasti itu artinya penuh resiko dan meremehkan situasi.

Lebih tegas lagi disampaikan oleh Ridwan Kamil (Gubernur Jawa Barat), kebijakan relaksasi PSBB penuh resiko, sebab Jawa Barat sendiri baru akan mulai disosialisasikan untuk diterapkan. Pertimbangannya adalah wabah pandemi Covid-19 tidak pilih orang, jabatan, wilayah, serta negara tertentu sebab pandemi Covid-19 telah mewabah secara global.

Covid-19 menurut Ridwan akan menular jika ada kerumunan, maka harus ada strategi dalam mengatur kerumunan melalui tahap pencegahan lebih kuat, tahap pelacakan, dan tahap perawatan. Sebab bagaimanapun saat ini Indonesia harus mencegah darurat kesehatan, ekonomi, dan sosial.

Semestinya kebijakan pemerintah pusat tidak hanya mendengar desakan mobilitas ekonomi. Sebab Indonesia telah memiliki modal sosial yaitu kesetiakawanan sosial dalam bentuk gotong-royong. Artinya gotong-royong saat ini menjadi citra sekaligus diuji bersama untuk bersama-sama dan berkorban ide dan materi untuk menangani wabah pandemi.

Untuk itu, dalam memutuskan kebijakan relaksasi PSBB sebaiknya harus transparan dan diimbangi dengan data ilmiah kolaborasi dengan organisasi yang memiliki inovasi ke arah solusi kesehatan. Saran Gubernur Jawa barat kepada pemerintah pusat untuk menunda relaksasi kebijakan PSBB jika daerah masih bermasalah dengan pandemi, sebab pusat pergerakan virus adanya di perkotaan, maka apabila diputuskan penerapan pelonggaran PSBB akan memicu pergerakan virus ke daerah, apalagi jika mudik diberi pelonggaran semakin tidak menentu. Sebagaimana ditegaskan Ridwan Kamil, jika di evaluasi pergerakan manusia selama penerapan PSBB tingkat

keberhasilan dapat mencapai 30%.

Pada sisi lain di Indonesia umumnya, dan Jawa Barat tes Covid-19 masih terbatas oleh SDM dan peralatan. Begitu juga dalam konteks program bantuan sosial kenyataan biasanya masyarakat Jawa Barat sebelum adanya pandemi Covid-19 hanya 10Jt jiwa, namun setelah adanya pandemi meningkat menjadi 39jt jiwa pemohon bantuan sosial.

Meski demikian, menghadapi Covid-19 ibarat perang bela negara. Masyarakat kita sesungguhnya telah turut bela negara melalui sumbangan kepedulian sosial kepada orang lain sebagai modal sosial. Untuk itu, penegasan Gubernur Sumatera Barat (Irwan Prayitno), PSBB disesuaikan dengan kebijakan lokal wisdom.

Sependapat dengan Gubernur Jawa Barat, Gubernur Jawa Timur menegaskan kebijakan relaksasi PSBB pada tahap awal untuk di Jawa Timur menjadi tidak elok. Sebab Jawa Timur baru akan mulai menerapkan PSBB, sementara pemerintah pusat akan merelaksasi, maka kebijakan tersebut akan menjadi mentah. Sementara itu penegasan Agus Pambagyo jika pemerintah menerapkan *lockdown* lebih tepat, jika pemerintah menerapkan UU Karantina Kesehatan 2018 dan pemerintah bertanggungjawab terhadap kebutuhan dasar pangan masyarakat, aturan dijalankan dan ada sanksi jika ada pelanggaran. Sebab selama ini sanksi pelanggaran PSBB juga tidak signifikan, maka pelanggaran-pelanggaran selalu ada.

Tidak ada salahnya pemerintah menentukan aturan dalam mengelola permasalahan masyarakat. Namun apabila dikaji dari aspek akademik, menandakan komitmen negara menjadi "semu" terkait penerapan peraturan perundang-undangan di negeri ini ketika menghadapi wabah pandemi Covid-19. Memang bagi pemerintah tidak mudah ketika menghadapi masalah pandemi global seperti saat ini.

Berdasarkan uraian di atas sepertinya untuk peraturan perundang-undangan di Indonesia ini tidak kurang. Lalu di mana masalahnya? Sebab kenyataannya penerapan

PSBB di DKI Jakarta dan kota penyangga, serta kota-kota besar lainnya nampak tidak efektif, lalu di mana letak kesalahannya atau kelemahannya? Meski dalam kajian ini bukan saatnya untuk menyalahkan, penulis berkesimpulan, antara lain:

1. Peraturan perundangan sudah cukup banyak, namun ada kecenderungan kurang komitmen bersama baik pemerintah sendiri, pelaku usaha, maupun masyarakat. Sebab jika komitmen terhadap aturan banyak sekali masyarakat yang terjerat hukum. Sementara jika peraturan perundangan dijalankan, jika pemerintah dalam arti negara apabila tidak bisa memenuhi hak kebutuhan dasar hidup warga sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang, maka negara atau pemerintah bisa juga dituntut sebab negara dianggap lalai.
2. Pemerintah pusat maupun pemerintah daerah di samping menjalankan PSBB, pelarangan mudik, kumpul-kumpul warga juga telah memrogramkan bantuan sosial kepada warga yang berdampak Covid-19 dalam bentuk bantuan sembako serta uang tunai. Namun kenyataannya hingga masa berlakunya PSBB bantuan tersebut belum sepenuhnya sampai ke masyarakat yang berhak menerima. Lalu di mana letak masalahnya? Tidak sedikit warga yang protes dengan adanya aturan bantuan sosial, misalnya warga yang berhak menerima justru tidak menerimanya, warga yang sudah meninggal masih tetap mendapatkan bantuan, warga yang mendapatkan bantuan sosial tetapi tidak utuh lagi karena ada kasus pemotongan oleh oknum, serta adanya perbedaan hak penerima BANSOS antara warga yang tinggal di perkampungan dengan warga yang tinggal di kompleks perumahan sebab tidak semua warga yang tinggal di kompleks perumahan sesungguhnya juga tidak semuanya mampu.
3. Penerapan PSBB yang tidak maksimal mengakibatkan warga hilir mudik dengan berbagai tujuan, hingga mudik ke kampung halaman. Meski diterapkan aturan PSBB pada akhirnya sudah terlambat. Dalam berbagai argumentasi pemerintah menyatakan kecolongan terkait kebijakan mudik, sehingga sudah banyak warga perantauan yang pulang kampung atau mudik ke daerah asalnya, dan pada akhirnya pandemi Covid-19 telah menyebar ke daerah. Namun resikonya jika pemerintah menerapkan karantina atau PSBB, negara memiliki konsekuensi menanggung beban segala bentuk pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat. Menyikapi keadaan yang demikian pada akhirnya banyak warga

masyarakat yang “kucing-kucingan” dengan petugas untuk perjalanan mudik.

4. Jika menggunakan kaca mata akademik, karena telah memiliki dasar konstitusi dalam menangani pandemi, semestinya menggunakan Undang-Undang No. 6 tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan. Sebab Peraturan Pemerintah No.21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sesungguhnya hanya turunan dari Undang-Undang No. 6 tahun 2018, dan penerapannya sering menimbulkan pro-kontra, sehingga tampak tidak efektif.
5. Karena pemerintah tidak menggunakan Karantina Wilayah dengan istilah *lockdown*, maka sangat memungkinkan warga, pelaku usaha dalam arti warga yang mempertahankan kebutuhan dasar tetap menggunakan celah untuk mobilitas tidak terbandung, mengingat warga tidak terpenuhi kebutuhan dasar, maka tidak bisa disalahkan. Kecuali kebijakan penanganan pandemi Covid-19 menggunakan UU No. 6 tahun 2018 khususnya Pasal 8 yang menegaskan setiap orang mempunyai hak mendapatkan pelayanan kesehatan dasar sesuai kebutuhan medis, kebutuhan pangan, dan kebutuhan kehidupan sehari-hari lainnya selama karantina.
6. Upaya penanggulangan pandemi Covid-19 di Indonesia lebih condong menggunakan aturan PSBB, serta telah dilakukan beraneka bentuk penanganan seperti; pemeriksaan, pengobatan, perawatan dan isolasi mandiri bagi penderita, termasuk tindakan karantina di Rumah Sakit selama minimal 14 hari di tambah karantina mandiri di rumah. Penanganan wabah pandemi tersebut juga telah mengikutsertakan masyarakat secara aktif, khususnya membangun kesadaran hidup sehat di lingkungannya. Kesimpulan akhir Indonesia beruntung memiliki semangat gotong-royong dalam menghadapi berbagai bencana maupun pandemi, sehingga dapat bersama-sama saling membantu warga yang terdampak pandemi Covid.

### Daftar Pustaka

- Anggoro. Ayub Dwi. 2020. *Tata Kelola Komunikasi Bencana dalam Sistem Kenegaraan*. dalam Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19. Yogyakarta: Litera



- Ansori, Akhyar. 2020. *Covid-19: Kepanikan Masyarakat Akibat Kegagalan Komunikasi Pemerintah*. dalam Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19. Yogyakarta: LITERA
- Budijanto, Rohman. 2020. *Perihal Keterlambatan Negara Menyadari Keganasan Corona*. dalam Sistem Kenegaraan. dalam Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19. Yogyakarta: LITERA
- Fasya, Teuku Kemal. 2020. Kearifan Ekologi dan Kebudayaan. *Kompas*, Kamis 2 Januari 2020
- Halim, Devina. 2020. Langkah Hukum di Tengah Penanganan Wabah Covid-19. Dikutip dari *Kompas.com/red/2020/04/06/10272001*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia daring Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, diakses pada tanggal 4 Mei 2020, Pkl. 15.49
- Putri, Dewi Murdiyanti Prihatin, dan Nunung Rachmawati. 2018. *Antropologi Kesehatan: Konsep dan Aplikasi Antropologi dalam Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers
- Sari, Rohmah Nia Chandra. 2020. *Alasan Religiusitas, dan Komunikasi Efektif Pemerintah*. dalam Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19. Yogyakarta: LITERA
- Susilo, Rachmad K. Dwi. 2014. *Sosiologi Lingkungan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada Sugiyantoro, Hari Akbar. 2020. *Isu vs Krisis Pandemic Covid-19 di Indonesia*. dalam Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19. Yogyakarta: LITERA
- Swarnawati, Aminah. 2020. *Komunikasi Publik Pemerintah Mengenai Wabah Corona Covid-19 di Indonesia*. dalam Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19. Yogyakarta: LITERA
- Utami, Tri Niswati Utami dan Reni Agustina Harahap. 2019. *Sosiologiantropologi Kesehatan Integrasi Budaya dan Kesehatan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- WHO Announces COVID-19 Outbreak A pandemik, diakses pada tanggal 4 Mei 2020, Pkl. 15.49
- Undang-Undang No. 4 Tahun 1984 Tentang Wabah Penyakit Menular.  
Undang-Undang No. 1 Tahun 1962 tentang Karantina Laut.
- Undang-Undang No. 2 Tahun 1962 tentang Karantina Udara.
- Peraturan Menteri Kesehatan No. 560 Tahun 1989 Tentang Jenis Penyakit Tertentu yang Dapat Menimbulkan Wabah
- Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 1991 tentang Penanggulangan Wabah Penyakit Menular.



Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan.

Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1116/Menkes/SK/VIII/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sistem Surveilans Epidemiologi Kesehatan.


Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1479/Menkes/SK/X/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sistem Surveilans Epidemiologi Penyakit Menular dan Penyakit Tidak Menular Terpadu.

Undang-Undang Nomor 6 tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan.

Peraturan Pemerintah (PP) No. 21/2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

# Pandemi Covid-19, *Social Distancing*, dan Meningkatnya Komunikasi Virtual

FARIDA HARIYATI

 rganisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara resmi menyatakan bahwa wabah Covid-19 sebagai pandemi global pada bulan Maret 2020, dimana dalam waktu kurang dari tiga bulan, Covid-19 telah menginfeksi lebih dari 126.000 orang di 123 negara, dari Asia, Eropa, AS, hingga Afrika Selatan.<sup>1</sup> Kemunculan pandemi di tengah dinamika interaksi sosial antarindividu berimplikasi pada berbagai aspek kehidupan manusia, baik secara sosial, kultural, psikologis, ekonomi, maupun komunikasi.

Dalam riset yang dilakukan oleh Therese Caruso, Institute for Public Relations (2020), mengatakan bahwa pada tahun 1930 an, Amerika Serikat pernah mengalami masa depresi sehingga disebut The Great Depression of the 1930s. Terlihat bahwa pandemik ini sangat memberikan implikasi mendalam pada kehidupan manusia. Sebagai contoh kasus dalam artikel ini, sebelum pandemik, orang Amerika mendapatkan keuntungan dari ekonomi, persediaan pangan dan tingkat pengangguran yang rendah. *“Considering what is happening around the world with COVID-19, it is more important to be self-reliant now”, we should not take tomorrow for granted. Life is short, and we need to re-evaluate what is really important to our lives”*.<sup>11</sup>

<sup>1</sup> Dikutip dari [www.kompas.com](http://www.kompas.com) dalam artikel “WHO Resmi Sebut Corona Covid-19

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai yang muncul paling tinggi selama pandemik ini adalah berhubungan dengan keluarga, hubungan antarpribadi, dan self-sufficiency, khususnya terkait dengan perlindungan keluarga (*Protecting the Family*), *Self-Reliance*, Saling membantu (*Helpfulness*), kesederhanaan (*Simplicity*), kejujuran (*Honesty*), dan hubungan antarpribadi yang stabil (*stable personal relationship*). Artinya, bahwa dalam setiap krisis, salah satunya krisis pandemik ini, tentu membawa dampak sosiologis dan psikologis karena tidak setiap individu mampu melampauinya dengan cepat, sehingga menimbulkan masalah dalam diri individu. Namun dalam setiap krisis tentu mengisyaratkan adanya peluang dan kesempatan untuk melakukan hal-hal positif untuk mencapai kehidupan yang lebih baik melalui interaksi dan komunikasi.

Manusia berkomunikasi sejak awal kehidupan manusia itu sendiri, mulai dari cara-cara yang sederhana, menggunakan tanda dan symbol, komunikasi tertulis, hingga berkembang melalui media-media digital saat ini. Pandemi Global Covid-19 yang saat ini menyebar di berbagai negara di belahan dunia berimplikasi pada bergesernya cara berkomunikasi, dari tatap muka di ruang-ruang nyata menuju tatap muka pada ruang-ruang virtual. *Social* dan *physical distancing* yang kita jalani saat ini mengisyaratkan pembatasan ruang gerak secara fisik, namun sesungguhnya komunikasi kita tetap berjalan, meski dilakukan secara virtual. Perubahan ini tentu tidak bisa dilepaskan dari kehadiran internet sebagai bentuk media baru yang membentuk pola baru dalam komunikasi antaranggota masyarakat, komunitas, dan termasuk keluarga.

Krisis pandemi ini merupakan momentum yang cukup memberikan tantangan bagi kita dimana kita dituntut untuk tetap dapat terhubung dan berkomunikasi, baik dengan kolega, rekan kerja, guru, murid, ataupun kerabat keluarga. Rutinitas harian kita mengalami *shifting* untuk bisa melakukan aktivitas dari jarak jauh dan adanya *shifting* ini tentu menuntut adanya *rapid adjustment*, dan yang kemudian menjadi persoalan adalah pengalaman dalam bekerja di rumah tentu tidak sama pada setiap individu, sehingga proses komunikasi secara virtual ini memerlukan adaptasi bagi para

pelakunya. Namun demikian, pembatasan sosial ini tidak lantas membuat kita menjadi individu yang tidak produktif, merasa seolah tidak memiliki peran apa-apa dalam interaksi sosial, atau dalam istilah zaman *now*, kita menjadi “gabut” atau “mati gaya”. Kita tetap dapat bersosialisasi melalui berbagai alternative media yang sudah cukup canggih sehingga dapat digunakan untuk berbagai kepentingan, sebagai media pemasaran, promosi, media interaksi, media pembelajaran, dan konsultasi.

### **Social Distancing: Meningkatnya Komunikasi Virtual di Tengah Krisis**

*Social distancing* atau pembatasan sosial saat ini menjadi sebuah istilah yang populer di tengah masyarakat dan menjadi kebijakan pemerintah di berbagai negara untuk mengurangi arus penyebaran Covid-19. *Social distancing* ini berkaitan dengan salah satu kajian komunikasi, yakni dalam Teori Pelanggaran Harapan (*Expectancy Violations Theory/EVT*) oleh Judee Burgoon yang mendasarkan pada 4 (empat) zona proksemik Edward T. Hall (West & Turner, 2007). Teori ini mengungkapkan bahwa individu akan memegang harapan terkait perilaku nonverbal dari orang lain, maka adanya perubahan yang tidak diharapkan dalam sebuah jarak perbincangan (*conversational distance*) antara komunikator dapat menimbulkan ambiguitas ataupun ketidaknyamanan. Proksemik (*proxemics*) merupakan bagian dari konsep tanda nonverbal tentang penggunaan ruang (*space*) dalam komunikasi, yaitu studi mengenai bagaimana manusia secara tidak sadar membuat struktur terhadap ruang dimana ia berada (Morissan, 2014; Budyatna, 2018)); yang menurut Hall disebut “*the distance between men in the conduct of daily transactions, the organization of space in his houses and buildings, and ultimately the layout of his towns*” (Hall, 1963).

Empat zona proksemik tersebut adalah: 1) Jarak intim (*Intimate Distance*); yakni perilaku yang muncul dalam jarak ruangan 0-18 inch (kurang lebih 50 cm). Jarak ini umumnya dilakukan oleh individu yang memiliki hubungan dekat dan akrab; 2) Jarak Pribadi (*Personal Distance*); berada pada area dengan jarak 18 inch sampai 4 kaki (50 cm – 1,25 m). Jarak ini dilakukan untuk pembicaraan yang terjadi diantara kerabat atau teman yang tidak terlalu intim; 3) Jarak Sosial (*Social Distance*); yakni rentang proksimitas pada jarak 4 – 12 kaki (1,25-3 m),

kategori ini dalam pandangan Hall diterapkan dalam konteks bisnis atau pembicaraan antarpekerja; dan 4) Jarak public (*Public Distance*); yakni rentang proksimitas pada jarak 12 kaki (3 m) dan seterusnya. Kategori ini diterapkan pada acara-acara formal, diskusi antara guru dengan murid, atau para *public figure* dengan pendukung (West & Turner, 2007). Jadi secara konseptual, *social distance* dalam kajian EVT ini adalah setiap individu memiliki kebutuhan untuk berafiliasi atau berkelompok dan ruang-ruang pribadi. Ada kalanya seseorang menginginkan kedekatan secara fisik dengan individu lain terutama dengan orang lain yang memiliki kedekatan secara personal, namun di sisi lain mereka juga membutuhkan menjaga jarak dengan orang-orang asing yang belum dikenal untuk menghindari adanya kemungkinan-kemungkinan adanya ancaman (*threat threshold*).

*Social distancing* yang diterapkan pada masa pandemi Covid-19 tentu berkaitan dengan pembatasan secara fisik yang dapat memberikan peluang untuk semakin tersebarnya virus ini. Namun, nampaknya masyarakat kita sangat bervariasi dalam memahami *social distancing* ini, sehingga ada kekhawatiran yang muncul dengan berkurangnya interaksi secara fisik, hal ini tidak dapat dilepaskan dari karakter masyarakat kita yang secara kultural bersifat kolektivistis dan komunal. Kekhawatiran atau kecemasan sosial ini dapat berdampak pada imunitas dan kesehatan pada individu, dan salah satu cara untuk mengatasinya adalah dengan tetap melakukan interaksi dengan orang-orang dekat dan terpilih meskipun secara virtual, supaya secara emosional tetap mendatangkan ketenangan dan kebahagiaan.

Pandemi Covid-19 tentu sangat berimplikasi pada setiap ruang lingkup aktivitas manusia, dimana saat ini teknologi menjadi satu-satunya pilihan agar interaksi sosial kita tetap dapat berjalan, baik untuk kepentingan bisnis, belajar, maupun sosialisasi. Dalam situasi krisis ini, kita masih diuntungkan karena internet telah hadir sebagai media baru, dimana komunikasi virtual menjadi pilihan untuk tetap melakukan aktivitas, meski ada transformasi ruang-ruang nyata menuju ruang-ruang virtual. Kita lihat misal dalam dunia bisnis yang mau tidak mau memanfaatkan teknologi digital, memaksimalkan media-media digital untuk tetap terhubung dengan *stakeholder*, seperti *supplier*, konsumen, dan mitra bisnis, sehingga pola komunikasi virtual ini membentuk skema baru dalam rantai aktivitas bisnis yang dijalankan.

Sepanjang pembatasan sosial sejak Maret hingga Mei 2020, penulis merasakan dalam suasana *remote working* atau lebih dikenal dengan *work from home (WFH)* saat ini dituntut untuk menjadi individu yang “multitalenta”, bagaimana tidak? Dalam beraktivitas di rumah harus mampu mengelola waktu secara berimbang untuk mendampingi tiga orang anak dalam pembelajaran *online*, tetap memenuhi tugas rutin sebagai amanah pekerjaan, dan tetap melakukan pekerjaan-pekerjaan domestic yang tentu berbagi peran dengan pasangan. Saat *social distancing* ini kemudian banyak “manusia-manusia super” yang muncul untuk dapat melakukan berbagai hal dalam satu waktu. Kaget, stress, dan bahkan depresi mungkin mewarnai situasi beradaptasi dengan aturan dan pola baru ini. Bukan hanya karena harus menyediakan perangkatnya, namun ada semacam tuntutan untuk dapat memahami dan menguasai media yang digunakan dalam berkomunikasi virtual melalui pembelajaran daring, belum lagi perlu beradaptasi dengan pola baru yang terjadi dalam keluarga, dimana sebelumnya jarang berkumpul bersama keluarga dalam formasi lengkap selama 24 jam penuh, dan dalam situasi saat ini pola tersebut berubah karena anggota keluarga berkumpul dan bertemu lebih intens.

Untuk keperluan pembelajaran; maka guru, murid, dan orang tua harus mampu menguasai sederet media daring, seperti Zoom, Google Meet, Lark, Skype, Webex, dan sebagainya yang sebelumnya jarang bahkan belum pernah digunakan. Fenomena *shifting* ini kemudian ramai diperbincangkan akhir-akhir ini sehingga bermunculan berbagai postingan dan meme yang berkaitan dengan dinamika orang tua yang terpaksa belajar teknologi media daring ini demi mendampingi putra putrinya bersekolah di rumah. Komunikasi virtual dalam suasana *social distancing* ini memungkinkan individu untuk memilih media-media apa yang ingin digunakan tentu berdasar pada kebutuhan dan fungsi yang sesuai.

Menurut data dari Geotimes, selama pandemi ini berlangsung, jejak komunikasi digital yang terjadi mengalami peningkatan di atas 40% melampaui aktivitas sebelumnya.<sup>12</sup> Terjadinya krisis pandemik tentu memberikan dampak dalam berbagai rencana, program, atau kegiatan yang telah dirancang baik oleh individu, kelompok, maupun perusahaan, misalnya saja penunandaan acara resepsi pernikahan

<sup>12</sup> Geotimes.co.id, 24 April 2020, diakses 24 Mei 2020 pukul 23.10 WIB.

yang sudah disiapkan beberapa bulan bahkan setahun sebelumnya, yang akhirnya hanya dilakukan ijab qobul yang dihadiri keluarga secara terbatas, wisuda, sidang ujian akhir, seminar, workshop, diskusi, pelatihan, dan pembelajaran secara menyeluruh di lembaga pendidikan di semua level pun dilakukan secara daring. Sejauh pengalaman dan pengamatan penulis, undangan untuk forum-forum virtual dalam satu bulan terakhir ini cukup padat, dalam seminggu ada sekitar tiga sampai lima forum *online*, baik diskusi, seminar, atau kegiatan keagamaan (pengajian). Berikut data penggunaan *platform video conference* yang menjadi pilihan masyarakat dalam mengadakan forum-forum tatap muka secara virtual selama *social distancing* di masa krisis pandemik Covid-19:

Tabel 1.

Data Pengguna Aplikasi Video Conference selama Social Distancing  
(Sumber: Statqo Analytics, 2020 dalam teknologi.bisnis.com)

Media	28 Feb-5 Mar	6-12 Mar	13-19 Mar	20-26 Mar
Zoom	8.714	8.985	91.030	257.853
Hangout Meet	1.448	1.554	7.917	10.454
Skype	60.614	60.641	65.875	17.115
Cisco Web Meeting	3.983	4.123	8.257	8.748
GoToMeeting	479	505	696	977

Dari data di atas, zoom menjadi pilihan tertinggi yang digunakan oleh masyarakat untuk mengadakan forum-forum virtual, karena kebutuhan bandwidth aplikasi tersebut sekitar 700 Kbps, sementara Skype 977 Kbps, Hangouts 1100 Kbps, dan Webex 1700 Kbps.<sup>13</sup>

Saat ini tidak ada lagi acara kumpul-kumpul, kopi darat (kopdar), arisan, reuni secara tatap muka, semuanya dialihkan secara virtual, namun tidak mengurangi makna dari keterhubungan secara emosional. Meskipun dalam suasana krisis yang mengharuskan pembatasan sosial, namun setiap individu berhak untuk tetap menjaga stabilitas suasana batinnya dengan tetap berkomunikasi dengan orang-orang terdekat,

<sup>13</sup> Smart-money.co, *Aplikasi Telekonferensi Mana yang Paling Irit Data?* 6 April 2020, diakses tanggal 26 Mei 2020 pukul 22.50 WIB.

orang tua, saudara, kerabat, maupun sahabat. Ada hal menarik dibalik munculnya pandemik dan pembatasan sosial, yakni bahwa dengan komunikasi virtual, memberikan beberapa hal positif. *Pertama*, dapat diakses lebih luas melintasi batas-batas wilayah; dalam beberapa acara daring yang penulis ikuti, memberikan peluang untuk dapat diakses oleh khalayak dari berbagai wilayah, bahkan dari luar negeri, dan *kedua*, dengan forum virtual dapat menjangkau *audience* lebih banyak dibanding dengan acara tatap muka secara langsung, karena peserta tidak perlu mengeluarkan biaya dan tenaga untuk menuju tempat diadakannya acara. Oleh karenanya platform video conference saling berlomba untuk menawarkan fasilitas terkait kapasitas peserta dalam sebuah forum virtual yang dapat mencapai ratusan orang, baik dengan layanan gratis maupun berbayar. Dengan melihat beberapa kelebihan ini, komunikasi virtual dapat dikatakan efektif dan efisien, meski tidak menjustifikasi lebih baik dari komunikasi tatap muka secara langsung. Bagaimanapun juga, komunikasi tatap muka tetap diyakini sebagai komunikasi yang tidak pernah tergantikan oleh bentuk komunikasi apapun, bahkan oleh media yang modern sekalipun.

Komunikasi virtual yang semakin intens di masa social distancing ini juga akan mendorong individu untuk berkelompok secara virtual, yang kemudian membentuk sebuah komunitas-komunitas virtual dimana penggunaannya memiliki kesamaan dan terbentuk melalui ruang siber serta relasi yang terjadi diantara mereka termediasi secara elektronik. Di dalam komunitas virtual, pengguna secara sadar berbagi dan bertindak sebagai aksi kolektif, berbagi ritual dan kebiasaan, dan mengikuti regulasi sosial yang ada dalam komunitas virtual (Nasrullah, 2018). Keinginan untuk berkelompok merupakan karakter masyarakat Indonesia yang secara kultural memiliki karakter kolektif, oleh karenanya, meskipun adanya pembatasan sosial, hasrat untuk tetap melakukan komunikasi antarpribadi tidak dapat dipungkiri dengan dukungan media.

Penulis pun memanfaatkan momentum *social distancing* ini untuk tidak melewatkan momen Ramadhan dan Idul Fitri dengan memanfaatkan media-media digital, menggunakan zoom, whatsapp *video call* untuk tetap menjalin silaturahmi dengan orang tua, saudara, dan sahabat sehingga kita tetap dapat berkirim kabar, saling melihat kondisi meski secara virtual namun tidak mengurangi nilai kedekatan



dan kehangatan. Kita sebagai makhluk berakal tentu harus siap dengan segala situasi yang akan terjadi kedepan. Kesabaran, optimisme, *positive thinking*, kreatifitas, dan inovatif menjadi poin-poin penting untuk mengisi ruang-ruang virtual kita saat ini. Ada beberapa tips yang mungkin dapat kita manfaatkan untuk tetap menjalankan aktivitas komunikasi virtual kita saat pandemi dan pembatasan sosial ini melalui media-media yang kita gunakan:

1. Kita harus mamahami dan menguasai cara penggunaan media yang kita pilih. Pilihan-pilihan media sosial untuk *video call* atau *video conference* cukup banyak saat ini yang bisa digunakan misalnya melalui Whatsapp, Line, Duo, Google Meet, Zoom, dan sebagainya. Whatsapp menjadi media sosial yang cukup populer saat ini karena kemudahan dalam penggunaan dan menu yang disediakan cukup memadai, dan bisa menghadirkan anggota-anggota yang kita inginkan dengan membuat grup, selain juga *video call*.

2. Dalam masa pembatasan sosial ini, kita banyak menerima informasi dari berbagai media, maka ketika menerima informasi atau pesan dari orang lain, maka biasakan kita saring dahulu sebelum sharing lagi kepada orang lain. Kita perlu menyelidiki dan mencerna dengan cermat apakah informasi tersebut mengandung kebenaran atau justru membuat jadi *blunder*, memicu kesalahpahaman, memunculkan rasa takut, kekhawatiran, atau mendorong sikap stigmatis dan stereotip dan pada akhirnya menjadi potensi konflik.

3. Pemilihan diksi dan penggunaan kalimat dalam menyampaikan pesan. Terkadang kita menganggap bahwa berkomunikasi di dunia maya bebas untuk menuliskan atau mengekspresikan apapun yang kita inginkan, namun persoalan etika berkomunikasi dalam media ataupun tatap muka, kita tetap harus menjaga kesantunan dan mempertimbangkan dampak positif dan negatif dari apa yang kita sampaikan, sehingga kita menjadi pribadi yang *literate* dan bertanggungjawab dalam bermedia.

4. Tetap menjaga relasi dan sosialisasi meskipun dengan cara virtual. Kita dapat melakukan pertemuan, diskusi, ataupun belajar dengan memanfaatkan media-media digital agar kita tetap dapat terhubung dengan orang-orang yang kita inginkan. Menjalani komunikasi virtual tidak harus ketika dalam acara formal, sekedar menanyakan kabar, ucapan selamat atas prestasi atau perayaan

tertentu, serta menceritakan pengalaman-pengalaman ketika bekerja di rumah dapat menjadi hal yang menyenangkan.

5. Ada kalanya kita mengalami kejenuhan dalam berkomunikasi secara virtual, maka kita dapat menyeimbangkan dengan diselingi aktivitas lain di rumah yang melibatkan seluruh anggota keluarga, misalnya bermain bersama anak-anak, memasak bersama, bercocok tanam, atau sekedar bercerita dan mengingat pengalaman-pengalaman yang menyenangkan pada saat sebelum ada pembatasan sosial sehingga menumbuhkan optimisme bahwa krisis ini akan segera berlalu.

6. Jadikan ruang ruang virtual kita menjadi sebuah ruang silaturahmi yang mendorong produktivitas dan kebahagiaan, dengan cara membicarakan topik-topik menarik, saling menyemangati, dan utamakan rasa saling menghargai dalam melihat gagasan atau pendapat orang lain. Terkadang bagi sebagian orang memanfaatkan ruang virtual ini untuk berkonsultasi, meminta pendapat, dan menumpahkan kepenatan yang dialami, namun hal ini harus dilakukan dengan hati-hati dan memilih orang yang tepat dan dapat dipercaya.

### **New Normal: Hikmah Pascakrisis dalam Komunikasi**

Akankah krisis pandemik ini akan segera berakhir dan kembali seperti normal seperti semula? Jawaban dari pertanyaan ini sangat menantang bagi kita semua, tidak mudah memang, namun kita diciptakan dengan berbagai rasa, akal, dan hati untuk memaknai setiap gerak kehidupan dan merefleksikan hikmah dibalik peristiwa ini. Dalam ajaran Islam dikatakan bahwa Allah tidak menciptakan setiap peristiwa dengan sia-sia, sebagaimana dalam Qur'an Surat Ali Imran (3) ayat 191 yang artinya *"(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), "Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Mahasuci Engkau, lindungilah kami dari azab neraka."*

Tentunya peristiwa bencana pandemik ini didatangkan dengan penuh hikmah yang ada didalamnya, supaya kita senantiasa menjadi insan yang selalu mengingat dan menghadirkan Allah dalam setiap aktivitas yang dilakukan, meningkatkan interaksi denganNya dalam bentuk ibadah, dan selalu merasa dekat denganNya. Bersama krisis ini dihadirkan pula *lesson learned* bagi kita, yaitu kita 'dipaksa' untuk

menguasai lebih dalam lagi tentang teknologi, khususnya internet, kita berupaya melakukan komunikasi virtual melalui berbagai media yang ditawarkan, agar tetap bisa saling terhubung, berbagi informasi, kabar, dan solusi yang efektif serta kolektif.

Penggunaan media sosial semakin meningkat seiring dengan kebutuhan informasi, meski kita akui bahwa konsekuensi dari penggunaan media digital ini akan menyebabkan kesenjangan atau *digital gap* antara masyarakat yang tinggal di perkotaan (masyarakat urban) dan mereka yang tinggal di pedesaan. Kesenjangan muncul terutama dalam hal akses secara digital, dimana mereka yang tinggal di pedesaan atau daerah-daerah terpencil akan sulit berkomunikasi secara virtual, sehingga dengan keterbatasan ini dapat mengakibatkan mereka menjadi kelompok orang-orang yang semakin terasing dari pola komunikasi baru yang muncul saat ini. Tentu ini menjadi persoalan baru dan ketersediaan dan aksesibilitas media digital harus semakin ditingkatkan di wilayah-wilayah yang memang masih terbatas akses internet, sehingga kesenjangan digital ini dapat dikurangi.

Kita semua berharap dan meyakini bahwa pandemi ini akan berakhir dan menghadirkan tatanan baru dengan apa yang disebut *new normal*, dimana kita semua berharap kondisi akan kembali normal sebagaimana sebelum terjadinya pandemi.

Interaksi sosial dan komunikasi dalam berbagai konteks akan berjalan seperti semula, orang-orang akan kembali ke tempat kerja, sekolah, universitas, tempat wisata, ataupun pusat perbelanjaan. Namun *new normal* yang kita pahami disini tidak kemudian serta merta pandemi Covid-19 akan sirna dari Indonesia atau negara-negara yang terkena, sebagaimana WHO menyatakan bahwa "*corona may never go away*", bahkan jika vaksin sudah ditemukan pun akan tetap membutuhkan upaya secara masif untuk menekan penyebarannya.<sup>14</sup> Upaya-upaya sosial yang bersifat *sustainable* dapat dilakukan oleh semua pihak, baik dari level keluarga, kelompok-kelompok, organisasi, maupun perusahaan untuk senantiasa melakukan komunikasi efektif dengan publik terkait pentingnya menjaga kebersihan, meningkatkan imunitas, asupan makanan yang seimbang, dan menjaga kesehatan secara menyeluruh dengan tetap mengikuti protokol yang ketat

<sup>14</sup> Dikutip dari [bbc.com/news](https://www.bbc.com/news/health-56981141), "*Coronavirus May Never Go Away, World Health Organization Warns*", 14 Mei 2020, diakses pada 26 Mei 2020 pukul 22.25 WIB.

sehingga kita dapat terus melanjutkan aktivitas dan memberikan kontribusi dalam peran-peran sosial kita.

Kita menyadari bahwa naluri sosial kita tidak dapat memungkiri akan kebutuhan berkomunikasi, karena dalam aksiona komunikasi disebutkan bahwa bahwa, *no matter how one may try, one cannot not communicate* (Watzlawick, Beavin, and Jackson, 1967); setiap individu tidak dapat tidak berkomunikasi, karena pada hakekatnya komunikasi itu berlangsung sepanjang waktu. Pada dasarnya kita harus dapat menyeimbangkan berbagai tujuan dan kepentingan dalam berkomunikasi di ruang digital. Kita tidak perlu merasa khawatir dan merasa lemah dalam memaknai pembatasan sosial ini, dan tidak perlu cemas dalam menyikapi perubahan yang terjadi dalam situasi sosial saat ini, dan kita harus meyakini dengan terus berdoa bahwa krisis ini akan segera berakhir, tetap optimis, meskipun “*socially and physically distanced, but virtually and emotionally connected*”.

### Daftar Pustaka

- Budyatna, Muhammad (2015). *Teori Komunikasi Antarpribadi: Sebuah Pengantar*, Edisi Kedua. Jakarta: Prenadamedia Group
- Caruso, Therese (2020). *A Pandemic Shift: America's Return to Depression-Era Values*. Institute for Public Relations, 1 May 2020.
- Evandio, Akbar (2020). *Penggunaan Aplikasi Video Conference di Indonesia, Zoom Pemenangnya?* dalam portal: teknologi.bisnis.com., 1 April 2020.
- Hall, Edward T. (1963). *A System for the Notation of Proxemic Behavior*. American Anthropologist, New Series, Vol. 65, No. 5, Selected Papers in Method and Technique (Oct., 1963), pp. 1003-1026
- Jong, Remco de, Schalk, Rene, & Curseu, Petru L. (2008). *Virtual Communicating, Conflicts and Performance in Teams*. Team Performance Management. Vol 14 No. 7/8. Pp. 364-380. Emerald Group Publishing Limited.
- Mahararta, Made B.P (2020). *Pandemi Covid-19 dan Ruang Baru Masyarakat Digital*. dalam geotimes.go.id/opini., 24 April 2020.
- Nasrullah, Rully (2018). *Khalayak Media: Identitas, Ideologi, dan Perilaku pada Era Digital*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Putri, Gloria S. (2020). *WHO Resmi Sebut Corona Covid-19 sebagai Pandemi Global*. [www.kompas.com](http://www.kompas.com), 12 Maret 2020

smart-money.co, *Aplikasi Telekonferensi Mana yang Paling Irit Data?* 6 April 2020

Watzlawick, Paul, Beavin Janet H, and Jackson, Don D. (1967). *Some Tentative Axioms of Communication*, in *Communication Theory*. neoscenes.net.

West, Richard and Turner, Lynn H. (2007). *Introducing Communication Theory:*

*Analysis and Application*. New York : McGraw-Hill

[www.bbc.com/news](http://www.bbc.com/news). "Coronavirus may never go away, World Health Organization warns", 14 May 2020.

# Gerak Kemanusiaan Pita Oren: Kajian Filantropi Bantu Tetangga Kala Badai Corona Menerpa

GILANG KUMARI PUTRA

**V**irus Corona jenis baru bernama SARS-CoV-2 menggemparkan dunia sejak kemunculannya pada awal 2020. Virus pembawa wabah penyakit COVID-19 ini menjadi pandemi global, karena tak ada negara yang luput dari serangannya. Indonesia termasuk negara yang didatangi virus ini pada awal Maret 2020. Pemerintah secara terbuka mengumumkan tiga pasien pertama yang terjangkit virus tersebut. Pernyataan ini menumbangkan semua *guyonan* yang mengatakan bahwa masyarakat Indonesia kebal COVID 19.

DKI Jakarta sebagai ibu kota negara RI tiba-tiba menjadi episentrum penyebaran virus, karena memiliki jumlah pasien terpapar COVID 19 paling banyak dibandingkan wilayah lainnya. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta pun untuk memohon Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) kepada Kementerian Kesehatan. Permohonan ini dikabulkan dan sejak 10 April – 23 April 2020 wilayah DKI Jakarta memberlakukan PSBB pertama.

Adanya PSBB membuat sebagian besar aktivitas ekonomi menurun. Banyak karyawan yang harus bekerja dari rumah. Sebagian bahkan dirumahkan tanpa mendapat upah dan kejelasan status.

Tidak sedikit pula yang harus menerima pil pahit PHK, karena perusahaan tempat mereka bekerja tengah melakukan efisiensi demi tetap bertahan di tengah gempuran wabah. Di antara warga yang paling terdampak Covid-19 adalah para pekerja di sektor informal. Supir angkot, pengemudi ojek *online* (Ojol), para pedagang kaki lima, dan mereka yang sejak lama tidak memiliki penghasilan tetap bulanan. Merlihat situasi perkembangan yang ada warga kelas menengah ke bawah mulai resah. Mereka takut terpapar virus, namun jika mengikuti imbauan pemerintah tetap di rumah saja mereka tidak bisa memperoleh penghasilan untuk menyokong hidup keluarganya.

Fenomena ini menggugah jiwa sosial warga Indonesia yang terkenal memiliki sifat gotong royong. Mulailah bermunculan kegiatan pengumpulan donasi untuk membantu mereka yang terdampak Covid-19 yang dilakukan berbagai pihak mulai dari para *influencer* media sosial, pengusaha besar, lembaga-lembaga penyalur zakat, infaq, dan sodaqoh, hingga komunitas-komunitas kecil bahkan anak-anak kecil. Tak ketinggalan keluarga alumni FISIP UHAMKA membentuk Gerak Kemanusiaan bertajuk "PITA OREN". Sama seperti yang lain, gerakan sosial ini bertujuan membantu warga di wilayah Jabodetabek yang mengalami dampak ekonomi dari wabah Covid-19. Caranya dengan memakmurkan warung-warung kecil di sekitar rumah para alumni. tetangga).

### **Makna Pita Oren**

Nama Pita Oren diambil dari pita sebagai lambang kepedulian terhadap sesama dan warna oranye atau jingga merupakan warna khas warna FISIP UHAMKA. Para alumni FISIP yang tergabung dalam solidaritas ini terdiri atas seluruh angkatan yang jumlahnya telah mencapai ratusan Selain memiliki ketua, sekretaris dan bendahara, terdapat Bidang Pusat Data, Humas dan Informasi. Bidang-bidang tersebut berfungsi untuk memonitor data persebaran COVID-19 di Jabodetabek. Karena itu Pita Oren memiliki Koordinator Daerah di Jabodetabek sampai ke tingkat kelurahan. Merekalah yang mendata mustahik (orang yang berhak menerima bantuan) di sekitar tempat para koordinator daerah. Dengan begitu, dalam memberikan bantuan lebih mudah karena tidak harus keluar wilayah.

Langkah para alumni ini mengikuti sebuah hadits Nabi Saw bahwa seseorang Tidak Diperbolehkan Kenyang Sedangkan Tetangganya Kelaparan. Ini merupakan judul bab yang dibuat oleh Al-Bukhari dalam Al-Adab Al-Mufrad (1/194). Abdullah bin Musawir berkata, Aku mendengar Ibnu Abbas menyebutkan Ibnu Zubair, lalu menuduhnya sebagai orang yang bakhil. Kemudian ia berkata,

“Aku mendengar Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda yang artinya, Tidaklah disebut mukmin orang yang kenyang, sedangkan tetangga di sampingnya kelaparan.”

[Diriwayatkan oleh Al-Bukhari dalam Al-Adab Al-Mufrad (112), Hakim (4.167) dan Al- Khatib (10/392) dengan sanad yang di dalamnya ada *rawi majhul*. Hadits tersebut mempunyai syahid pada musnad Al-Bazzar (119) dari Anas. Di dalam sanad tersebut ada Lai bin Zaid bin Jud’an. Dia adalah *dha’if*. Hadits tersebut juga mempunyai beberapa syahid lainnya. Lihat Haqq Al-Jar (hal. 38) karya Adz-Dzahabi. Maka dengan syawahid tersebut, hadits hasan -insya Allah] Perhatian. Dalam hadits ini terdapat dalil yang jelas, bahwa haram bagi seorang tetangga yang kaya untuk membiarkan para tetangganya dalam keadaan lapar. Maka, wajib baginya untuk memberikan kepada mereka apa-apa yang menghilangkan rasa lapar. Demikian pula hendaknya ia memberikan pakaian, jika mereka dalam keadaan telanjang serta hal-hal penting lainnya. [Diriwayatkan oleh Al-Bukhari (6017) dan Muslim (1030) “Artinya, Janganlah seorang perempuan meremehkan suatu hadiah yang diberikan kepada tetangganya. Walaupun menghendakinya sesuatu yang biasanya tidak bermanfaat”. Seperti dalam Al-Fath (10/440).<sup>15</sup>

Berdasarkan hadits tersebut ditambah semangat At-Ta’awun yang diajarkan oleh Pendiri Muhammadiyah, KH Ahmad Dahlan para pengurus Pita Oren segera menyusun sistem penggalangan dana, pendataan, penyaluran, dan dokumentasi. Apalagi setelah mereka melihat jumlah warga yang terdampak COVID-19 terus bertambah. Menurut data Kementerian Ketenagakerjaan hingga 12 Mei 2020 jumlah tenaga kerja yang dirumahkan maupun terkena PHK mencapai 1.722.958 orang.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> <https://almanhaj.or.id/1829-hak-dan-keutamaan-tetangga-dalam-sunnah.html>

<sup>16</sup> “Kemenaker: Pekerja yang Di-PHK dan Dirumahkan Capai 1,7 Juta”, <https://money.kompas.com/read/2020/05/12/220000926/kemenaker--pekerja-yang-di-phk-dan-dirumahkan-capai-1-7-juta>.



Pelaksanaan penggalangan dana dan penyaluran bantuan Pita Oren terbagi dalam dua gelombang. Gelombang pertama dimulai dari 14 sampai dengan 24 April 2020. Total Donasi yang terkumpul senilai Rp3.950.000. Uang tersebut dibelikan masker sebanyak 100 buah dan paket sembako untuk 35 mustahik di Jabodetabek. Paket sembako berisi beras, gula, minyak goreng, telur ayam, susu, vitamin, dan jamu ini sengaja dibeli di warung tetangga, karena sesuai tujuan semula yaitu memakmurkan warung kecil yang mulai sepi pembeli.

Para mustahik yang menerima bantuan cukup beragam. Mulai dari pengemudi ojek *online*, karyawan yang ter-PHK, buruh harian, dan pedagang kecil yang sepi pembeli. Dalam paket sembako dan masker yang dibungkus rapi terselip “Surat Cinta” berisi kata-kata motivasi dari para Koorda.

Penggalangan dana Tahap II dimulai lagi sejak 1 sampai dengan 15 Mei 2020. Pada periode ini terkumpul lagi dana sejumlah Rp. 4.464.000,- diberikan ke 48 orang mustahik yang tersebar di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi., dalam paket penerima bantuan kali ini juga diselipkan dengan ucapan Selamat Idul Fitri 1441 H.

### **Kajian Filantropi dalam Perspektif Islam**

Potensi filantropi umat Islam terwujud dalam bentuk zakat yang hukumnya wajib, infak, shadaqah, wakaf, hibah dan derma-derma lainnya. Dalam surat At-Taubah [9] ayat 60 dan 103, surat Al-Baqarah [2] ayat 177 dan 261, Surat Ali Imran [3] ayat 92, ayat 133 dan 134, surat Faathir [35] ayat 29 dan 30 dan sejumlah ayat lain dalam Al Quran dijelaskan kedudukan dan peran filantropi khususnya zakat, infak dan shadaqah sebagai bukti keimanan dan kecintaan seseorang muslim terhadap perbuatan baik yang membawa keberuntungan dunia dan akhirat.

Filantropi sesungguhnya adalah ibadah bagian dari ibadah maaliyyah ijtimaiyyah, yaitu ibadah di bidang harta yang memiliki posisi sosial yang sangat penting dan menentukan. Filantropi dalam Islam seyogyanya dijadikan sebagai kebutuhan dan *life style* (gaya hidup) seorang Muslim. Kekuatan dan kelemahan keimanan dan keislaman seseorang antara lain ditentukan oleh sikap kedermawanan dan kepedulian sosialnya. Oleh karena itu diperlukan langkah-langkah yang strategis dan kontinyu untuk menguatkan sikap ini, antara lain

melalui upaya:

Pertama, terus-menerus dilakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang urgensi sikap filantropi dalam meraih kebahagiaan hidup dunia akhirat. Sarana filantropi dalam Islam, seperti kesadaran berzakat, berinfaq, bershadaqah, dan berwakaf memerlukan penguatan dan penataan dalam pengelolaannya agar mencapai hasil yang diharapkan, yaitu berdampak terhadap kehidupan masyarakat luas.

Salah satu ayat yang berkenaan dengan filantropi dalam Islam adalah:

*"Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat, dan mereka taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana."* (QS. At-Taubah [9]: 71).

Ayat di atas menunjukkan betapa pentingnya membantu sesama yang sedang membutuhkan tanpa memandang latar belakang yang dibantu. Apalagi di tengah badai COVID-19 ini banyak warga yang kehilangan pekerjaan termasuk mereka yang semula berada di kelas menengah.

Jika KH Ahmad Dahlan mengajarkan tentang semangat At-Ta'awun (saling membantu) sebagai wujud dari Surat Al Maun. Dalam surat tersebut disebutkan ciri--ciri orang yang mendustakan agama yakni orang yang menghardik anak yatim dan tidak mendorong memberi makan orang miskin. Celakalah bagi orang yang lalai atau riya dalam shalatnya. Apalagi sampai dia enggan membantu sesama.

Salah satu ayat yang menyebutkan perintah berbuat baik pada tetangga adalah,

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ  
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ  
بِالْجُنُبِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ

*"Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu pun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapak, karib-kerabat,*

*anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu.” (QS. An-Nisa’: 36)*

*Al-jaari dzil qurba*, siapa itu? Ada dua pendapat dalam hal ini. Ada yang menyatakan itu adalah tetangga yang memiliki hubungan kerabat. Hal ini menjadi pendapat Ibnu ‘Abbas. Ada yang menyatakan bahwa *al-jaari dzil qurba* adalah tetangga muslim. Sedangkan tetangga jenis kedua adalah tetangga yang tidak punya hubungan kerabat yaitu disebut *al-jaarul junub*. Ada juga ulama yang menyatakan bahwa yang dimaksud *al-jaarul junub* adalah tetangga Yahudi dan Nashrani.

Dari ‘Abdullah bin ‘Umar *radhiyallahu ‘anhuma*, Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* menyatakan,

مَا زَالَ جِبْرِيلُ يُوصِينِي بِالْجَارِ حَتَّى ظَنَنْتُ أَنَّهُ سَيُورِثُهُ

“Jibril tidak henti-hentinya mengingatkan padaku untuk berbuat baik pada tetangga, sampai- sampai aku menyangka bahwa Jibril hendak menjadikannya sebagai ahli waris.” (HR. Bukhari, no. 6015 dan Muslim, no. 2624).

Banyaknya ayat yang berisi perintah membantu sesama dan menghargai serta memakmurkan tetangga baik dalam Al Quran maupun Hadits menunjukkan bahwa Islam sangat menganjurkan tolong-menolong sesama, apalagi di tengah bencana wabah seperti saat ini. Bantuan dari pemerintah pusat dan pemerintah provinsi, serta pemerintah kota memang sudah ada, namun tidak akan bisa memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat yang terdampak.

Semoga langkah yang diambil Pita Oren bisa membantu sesama, meskipun sebarat setetes air di tengah gurun. Setidaknya langkah ini sudah meneladani langkah Rasulullah Saw serta menaati firman Allah Swt. Semoga badai COVID 19 menjadikan kita pribadi taqwa yang penuh welas asih terhadap sesama. Aamiin.

# Pandemi dan Konstruksi Realitas Kehidupan Beragama

HUSNAN NURJUMAN

**C**ovid-19 merupakan pandemi yang memberikan dampak yang kuat dan luas terhadap kehidupan masyarakat. Selain selain efek serius yang ditimbulkan pada tubuh manusia yang dapat mengakibatkan kematian, virus ini memiliki sifat penyebarannya yang sangat cepat, mudah dan seringkali tidak dapat diidentifikasi karena memiliki gejala yang mirip dengan flu biasa. Bahkan pada beberapa kasus, bisa terjadi tanpa gejala. Setiap orang yang berinteraksi dengan orang yang membawa Covid-19 baik dengan gejala yang terlihat ataupun tidak, memiliki resiko terpapar virus tersebut. Covid-19 dapat ditularkan hanya dengan bersalaman atau menyentuh barang yang beberapa saat sebelumnya telah disentuh oleh pembawa virus.

Tempat – tempat interaksi sosial atau tempat anggota masyarakat saling bertemu seperti pasar, pusat perbelanjaan, restaurant, kantor, sekolah, dan angkutan umum menjadi tempat yang sangat rentan bagi tiap orang untuk terpapar Covid-19. Di tempat itulah tiap individu masyarakat bertemu secara fisik, berinteraksi dan juga saling bersentuhan. Belum ada cara yang pasti untuk mengetahui siapa yang mebawa virus kecuali dengan prosedur test kesehatan. Kondisi tersebut juga berlaku di berbagai tempat ibadah, termasuk Masjid.

Masyarakat diminta untuk melakukan pembatasan jarak sosial dan tidak beraktivitas di luar rumah. Semua aktivitas harus dilakukan di rumah. Bekerja di rumah, belajar di rumah dan beribadah di rumah.

Himbauan *stay at home* ini kemudian berkembang menjadi kebijakan berbagai institusi pemerintah seperti mengalihkan pembelajaran di sekolah menjadi pembelajaran jarak jauh di rumah secara daring dan mengalihkan pekerjaan kedinasan di kantor – kantor menjadi sistem bekerja di rumah dengan istilah *Work From Home* (WFH). Berbagai kegiatan seni, budaya dan hiburan dibatalkan. Berbagai pusat perbelanjaan dibatasi jam operasionalnya, bahkan ada yang ditutup. Di beberapa kota, restaurant dan rumah makan diminta untuk tidak melayani pelanggan yang makan di tempat, mereka hanya diizinkan untuk melayani pelanggan yang membeli makanan untuk dibawa pulang.

Hal tersebut juga berlaku pada sektor agama. Masyarakat dihimbau untuk tidak melakukan kegiatan ibadah secara bersama-sama dirumah ibadah. Beberapa gereja tidak lagi menyelenggarakan kebaktian di hari minggu, berbagai DKM menghentikan kegiatan shalat jum'at berjama'ah di masjid dan menghentikan kegiatan – kegiatan rohani seperti majelis taklim.

Masjid dan berbagai tempat ibadah lainnya merupakan salah satu pusat kegiatan masyarakat beragama. Mereka melakukan aktivitas ibadah secara bersama di tempat ibadah, di Masjid aktivitas ibadah berjama'ah dilakukan setidaknya lima kali dalam sehari, bahkan pada waktu-waktu tertentu seperti shalat jum'at, jumlah kaum muslimin yang datang ke Masjid sangat banyak dan memenuhi masjid. Mereka berdiri dengan jarak yang rapat, bersentuhan, dan dalam berbagai tradisi, banyak para jama'ah shalat yang mebiasakan untuk bersalaman atau berjabat tangan dengan jama'ah lainnya setelah shalat, terkadang tidak hanya dengan jama'ah yang duduk atau shalat di sampingnya, di beberapa masjid ada yang membiasakan agar para jama'ah shalat melakukan *mushafahah* (berjabat tangan) secara bergiliran dalam satu linkaran sambil membaca shalawat yang diikuti oleh seluruh jama'ah.

Tidak hanya shalat berjama'ah masjid juga menjadi pusat interaksi masyarakat dalam berbagai kegiatan keagamaan lainnya seperti kajian agama (pengajian) yang rutin diselenggarakan oleh Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dan diikuti oleh para jama'ah yang hadir secara rutin. Bahkan pada moment–moment tertentu, DKM mengadakan kajian Islam dalam sekala besar yang disebut dengan *Tabligh Akbar*, seperti pada peringatan maulid nabi, *isra'mi'raj*

dan tahun baru Islam. Tentu saja kegiatan keagamaan tersebut menghadirkan orang dalam jumlah yang banyak dengan tempat yang terbatas sehingga membuat para hadirin duduk dengan rapat bahkan berdesak-desakan.

Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka pihak pemerintah, Majelis Ulama Indonesia dan beberapa Organisasi Islam di Indonesia menghimbau agar masyarakat untuk sementara tidak melakukan ibadah berjama'ah dan kegiatan keagamaan yang mengumpulkan orang banyak Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan fatwa nomor 14 Tahun 2020<sup>17</sup> tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah

Covid-19 yang menyatakan bahwa ketika seseorang atau masyarakat berada di suatu kawasan yang potensi penularannya tinggi atau sangat tinggi berdasarkan ketetapan pihak yang berwenang maka mereka boleh meninggalkan shalat Jum'at dan menggantikannya dengan shalat dzuhur di tempat kediaman. Fatwa tersebut juga menyebutkan bahwa hal itu berlaku juga pada jamaah shalat lima waktu/rawatib, Tarawih, dan Ied di masjid atau tempat umum lainnya. Walau kemudian MUI juga mengeluarkan fatwa terbaru tentang pembolehan shalat ied berjama'ah dengan berbagai syarat dan catatan.<sup>18</sup>

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh organisasi besar Islam Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah<sup>19</sup> yang menghimbau agar umat Islam untuk sementara waktu tidak melaksanakan shalat jum'at berjama'ah di masjid. Lebih lanjut lagi majelis Tarjih Pimpinan Pusat Muhammadiyah menerbitkan berbagai fatwa terkait dengan shalat jum'at<sup>20</sup>, shalat fardhu berjama'ah<sup>21</sup>, shalat tarawih<sup>22</sup> dan perawatan jenazah<sup>23</sup> di tengah pandemi Covid-19.

<sup>17</sup> Dikutip dan diunduh dari <https://mui.or.id/berita/27674/fatwa-penyelenggaraan-ibadah-dalam-situasi-terjadi-wabah-Covid-19/> pada 14 Mei 2020 pukul 11.55

<sup>18</sup> Lihat <https://kumparan.com/kumparannews/mui-terbitkan-fatwa-salat-id-saat-corona-boleh-berjamaah-tapi-dengan-catatan-1tPLot4JdBU>

<sup>19</sup> Lihat <https://republika.co.id/berita/q7h73k366/nu-dan-muhammadiyah-imbau-umat-tidak-shalat-jumat-di-masjid>

<sup>20</sup> Lihat <https://pwmu.co/139950/03/26/fatwa-tarjih-shalat-jumat-diganti-duhur-di-rumah/>

<sup>21</sup> Lihat <https://pwmu.co/140025/03/27/fatwa-tarjih-hukum-shalat-fardhu-dalam-wabah-Covid-19/>

<sup>22</sup> Lihat <https://pwmu.co/140032/03/27/fatwa-tarjih-hukum-shalat-tarawih-kondisi-wabah-covid/>

<sup>23</sup> Lihat <https://pwmu.co/139990/03/26/beginilah-perawatan-jenazah-Covid-19-menurut-fatwa-tarjih/>

Fatwa dan imbauan tersebut disikapi beragam oleh masyarakat, walau di area perkotaan banyak Masjid telah mengikuti imbauan pemerintah dan MUI untuk menghentikan kegiatan shalat jum'at yang berlanjut ketika memasuki bulan Ramdahan dengan tidak diselenggarakannya shalat tarawaih berjam'ah yang selama ini menjadi ciri khas dan syi'ar dan kemeriahan Ramadhan, masjid - masjid di pinggiran kota atau pedesaan masih banyak yang tetap menyelenggarakan kegiatan shalat jum'at dan shalat tarawih berjam'ah.

Di sisi yang lain, ada berbagai ekspresi semangat keagamaan lain yang ditunjukkan seiring dengan masa penanggulangan Covid-19. Situasi pandemi ini juga telah memicu sikap solidaritas sosial para pemeluk agama yang menjadikan ekspresi kesetiakawananan itu juga sebagai pengamalan ajaran agama. Disamping gerakan- gerakan solidaritas yang dilakukan secara langsung dengan membagi – bagikan masker, menyampaikan donasi pada berbagai acara penggalangan dana seperti konser amal, banyak dari masyarakat yang juga menyalurkan bantuan dana baik berupa infak maupun shadaqah melalui berbagai Lembaga filantropi berbasis agama, seperti Lazismu, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, Baznas dan berbagai lembaga lainnya yang sejenis. Sebagai contoh, selama bulan Apri 2020, Lazimu telah menghimpun dana masyarakat untuk penanganan Covid-19 mencapai 4 miliar rupiah, walau Lazismu sendiri telah mendistribusikan bantuan sejumlah 8 miliar rupiah yang sisanya diambil dari dana zakat ,infak dan shadaqah yang dikumpulkan pada bulan – bulan sebelum masa pandemi<sup>24</sup>.

Selain dalam bentuk donasi,. Masyarakat juga banyak yang mengaktifkan diri menjadi relawan yang terlibat dalam berbagai program penanggulangan Covid-19. Baik sebagai relawan lapangan yang membagi-bagikan bantuan atau melakukan penyemprotan disinfektan atau sekedar terlibat dalam kampanye dan penyuluhan agar masyarakat tetap di rumah, hidup bersih dan menjaga jarak fisik dan sosial.

Berbagai fenomena tentang pengamalan ibadah dan ekspresi solidaritas sosial sebagai pengamalan agama tersebut menunjukan bahwa ada berbagai konstruksi tentang kehidupan beragama di tengah masyarakat terkait dengan situasi pandemi Covid-19. Konstruksi tersebut

<sup>24</sup> Lihat <https://republika.co.id/berita/q9af0v399/lazismu-perkuat-penyaluran-dana-penanganan-covid19>.

merupakan proses yang membangun suatu kesadaran objektif tentang nilai – nilai dalam beragama. Nilai – nilai yang menjelaskan hal – hal yang dianggap pokok atau substansi dalam pengamalan ajaran agama.

Tulisan ini akan menggambarkan dua bentuk konstruksi kehidupan agama yang terjadi setelah berbagai varian konstruksi agama yang telah ada sebelumnya bertemu dengan realitas pandemi Covid-19. Tulisan ini akan membahas tiga konstruksi yang terjadi pada kehidupan bergama umat islam di Indonesia di era pandemi Covid-19. Antara lain 1) Konstruksi menghindari *mafsadah* dalam ibadah, 2) Konstruksi kemaslahatan sebagai tujuan agama.

### **Konstruksi Sosial pada Kehidupan Beragama**

Konstruksi kehidupan beragama merupakan proses konstruksi yang terjadi di masyarakat atas realitas kehidupan beragama yang dihadapi, dijalani dan dilalui oleh para individu dalam masyarakat, khususnya dalam hal ini masyarakat beragama dan lebih khusus lagi dalam pembahasan tulisan ini adalah umat Islam. Istilah konstruksi ini sendiri memang mengambil dari teori Konstruksi Sosial Atas Realitas yang ditulis oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann<sup>25</sup>. Realitas pengetahuan dan kesadaran yang ada di tengah masyarakat digambarkan sebagai hasil dari proses interaksi yang terjadi di masyarakat baik antar individu, antara individu dengan masyarakat ataupun individu dengan berbagai produk – produk budaya yang sudah ada di masyarakat.

Dalam sebuah penelitian tentang konstruksi kehidupan beragama pada masyarakat<sup>26</sup> telah menunjukan adanya vareasi tentang realitas makna agama. Agama dikonstruksi tidak hanya sebagai substansi ajaran, tapi juga sebagai institusi.

Pada Konstruksi pertama, agama dikonstruksi sebagai nilai/ ajaran. Hal ini diistilahkan dengan Islam Substantif<sup>27</sup>. Pada konstruksi ini Islam dipandang sebagai nilai yang diturunkan Tuhan sejak nabi Adam, Ibrahim Musa Isa hingga Nabi Muhammad, termasuk kepada

---

<sup>25</sup> Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, Tafsir Sosial Atas Kenyataan, Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan (Jakarta:LP3ES, 1990)

<sup>26</sup> Lihat penelitian Husnan Nurjuman, Konstruksi Media Islam Indonesia tentang Pemikiran Pluralisme dalam Islam (Tesis, Universitas Indonesia, 2006).

<sup>27</sup> Husnan Nurjuman, Konstruksi Media islam tentang Pluralisme Dalam Islam (Tesis, Jakarta : Universitas Indonesia, 2006)



nabi – nabi di setiap kaum yang tidak dikisahkan dalam qur'an. Agama dipandang sebagai keberlangsungan sejarah yang mengembangkan berbagai ajaran yang dibawa oleh para nabi, sehingga sangat memungkinkan jika terdapat kesamaan nilai pada tiap ajaran agama yang berbeda – beda. Maka realitas yang terkonstruksi di sini bahwa semua ajaran agama samawi bersumber dari Tuhan yang sama, maka yang disebut Islam, bukan sistem yang membatasi orang pada norma halal, haram, wajib, sunnah dan bid'ah berdasarkan hukum agama, tapi Islam adalah nilai ajaran yang dibawa oleh para nabi tentang tauhid dan kebaikan manusia.

Satu hal yang penting untuk digarsibawahi dari pemikiran Islam Substantif, Agama Islam dikonstruksi sebagai ajaran yang secara substansi dibahasakan sebagai ajaran berupa perintah, larangan dan petunjuk pembawa keselamatan bagi manusia baik di dunia dan akhirat<sup>28</sup>. Konstruksi agama sebagai substansi menegaskan kemaslahatan manusia sebagai tujuan beragama. Sedangkan perintah, larangan dan petunjuk Allah adalah medium atau sarana agar manusia mendapatkan kemaslahatan tersebut.

Pandangan tersebut membawa konsekuensi bahwa sikap, tindakan dan perilaku manusia dalam kehidupan beragama harus diorientasikan pada kemaslahatan manusia. Manusia harus meyakini dan mengamalkan segala kebajikan sebagai tujuan beragama. Manusia harus menjadikan ritual ibadah, pengamalan perintah dan peninggalan larangan dalam agama menjadi alat untuk memperkuat keyakinan diri bahwa seseorang yang beragama harus mengambil peran dalam membangun kemaslahatan manusia sebagai muara keyakinan dan keberagamaannya.

Konstruksi tersebut berbeda dengan konstruksi Islam Institusi yang membangun realitas bahwa Islam adalah suatu kesatuan sistem keyakinan, ibadah dan norma (ahlak). Agama dipandang sebagai suatu sistem sosial yang mengikat. Islam adalah tentang segala sesuatu yang tercantum dalam aqidah, syari'ah, ahlak dan mu'amalah yang telah disahkan oleh para pemegang otoritas agama, dalam hal ini ulama. Maka setiap paham dan keyakinan yang berada di luar sistem ini dinyatakan bukan Islam atau kafir. Maka yang disebut Islam

<sup>28</sup> Himpunan Putusan Tarjih Muhammadiyah, Kitab Masalah Lima tentang Difinis Ad-Diin. (Yogyakarta : PP. Muhammadiyah, 2009)

adalah apa yang tercantum dalam rukun iman dan rukun Islam secara harfiah. Dalam bahasa lain, Haedar Nashir Nashir<sup>29</sup> menyebut konstruksi tersebut dengan Islam Syari'at. Ketika tatanan masyarakat Islam sudah terbangun, maka proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi memunculkan konstruksi realitas agama Islam sebagai suatu sistem atau institusi yang lengkap dengan produk hukum, norma, budaya dan struktur. Agama dipahami dan diamalkan sebagai hukum dan lembaga yang tersimbolkan dengan istilah halal, haram, wajib, sunnah, *khalifah* dan sebagainya.

Berbagai konstruksi makna agama tersebut merupakan hasil pertemuan natara individu dalam masyarakat dengan berbagai varian pemikiran Islam dan berbagai realitas yang terjadi di tengah masyarakat baik dalam aspek sosial, budaya, politik, hukum, ekonomi. Isu politik yang mempertontonkan kebobrokan moral para pemimpin, masalah kesenjangan ekonomi, ketidakadilan hukum, menjadi varian yang bertemu dengan berbagai ragam pemikiran agama.

### **Konstruksi Menghindari *Mafsadah* dalam Ibadah**

Kebijakan MUI dan berbagai organisasi besar Islam seperti Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah tentang penggantian shalat jum'at berjama'ah dengan shalat dzuhur di rumah masing-masing dan peniadaan shalat fardlu dan shalat tarawih berjama'ah di Masjid yang kemudian diikuti oleh Sebagian DKM masjid, menunjukkan suatu sikap kelompok masyarakat yang memandang bahwa aspek kemaslahatan memiliki nilai yang lebih utama dibandingkan kesempurnaan pengamalan fiqh. Ketika shalat jum'at berjama'ah dan shalat lain yang dilaksanakan berjama'ah di Masjid menjadi faktor yang dapat berakibat bagi penyebaran virus Covid-19, maka pengamalan fiqh mendapatkan suatu penyesuaian, dalam hal ini berbentuk penggantian shalat jum'at dengan shalat dzuhur, atau peniadaan shalat berjama'ah di masjid.

Pandangan dan sikap tersebut menunjukan suatu konstruksi bahwa nilai-nilai kemaslahatan memiliki posisi yang lebih utama dibandingkan ritual. Tentu bukan berarti aspek ritual agama menjadi tidak penting, karena pandangan ini tidak serta merta menegasikan ritual dalam pengamalan agama. Melainkan sebagai upaya agar praktik

<sup>29</sup> Haedar Nashir, Gerakan Islam Syari'at, Reproduksi Salafiyah Ideologis di Indonesia. (Jakarta : PSAP, 2007)

ritual agama tidak menjadi faktor yang mendorong ketidakmaslahatan atau dengan istilah lain kemudharatan.

Kemudharatan yang terjadi pada pandemi Covid-19 dikategorikan sebagai situasi darurat yang juga diatur dalam kaidah ushul fiqh. MUI menjadikan beberapa kaidah ushul fiqh sebagai dasar dalam membuat keputusan tentang penyelenggaraan ibadah pada situasi wabah virus Covid-19<sup>30</sup>. Beberapa kaidah ushul fiqh yang dikutip antara lain kaidah yang berbunyi 1) “Tidak boleh membahayakan diri sendiri dan membahayakan orang lain”, 2) “Menolak *mafsadah* (kerusakan atau kebinasaan) didahulukan daripada mencari kemaslahatan”, dan 3) “Kemudharatan harus dicegah dalam batas – batas yang memungkinkan”.

Ketiga pernyataan tersebut juga menunjukkan suatu peluang hukum untuk melakukan penyesuaian praktik pengamalan fiqh. Bahwa praktik pengamalan shalat jum’at dan shalat berjam’ah tidak boleh membahayakan jiwa para jam’ah, bahwa menghindari kerusakan dan kebinasaan dari pelaksanaan shalat jum’at dan shalat berjam’ah di masjid di masa pandemi harus lebih diutamakan daripada kemaslahatan dari ibadah itu sendiri. Kemudharatan Covid-19 yang dapat terjadi melalui pertemuan pada shalat jum’at dan shalat berjam’ah di Masjid harus dapat dicegah dalam batas – batas yang memungkinkan.

Berbagai kaidah ushul fiqh tersebut kemudian diperkuat dengan penela’ahan terhadap berbagai teks-teks rujukan berupa kutipan ayat qur’an seperti pada surat Al- Baqarah ayat 195 yang salah satu potongannya berbunyi “Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan”, demikian juga pada surat yang sama ayat 185 “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”. Kedua potongan ayat Qur’an tersebut menjadi dasar bagi MUI untuk mengajak umat Islam untuk tidak menjatuhkan diri kepada kebinasaan dan mengamalkan ibadah tanpa terjebak dalam kesukaran yang menimbulkan kebinasaan tersebut. Berdasarkan kedua ayat tersebut, MUI mengajak kaum muslimin untuk mengganti shalat jum’at berjam’ah di masjid dengan shalat dzhur karena diyakini bahwa dengan berkumpulnya umat

<sup>30</sup> Lihat <https://mui.or.id/wp-content/uploads/2020/03/Fatwa-tentang-Penyelenggaraan-Ibadah-Dalam-situasi-Wabah-COVID-19.pdf>

di masjid akan menjadi penyebab timbulnya kebinasaan. Bahwa beribadah bersama di masjid di tengah pandemi Covid-19 merupakan suatu kesukaran dalam ibadah yang bisa ditinggalkan.

Beberapa hadits juga digunakan sebagai sandaran fatwa MUI, antara lain sebuah hadist yang diasampaikan Abdurrahman bin Auf kepada Umar bahwa Nabi Muhammad saw pernah berkata, "Jika kamu mendengar wabah di suatu wilayah, maka janganlah kalian memasukinya. Tapi jika terjadi wabah di tempat kamu berada, maka jangan tinggalkan tempat itu." (HR. al-Bukhari). Demikian juga dengan hadits dari Abu Hurairah, "Aku mendengar Rasulullah bersabda: 'Apa saja yang aku larang kamu melaksanakannya, hendaklah kamu jauhi dan apa saja yang aku perintahkan kepadamu, maka lakukanlah menurut kemampuan kamu. Sesungguhnya kehancuran umat-umat sebelum kamu adalah karena banyak bertanya dan menyalahi nabi-nabi mereka (tidak mau taat dan patuh)'" (HR. al-Bukhari dan Muslim). Dan hadits lain yang berbunyi "Barang siapa yang mendengar azan wajib baginya sholat berjamaah di masjid, kecuali ada uzur". Para sahabat bertanya: "Apa maksud uzur?". Jawab Rasulullah SAW: "Ketakutan atau sakit." (HR. Abu Daud)

Berbagai hadits tersebut dipahami sebagai petunjuk atau perintah bagi umat Islam untuk senantiasa menghindari bahaya dan beribadah atau melaksanakan hal-hal yang diperintahkan agama sesuai kemampuan. Bahwa pelaksanaan ibadah tidak boleh dilaksanakan dengan melampaui batas kemampuan manusia untuk menghadapi penyakit termasuk virus Covid-19. Bahkan dalam hadits yang diriwayatkan Abu Dawud, dengan jelas menjelaskan bahwa shalat berjam'ah di masjid menjadi kewajiban yang dikecualikan jika tedapat rasa takut dan sakit. Maka kewajiban untuk hadir di masjid mendapat pengucalian ketika ada rasa khawatir akan terjadinya penularan Covid-19.

Dalam prespektif konstruksi atas realitas, berbagai pandangan yang dibangun oleh MUI tersebut yang kemudian dilembagakan dalam suatu fatwa dan disosialisasikan kepada masyarakat, khususnya para tokoh agama dan pengelola DKM, merupakan hasil dari suatu rangkaian konstruksi realitas. Baik proses konstruksi realitas para Ulama yang mengambil keputusan tentang fatwa di internal MUI maupun konstruksi yang terjadi dalam masyarakat antara MUI

dengan tokoh masyarakat, pengelola DKM, jama'ah dan masyarakat lainnya secara luas. Proses konstruksi tersebut juga melalui tahap eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Para ulama yang duduk di Dewan Fatwa MUI adalah para ulama yang telah mengalami proses eksternalisasi yang panjang dengan berbagai produk-produk pemikiran Islam. Mereka adalah orang-orang yang mendalami ilmu agama baik secara formal lewat pendidikan tinggi agama seperti Institut Agama Islam, Sekolah Pascasarjana bidang agama Islam di berbagai perguruan tinggi di dalam maupun luar negeri termasuk perguruan tinggi di timur tengah sebagai pusat pengembangan pemikiran Islam. Sebagian besar dari mereka juga telah melalui pendidikan agama informal yang mereka tempuh sejak masa muda di pondok pesantren. Mereka telah berinteraksi dengan berbagai ilmu dan pengetahuan terkait dengan tafsir qur'an, ilmu hadits, ushul fiqh dan bahasa arab. Berbagai pengalaman tentang pengetahuan agama tersebut menjadi aspek penting dalam eksternalisasi pada proses konstruksi tentang ibadah di tengah pandemi Covid-19.

Dengan berbagai pengetahuan tersebut, mereka bertemu dengan realitas tentang penyebaran Covid-19. Mereka menerima informasi tentang bahayanya Covid-19 bagi tubuh manusia. Mereka juga menerima informasi tentang proses penyebaran Covid-19 melalui interaksi antar manusia. Mereka juga mendapatkan saran dan masukan dari berbagai pihak seperti para ilmuwan, ahli kesehatan dan pihak pemerintah bahwa kerumunan atau berkumpulnya orang di tempat umum menjadi kerawanan dalam penyebaran virus yang telah memakan banyak korban jiwa.

Di sisi yang lain para ulama anggota Dewan fatwa MUI juga berinteraksi dengan realitas praktik keberagamaan masyarakat. Shalat jum'at di berbagai masjid yang senantiasa penuh jama'ah, praktik shalat fardlu berjama'ah yang tetap dilaksanakan, berbagai pengajian majelis taklim dan praktik keagamaan lain yang pelaksanaannya mengumpulkan orang.

Eksternalisasi yang terjadi adalah interaksi antara tiga aspek realitas, 1) Ilmu pengetahuan agama Islam termasuk tentang kaidah ushul fiqh, ayat qur'an dan hadits yang membahas tentang kedaruratan *mafsadah*, wabah dan pengamalan ibadah sesuai dengan kemampuan. 2) Informasi dari pemerintah dan para ahli tentang penularan Virus

Covid-19 melalui interaksi sosial, 3) Praktik keberagamaan umat Islam yang mengumpulkan jama'ah sebagai suatu kerawanan dalam penyebaran Covid-19. Pertemuan ketiga informasi tersebut menadji bagian yang berrdialog dan berdialektika dalam pikiran tiap individu Dewan Fatwa MUI. Mereka mengolah berbagai aspek eksetrnalisasi tersebut sehingga memunculkan pemikiran subjektif dalam diri tiap individu anggota dewan fatwa tentang penyelenggaraan ibadah di tengah pandemi.

Proses tersebut kemudian berlanjut menjadi objektivasi ketika para anggota Dewan Fatwa MUI atau para pengambil keputusan tentang Fatwa MUI bertemu dan bermusyawarah. Tiap mereka menyampaikan pendapat dan pikirannya masing – masing yang kemudian mengarah pada satu kesepakatan tentang ibadah di tengah pandemi.

Kesepakatan tersebut kemudian dilembagakan dalam bentuk fatwa yang diterbitkan atas nama MUI. Terbitlah fatwa MUI nomor 14 tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Ibadah di tengah Pandemi Covid-19 sebagai suatu objektivasi.

Internalisasi yang kemudian terjadi adalah ketika para anggota atau Pengurus MUI kemudian mengambil peran untuk mensosialisasikan kepada masyarakat dan mengamalkan fatwa tersebut oleh dirinya sebagai suatu penyerapan dan sekaligus sebagai teladan bagi masyarakat.

Proses konstruksi juga terjadi di tengah masyarakat. Ketika masyarakat mengalami sendiri atau mendapatkan informasi tentang penyebaran virus Covid-19, dan kemudian mereka terpapar informasi berisi fatwa MUI yang menggantikan shalat jum'at dengan shalat dzuhur di rumah. Tidak semua anggota masyarakat memiliki pengetahuan agama seperti para ulama yang tergabung di Dewan Fatwa MUI. Tapi mereka hidup dalam struktur masyarakat yang menjadikan para ulama sebagai panutan dan rujukan. Maka fatwa yang diterbitkan MUI menjadi produk budaya yang mereka temui untuk kemudian mereka melakukan penyesuaian diri dengan produk budaya tersebut. Proses penyesuaian diri dengan fatwa MUI itu juga ditopang oleh berbagai informasi yang mereka terima di berbagai media, baik media massa maupun media sosial tentang bahayanya virus Covid-19 serta bagaimana virus itu dapat menular. Berbagai informasi tersebut tereksternalisasi dalam kesadaran subjektif tiap

individu di masyarakat termasuk para tokoh agama, pengurus DKM dan para jama'ah masjid.

Ketika mereka membicarakannya satu sama lain dalam lingkungan kelompok mereka, maka terjadilah suatu objektivasi yang berujung pada pelembagaan berupa kesepakatan untuk tidak menyelenggarakan shalat jum'at di masjid yang mereka kelola. Proses selanjutnya mereka internalisasikan hasil hasil kesepakatan tersebut dalam kesadaran subjektif mereka yang mewujudkan dalam sikap dan tindakan mereka untuk tidak pergi ke masjid menunaikan shalat jum'at, melainkan tetap di rumah menjalankan shalat dzuhur seperti hari yang lain.

### **Konstruksi Kemaslahatan Sebagai Tujuan Agama**

Konstruksi pada kehidupan agama di tengah pandemi Covid-19 tidak hanya berupa perbandingan pilihan antara kesempurnaan ritual yang beresiko terjadinya *mafsadah* dan kemudharatan dan penyesuaian ibadah demi kemaslahatan, melainkan suatu kesadaran yang muncul dari suatu konstruksi bahwa kemaslahatan itu sendiri merupakan tujuan dari keberagamaan. Hal tersebut dapat dilihat pada definisi agama yang diistilahkan dengan *Ad-Diin* oleh Muhammadiyah<sup>31</sup>, *Ad-Diin* adalah segala sesuatu yang disyariatkan Allah melalui lisan para nabinya berupa perintah, larangan dan petunjuk untuk kemaslahatan hamba – hamba Allah di dunia dan akhirat.

Pada umumnya masyarakat hanya memaknai agama sebagai perintah dan larangan. Hal itu terlihat pada definisi takwa yang sering dikutip di berbagai buku pelajaran agama di sekolah, bahwa takwa adalah melaksanakan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya<sup>32</sup>. Namun dalam definisi *Ad-Diin* yang dituliskan dalam rujukan Muhammadiyah, agama lebih dari sekedar perintah dan larangan yang mengataur apa yang harus dikerjakan dan apa yang harus ditinggalkan oleh umat beragama, melainkan juga mencantumkan kata petunjuk dan tujuan dari semua perintah, larangan dan petunjuk itu, yaitu kemaslahatan manusia. Hal ini mengandung pemahaman

---

<sup>31</sup> Lihat Himpunan Putusan Tarjih Muhammadiyah, Kitab Masalah Lima tentang definisi Ad-Diin (Yogyakarta : PP. Muhammadiyah, 2009)

<sup>32</sup> Lihat <https://www.bacaanmadani.com/2016/12/pengertian-taqwa-secara-bahasa-dan.html>



bahwa semua perintah dan larangan dalam agama haruslah berdasar pada petunjuk dari Allah (Qur'an dan Sunnah) serta berorientasi pada kemaslahatan hamba – hamba Allah (manusia) baik pada urusan dunia, maupun pada urusan akhirat.

Kata yang didefinisikan oleh Muhammadiyah untuk mengkaji makna agama sendiri menggunakan istilah *Ad-Diin* alih-alih menggunakan kata agama. Agama seringkali diartikan sebagai suatu tatanan atau sistem keyakinan (*credo*) sistem ibadah (*ritus*) dan sistem tata perilaku (norma) atau diartikan juga sebagai ikatan yang diambil dari kata *religio*. Namun ketika definisi *Ad-Diin* mencantumkan kemaslahatan manusia sebagai tujuan, maka definisi ini menjangkau unsur yang lebih substantif dari pengertian agama yang selama ini dipahami sebagai tata-tatanan atau sistem hukum.

Pengertian *Ad-Diin* tersebut seolah memobongkar kembali berbagai peristiwa yang dikisahkan dalam Qur'an ketika Nabi Musa hadir sebagai rasul yang membawa Bani Israil berhadapan dengan kedzaliman seorang Fir'aun. Atau ketika Nabi Ibrahim berdakwah menghadapi pembodohan Raja Namruz. Dalam kisah yang lain, juga diceritakan bagaimana Nabi Luth harus berhadapan dengan kebobrokan moral dan pernistiaan nilai – nilai kemanusiaan yang dilakukan masyarakat Sodom dan Gomorah. Bahkan Nabi Besar Muhamad SAW. juga muncul pertama kali sebagai rasul ketika berhadapan dengan kejahiliahan kaum Quraisy di Makkah.

Pada intinya, semua nabi itu hadir sebagai utusan Allah ketika terjadi masalah kemansuaian. Mereka hadir membawa pencerahan bagi masyarakat yang sedang berada dalam penindasan, kebodohan dan penistaan moral serta nilai – nilai kemanusiaan. Hal itu menjadi masuk akal karena tujuan *Diinul Islam* pada hakikatnya adalah kemaslahatan manusia baik pada urusan dunia maupun akhirat.

Kata urusan dunia dan akhirat sebagai kata yang tak terpisah dari kemaslahatan ini menjadi penekanan yang sangat penting, karena seringkali orang yang mengorientasikan agama atau menyederhanakan agama hanya pada urusan rohani spiritual dan ritual semata, seolah terputus dengan urusan dunia. Dalam prespektif ini Agama diposisikan sebagai pedoman yang akan membawa kehidupan dunia pada kemaslahatan.



Pengertian *Ad-Diin* yang diasosiasikan pada kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat itu kemudian mewujud dalam berbagai gerakan sosial keagamaan yang diorientasikan perubahan sosial yang membuat kehidupan manusia menjadi lebih baik. Hal itu seperti yang dilakukan oleh Muhammadiyah pada masa awal berdirinya. Ketika pemerintah kolonial Belanda tidak melakukan layanan pendidikan yang memadai bagi masyarakat pribumi kelas bawah, Muhammadiyah hadir dengan membangun sekolah bagi kaum pribumi. Ketika pada masa itu tidak ada layanan kesehatan bagi masyarakat miskin. Maka Muhammadiyah hadir dengan membuka klinik dengan istilah penolong kesengsaraan umum. Hal serupa juga dilakukan oleh Muhammadiyah dengan mengumpulkan para anak terlantar dan fakir miskin untuk disantuni. Bagi Muhammadiyah, berbagai gerakan dalam bidang pendidikan, kesehatan dan sosial tersebut bukan sekedar aksi kepedulian kepada kaum yang lemah, melainkan internalisasi yang bersumber dari pemaknaan mereka terhadap makna kata Agama. Suatu konstruksi tentang praktik keberagamaan yang berorientasi pada kemaslahatan manusia, tidak hanya di akhirat, tapi juga di dunia.

Konstruksi tersebut kemudian telah berkembang menjadi salah satu produk budaya dalam kehidupan bergama Islam di Indonesia. Saat ini Muhammadiyah tidak menjadi satu-satunya lembaga atau organisasi Islam yang bergerak di bidang pendidikan, sosial dan kesehatan. Berbagai gerakan sosial keagamaan menjadi salah satu umum sebagai ekspresi keberagamaan banyak kalangan umat Islam di Indonesia.

Sebagian masyarakat muslim di Indonesia telah bereksternalisasi dan melakukan penyesuaian diri dengan karakteristik ekspresi keberagamaan yang moderat dan berkemajuan tersebut. Dan ketika mereka juga bertemu dengan realitas Covid-19, maka terjadilah proses interaksi yang baru yang mempertemukan antara produk budaya tentang agama sebagai sarana membangun kemaslahatan manusia (yang sebelumnya sudah mereka internalisasikan dalam aktivitas di gerakan sosial) dengan fenomena pandemi yang didefinisikan sebagai masalah sosial. Kelompok masyarakat dengan konstruksi kemaslahatan manusia sebagai tujuan bergama tidak ragu-ragu untuk terlibat, mengambil bagian dari suatu Gerakan untuk menanggulangi dampak dari Covid-19, untuk aktif mencegah penyebaran virus

Covid-19, bukan sekedar sebagai aksi kepedulian sosial, melainkan sebagai bentuk ekspresi pengamalan agama dengan makna agama sebagaimana mereka konstruksi bahwa kemaslahatan manusia merupakan tujuan dari agama.

Eksternalisasi tentang kemaslahatan sosial sebagai tujuan beragama merupakan suatu proses interaksi antar berbagai kajian terhadap ayat qur'an, pemikiran berbagai tokoh pemikir Islam dan situasi sosial politik yang menimpa umat Islam sejak awal abad 20. Pemikiran tentang makna *Ad-Diin* tersebut kemudian menjadi objektivasi yang terlembagakan dalam berbagai gerakan dan organisasi sosial keagamaan di bidang pendidikan, kesehatan dan penyantunan kaum dhu'afa. Selanjutnya hal itu terinternalisasi dalam jiwa tiap kader, anggota dan simpatisan yang terlibat dalam berbagai gerakan sosial keagamaan tersebut. Mereka meyakini bahwa keaktifan mereka dalam berbagai gerakan tersebut merupakan pengejawantahan pemaknaan mereka tentang *Ad-Diin*.

Dalam proses internalisasi tersebut, tiap individu yang terlibat kemudian bertemu dengan realitas pandemi Covid-19. Maka pemahaman tentang makna *Ad-Diin* sebagai kemaslahatan itu kembali melalui putaran tahap-tahap konstruksi realitas yang baru. Mereka akan melihat pandemi Covid-19 sebagai masalah sosial yang mengganggu kemaslahatan manusia.

Kemudian mereka membangun suatu objektivasi yang baru bahwa salah satu bentuk pengamalan agama adalah terlibat dalam gerakan-gerakan untuk membantu masyarakat dan berbagai pihak dalam melawan dan memerangi Covid-19 dalam berbagai bentuk. Antara lain dalam pelayanan kesehatan, bantuan sosial bagi warga yang terdampak akibat pembatasan sosial, atau terlibat dalam edukasi masyarakat untuk tetap tinggal di rumah, melakukan pembatasan jarak sosial, memakai masker, cuci tangan dengan sabun dan lain sebagainya.

Dan tentu saja sebagai bentuk internalisasi, tiap individu yang berinteraksi pada proses konstruksi ini akan mengambil posisi dan peran dalam gerakan – gerakan penanggulangan Covid-19 tersebut. Mereka akan mewakafkan diri untuk aktif sebagai relawan medis, penggalangan dana, menjadi juru kampanye promosi kesehatan dalam menghadapi Covid-19.

Konstruksi realitas pada kehidupan agama yang terjadi dalam prespektif ini berada jauh lebih dalam dari sekedar urusan praktik ibadah. Hal itu terjadi karena agama dikonstruksi bukan sekedar sebagai fiqh, tapi secara substansi menjadi semangat dan cara pandang hidup, bahwa objektivasi dari kehidupan beragama harus mewujudkan dalam aksi gerakan sosial yang berorientasi pada kemaslahatan manusia. Maka konstruksi ini merubah paradigma tentang takwa yang tidak sekedar dipahami sebagai orang yang melaksanakan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya, tapi lebih jauh dari itu, orang yang bertakwa adalah orang yang berupaya mewujudkan tujuan dari perintah dan larangan itu diturunkan sesuai dengan petunjuk-Nya, yaitu kemaslahatan. Maka orang yang bertakwa adalah orang yang berupaya mengambil peran dan posisi dalam mewujudkan kemaslahatan manusia.

Ketika surat Al-Hujarat ayat 13 menyatakan bahwa yang paling mulia di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa, maka dengan paradigma kemaslahatan sebagai tujuan agama, ayat tersebut menjadi dasar dari sebuah hadits yang sangat populer dalam Islam “Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”<sup>33</sup>, maka kata yang paling mulia di sisi Allah pada Al-Hujarat ayat 13 dan kata sebaik – baiknya manusia pada hadits tersebut menjadi sama. Mereka adalah orang yang menedikasikan diri untuk kemaslahatan manusia.

### **Benang Merah Dua Konstruksi**

Ketiga konstruksi realitas kehidupan agama yang dibahas dalam tulisan ini dapat dilihat dalam sudut pandang dua konstruksi makna agama dalam kehidupan masyarakat. Konstruksi *mafsadah* dalam ibadah lebih melihat agama sebagai sistem hukum atau yang disebut sebagai Islam Institutif. Konstruksi kemaslahatan sebagai tujuan agama lebih mewakili cara pandang dalam Islam Substantif yang melihat agama sebagai nilai.

Konstruksi realitas termasuk pada kehidupan beragama,

<sup>33</sup> Lihat <https://cintasedekah.org/galeri/sebaik-baik-manusia/> Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Imam Ath-Thabrani dan Imam Ad-Daruquthni, dinyatakan sebagai hadits hasan oleh Al-Albani dalam kitab Shahihul Jami'. Sebagian ulama ada yang mengatakan bahwa ini adalah kata mutira yang bersumber dari perkataan salkah seorang sahabat Nabi Muhammad.

merupakan proses yang terus berlanjut dan dinamis selama individu dan masyarakat melangsungkan kehidupan mereka dan bertemu dengan berbagai situasi dan kondisi yang baru pada setiap hari yang bertambah. Suatu realitas yang telah terkonstruksi mendapatkan kepastian untuk masuk pada proses konstruksi yang baru ketika manusia bertemu dengan peristiwa dan pengalaman baru yang memaksa mereka untuk menafsirkan realitas yang kemudian menjadi suatu konstruksi yang baru. Dan itupun tidak akan berhenti sampai manusia bertemu dengan peristiwa dan pengalaman berikutnya.

Konstruksi realitas pada kehidupan bergama merupakan penafsiran atas teks – teks ajaran agama pada saat teks – teks tersebut diharuskan berhadapan dan memberi jawaban atas berbagai kenyataan peristiwa dan pengalaman manusia. Konstruksi realitas kehidupan bergama merupakan wujud manusia memahami kehendak dan petunjuk Tuhan untuk menghadapi masalah yang sedang dihadapi. Konstruksi realitas kehidupan bergama merupakan suatu penegasan bahwa ajaran tuhan yang dilembagakan dalam agama adalah bertujuan untuk membuat kehidupan manusia menjadi baik dan kemudian menjadi lebih baik.



# Penggunaan Bahasa dalam Unggahan Pandemi Covid-19 di *Facebook*

NINI IBRAHIM UMMUL QURA

**H**ampir sebagian besar negara di seluruh dunia berjibaku melawan pandemi *Covid-19*. Tidak sedikit negara yang memberlakukan kebijakan *lockdown* atau karantina wilayah, sementara sebagian lain hanya menganjurkan isolasi di rumah. Data-data tentang kondisi kerumunan di 63 negara itu pun kini dibuka kepada publik, termasuk data untuk wilayah Indonesia. Informasi ini diharapkan bisa digunakan otoritas kesehatan setempat untuk mengukur seberapa efektif aturan isolasi terhadap sebaran *Covid-19*.

*Covid-19* merupakan kumpulan virus yang bisa menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan, seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti infeksi paru-paru (*pneumonia*). Gejala awal infeksi virus *Corona* atau *Covid-19* bisa menyerupai gejala flu, yaitu demam, pilek, batuk kering, sakit tenggorokan, dan sakit kepala. Setelah itu, gejala dapat hilang dan sembuh atau malah memberat. Penderita dengan gejala yang berat bisa mengalami demam tinggi, batuk berdahak bahkan berdarah, sesak napas, dan nyeri dada. Gejala-gejala tersebut muncul ketika tubuh bereaksi melawan virus *Corona*.

Dalam kondisi saat ini, virus *Corona* bukanlah suatu wabah yang bisa diabaikan begitu saja. Jika dilihat dari gejalanya, orang awam akan mengiranya hanya sebatas *influenza* biasa, tetapi bagi analisis kedokteran virus ini cukup berbahaya dan mematikan. Saat ini di tahun 2020, perkembangan penularan virus ini cukup signifikan karena penyebarannya sudah mendunia dan seluruh negara merasakan dampaknya termasuk Indonesia.

Mengantisipasi dan mengurangi jumlah penderita virus *Corona* di Indonesia sudah dilakukan di seluruh daerah. Di antaranya dengan memberikan kebijakan membatasi aktivitas keluar rumah, kegiatan sekolah dirumahkan, bekerja dari rumah (*work from home*), penutupan beberapa akses jalan dalam waktu tertentu (*lockdown*), pembatasan jumlah transportasi, pembatasan jam operasional transportasi, bahkan kegiatan beribadah pun dirumahkan serta diberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini sudah menjadi kebijakan pemerintah berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang sudah dianalisis dengan maksimal tentunya.

Dalam kondisi pandemi *Covid-19* saat ini, *facebook* dilaporkan sedang mengerjakan sebuah tombol reaksi baru yang bertemakan *Covid-19*. *Facebook* memperkenalkan tombol reaksi untuk memudahkan pengguna memberikan reaksi pada sebuah postingan pada tahun 2015. Tidak hanya tombol *like*, tombol reaksi ini memiliki beragam ekspresi wajah dari sedih, tertawa, terkejut hingga marah. Stiker tersebut diluncurkan untuk mendorong pengguna agar menjaga jarak dan berdiam diri di rumah mencegah penyebaran *Covid-19*.

Melihat penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa *facebook* dapat diajdiikan sebagai wadah aspirasi, komentar, dan pendapat publik. Bahkan, melalui *facebook*, seseorang dapat mengemukakan penggunaan bahasa apa pun, termasuk di dalamnya kritis atas wacana yang sedang berkembang saat ini. Penggunaan bahasa masyarakat dapat mem-*posting* sebagai bentuk luapan atau aspirasi diri mengenai suatu hal yang berkembang saat itu. Hanya saja penggunaan bahasa tersebut variatif berkembang dan dikemukakan oleh masyarakat dengan tujuan tertentu. Penggunaan bahasa yang digunakan dalam *posting facebook* bersifat tidak langsung dan menggunakan bahasa figuratif atau bunga bahasa. Dalam bahasa figuratif ada juga berlaku penyimpangan daripada bentuk yang lazim untuk mempengaruhi

dan memperkuat makna.

Berdasarkan uraian di atas, timbul beberapa pertanyaan yang menjadi fokus penelitian yaitu; kata-kata/istilah populer apa saja yang digunakan dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook*? Penggunaan bahasa apa saja yang digunakan seseorang dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook* berdasarkan niat penutur?

## 1. Hakikat Bahasa

Penggunaan bahasa yang digunakan dalam *posting facebook* bersifat tidak langsung dan menggunakan bahasa figuratif atau bunga bahasa. Dalam bahasa figuratif ada juga berlaku penyimpangan daripada bentuk yang lazim untuk mempengaruhi dan memperkuat makna. Wong (2013) dalam kajian pragmatik beliau yang bertajuk bahasa figuratif sebagai wacana pemikiran, mendapati bahwa untuk menganalisis makna implisit, maka konteks pemula perlu dicari.

Bahasa figuratif yang bersifat kata-kata atau istilah yang sering digunakan. Kata-kata atau istilah tersebut menjadi *trend* digunakan oleh penutur berdasarkan situasi dan kondisi tertentu. Kata-kata atau istilah ini digunakan untuk mengatakan atau mengomentari sesuatu dengan cara yang tidak bisaa dan tidak langsung pada pengungkapan maknanya. Hal ini dilakukan agar menimbulkan kesan lebih keren dan memperoleh kesan khusus. (Abrams, 1981:63)

Dalam kajian yang berasingan, Wong (2014:237) mendapati bahwa, makna penutur merujuk makna sebenarnya yang ingin disampaikan oleh pendengar. Oleh sebab itu, hal ini menunjukkan bahwa penutur telah membekalkan konteks yang mencukupi bagi pendengar atau pembaca memahami teks yang disampaikan. Dalam kajian tersebut pengkaji mendapati bahwa makna sesuatu bahasa bergantung pada konteks dan situasi sebenarnya yang dapat dimanifestasikan.

Thomas (1995) memaparkan bahwa makna penutur hanya dapat diketahui dengan cara yaitu niat penutur. Niat penutur ialah "*force*". Niat penutur merupakan unsur yang kedua yang ada pada makna penutur. Niat penutur tersebut boleh berbentuk penegasan, arahan, komisif, ekspresif dan pengisytiharan (Searle, 1969). Leech (1983) menambahkan, niat penutur berbentuk penegasan adalah seperti menyatakan, menyarankan, bercakap besar, mengadu, mendakwa dan melaporkan.



Searle dalam Rahardi, (2005:36) menggolongkan niat penutur ke dalam lima macam bentuk tuturan yang masing-masing memiliki fungsi komunikatif, yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Pertama, asertif (*assertives*), yakni bentuk tuturan yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, misalnya menyatakan (*stating*), menyarankan (*suggesting*), membool (*boasting*), mengeluh (*complaining*), dan mengklaim (*claiming*). Kedua, direktif (*directives*), yakni bentuk tuturan yang dimaksudkan penuturannya untuk membuat pengaruh agar si mitra tutur melakukan tindakan, misalnya, memesan (*orderin*), memerintah (*commanding*), memohon (*requesting*), menasihati (*advising*), dan merekomendasi (*recommending*). Ketiga, ekspresif (*expressives*), yakni adalah bentuk tuturan yang berfungsi untuk menyatakan atau menunjukkan sikap psikologis penutur terhadap suatu keadaan, misalnya berterima kasih (*thanking*), memberi selamat (*congratulating*), meminta maaf (*pardonin*), menyalahkan (*blaming*), memuji (*praising*), berbelasungkawa (*condoling*). Keempat, komisif (*commissives*), yakni bentuk tuturan yang berfungsi untuk menyatakan janji atau penawaran, misalnya berjanji (*promising*), bersumpah (*vowing*), dan menawarkan sesuatu (*offering*). Kelima, deklaras (*declarations*), yakni bentuk tuturan yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataan, misalnya berpasrah (*resigning*), memecat (*dismissing*), membaptis (*chistening*), memberi nama (*naming*), mengangkat (*appointing*), mengucilkan (*excommicating*), dan menghukum (*sentencing*).

## 2. Hakikat Pandemi Covid-19

Virus Corona atau severe acute respiratory syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2) disebut juga virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut Covid-19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Menurut redaksi Alodokter (220:1), Covid-19 adalah jenis baru dari Coronavirus yang menular ke manusia. Walaupun lebih banyak menyerang lansia, virus ini sebenarnya bisa menyerang siapa saja, mulai dari bayi, anak-anak, hingga orang dewasa, termasuk ibu hamil dan ibu menyusui.

Redaksi Alodokter (220:1) lebih lanjut menjelaskan, Ada beberapa gejala lain yang juga bisa muncul pada infeksi Covid-19 meskipun

lebih jarang, yaitu: diare, sakit kepala, konjungtivitis, dan hilangnya kemampuan mengecap rasa atau mencium bau, serta ruam di kulit. Gejala-gejala Covid-19 ini umumnya muncul dalam waktu 2 hari sampai 2 minggu setelah penderita terpapar virus Corona.

Dalam penyebaran virus Corona, seseorang dapat tertular apabila percikan ludah, memegang mulut atau hidung tanpa mencuci tangan terlebih dulu, dan kontak jarak dekat. Fadli (2020:1) lebih lanjut menjelaskan terkait sebab-sebab infeksi Covid-19.

Infeksi Covid-19 disebabkan oleh virus Corona itu sendiri. Kebanyakan virus Corona menyebar seperti virus lain pada umumnya, seperti: percikan air liur pengidap (bantuk dan bersin), menyentuh tangan atau wajah orang yang terinfeksi, menyentuh mata, hidung, atau mulut setelah memegang barang yang terkena percikan air liur pengidap virus Corona, dan tinja atau feses (jarang terjadi).

Siapa pun dapat terinfeksi virus Corona. Akan tetapi, bayi dan anak kecil, serta orang dengan kekebalan tubuh yang lemah lebih rentan terhadap serangan virus ini. Selain itu, kondisi musim juga mungkin berpengaruh. Infeksi dapat semakin parah, bila menyerang kelompok individu tertentu.

### **3. Hakikat *Postingan Facebook***

Menurut Nuryani (2014: 181), Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial di dunia maya yang digunakan untuk mencari teman baru, teman lama dan lainnya. Para remaja memanfaatkan facebook untuk mempromosikan diri sendiri dengan cara meng-*upload* foto, meng-*update* status, dan lain-lain. Selain itu, facebook digunakan untuk bisnis *online*.

Facebook adalah situs jejaring sosial yang digunakan oleh seluruh masyarakat di dunia, dengan menggunakan facebook dapat menjalin silaturahmi antarumat manusia. Fauzy (2009: 7) menjelaskan, Facebook merupakan fenomena besar yang mempengaruhi kehidupan dunia terutama dalam bidang sosial. Kegiatan di facebook bertujuan untuk berkongsi maklumat mengenai kegiatan yang tengah dilakukan pada saat itu, melalui kotak "status" dengan apa yang dipikirkan oleh seseorang. Setiap saat pengguna facebook ini dapat memantau perkembangan yang sedang berlaku melalui penulisan di "status" tersebut. Penggunaan bahasa di facebook akan memberikan pengaruh

negatif terhadap perkembangan bahasa Indonesia. Beberapa pengamat bahasa menganggap bahwa pemakaian bahasa *facebook* merupakan suatu evolusi atau bahkan revolusi bahasa yang terjadi di dalam media baru yang berbeda dari bahasa ucapan dan bahasa tulisan

Penggunaan *facebook* dalam mendukung kegiatan komunikasi manusia saat ini disatu sisi menimbulkan dampak positif, namun disisi lain juga akan memunculkan dampak negatif. Dampak positif yang muncul dapat dilihat sebuah kondisi bahwa kehadiran *facebook* semakin memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Namun, pengaruh negatif pun turut dirasakan. Aspek yang paling mudah diperhatikan adalah dengan melihat penggunaan ujaran bahasa yang dipakai oleh pemakai ketika berinteraksi di media tersebut. Bahasa yang digunakan tidak lagi memperhatikan kaidah-kaidah penggunaan bahasa yang baik dan benar. Yang lebih parahnya lagi, pemakai terkadang tidak memperhatikan dengan baik isi dari setiap pernyataan (baca: status atau komentar).

#### 4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis isi. Tahapan analisis data dengan cara reduksi data, display data (menampilkan data secara sederhana dengan teknik informal berupa kata-kata dan formal berupa pola), verifikasi (pengecekan kembali), dan simpulan.

Penggunaan bahasa dalam *postingan* pandemi *Covid-19* di *facebook* semakin marak dan variatif dengan tujuan tertentu. Penggunaan bahasa seseorang yang di- *posting* terkait *Covid-19* ini dapat dilihat hasil dari implikasi penyebaran virus *Corona* tersebut. Implikasi hasil ujaran bahasa yang dimaksud meliputi dua aspek yaitu kata-kata/istilah populer yang digunakan dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook* dan penggunaan bahasa yang digunakan seseorang dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook* berdasarkan niat penutur. Dalam kata/istilah populer diketahui bahwa jutaan, bahkan miliaran kata atau istilah yang berkaitan dengan virus *Corona* muncul kata-kata/istilah populer yang sering digunakan sehingga menjadi *trend* di antara para pengguna ujaran bahasa. Sedangkan, makna penutur bagi suatu ujaran dapat diketahui dengan cara niat penutur. Niat penutur merupakan unsur yang kedua yang ada pada makna penutur berbentuk penegasan,

arahan, komisif, ekspresif dan pernyataan.

### 1. Kata/Istilah Populer Digunakan dalam *Postingan Covid-19 di Facebook*

Pandemi *Covid-19* masih menjadi bahan pembicaraan orang. Pada sela-sela tersebut, terselip kata-kata atau istilah yang menjadi *trend* di antara para pengguna ujaran bahasa. Berikut kata atau istilah tersebut dan contoh penggunaannya.

#### a. Covid-19

*Covid-19* merupakan akronim dari *Coronavirus disease 2019*. Dua versi penulisan akronim ini *Covid-19* dan *COVID-19* terjadi karena ada dua sudut pandang yang berbeda. Penulisan *Covid-19* didasarkan pada anggapan bahwa akronim nama diri yang berupa gabungan suku kata atau gabungan huruf dan suku kata dari deret kata ditulis dengan huruf awal kapital. Adapun penulisan *COVID-19* mengikuti anjuran yang dikeluarkan Organisasi Kesehatan Dunia (*WHO*). Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan kata *Covid-19* atau *COVID-19* pada *postingan facebook* Muhammad Hifni dalam Rumah Yatim Dhuafa Rydha, 23 Maret 2020, yaitu:

Assalamu'alaikum, selamat pagi sahabat rydha, selamat beraktifitas jangan lupa yah untuk tetap saling merawat satu sama lain untukmencegah penyebaran virus Covid-19 tetap social distancing dan menjaga kesehatannya. Semoga kita selalu dalam naungan Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

#### b. Butiran Ludah (*Droplet*)

Istilah *droplet* belum masuk dalam perbendaharaan bahasa Indonesia, padahal kata ini dalam bahasa Inggris sudah dipakai sejak tahun 1607. Dalam istilah kedokteran, *droplet* biasa dipadankan dengan *butiran ludah*. *Droplet* merupakan sumber penyebaran beberapa penyakit, seperti *TBC* dan flu, yang masuk melalui mulut dan hidung. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan kata *droplet* pada *postingan facebook* Kementerian Kesehatan RI 9 Mei 2020, yaitu:

....."Jaga jarak ini jadi penting karena penularan melalui droplet dari orang sakit akan membahayakan diri sendiri dan orang lain....."

#### c. *Spesimen*

*Spesimen* merupakan bentuk serap dari *Specimen*, yang bermakna contoh.

Namun, dalam pengertian contoh untuk diteliti di laboratorium, kata *Spesimen* baru muncul pada 12 Oktober 1988, dalam sebuah tulisan karya dokter dari Unair, Triono Soendoro. Tulisan tersebut terkait dengan standardisasi hasil pemeriksaan laboratorium. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan kata *Spesimen* pada *postingan facebook* Kementerian Kesehatan RI 30 April 2020, yaitu:

Hingga hari ini pukul 12.00 WIB spesimen yang sudah diperiksa sebanyak 94.599 dari 72.351 orang. Hasilnya untuk Pasien positif Covid-19 terjadi penambahan 347 orang, sehingga total sebanyak 10.118 orang.....

d. Terduga (*Suspect*)

*Suspect* biasa diindonesiakan dengan terduga, orang yang diduga. Dalam kasus pandemi *Covid-19*, kata ini mengacu pada seseorang yang sudah menunjukkan gejala terjangkit *Covid-19* dan diduga kuat sudah melakukan kontak dengan pasien yang positif *Corona*. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan kata *Suspect* pada *postingan facebook* Wahidin Headi, 17 Maret 2020, yaitu:

Cerita pengalaman seorang pasien suspect Covid-19 A thread

e. Pembatasan Sosial (*Social distancing*)

Padana yang timbul dari *social distancing* adalah pembatasan sosial. Ada dua pengertian dari padanan ini. Pengertian pertama adalah tindakan yang dilakukan untuk mencegah orang sakit berhubungan atau melakukan kontak dalam jarak dekat dengan orang lain yang sehat. Pengertian kedua berkaitan dengan tindakan menjauhi kumpulan orang, kerumunan massal, atau berkontak langsung dengan orang dalam kelompok besar. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan kata *Social distancing* pada *postingan facebook* Juraedah Pratiwi, 25 Maret 2020, yaitu:

Disimak lagi untuk kita tahu pentingnya *social distancing*.

f. Pembatasan Media Sosial (*Social media distancing*)

*Social media* dalam kaitan dengan pandemi sekarang ini, seseorang atau sekelompok orang diharuskan menjaga jarak dengan media sosial. Media sosial yang dimaksud tentu saja *facebook*, *instagram*, dan terutama (grup) *whatsapp*. Istilah *Social media distancing* ini menjadi populer berkat *postingan* Net Mediatama Televisi 16 April 2020, yaitu:

Fenomena Challenge di Media Sosial Saat Jalani Social Distancing - PEJUANG COVID 19.

g. Isolasi (Mandiri)

Salah satu bentuk pemisahan diri orang yang terjangkit virus adalah dengan isolasi (mandiri). Kata lain dari isolasi adalah pengasingan, pemencilan, atau penguncilan. Isolasi mempunyai beberapa arti. Secara umum, isolasi adalah pemisahan suatu hal dari hal lain atau usaha untuk mengurangi kontak manusia dari manusia lain. Secara khusus, di bidang kedokteran, isolasi dimaknai sebagai tindakan pemisahan pasien berpenyakit menular dari orang lainnya. Istilah *Isolasi* ini menjadi populer berkat *postingan* Arif Rohman 17 Maret 2020, yaitu:

Makan sendiri tidur sendiri ngubur sendiri... Waktu China kena wabah langsung bangun rumah sakit untuk tempat isolasi, di sini kita suruh di rumah isolasi sendiri.

h. Penutupan (*Lockdown*)

Kata *lockdown* pertama kali dikenal pada tahun 1973. Kata *lockdown* kemudian mengalami penambahan makna, menjadi tindakan darurat atau kondisi saat orang-orang untuk sementara dicegah memasuki atau meninggalkan area atau bangunan terbatas (seperti sekolah) selama bahaya mengancam. Definisi atau makna kedua inilah yang dipakai dalam kasus *corona* yang sedang melanda dunia. Ada beberapa padanan kata yang muncul dari kata *lockdown*. Istilah *Lockdown* ini menjadi populer berkat *postingan* Hilyatus Sa'adah 10 Mei 2020, yaitu:

*Masa lockdown dirumah aja, harus dibuat happy. Gak bisa kemana2, ya udah manfaatkan waktu dengan hal-hal yang positif. Salah satunya eksperimen nyobain resep makanan dan menyalurkan bakat 🍳 Bisa masak yang enak2 buat anak dan suami juga termasuk yang bikin happy kaaan 🍳*

i. Tes Cepat (*Rapid test*)

*Rapid test* yang *dipadankan* menjadi tes cepat atau uji cepat, yang merupakan salah satu cara untuk mengetahui secara cepat seseorang terjangkit virus korona atau tidak. Tes cepat hanya bisa digunakan sebagai skrining atau penyaringan awal. Istilah

*Rapid test* ini menjadi populer berkat *postingan* Adiba Bahira 8 Mei 2020, yaitu:

Bikin Orang Negatif Jadi 'Positif Corona', 4.000 Unit Rapid Test China Ditarik...hadeh, lagi lagi produk china

## 2. Penggunaan Bahasa Yang Digunakan dalam *Postingan Covid-19 di Facebook Berdasarkan Niat Penutur*

Penggunaan bahasa seseorang dalam 10 (sepuluh) *Postingan Covid-19 di Facebook* dapat dilihat dari niat penutur yang digunakan dalam bentuk tuturan yang fungsi komunikatif, yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisitif, dan deklaratif.

### a. Asertif

Asertif (*assertives*), yakni bentuk tuturan yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, misalnya menyatakan (*stating*), menyarankan (*suggesting*), membual (*boasting*), mengeluh (*complaining*), dan mengklaim (*claiming*). Berikut hasil penggunaan bahasa berdasarkan asertif dalam *postingan facebook*.

#Gafur M. Nur Abdul

Ngga usah pake seminar pak. Jawabannya mudah; nanti kalo mayoritas masyarakat Indonesia sudah sadar dan bisa disiplin...ntah baiknya sadar sendiri atau perlu dibantu pake digampar sedikit.

#Abdul Azis Hady

#BERSAMAMELAWANCORONA Laz Rumah Yatim Dhuafa RYDHA mengajak kita untuk Bersama melawan virus corona...kita ikut berperan yuk...#covid19#peranglawancorona#be

Penggunaan bahasa dalam *postingan facebook* yang dilakukan oleh Gafur dan Abdul mengandung niat penutur dari segi asertif (*assertives*). Hal ini terlihat bahwa adanya bentuk tuturan yang mengikat penutur pada kebenaran proposisi yang diungkapkan, yaitu niat penutur yang mengandung menyarankan (*suggesting*), seperti *nanti kalo mayoritas masyarakat Indonesia sudah sadar dan bisa disiplin...*(Gafur), *kita ikut berperan yuk...*#covid19 (Abdul).

### b. Direktif

Direktif (*directives*), yakni bentuk tuturan yang dimaksudkan penuturannya untuk membuat pengaruh agar si mitra tutur melakukan tindakan, misalnya, memesan (*orderin*), memerintah (*commanding*), memohon (*requesting*), menasehati (*advising*), dan merekomendasi (*recommending*). Berikut hasil penggunaan bahasa berdasarkan direktif dalam *postingan facebook*.



#Gaos Adam  
 LOCKDOWN COVID-19 INDONESIA!!!#Sekarang juga!!!  
 #Kementrian Kesehatan RI  
 PSBB Putuskan penularan Covid-19  
 Jakarta 15 Mei 2020 jubar pemerintah untuk Covid-19 dr. Achmad Yurianto mengatakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) adalah cara tepat memutuskan rantai Covid-19.

Penggunaan bahasa dalam *postingan facebook* yang dilakukan oleh Gaos dan Kementrian Kesehatan RI mengandung niat penutur dari segi direktif (*directive*). Hal ini terlihat bahwa adanya bentuk tuturan yang dimaksudkan penuturannya untuk membuat pengaruh agar si mitra tutur melakukan tindakan, yaitu niat penutur yang mengandung memerintah (*commanding*), seperti *Sekarang juga!!!* (Gaos), *mengatakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) adalah cara tepat memutuskan rantai Covid-19.* (Kementrian Kesehatan RI).

### c. Ekspresif

Ekspresif (*expressives*), yakni bentuk tuturan yang berfungsi untuk menyatakan atau menunjukkan sikap psikologis penutur terhadap suatu keadaan, misalnya berterima kasih (*thanking*), memberi selamat (*congratulating*), meminta maaf (*pardoning*), menyalahkan (*blaming*), memuji (*praising*), berbelasungkawa/prihatin (*condoling*). Berikut hasil penggunaan bahasa berdasarkan ekspresif dalam *postingan facebook*.

#Arif Rohman  
 #indonesiaterserah: Kasihan para tenaga medis...  
 #Khuzaro Zheni  
 Sia2 PSBB  
 #Agiel van Woless  
 Urusi pak daerah saya semarang rawan begal jgn cuma tugas siang bolong doang.

Penggunaan bahasa dalam *postingan facebook* yang dilakukan oleh Arif, Khuzaro, dan Agiel mengandung niat penutur dari segi ekspresif (*expressives*). Hal ini terlihat bahwa adanya bentuk tuturan yang berfungsi untuk menyatakan atau menunjukkan sikap psikologis penutur terhadap suatu keadaan, yaitu niat penutur yang mengandung berbelasungkawa/prihatin (*condoling*) dan menyalahkan

(*blaming*), seperti *Kasihannya para tenaga medis...* (Arif), *Sia2 PSBB* (Khuzaro), dan *.... jgn cuma tugas siang bolong doang...*(Agiel).



d. Komisif

Komisif (*commissives*), yakni bentuk tuturan yang berfungsi untuk menyatakan janji atau penawaran, misalnya berjanji (*promising*), bersumpah (*vowing*), dan menawarkan sesuatu (*offering*). Berikut hasil penggunaan bahasa berdasarkan komisitif dalam *postingan facebook*.

#TkMini Pak Kasur

Covid-19 tidak mengendurkan semangat mereka untuk belajar, anak-anak masih dapat berprestasi dan berkarya dirumah. Trimkasih mama/papa yang sudah membimbing putra/putrinya dirumah. Tetap sehat, cerdas, ceria murid-murid Tk mini pak Kasur...

Penggunaan bahasa dalam *postingan facebook* yang dilakukan oleh TkMini Pak Kasur mengandung niat penutur dari segi komisif (*commissives*). Hal ini terlihat bahwa adanya bentuk tuturan yang berfungsi untuk penawaran, yaitu niat penutur yang mengandung berjanji (*promising*) dan menawarkan sesuatu (*offering*), seperti *Tetap sehat, cerdas, ceria murid-murid Tk mini pak Kasur...* (TkMini Pak Kasur).

e. Deklaratif

Deklarasi (*declarations*), yakni bentuk tuturan yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataan, misalnya berpasrah (*resigning*), memecat (*dismissing*), membaptis (*chistening*), memberi nama (*naming*), mengangkat (*appointing*), mengucilkan (*excommicating*), dan menghukum (*sentencing*). Berikut hasil penggunaan bahasa berdasarkan deklaratif dalam *postingan facebook*.

#Divisi Humas Polri

“VIRUS CORONA BERAKHIR...?”

# Dini Raviandini

Relaksasi PSBB yourhead!

Bi gak liat nakes udah pada kelaperan gini. Ya Allah tega amat sih. Rs juga udah gak sanggup nampung pasien.

Gak kebayang 2 minggu lagi kaya apa keadaan kita

Penggunaan bahasa dalam *postingan facebook* yang dilakukan oleh Divisi Humas Polri dan Dini Raviandini mengandung niat penutur dari segi deklarasi (*declarations*). Hal ini terlihat bahwa adanya bentuk tuturan yang menghubungkan isi tuturan dengan kenyataan, yaitu niat penutur yang mengandung berpasrah (*resigning*), “VIRUS CORONA BERAKHIR...?” (Divisi Humas Polri), *Bi gak liat nakes udah pada kelaperan gini. Ya Allah tega amat sih.* (Dini).

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat niat penutur pada kolom komentar *facebook* secara eksplisit maupun implisit. Analisis penggunaan bahasa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya variasi bentuk bahasa dan makna bahasa sebagai niat penutur. Penelitian terhadap niat penutur ini dilakukan untuk menangkap informasi dan tujuan pengguna bahasa penutur baik secara eksplisit maupun implisit. Hal ini dilakukan guna untuk memastikan niat atau matlamat yang ingin dicapai oleh penutur agar dapat dipahami dengan tepat oleh pembaca. Makna penggunaan bahasa tersebut merupakan gambaran penutur yang bercirikan niat penutur termasuk memberi kesadaran, sindiran, memberi arahan, menyuruh, membuat penolakan dan mengusir. Selain itu, penggunaan bahasa figuratif yang berbentuk sindiran dan ada juga bahasa figuratif yang berbentuk ironi. Ironi menggunakan kata yang lebih lembut dan tidak kasar, meskipun kesannya mungkin lebih tajam dan mengiris.

Dengan demikian, penggunaan bahasa seseorang dalam 10 (sepuluh) *Postingan Covid-19* di *Facebook* dapat dilihat dari niat penutur yang digunakan dalam bentuk tuturan yang fungsi komunikatif, yaitu asertif, direktif, ekspresif, komisif, dan deklaratif. Niat penutur asertif yang mengandung menyarankan (*suggesting*), seperti *nanti kalo mayoritas masyarakat Indonesia sudah sadar dan bias disiplin... (Gafur), kita ikut berperan yuk...#covid19 (Abdul)*. Niat penutur direktif yang mengandung memerintah (*commanding*), seperti *Sekarang juga!!! (Gaos), mengatakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) adalah cara tepat memutuskan rantai Covid-19. (Kementerian Kesehatan RI)*. Niat penutur ekspresif yang mengandung berbelasungkawa/prihatin (*condoling*) dan menyalahkan (*blaming*), seperti *Kasihannya para tenaga medis... (Arif), Sia2 PSBB (Khuzaro), dan .... jgn cuma tugas siang bolong doang... (Agiel)*. Niat penutur komisif yang mengandung berjanji (*promising*) dan menawarkan sesuatu (*offering*), seperti *Tetap sehat, cerdas, ceria murid-murid Tk mini pak Kasur... (TkMini Pak Kasur)*., Niat penutur deklaratif yang mengandung berpasrah (*resigning*), *"VIRUS CORONA BERAKHIR...?" (Divisi Humas Polri), Bi gak liat nakes udah pada kelaperan gini. Ya Allah tega amat sih. (Dini)*.

Penggunaan bahasa seseorang dalam 10 (sepuluh) *Postingan Covid-19* di *Facebook* dapat dilihat dari dua hal yaitu kata-kata/istilah populer yang digunakan dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook* dan penggunaan bahasa yang digunakan seseorang dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook* berdasarkan niat penutur. Berdasarkan penggunaan bahasa seseorang dalam 10 (sepuluh) *Postingan Covid-19* di *Facebook* terdapat kata-kata/istilah populer yang digunakan dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook* meliputi: *Covid-19*, *droplet*, *spesimen*, *suspect*, *social distancing*, *social media*, *isolasi*, *lockdown*, dan *rapid test*. Sedangkan, penggunaan bahasa yang digunakan seseorang dalam *Postingan Covid-19* di *Facebook* berdasarkan niat penutur yang paling banyak muncul dari 10 (sepuluh) *Postingan Covid-19* di *Facebook* yaitu niat penutur yang mengandung ekspresif (*expressives* niat penutur yang mengandung berbelasungkawa/prihatin (*condoling*) dan menyalahkan (*blaming*), seperti *Kasihannya para tenaga medis...* (Arif), *Sia2 PSBB* (Khuzaro), dan .... *jgn cuma tugas siang bolong doang...*(Agiel).

### Daftar Pustaka

- Fauzy, A. 2009. *Panduan Praktis Menguasai Facebook*. Malang: INDAH Surabaya. Huang, Y. 2007. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press. Leech, G. 1983. *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Rahardi, K. 2005. *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Searle, J. R. 1983. *Intentionality: An Essay in Philosophy of Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thomas, J. 1995. *Meaning in Interaction: an Introduction to Pragmatics*. New York: Longman.
- Website
- Adji, Nur. 2020. "Bahasa Indonesia di Belantara Istilah Asing Terkait Covid-19." *Kompas*, 11 April. <https://bebas.kompas.id/baca/opini/2020/04/11/bahasa-indonesia-di-belantara-istilah-asing-terkait-Covid-19> Diunduh, 10 Mei 2020.
- Fadli, Rizal. <https://www.halodoc.com/kesehatan/Coronavirus>
- Jurnal
- Jaafar, Mohammad Fadzeli. 2016. "Gaya ujaran dalam Teks Kesusasteraan

- Melayu." *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 32(2). <http://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/16485>. Diunduh, 10 Mei 2020.
- Nuryani, Evi. 2014. "Hubungan Intensitas Mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa Sma Negeri 2 Tenggaraong Seberang:" *e-Jurnal Ilmu Komunikasi, (Online)*, **Error! Hyperlink reference not valid..**Diunduh, 10 Mei 2020.
- Wong, S. H. 2013. "Bahasa Figuratif sebagai Wacana Pemikiran: Satu Analisis Pramatik." *Jurnal Bahasa*, 3(1), 39-63. <http://www.myjurnal.my/filebank/publishedarticle/28028/3.pdf> Diunduh, 11 Mei 2020.
- Wong, S. H. 2014. "Makna Penutur dalam Ayat Teks Ucapan Tunku Adbul Rahman: Suatu Analisis Teori Relevan." *Pendeta Journal of Malay Language, Education and Literature*, 5, 208-239. <http://www.myjurnal.my/filebank/publishedarticle/36620/11.pdf> Diunduh, 10 Mei 2020.
- Zaina, Muhammad Zuhair, Al-Amin Mydin, dan Ahmad Mahmood Musanif. 3018. "Makna Penutur Bagi Ujaran Tidak Langsung dalam Skrip Drama Bahasa Melayu" *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* Jilid 34 Vol 34, No 2. <http://ejournals.ukm.my/mjc/article/view/19802/8078>. Diunduh, 10 Mei 2020.



# Adaptasi Digital Masyarakat di Era Wabah Pandemi Covid-19 Menuju *New Normal* Melalui *Electronic Word of Mouth (e-WoM)*

NOVI ANDAYONI PRAPTININGSIH

Pada era digitalisasi ini peran e-WoM sangat berguna apalagi saat kondisi wabah pandemi Covid-19. *Electronic Word of Mouth (e-WoM)* merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berisi tentang pernyataan positif atau negatif yang dilakukan pelanggan potensial, pelanggan maupun mantan pelanggan tentang suatu produk atau perusahaan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah wilayah di Indonesia demi memutus penularan virus corona mendorong meroketnya penggunaan dan permintaan jasa transaksi *online* karena saat pandemi Covid-19 ini muncul, hampir seluruh aktivitas manusia dibatasi. Rencana kebijakan pemberlakuan *new normal* di Indonesia karena alasan perekonomian melambat, masih banyak dikhawatirkan sebagian masyarakat Indonesia karena banyak yang kurang disiplin dengan takmengindahkan protokol kesehatan, seperti jaga jarak, tidak berkerumun, menggunakan masker, serta cuci tangan/*handsanitizer*. Selalu berpikir positif serta patuh pada protokol kesehatan masa pandemi menjadi solusi anggota masyarakat takmudah tertular wabah

pandemi Covid-19 yang belum juga pergi dan punah dari Indonesia dan dunia. Walaupun kegiatan yang harus berjalan secara tidak biasa, namun kita bisa masih mengambil hikmah dari kejadian di balik pandemi ini. Kunci utama keberhasilan menghadapi pandemi ini salah satunya selalu tetap optimis dan berpikir-bersikap-berperilaku positif.

Dampak pandemi virus corona (Covid-19) sangat terasa melemahkan dunia bisnis dan perekonomian di Indonesia bahkan dunia. Dalam waktu yang cukup singkat, pola pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan *social distancing* melalui Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Bahkan tak lama lagi Indonesia akan menyusul negara-negara lain di dunia yang telah menggaungkan *new normal*. Dalam era *new norma* seluruh aktivitas berjalan kembali seperti sedia kala dengan tetap mengikuti protokoler kesehatan. Ide ini telah menimbulkan perdebatan di kalangan masyarakat, ada pro dan kontra. Kalangan yang menolak atau mengkritisi berargumentasi bahwa kurva korban Covid-19 di Indonesia masih tinggi. Hal ini karena masih banyak masyarakat yang disiplinnya rendah, terbukti terjadi kerumunan di bandara, pasar tradisional serta mall (ibtimes. id diakses 25 Mei 2020).

Dalam situasi pandemi ini, para pelaku bisnis memutar otak dengan mengoptimalkan pemasaran *online* dan *digital branding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya, mulai dari fokus ke pemasaran digital melalui mediasosial, kerjasama dengan ojek *online*, membentuk tim *reseller*, *hinggaword of mouth* serta *electronic word of mouth*.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini telah telah mengubah masyarakat dan lingkungannya. Munculnya teknologi ini berdampak pada perubahan media yang dikenal dengan istilah *new media*, yang merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi maupun kombinasi antara beberapa aspek teknologi yang digabungkan, antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi, serta media dan pesan informasi yang digital. Konsep dari perkembangan *new media* tidak dapat terlepas dari kemunculan internet dan *World Wide Web* akibat globalisasi teknologi informasi. Media sosial adalah media dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki atau ensiklopedia *online*, forum- forum maya,

termasuk *virtual worlds* (dengan avatar atau karakter 3D). Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Instagram, Facebook, Twitter, Path, Snapchat dan Blog.

Penggunaan internet dan jejaring sosial merupakan hal yang penting dimana saat ini *Word of Mouth* tidak hanya dilakukan perorangan namun bisa dalam bentuk apa saja termasuk internet yang disebut dengan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*. Efektivitas dari *Electronic Word of Mouth* lebih efektif dibandingkan dengan komunikasi *Word of Mouth* di dunia *offline*, karena aksesibilitas yang lebih besar dan jangkauan yang tinggi.

Menurut Hennig-Thurau et al., (2004 : 39), *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berisi tentang pernyataan positif atau negatif yang dilakukan pelanggan potensial, pelanggan maupun mantan pelanggan tentang suatu produk atau perusahaan, yang tersedia bagi banyak orang atau lembaga melalui media Internet. Dalam dunia *online* ada bermacam-macam cara dimana konsumen dapat bertukar informasi. Pengguna internet dapat melakukan *Electronic Word of Mouth* melalui berbagai saluran *online*, termasuk blog, mikroblog, email, situs ulasan (*review*) konsumen, forum, komunitas konsumenvirtual, dan situs jejaring sosial. Dalam merefleksikan perasaan senang dan kepuasan dari konsumen, akan berbanding lurus dengan pandangan citra yang positif bagi produk atau *brand* tersebut.

*Electronic Word of Mouth Internet* telah memungkinkan timbulnya bentuk-bentuk baru dari platform komunikasi yang dapat memberdayakan providers dan konsumen dengan lebih baik, memungkinkan mereka untuk berbagi informasi dan pendapat baik dari Business- to-Consumer, dan dari Consumer-to-Consumer. *Electronic word-of-mouth (eWOM)* mengacu pada setiap pernyataan positif atau negatif yang dilakukan oleh para pelanggan potensial, pelanggan sebenarnya, atau mantan pelanggan tentang suatu produk atau perusahaan, yang tersedia bagi banyak orang dan lembaga melalui Internet Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G., Gremler, D.D. (2004).

Gruen (2006) mendefinisikan e-WOM sebagai sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang tidak saling



mengenalkan dan bertemu sebelumnya. Kemajuan teknologi internet membuat posisi WoM yang dulu banyak diandalkan mulai bergeser. Konsumen saat ini mulai lebih mengandalkan e-WoM dalam proses pencarian informasi sebelum membeli produk. Dengan demikian, pengaturan strategi dari praktisi pemasaran kembali lagi terkait dengan siapa target konsumennya karena tidak semua orang dapat terpapar oleh strategi WoM dan e-WoM. Bila salah target, maka komunikasi dari perusahaan terhadap konsumen menjadi tidak efektif dan berdampak pada rendahnya minat beli konsumen (Widjaja, 2016 : 251).

Sebelum munculnya e-WoM berkat kemajuan teknologi digital, lebih dahulu dikenal komunikasi *word of mouth* (WoM). Komunikasi *word of mouth* mengacu pada pertukaran komentar, pemikiran atau ide-ide diantara dua konsumen atau lebih yang tidak satupun merupakan sumber pemasaran (Mowen dan Minor, 2002:180). Word of mouth adalah usaha pemasaran yang memicu pelanggan untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasi, dan menjual suatu produk, jasa, atau merek kepada pelanggan lain (Rangkuti, 2009:77). Word of Mouth Word of mouth adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain (antar pribadi) nonkomersial baik merek, produk maupun jasa (Ali Hasan, 2010:32).

Jimenez dan Mendoza (2013:226-235), menunjukkan bahwa e-WoM memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen sebelum konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk atau jasa. Komunikasi *electronic word of mouth* (e-WoM) mengacu pada pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial, aktual, atau mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan, yang tersedia untuk banyak orang dan lembaga melalui Internet (Jalilvand, 2011). Empat dimensi utama yang teridentifikasi untuk mengukur e-WoM yaitu : pertama, intensitas (aktifitas, frekuensi, dispersi. Kedua, positif valensi (pujian). Ketiga, negatif valensi. Keempat, konten (Goyette, 2010:10).

### **e-WoM Saat Pandemi**

Kondisi dimana virus corona (Covid-19) sedang mewabah tidak hanya di Indonesia namun juga di dunia, memaksa semua orang harus diam di rumah, serta mengisolasi diri agar terhindar dari virus corona,

sehingga menyebabkan aktivitas menjadi terhambat. Bahkan saat ini pun sudah diterapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah terutama kategori zona merah.

Pada era digitalisasi ini peran e-WoM sangat berguna apalagi dengan kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah wilayah di Indonesia demi memutus penularan virus corona mendorong meroketnya penggunaan dan permintaan jasa transaksi *online* karena saat pandemi Covid-19 ini muncul, hampir seluruh aktivitas manusia dibatasi. Kegiatan transaksi *online* menjadi meningkat drastis, baik itu belanja melalui *marketplace*, *e-commerce*, ataupun pemesanan makanan dan minuman melalui aplikasi pengantaran. Dimasa pandemi ini tentunya kita tidak pernah ada yang menginginkan kondisi menjadi seperti sekarang ini, dimana aktivitas menjadi terbatas, rencana yang telah dipersiapkan tidak lagi bisa dijalankan, pertemuan disubstitusikan dengan aplikasi media digital. Di dunia pendidikan, walaupun banyak memberikan kemudahan proses belajar- mengajar jarak jauh dengan bantuan aplikasi zoom maupun google meet, namun banyak siswa, mahasiswa serta orangtua mereka mengeluh karena memakan kuota yang tak sedikit dengan biaya yang menguras dana.

Terlepas dari pro kontra belajar atau kuliah *online*, di saat pandemi ini peran e-WoM membantu memudahkan aktivitas dalam memenuhi kehidupan sehari-hari, seperti melakukan belanja karena banyak mall dan toko tutup, serta restoran hanya melayani *take away* dan pesan antar baik melalui jasa kurir maupun ojek/taxi *online*. Taxi *Bluebird* pun menyediakan jasa pesan antar barang dan makanan selama masa pandemi ini tanpa mengangkut penumpang, yakni *Bluebird COD (Chat-Order-Delivery)*, dimana konsumen melakukan pemesanan melalui aplikasi *MyBluebird* ([pikiranrakyat.com](http://pikiranrakyat.com), diakses pada 17 Mei 2020).

Dengan demikian terbukti fakta bahwa e-WOM sekarang dianggap sebagai faktor yang paling dominan untuk mempengaruhi konsumen. Pemahaman e-WOM menjadi sangat penting dikala pandemi untuk menjangkau khalayak global dengan cepat dan mudah. Apalagi dengan adanya pandemi ini kegiatan seperti belanja, belajar-mengajar, berkomunikasi bahkan kegiatan usaha kini harus pindah ke ranah digital. Masyarakat harus cepat dan sigap beradaptasi dengan keadaan

seperti ini dan harus melakukan strategi pemasaran *online*. Langkah ini penting dilakukan, tidak hanya agar perusahaan dapat tetap beroperasi selama pandemi, tetapi juga untuk melakukan kesuksesan jangka panjang di era yang berbasis digital. Untungnya, saat ini transformasi usaha dari *offline* ke *online* menjadi semakin mudah. Setidaknya ada tiga kanal untuk kegiatan penjualan *online* yang bisa dimanfaatkan. Pertama, memiliki website sendiri. Kedua, bisa dimulai membuka toko dan berjualan melalui platform marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lainnya. Ketiga, Aplikasi komunikasi seperti Instagram dan Whatsapp Business memudahkan penjual untuk berhubungan langsung dengan konsumen dalam memproses transaksi. Dengan opsi tersebut di atas, setiap orang bisa mulai berjualan *online* secara praktis, bahkan tanpa perlu kemampuan mendalam di bidang IT.

Jones (2010) menyatakan bahwa pengguna situs jejaring sosial mempunyai peran penting dalam proses pencarian informasi sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Goldsmith dan Horowitz (2006) menyatakan bahwa penggunaan internet telah mengubah cara konsumen berkomunikasi dan berbagai pendapat atau ulusan mengenai produk atau jasa yang pernah dikonsumsi. Proses komunikasi antar konsumen melalui internet dikenal dengan Electronic Word of Mouth (e-WOM). Penelitian yang dilakukan oleh Jimenez dan Medoza (2013), menunjukkan bahwa e-WOM memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen sebelum konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk atau jasa. Kemajuan teknologi informasi, menyebabkan semakin banyak konsumen mencari informasi yang dibutuhkan terhadap suatu produk sebelum melakukan pembelian seperti melalui Open rice.com (review sharing platform), Tokopedia (*online* shop), KASKUS (Online community), blog, dan Instagram. Faktanya, banyak orang mengakui dengan baik bahwa pemasaran e-WoM adalah strategi pemasaran yang efektif dan menarik karena mengatasi penolakan dari konsumen, tidak membutuhkan biaya tinggi dan proses penyampaian pesan yang cepat terutama melalui media sosial.

Menurut Kotler dan Keller (2012) ada tiga karakter dalam *word of mouth* baik dilakukan secara *online* maupun *offline* yaitu: Pertama, *Influential* (berpengaruh). Orang percaya terhadap orang yang

mereka kenal dan mereka hormati, maka *word of mouth* dapat sangat mempengaruhi. Kedua, *Personal* (pribadi). *Word of mouth* dapat berupa dialog intim yang merefleksikan fakta pribadi, opini dan pengalaman. Ketiga, *Timely* (tepat waktu).

*Word of mouth* terjadi ketika orang ingin dan tertarik melakukannya, dan sering mengikuti dengan acara atau pengalaman yang penting atau bermakna. (Kotler & Keller: 514). Bahkan dalam dunia pendidikan, ketika calon mahasiswa mencari referensi beasiswa maupun studi lanjut keluar negeri juga mempertimbangkan desas-desus dari mulut kemulut yang melebihi iklan. *Word of mouth* Euro Management berpengaruh terhadap minat pelajar melanjutkan studi ke Jerman. Korelasi variabel *word of mouth* Euro Management terhadap minat pelajar melanjutkan studi ke Jerman kuat (Praptiningsih, 2019 : 29).

Menurut Babin, Barry J., Yong-Ki Lee, Eun-Ju Kim, Mitch Griffin tentang *Modeling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth Communication: Restorant Petronage Korea*. *Journal of Service Marketing* Vol.19 No. 3, bahwa indikator *word of mouth communication* adalah: pertama, membicarakan kemauan seseorang untuk membicarakan hal-hal positif tentang kualitas produk kepada orang lain. Konsumen berharap mendapatkan kepuasan yang maksimal dan memiliki bahan menarik untuk dibicarakan dengan orang. Kedua, merekomendasikan konsumen menginginkan produk yang bisa memuaskan dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan yang lain, sehingga bisa direkomendasikan kepada orang lain. Ketiga, memberi dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan transaksi atas produk dan jasa. Konsumen menginginkan timbal balik yang menarik pada saat mempengaruhi orang lain untuk memakai produk atau jasa yang telah diberitahukan (Babin, Lee, Kim, Griffin, 2005 : 133).

Salah satu penelitian tentang asuransi Syariah terkait pengaruh *electronic word of mouth* (e-WoM) dan media konvensional pada normal subyektif dan niat untuk membeli asuransi syariah pada 458 klien muslim Indonesia yang merupakan anggota komunitas *online* dan juga pemegang polis asuransi syariah di tiga kota terbesar di Indonesia: Jakarta, Semarang, dan Surabaya. Penelitian menemukan bahwa e-WoM dan media konvensional dapat mempengaruhi norma subyektif. Selain itu, norma subyektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk membeli di antara pemegang polis asuransi

Syariah (Amron, Usman, Mursid, 2018 : 224-225).

'LingkaranTeman' di WeChat telah membantu menjadikan e-WoM lebih mudah diakses. Penelitian tentang keterlibatan konsumen dan eWOM, terkait pengaruh kepribadian, rasa memiliki dan kebutuhan untuk peningkatan diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan untuk peningkatan diri secara positif mempengaruhi keterlibatan wisatawan Tiongkok melalui WeChat. Selain itu, hubungan positif parsial antara keterlibatan konsumen dan niat e-WOM telah diidentifikasi bahwa hanya dedikasi terhadap WeChat yang terkait langsung dengan niat para pelancong untuk terlibat dalam e-WOM di WeChat. Dedikasi ditemukan untuk memediasi pengaruh kebutuhan untuk peningkatan diri pada niat e- WOM. Rasa memiliki, bagaimanapun, tidak memiliki dampak signifikan pada keterlibatan konsumen (Chu, Shu Chuan, He-Hui Lien, Yang Cao, 2018 : 26).

## **Covid-19**

COVID-19 (Corona Virus) adalah penyakit baru yang telah menjadi pandemi. Penyakit ini harus diwaspadai karena penularan yang relatif cepat, memiliki tingkat mortalitas yang tidak dapat diabaikan, dan belum adanya terapi definitif. Corona virus merupakan virus RNA strain tunggal positif, berkapsul dan tidak bersegmen. *World Health Organization* memberi nama virus baru tersebut *Severe acute respiratory syndrome coronavirus-2* (SARS-Cov-2) dan nama penyakitnya sebagai Corona virus disease 2019. Corona virus tergolong ordo Nidovirales, keluarga Corona viridae. Struktur Corona virus membentuk struktur seperti kubus dengan protein S berlokasi di permukaan virus. Protein S atau Spike protein merupakan salah satu protein antigen utama virus dan merupakan struktur utama untuk penulisan gen. Protein S ini berperan dalam penempelan dan masuknya virus ke dalam sel host. Corona virus bersifat sensitif terhadap panas dan secara efektif dapat dinaktifkan oleh desinfektan mengandung klorin, pelarut lipid dengan suhu 56<sup>o</sup> selama 30 menit, eter, dan alkohol (Susilo, 2020 : 67).

## **New Normal**

Terkait rencana kebijakan pemberlakuan *new normal* di Indonesia karena alasan perekonomian melambat, masih banyak dikhawatirkan sebagian masyarakat Indonesia karena abanyak yang kurang disiplin

dengan tak mengindahkan protokol kesehatan, seperti jaga jarak, tidak berkerumun, menggunakan masker, serta cuci tangan/*handsanitizer*.

Korea Selatan dianggap sebagai salah satu model global dalam cara mengekang virus corona. Akan tetapi, negara itu belakangan melaporkan lonjakan terbesar infeksi baru Covid-19 setelah hampir dua bulan masyarakatnya merasakan kehidupan normal yang baru (*new normal*). Pada Kamis (28/5/2020), Korea Selatan memberlakukan kembali aturan jaga jarak sosial (*social distancing*) yang sejak awal bulan ini sempat dilonggarkan oleh pemerintah setempat. Langkah itu diambil menyusul serangkaian klaster penyebaran virus corona (Covid-19) yang mengancam keberhasilan negeri ginseng dalam menahan epidemi tersebut. Perusahaan-perusahaan didesak untuk memperkenalkan kembali model kerja yang fleksibel. Warga juga disarankan untuk menahan diri dari pertemuan sosial atau pergi ke tempat-tempat ramai, termasuk restoran dan bar. Sementara, fasilitas keagamaan diminta untuk lebih waspada dengan tindakan karantina. Pemerintah Korsel mengumumkan 79 kasus baru infeksi Covid-19 pada Kamis ini, sehingga totalnya menjadi 11.344. Ini adalah lonjakan kasus harian terbesar di negeri itu sejak 81 kasus diumumkan pada 5 April lalu (iNews.id, diakses pada 25 Mei 2020).

Di Indonesia, kebijakannya *new normal* dikritisi Teguh Nugroho, Ketua Ombudsman DKI Jakarta yang menyatakan bahwa kebijakan pusat halangi PSBB DKI, yakni: pertama, pemerintah pusat tak mempunyai visi yang jelas untuk menyelesaikan pandemi virus corona secara komprehensif. Kedua, *new normal* di tengah penyebaran virus yang belum terkendali. Ketiga, sejumlah kebijakan daerah diusik pemerintah pusat, antara lain : pelanggaran mudik, penggunaan transportasi, pemberian Izin Operasional dan Mobilitas Kegiatan Industri (IOMKI) kepada sektor yang tidak dikecualikan, hingga imbauan pekerja di bawah 45 tahun boleh masuk kerja. *New normal* bisa diterapkan kalau kurva sudah benar-benar menurun dan pesimistis pandemi Covid-19 di Indonesia bisa ditekan melihat kebijakan pemerintah pusat yang sering tak konsisten. Padahal pemerintah pusat mempunyai peran sentral dalam memutus dan mengkoordinasikan setiap daerah untuk mencegah penularan virus ini. (<https://metro.tempo.co/read/1347130>, diakses 25 Mei 2020)

Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa perlunya e-WoM sebagai adaptasi digital masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, berkomunikasi dalam pekerjaan via aplikasi berbasis teknologi, termasuk sosialisasi *protocol* kesehatan di masa pandemik hingga *new normal*. Sejumlah aplikasi seperti Zoom, Skype, Google Meet, Whatsapp, dan sejumlah aplikasi lainnya tiba-tiba menjadi *platform* penghubung komunikasi baik antar individu maupun antar masyarakat.

Pada situasi pandemi virus corona kita harus bisa beradaptasi untuk melangsungkan kehidupan. Walaupun begitu, respon setiap orang menghadapi situasi seperti itu berbeda-beda. Ada yang mengeluh karena tidak bisa beradaptasi dengan keadaan tersebut, selain itu ada pula yang mampu berdamai dengan keadaan dan menyebarkan optimisme ke lingkungan sekitar. Adaptasi yang ada dalam penggunaan media *online* sebagai akibat pandemi virus corona memiliki bentuk yang beragam. Masyarakat ada yang aktif menggunakan media *online* sebagai tempat penjualannya secara positif. Di sisi lain, media *online* juga di manfaatkan untuk sisi negatif dan pemenuhan kebutuhan gaya hidup. Ada yang beradaptasi yang cepat dengan digital dan ada juga yang lamban karena kurangnya pengetahuan dan ketrampilan digital. Pandemi ini menuntut orang untuk beradaptasi secara cepat dengan pola kerja baru. Walaupun kegiatan yang harus berjalan secara tidak bisaa, namun kita bisa masih mengambil hikmah dari kejadian di balik pandemi ini. Kunci utama keberhasilan menghadapi pandemi ini salah satunya selalu tetap optimis dan berpikir-bersikap-berperilaku positif.

Pada era digitalisasi ini peran e-WoM sangat berguna apalagi saat kondisi wabah pandemi Covid-19. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah wilayah di Indonesia demi memutus penularan virus corona mendorong meroketnya penggunaan dan permintaan jasa transaksi *online* karena saat pandemi Covid-19 ini muncul, hampir seluruh aktivitas manusia dibatasi. Rencana kebijakan pemberlakuan *new normal* di Indonesia karena alasan perekonomian melambat, masih banyak dikhawatirkan sebagian masyarakat Indonesia karena banyak yang kurang disiplin dengan tak mengindahkan protokol kesehatan, seperti jaga jarak, tidak berkerumun, menggunakan masker, serta cuci tangan/*handsanitizer*.



Selalu berpikir positif serta patuh pada protokol kesehatan masa pandemi menjadi solusi anggota masyarakat tak mudah tertular wabah pandemi Covid-19 yang belum juga pergi dan punah dari Indonesia dan dunia.

### Daftar Pustaka

- Amron, Usman, Ali Mursid. (2018). The role of electronic of word mouth, conventional media, and subjective norms on the intention to purchase *Sharia* insurance services. *Journal of Financial Services Marketing* 23, p. 218-225
- Babin, Barry J., Yong-Ki Lee, Eun-Ju Kim, Mitch Griffin. (2005). Modeling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth Communication: Restorant Petronage Korea. *Journal of Servive Marketing* Vol.19 No. 3, 133- 139.
- Chu, Shu Chuan, He-Hui Lien, Yang Cao. (2018) . Electronic of word mouth (eWOM) on WeChat: examining the influence of sense of belonging, need for self-enhancement, and consumer engagement on Chinese travellers' eWOM. *International Journal of Advertising* Vol. 38/2019, Issue 1, p. 26-49. <https://doi.org/10.1080/02650487.2018.1470917>
- Goldsmith, R.E & D. Horowitz. (2006). Measuring motivations for *online* opinion seeking. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 3-14.
- Goyette et al,. (2010) e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. Vol.27, 2010. 5–23.
- Gruen, T.W., Osmonbekov, T., Czaplewski, A.J (2006). eWOM: the impact of customer-to- customer *online* know-how exchange on customer value and loyalty, *Journal of Business Research*, 59(4), 449-456.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth Marketing)*. Yogyakarta: Media Press.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G., Gremler, D.D. (2004). Electronic word- ofmouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet *Journal of Interactive Marketing*, 18, 38–52.
- Jalilvand, M. Reza, Neda Samiei, Seyed Hessamaldine Mahdavinia. (2011). The Effect of Brand Equity Components on Purchase



- Intention: An Application of Aaker's Model in the Automobile Industry. *International Journal of Bussines and Management*. Vol.2, No.2. 2011, 149-158
- Jiménez, F.R & N.A. Mendoza. (2013). Too popular to ignore: The influence of *online* reviews on purchase intentions of search and experience products. *Journal of Interactive Marketing*, 27(3), 226-235.
- Jones, B. (2010). Entrepreneurial marketing and the Web 2.0 interface, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 12(2), 143-152.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*, 14e. England Pearson Education Limited.
- Mowen, John C. Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen edisi 5*. Jakarta. Erlangga. Praptiningsih, Novi Andayani. (2019) The Effect of Word of Mouth on Student Interest Study to Germany Through Euro Management. *Jurnal PERSPEKTIF KOMUNIKASI* Vol. 3 No. 1 2019, 23-29. ISSN. 2549-0613  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/4711/3277>
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Susilo, Adityodkk. (2020). Coronavirus Disease 2019: Review of Current Literatures. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, Vol. 7, No. 1, Maret 2020, 45-67.
- Torlak, Omer; Behcet Yalin Ozkara; Muhammet Ali Tiltay; Hakan Cengiz; Mehmet Fatih Dulger. (2014). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey. *Journal of Marketing Development and Competitiveness* vol. 8.
- Widjaja, Andrew Tjenghar. (2016). Pengaruh word of mouth dan electronic word of mouth terhadap purchase intention: sebuah studi kasus mengenai perilaku konsumen terhadap jasa ojek *online* Gojek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 53 No. 12, Desember 2016, 241-253.  
<https://metro.tempo.co/read/1347130>, diakses 25 Mei 2020  
[ibtimes.id](http://ibtimes.id) diakses 25 Mei 2020  
[iNews.id](http://iNews.id), diakses 30 Mei 2020  
[pikiranrakyat.com](http://pikiranrakyat.com), diakses pada 17 Mei 2020

# Peluang Bisnis di Masa Covid-19

NUR AMALIA

Saat ini kita semua merasakan situasi yang sulit. Sejak merebaknya virus corona yang mengubah pola kehidupan dan kebiasaan kita dalam kurun waktu panjang. Demikian juga kondisi ekonomi diperkirakan tak akan kembali seperti semula dalam waktu yang singkat. Pemerintah khususnya Gubernur DKI Jakarta memandang penyebaran virus corona ini sebagai suatu hal yang sangat serius dan perlu kerjasama dari semua warganya untuk mencegah penyebaran virus ini. Untuk itu sejak dini Pak Anis sangat serius dan Beliau mengambil tindakan preventive dengan cara melakukan pelarangan penyelenggaraan kegiatan yang mengundang banyak orang untuk berkumpul dengan cara melakukan lockdown: meliburkan sekolah-sekolah, meliburkan kantor-kantor, dan mengimbau masyarakat untuk *stay at home, work at home, social distancing*, dan walaupun terpaksa harus meninggalkan rumah, maka harus mengikuti protokol saat pergi dari rumah dan pulang lagi ke rumah, seperti menggunakan masker, menjaga jarak, tidak berkerumun lebih dari 5 orang, menjaga kebersihan lingkungan dan tempat tinggal, sering-sering mencuci tangan.

Situasi ini tentu saja tidak menyenangkan dan membatasi ruang gerak kita. Semua orang harus tetap di rumah mengisolasi agar terhindar dari virus corona. Oleh karena itu semua aktivitas menjadi terhambat, terutama yang berhubungan dengan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup, dan semua orang harus cepat

menyesuaikan diri dengan pola hidup yang baru yang juga turut mempercepat disrupsi pada berbagai sektor pada masa new normal yang akan kita hadapi bersama. Hal ini berdampak pada aktivitas perekonomian karena semua kebiasaan yang sudah terpola selama masa pandemi akan memunculkan perubahan perilaku masyarakat yang harus berdiam di rumah entah sampai kapan, dan hal ini memaksa masyarakat untuk tetap beradaptasi dengan dalam pemenuhan kebutuhannya melalui transaksi *online*.

Pola belanja melalui transaksi *online* di prediksi akan terus berlanjut, bahkan masyarakat menaruh kepercayaan terhadap pola belanja *online* karena dirasakan lebih praktis dan menguntungkan. Panik dan cemas tentu saja menghantui para pelaku bisnis yang tetap bertahan pada pola lama saat sebelum krisis ekonomi terjadi dan menjalar dengan cepat di hampir seluruh dunia, meruntuhkan sendi-sendi perekonomian termasuk Indonesia. Para pelaku bisnis menjerit karena mereka khawatir usaha bisnisnya terimbas Covid-19. Bagi yang tidak ingin tergilas maka mereka harus segera menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada, salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan membekali diri dengan pengetahuan yang diperlukan terutama yang berhubungan dengan transaksi *online*.

Sebagian masyarakat yang sadar akan pentingnya mematuhi aturan pemerintah untuk “diam di rumah aja”, mengakibatkan mall dan pasar sepi pengunjung dan akhirnya banyak yang gulung tikar. Sebagian masyarakat lebih suka berbelanja barang-barang yang diperlukan lewat *online*, agar mereka tidak repot ke luar rumah, harga barang yang dibeli juga terjangkau, hanya mereka harus menambahkan ongkir saat berbelanja, tapi tidak masalah, toh kalau mereka pergi sendiri juga butuh ongkir + capek.

Keterbatasan yang membuat ruang gerak kita menjadi sempit harusnya tidak membuat pikiran kita menjadi sempit pula. Masih banyak hal yang dapat dilakukan di tengah keterbatasan yang ada agar kita tetap produktif dan menghasilkan pundi-pundi uang tambahan agar kondisi perekonomian tetap terjaga. Bagi wirausaha yang jeli, situasi dan kondisi Covid-19 tidak menjadi hambatan buat mereka. Peluang bisnis dari rumah akan terus berkembang dan tentu saja akan mendatangkan keuntungan yang cukup menjanjikan, hal ini ditunjang oleh gaya berbelanja *online* masyarakat yang lebih senang

di rumah aja, tidak repot, tidak pusing, dan barang pesanan mereka dapat diperkirakan kapan datangnya. Selain itu bisnis *online* tidak harus mempunyai tempat khusus, tetapi dapat dilakukan dari rumah, dan dengan modal usaha yang kecil, bahkan tanpa modal usaha. Untuk saat ini bisnis dari rumah sangat menjanjikan karena berpotensi menghasilkan keuntungan.

Beberapa faktor yang membuat bisnis dari rumah banyak diminati:

- a. sebagian besar masyarakat menghindari kontak secara fisik saat mendapatkan barang yang diinginkannya.
- b. konsumen cenderung melakukan riset terhadap produk yang akan dibelinya sebelum memutuskan untuk membelinya, konsumen membandingkan harga produk barang dan jasa dari toko yang satu dengan toko yang lain, cermat memilih produk barang dan jasa berkualitas yang dapat diperoleh dari pernyataan kepuasan pelanggan.
- c. konsumen lebih suka berbelanja *online* hal ini dikarenakan konsumen punya banyak waktu untuk mengakses produk barang dan jasa, mengunjungi web, menonton YouTube, membaca blog sehingga para konsumen punya banyak pilihan sebelum menentukan barang/jasa apa yang mereka butuhkan.
- d. sistem yang diterapkan dalam bisnis *online* sangat fleksibel; transaksi dilakukan melalui m- banking, hanya dengan duduk manis di rumah dan memencet tombol gawai barang siap dikirim dan dapat diperkirakan waktunya.

Untuk saat ini beberapa usaha yang, dapat dijadikan sebagai peluang untuk berbisnis di tengah wabah Covid-19 yang mengalami peningkatan penjualan di tengah Covid-19, dan dapat dijalankan dari rumah, siapapun bisa melakukannya, yang penting ada kemauan. Penerapan *sosial distancing* memaksa kita untuk mengurangi interaksi dengan orang lain, tetapi dapat dilakukan lewat instagram, telegram, face book WAG.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan Bank Indonesia di kuartal 1 tahun 20202 kepada 3.719 pelaku usaha yang ada di seluruh Indonesia menyatakan terjadi penurunan drastis, namun ada 5 bisnis yang moncer ditengah wabah virus corona yang dapat dilakukan melalui kerja di rumah yaitu:

## 1. Produk Kesehatan

Jika tertarik untuk mendulang keuntungan yang terus menerus, pilihan produk berupa konveksi APTD, menempati posisi tertinggi. Selama 3 bulan sejak merebaknya virus corona di Indonesia kebutuhan APTD di rumah-rumah sakit di seluruh Indonesia melonjak drastis. Hal ini dikarenakan jumlah masyarakat yang terinfeksi virus corona terus bertambah. Peluang ini ditangkap UMKM konveksi, dan mereka memproduksinya dalam jumlah yang besar untuk memenuhi kebutuhan pasar dan tentu saja akan makin terus meningkat karena kekhawatiran masyarakat terhadap Covid-19 yang penularannya sangatlah cepat, Untuk memudahkan bisnis APTD, Anda bisa bergabung dalam UMKM konveksi.

Bagi Anda yang suka menjahit, masker kain merupakan peluang yang cukup menjanjikan, karena masker kain dapat mencegah paparan droplet dari virus corona. Sampai saat ini kesadaran masyarakat akan pentingnya penggunaan masker, kain masih tinggi. Bagi Anda yang tertarik dengan peluang ini meskipun tidak dapat menjahit, tetapi Anda dapat bekerjasama dengan para penjahit, atau dapat menjadi reseller. Bisnis ini jauh dari kebangkrutan karena permintaan masker tetap tinggi, apalagi dengan rencana pemerintah untuk

Setelah wabah Covid-19 masuk ke Indonesia dan masyarakat diberikan edukasi mengenai cara pencegahan penularan Covid-19 melalui pembiasaan menjaga kebersihan dengan sering mencuci tangan menggunakan sabun/ *hand sanitizer* untuk mencegah virus corona dan mudah dibawa kemana-mana membuat penjualannya naik begitu tinggi, hampir semua orang memburunya dan sempat menyebabkan terjadinya kelangkaan. Bagi Anda yang jeli, bisnis ini merupakan peluang yang sayang untuk dilewatkan, karena sampai saat ini permintaan *hand sanitizer* cukup tinggi. Pembuatannya juga tergolong mudah dan dapat dibuat saat anda di rumah aja. Bahan-bahan dan tutorialnya dapat Anda lihat di YouTube.

## 2. Produk *Food & Beverage (FB)*

Peluang bisnis *food & beverage* dan kebutuhan bahan pokok adalah salah satu produk yang tahan krisis karena produk ini selalu diperlukan masyarakat dalam kondisi bagaimanapun termasuk kondisi tersulit sekalipun, tidak membutuhkan banyak modal, tenaga

kerja relatif sedikit, namun dengan keuntungan yang sangat memikat. Yang penting pelaku bisnis sektor FB dapat berinovasi sesuai perilaku konsumen, mampu memanfaatkan peluang yang ada, mampu mendapatkan kepercayaan konsumen ketika banyak pesaing tidak dapat memenuhi janjinya.

Bisnis FB yang dapat diterapkan seperti menyiapkan kuliner dan minuman, sayur dan buah segar. Jujur saja bisnis FB tidak ada matinya. Demikian juga dengan *frozen food*. Bisnis *frozen food* seperti daging, ikan, ayam potong, makanan, yang dimasak dan disimpan di dalam freezer. *Frozen food* kerap menjadi pilihan masyarakat pada masa Covid-19 ini, karena *frozen food* bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama. Tak heran kalau saat ini bisnis *frozen food* berkembang pesat dan ibu-ibu Rumah Tangga banyak yang menekuninya. Beberapa ahli ekonomi memperkirakan untuk masa 3-4 tahun ke depan bisnis *online* tetap akan menjadi pilihan utama masyarakat, jadi para pebisnis F&B termasuk *frozen food* dalam masa 3-4 tahun ke depan aman dan yakinlah permintaan tetap akan tinggi.

### 3. Produk Bahan Makanan dan Minuman Sehat

Produk Makanan yang yang paling diburu saat ini untuk meningkatkan imun tubuh adalah daging sapi. Sedangkan produk minuman sehat yang paling banyak dikonsumsi masyarakat saat ini adalah jahe, kurma, dan vermint. Harga jahe di pasaran meningkat tajam. Sebelum Covid-19 merebak harga jahe berkisar antara 15.000-20.000, tetapi setelah jahe dijadikan sebagai icon bahan dasar rempah-rempah yang dapat mencegah Covid-19, harga jahe menjulang antara 50.000-80.000. Bisnis ramuan herbal pun merebak dan tidak hanya jahe tetapi juga menggunakan menggunakan rempah-rempah Indonesia seperti kunyit, jahe, temu lawak, kencur, daun sereh, merica, cengkeh, bunga lawang dan lain-lain yang sudah terbukti khasiatnya untuk meningkatkan imun dan menjaga kebugaran tubuh.

Kurma juga menjadi pilihan masyarakat dalam upaya menjaga kebugaran tubuh karena kurma mengandung zat yang dapat membantu memperbaiki sistem pencernaan, mengendalikan diabetes, menurunkan kolesterol, menurunkan glukosa. Kurma dikenal sebagai makanan yang mengandung konsentrasi polifenol, mengandung kadar antioksidan yang tinggi dan sangat dibutuhkan tubuh untuk

melindungi dari radikal bebas, mengandung kadar nutrisi tinggi terutama serat yang sangat dibutuhkan tubuh dibandingkan buah kering lainnya.

Vermint merupakan herbal yang berasal dari ekstrak *lumbricus rubellus* atau cacing tanah yang diolah dalam bentuk kapsul, dan sudah terbukti dapat membantu proses penyembuhan pasien Covid-19.

#### 4. Sektor Jasa

Jika Anda tertarik berbisnis di bidang jasa teknologi informasi merupakan pilihan yang tepat, karena peluang bagi sektor ini lebih beradaptasi dan bertransformasi di sektor ekonomi. Bisnis e-commerce saat ini sudah menjadi kebutuhan utama publik mengingat selama masa pandemi Covid-19 masyarakat sudah terbiasa dan lebih nyaman berbelanja secara *online*.

Bisnis *online* edutech, seperti Ruang guru Zenius yang mendulang untung di era Covid-19. Semua kegiatan belajar mengajar yang dilakukan berbasis daring. Para pelajar dan mahasiswa saat ini sudah tidak mungkin belajar di sekolah/ dikampus akibat pandemi dan kegiatan belajar di laksanakan dirumah masing-masing dengan menggunakan aplikasi daring, seperti aplikasi zoom, sky.

Bisnis e-health, saat ini platform kesehatan *online* dapat menjadi solusi bagi persoalan kesehatan mental sebagai efek isolasi dalam waktu yang lama. Tidak dapat dipungkiri efek pandemi Covid-19 berdampak pada sebagian masyarakat yang mengalami penurunan kesehatan fisik dan psikis, disebabkan menurunnya kemampuan ekonomi dan kehilangan pekerjaan. Masalah lain juga terjadi pada masyarakat yang biasa sibuk di luar tiba-tiba harus diam di rumah saja dan hanya berkomunikasi intens dengan penghuni di rumah saja yang membuat jenuh. Hal ini dapat memicu terjadinya depresi. Layanan kesehatan yang intensif melalui platform *online* tentu sangat dibutuhkan dalam kondisi ini. Halodoc nampaknya akan menjadi alternatif pilihan masyarakat untuk berkomunikasi dengan dokter secara daring.

#### 5. Usaha Jasa Pendidikan dan Pelatihan

Momentum krisis di bidang ekonomi, sosial, kesehatan dan politik tak akan pernah dapat menghentikan perkembangan sektor pendidikan dan jasa di berbagai belahan dunia manapun,

karena belajar sesuatu yang baru merupakan suatu kebutuhan dan tak akan surut meskipun dalam kondisi krisis, bahkan masa krisis adalah momentum yang sangat tepat untuk mengevaluasi diri dan mengembangkan pengetahuan baru. Hal inilah yang membuat bisnis industri pendidikan dan pelatihan dapat bertahan di saat kondisi perekonomian dalam keadaan terpuruk. Jika anda memiliki keahlian bidang pendidikan dan ITI, ini adalah saatnya untuk mulai berbisnis atau mengembangkan dalam bidang pendidikan dengan menawarkan jasa lewat kelas belajar *online*, seperti kelas bos, gadjian, webinar Luck Factor, webinar womanwili yang menawarkan bagaimana meningkatkan keberuntungan hidup dan bisnis anda dengan cara ilmiah dan alamiah.

Buat Anda yang ingin menekuni bisnis *online* di era Covid-19, artikel ini dapat dijadikan salah satu referensi yang dapat memotivasi Anda untuk tidak ragu menentukan pilihan bisnis yang moncer di tengah Covid-19. 5 Bisnis yang moncer ditengah wabah virus corona yang dapat dilakukan melalui kerja di rumah yaitu: 1) Produk Kesehatan seperti: konveksi APTD, *hand sanitizer*, masker kain, 2) Usaha Food & Beverage 3) Produk Bahan Makanan dan dan Minuman Sehat, 4) Sektor Jasa, 5) Usaha jasa pendidikan dan pelatihan serta sektor digital.





# Transformasi Dakwah pada Era Pandemi Covid-19

RIFMA GHULAM DZALJAD

Dunia yang berubah atau meminjam istilahnya Anthony Giddens disebut “*runway world*” merupakan kondisi masyarakat dunia yang berubah sebagai akibat dampak globalisasi dunia. Dunia tidak tumbuh dalam suatu perkembangan yang lamban dan “rata-rata” sebagaimana era sebelumnya. Dunia menampilkan suatu perubahan yang cepat, cenderung terpusat namun sekaligus terpecah dalam fase kehidupan yang berbeda dan tidak beraturan, serta berada dalam suasana yang sulit untuk diperkirakan bentuk pastinya. Dunia yang unik dan selalu berubah, penuh ketidakpastian, serta timbul beragam kekacauan dan krisis pada diri dan interaksi manusia yang terjadi di dalamnya.

Kondisi dunia semakin tidak beraturan dan berada dalam ketidakpastian dengan terjadinya pandemik Covid-19 atau virus corona (SARS CoV-2). Di mana bersamaan dengan penetapan status pandemi global oleh *World Health Organization* (WHO) sebagaimana pernyataan Direktur Jenderal WHO Tedros Ghebreyesus di Jenewa, Swiss pada 11 Maret 2020. Tedros mengatakan bahwa “*WHO has been assessing this outbreak around the clock and we are deeply concerned both by the alarming levels of spread and severity, and by the alarming levels of inaction*”. Terjadi perubahan yang luar biasa dalam kehidupan masyarakat dunia. Pandemi global ini bertumpu pada penyebaran yang begitu cepat dan luas hingga ke wilayah yang jauh dari pusat wabah. Pandemi ini menimbulkan keprihatinan dan risiko yang

sebenarnya sungguh mengkhawatirkan. Oleh karena itu, WHO meminta seluruh negara meningkatkan respon darurat terhadap Covid-19. Negara-negara di dunia harus mengaktifkan dan meningkatkan mekanisme respons darurat dengan melakukan “tindakan mendesak dan agresif”.<sup>34</sup>

Pandemi Covid-19 merupakan epidemik penyakit yang telah menyebar ke seluruh wilayah dalam jangkauan yang sangat luas, mencakup lintas benua atau global. Pandemi Covid-19 memenuhi tiga kondisi, yaitu munculnya penyakit baru dan orang-orang tidak memiliki kekebalan terhadap penyakit tersebut, menginfeksi manusia dan menyebabkan penyakit berbahaya, serta penyakit tersebut dapat menyebar dengan mudah dan berkelanjutan antar-manusia.<sup>35</sup> Pandemi global ini melahirkan kecemasan dengan “tingkat kelambanan yang mengkhawatirkan” bagi masyarakat dunia. Dunia yang instan dengan kecepatan turbo, tiba-tiba harus melambat, bahkan harus terkurung dalam realitas yang dibencinya sendiri. Ritme kehidupan begitu terasa membosankan, kepanikan terjadi di mana-mana, timbul kekerasan di dalam hubungan domestik, dan sebagian besar manusia merasakan keputusasaan. Dunia berada dalam bayang-bayang kebinasaan. Dunia berada dalam perubahan hidup yang “dramatis dan traumatis”, dari mengurung diri, menjaga jarak (*social distancing*), melakukan karantina atau *lockdown*, dengan dipenuhi depresi dan mental kejiwaan yang takut, hingga munculnya “keberanian” untuk memulai aktivitas baru di tengah pandemi. Masyarakat dunia mulai bangkit, beraktivitas kembali dengan pelonggaran dan memulai kehidupan secara terbuka dengan cara baru, suatu “*new normal*”. Suatu kehidupan normal baru yang dilakukan secara bertahap.

## Dunia yang Gagal

Sebelum terjadinya pandemi, masyarakat dunia sangat yakin dengan suatu tatanan dunia yang sempurna. Dunia yang melesat dalam kecanggihan digital, kemegahan *life style*, dan kemampuan yang hebat dalam merespon persoalan apapun secara cepat dan baik. Yang terjadi justru sebaliknya. Dunia dihadapkan pada kecemasan dan ketidakberdayaan yang berujung pada kegagalan atas segala inovasi,

<sup>34</sup> <https://tirto.id/who-umumkan-corona-Covid-19-sebagai-pandemi-eEvE>

<sup>35</sup> <https://www.kompas.tv/article/70893/who-tetapkan-wabah-virus-corona-sebagai-pandemi-global>

*discovery*, dan *invention* yang selama ini dilakukan. Dunia yang gagal. Dunia yang diambang kebangkrutan. Dunia yang meninabobokkan manusia dalam kenyamanan, namun tiba-tiba berubah menjadi dunia yang melahirkan bayang-bayang ketakutan luar biasa kepada manusianya. Dunia yang tidak lagi melahirkan harapan (*hope*), tetapi dunia yang menghancurkan (*destructive world*).

Sebagaimana BBC mengutip Nicky Lidbetter dari lembaga amal *Anxiety UK*, yang menyebut bahwa akibat Covid-19, menyebarkan kecemasan dan kepanikan yang luar biasa pada masyarakat dunia. Serangan virus yang begitu cepat, tidak terkendali, kematian yang tinggi dan belum ditemukannya vaksin untuk mengatasinya, menimbulkan ketakutan luar biasa. Dunia canggih dengan kemajuan teknologi kedokteran, dukungan finansial yang berlimpah, serta kecerdasan manusia pemikir di dalamnya dianggap gagal dan kalah menghadapi serangan virus Corona. Kecemasan karena ketidakberdayaan dan kegagalan untuk menoleransi ketidakpastian merupakan ciri-ciri khas pada banyak kasus gangguan kecemasan yang sekarang melanda dunia.<sup>36</sup>

Pernyataan Lidbetter dikuatkan Rosie Weatherley, <sup>4</sup>juru bicara *Mind*, suatu lembaga amal yang bergerak di kesehatan mental di Inggris. Dia mengatakan "*The unprecedented amount of uncertainty due to coronavirus and the constant news about it are taxing people's mental health, especially those with anxiety disorders. Common to many anxiety disorders is a fear of being out of control and difficulty coping with uncertainty.*" Menurutnya kebanyakan kecemasan muncul karena ketidakpastian dan pemberitaan yang terus menerus, sehingga memunculkan rasa khawatir akan sesuatu yang tidak diketahui dan menunggu sesuatu akan terjadi. Virus corona menimbulkan kecemasan seperti itu tapi dalam skala yang besar.

Penggambaran kehidupan masyarakat dunia yang demikian kalut dengan kecemasan dan ketidakpastian pasca Covid-19 tentu berdampak terhadap interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Ada perubahan besar baik dalam hubungan sosial sehari-hari dalam keluarga dan masyarakat, hubungan dalam proses pendidikan di sekolah dan kuliah, hubungan kerja dan bisnis, maupun hubungan

<sup>36</sup> <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-52001346>

<http://www.sprc.org/news/international-coronavirus-how-protect-your-mental-health>

<sup>4</sup><http://www.sprc.org/news/>

dalam ritual peribadatan dan syiar dakwah keagamaan.

Pandemi Covid-19 tidak hanya “memaksa” kalangan tenaga medis, aparatur pemerintahan, pendidik, dan bisnis manusia untuk melakukan penyesuaian dan tetap beraktivitas mengerakkan bidang tugas masing-masing. Pun demikian halnya dengan para aktivis dakwah atau mubaligh. Semua harus melakukan upaya penyesuaian dan kegiatan baru untuk mengatasi persoalan pandemik sekaligus tetap dapat mencapai target sesuai beban kerja yang dimiliki. Perubahan dan gerak aktif di tengah pandemik sebagai upaya keluar dari ketidakpastian dan kembali kepada habitat, normalisasi dalam suasana dan kondisi yang belum normal.

Kondisi ini penting sebagai ikhtiar, bahwa dengan terjadinya pandemi Covid-19, maka setiap individu dengan beragam profesi dan disiplin ilmu harus mampu mengupayakan pendekatan yang mampu menciptakan ruang bagi pencegahan, perbaikan dan penanganan terhadap segala dampak yang ditimbulkan oleh Covid-19. Sebagaimana dinyatakan oleh Kristian Bjørkdahl dan Benedicte Carlsen (2019) dalam *Pandemics, Publics, and Politics: Staging Responses to Public Health Crises* yang mengingatkan bahwa pandemik berpotensi menjadi fenomena yang sangat merusak dan menimbulkan ketidakpastian. Karena alasan itu, ia menakuti kita, bahkan seringkali menjadi tempat timbulnya pertikaian atau konflik.

Karakteristik pandemik paling menakutkan adalah ketidakpastian. Oleh karena itu, harus disusun respons yang bersifat kolektif dalam melawan pandemik Covid-19. Dibutuhkan tenaga medis, agamawan, sosiolog, antropolog, psikolog, ilmuwan politik, pakar kebijakan publik, pakar komunikasi, sejarawan, ahli hukum, ahli ekonomi, seniman dan keahlian/disiplin lainnya. Kesemua profesi dan keahlian lintas disiplin harus aktif ambil bagian dalam merespons pandemik dengan pendekatan keilmuan yang bersifat multi spectrum atau interdisipliner. Semua disiplin ilmu dan keahlian perlu dilibatkan dalam studi pandemi dan krisis kesehatan masyarakat. Tujuannya agar semua pihak lebih siap menghadapi pandemik tersebut.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14609/3024>

Dengan semakin kompleksnya permasalahan yang ada, tidak cukup hanya mengkaji sesuatu termasuk dalam konteks pandemi Covid-19 tidak terbatas dari aspek kesehatan dan kedokteran atau sudut pandang agama semata-tetapi harus melihat dari lintas sudut pandang disiplin ilmu (*interdisipliner*) atau gabungan dari beragam disiplin ilmu (*multidisipliner*). Dengan demikian, maka bukan hanya akan didapatkan suatu tinjauan yang utuh namun juga dapat dihasilkan suatu pendekatan dan penyelesaian yang cepat, tepat dan komprehensif.

### **Keharusan Transformasi Dakwah**

Bagi Adams sulit dicapai suatu rumusan yang dapat diterima secara umum mengenai apakah yang disebut Islam itu? Padahal, Islam harus dilihat dari perspektif sejarah sebagai sesuatu yang selalu berubah, berkembang dan terus berkembang dari generasi kegenerasi dalam merespon secara mendalam realitas dan makna kehidupan ini. Islam adalah "*an on going process of experience and its expression, which stands in historical continuity with the message and influence of the Prophet*".<sup>38</sup> Sedangkan konsep agama menurut Adams melingkupi dua aspek yaitu pengalaman dalam dan perilaku luar manusia (*man's inward experience and of his outward behavior*). Adams dalam konteks ini menggunakan kerangka teoritis dari Wilfred Cantwell Smith yang membedakan antara *tradition* dan *faith*. Aspek *tradition* yaitu aspek eksternal keagamaan, aspek sosial dan historis agama yang dapat diobservasi dalam masyarakat. Sedangkan aspek *faith* yaitu aspek internal, tak terkatakan, orientasi transendental, dan dimensi pribadi kehidupan beragama. Studi agama (*Islamic Studies*) harus mampu melakukan eksplorasi baik terhadap aspek tersembunyi maupun aspek yang nyata dari fenomena keberagamaan (*tradition and faith, inward experience and outward behavior, hidden and manifest aspect*).<sup>39</sup>

Oleh karena itu, melihat agama dan persoalan sosial di dalamnya tidak boleh hanya terbatas tekstual dalil-dalil agama. Pendakwah harus

---

<sup>38</sup> Dalam bahas lain Islam harus dipahami sebagai "*al-Islamuwahyunilahiyyunanzilailanabiyyi Muhammadin Sallahu'alaihi wasallam lisa' adati al- dunyawwa al-akhirah*" (Islam adalah wahyu yang diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw sebagai pedoman untuk kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat). Lihat dalam Atho Mudzhar, *Pendekatan Studi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007, hal. 19.

<sup>39</sup> *Ibid*

mampu memosisikan diri sebagai agen perubahan yang melakukan upaya kontekstualisasi terhadap seluruh persoalan yang ada, sehingga selalu lentur dan dapat menempatkan diri dengan baik dalam setiap perubahan yang terjadi, termasuk dalam konteks pandemi Covid-19. Agama tidak hanya dirujuk memberikan landasan takdir namun nirkuasa untuk mengatasinya. Agama atau dakwah harus hadir sebagai *spirit* untuk melakukan perubahan atau transformasi di masyarakat.

Dalam konteks dakwah misalnya, dakwah umumnya dilihat sebagai suatu upaya mengajak, menyeru, membimbing atau mengarahkan masyarakat kepada kehidupan yang lebih baik dengan mendekatkan diri pada ajaran agama. Dakwah dipahami sebagai seruan kebaikan (*ud'uila al-khair*). Suatu ajakan agama kepada umat manusia agar memiliki kesadaran dan kemauan untuk berubah ke arah yang lebih baik, kepada ketaatan hanya kepada Tuhan dan mampu memberikan perubahan dan manfaat bagi yang lain. Dakwah memang mengenal strategi yang dinamis seiring dengan perubahan zamannya. Namun strategi tersebut seringkali baru mengalami perubahan drastis, apabila terjadi suatu peristiwa politik atau gagasan besar keagamaan yang berbeda dengan gagasan dakwah sebelumnya. Perubahan besar sekarang tidak hanya ditandai oleh perubahan teknologi informasi yang merambah semua aspek kehidupan manusia. Dakwah virtual juga harus menyesuaikan diri dengan perubahan kehidupan masyarakat di era pandemi.

Jika sebelumnya, hanya sebagian kecil aktivis dakwah atau mubaligh yang memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk media penyampaian dakwah. Aa Gym, Ustadz Abdul Shomad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Khalid Basalamah, Gus Mus dan Gus Baha merupakan contoh dari sebagian kecil aktivis dakwah atau mubaligh yang cukup tenar di dunia media sosial. Aa Gym memiliki followers Instagram mencapai 5,4 juta. Ustadz Abdul Shomad (UAS) memiliki sekira 1,5 juta pengikut di Facebook, 3,1 juta di Instagram @ustadzabdulshomad\_official, 38,4 juta kali videonya ditonton di YouTube dengan 461.272 subscribers di YouTube, dan 12.300 di Twitter. Sedangkan dari jumlah video dakwah yang ditonton pun sudah tembus lebih dari 66,6 juta kali. Ustadz Adi Hidayat (UAH) memiliki jumlah follower sedikit lebih sedikit dari UAS di channel

YouTube. Ustadz Khalid Basalamah memiliki 22,8 ribu follower di Twitter, 265 ribu di facebook, dan 331 ribu pengikut di YouTube dengan 40,5 juta jumlah tayang video. Pentolan Gerakan Pemuda Hijrah, Ustadz Hanan Attaki memiliki 7,9 juta follower di facebook, 226 ribu di twitter, dan 157,7 ribu pengikut dan 11,8 juta jumlah tayang. Gus Mus memiliki 1,56 juta pengikut di twitter, 9,6 ribu like di facebook, dan 2 ribu pengikut di YouTube dengan 235 ribu jumlah tayang. Sementara Gus Baha lebih mengandalkan para followernya yang menayangkan videonya di YouTube hingga puluhan ribu like.<sup>40</sup> Para mubaligh atau pendakwah tersebut termasuk contoh sukses dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk berdakwah. Mereka menahbiskan diri sebagai *influencer*, *marketer*, *presenter* dan motivator dakwah di media sosial.

Kehadiran para aktivis dakwah atau mubaligh di media sosial, pada awalnya hanya untuk mengisi ruang kosong dakwah yang selama ini tidak diperhatikan. Sebab kebanyakan mubaligh hanya melakukan dakwah secara konvensional melalui tabligh atau ceramah di masjid atau majelis taklim. Jamaah kaum muda milenial, kelas menengah urban, jamaah beragam komunitas yang selama ini tak ter sentuh dakwah semisal komunitas geng motor, komunitas pekerja seni, komunitas pengamen dan anak-anak jalanan, komunitas adat, dan komunitas lainnya, serta segmen dakwah bagi kalangan artis, pengusaha, atau pekerja kantoran yang intens dengan media sosial merupakan sasaran utama dakwah digital tersebut. Keberadaan para mubaligh beken media sosial tersebut mampu mengatasi problem ruang yang terbatas bagi dakwah konvensional, keluar dari dominasi dakwah jamaah NU dan Muhammadiyah, serta menaikkan pendapatan dan taraf hidup mubaligh dengan kapitalisasi komersialisasi yang didapatkan dari penggunaan media sosial.

Ali Shari'ati memaknai dakwah kepada masyarakat (*ummah*) sebagai dakwah kepada kebaikan (*da'wahila al-khair*), yaitu suatu konsep dakwah yang mengandung prinsip *ukrijat li al-Nas, al-amr bi al-ma'rufwa an-nahy'an al-munkar*, dan *tu'minuna billah*. Dakwah yang menawarkan perbaikan, menyeru kepada yang baik dan mencegah dari yang munkar dengan mendasarkan pada semangat pembebasan dan keyakinan sepenuhnya kepada Allah. Sebagaimana misi profetik

<sup>40</sup> Diolah dari beberapa media [tirto.id](http://tirto.id), [okezone.com](http://okezone.com), [inet.detik.com](http://inet.detik.com)



yang ditawarkan Kuntowijoyo (2008, 2001) dalam “*Paradigma Islam: Interpretasi Untuk Aksi*” dan “*Muslim Tanpa Masjid*” yang bertumpu pada prinsip humanisasi (*amarma’ruf*), liberalisasi (*nahy munkar*), dan transendensi (*tu’minunabillah*), maka dakwah harus mampu melahirkan aktivis mesejarah.<sup>41</sup> Dakwah mendorong para mubaligh atau pendakwah sebagai penggerak zaman dan penulis sejarah emas umatnya. Dengan begitu, sejarah mencatat pencapaian hebat itu para pendakwah atau mubaligh melalui perwujudan umat terbaik (*khairu ummah*) di zamannya. Dakwah yang tidak boleh terkurung dalam tempurung zamannya, tetapi dakwah yang dapat keluar dari beban zamannya, melampaui dan dapat memberikan suatu pencapaian yang terbaik bagi perkembangan dan kemajuan zamannya.

Dalam praktiknya, perwujudan *khairu ummah* tidak semata mengandalkan semangat yang dimiliki para pendakwah. Berbagai hambatan yang dihadapi dalam dakwah dan pencapaian *khairu ummah* harus dipastikan latarbelakang permasalahan dan strateginya. Menurut Ali Shari’ati untuk mencapai tujuan *ummah* yang ideal dalam menghadapi persoalan ketidakpastian, semacam akibat pandemi Covid-19, dibutuhkan 3 hal, yaitu ada tujuan yang sama (*al-ishtirak fi al-hadaf wa al-qiblah*), gerakan untuk mencapai tujuan bersama (*al-masir bi ititjah al-qiblah wa al-hadaf*), dan adanya kepemimpinan dan kolektivitas imamah (*wujud al-qiyadah wa al-hidayah al-mushtarikah*).<sup>42</sup>

Pengalaman aktivis dakwah atau mubaligh mempergunakan media sosial sebagai media dalam penyampaian dakwahnya, merupakan suatu keharusan yang mesti dilakukan jika tidak mau tergilas perubahan dan kehilangan eksistensi sebagai mubaligh atau pendakwah. Jika di awal-awal pandemi, fokus mubaligh terlihat sedikit vakum, namun dalam beberapa minggu kemudian para pendakwah atau mubaligh mulai terlihat aktif mengisi ceramah, kajian dan pengajian melalui media sosial semisal zoom, google meet, instagram, YouTube atau media lainnya. Para pendakwah atau mubaligh secara tepat dapat menempatkan diri dengan segera belajar dan terlibat aktif dalam aktifitas interaksi ataupun komunikasi di

<sup>41</sup> Kuntowijoyo menjelaskan bahwa sejarah mempunyai nilai guna intrinsik: (1) sejarah sebagai ilmu, (2) sejarah sebagai cara mengetahui masa lampau, (3) sejarah sebagai penyataan

<sup>42</sup> Ali Shari’ati. *al-Ummah wa al-Imamah* (Beirut: *Dar al-Amir li al-Tsaqafah wa al-Ulum*, 2007), 48-49.

jejaring media sosial. Mereka mampu dengan cepat tampil kembali untuk menyapa para jamaah.

Tidak sekedar menyalurkan bimbingan dan seruan dakwahnya melalui media sosial atau secara daring. Para pendakwah juga harus mampu keluar dari “zona aman” dakwah konvensional. Mereka harus berani melakukan upaya strategis dengan menyiapkan *dakwah bi al-hal* dalam merespon pandemi Covid-19 sekaligus mengukuhkan model gerakan secara pendapat, dan (4) sejarah sebagai profesi, sedangkan nilai guna ekstrinsik, yakni sebagai pendidikan:

(1) moral, (2) Penalaran, (3) politik, (4) kebijakan, (5) perubahan, (6) masa depan, (7) keindahan, dan (8) ilmu bantu, selain berfungsi sebagai (9) latarbelakang (10) rujukan, dan (11) bukti. Oleh karena itu, siapapun yang mampu mengubah atau melakukan perubahan terhadap kehidupan masyarakatnya, maka dia dianggap sebagai pelaku sejarah, pencetak sejarah. Lihat dalam Kuntowijoyo, *Pengantar Ilmu Sejarah*, (Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya, 1995), 19. berjamaah dalam pengentasan terhadap seluruh hakikat buruk yang ditimbulkan Covid-19. Para pendakwah tidak boleh larut dalam kondisi keprihatinan akibat Covid-19. Para pendakwah harus memiliki tinjauan kritis kesejarahan yang mengkombinasikan nilai ajaran agama dengan tantangan dakwah yang dihadapi. Tantangan dakwah harus direspon dengan kreativitas dan kemampuan terstruktur guna melahirkan beragam gagasan, program, dan aksinya di masyarakat.

Terakhir, terdapat beberapa catatan penting bagaimana mengaitkan dakwah dan transformasinya dalam kasus Covid-19 dilihat dari sudut pandang disiplin ilmu. *Pertama*, perlunya menghubungkan teori dakwah atau gerakan dakwah dengan teorisosial lain sehingga terjadi integrasi dan keselarasan yang menghubungkan aspek teoritik dengan praktisnya. Hanya menekankan pada teori dakwah atau gerakan dakwah semata tanpa menggunakan pisau analisa teori sosial akan menjadikan analisisnya tumpul, sebab analisisnya tidak akan dapat secara tepat menjawab persoalan yang terjadi. Karena faktanya, dakwah tidak bisa dipisahkan dari realitas sosial masyarakat. Dakwah yang merupakan ajakan, seruan atau bimbingan untuk mengajak dan mengarahkan masyarakat sesuai tujuan yang diharapkan. Realitas sosial menjadi tantangan yang harus dipecahkan dalam kerangka dakwah. Bagaimana dakwah memiliki strategi dan program yang

secara tepat mampu mengentaskan masyarakat kepada keadaban, kesejahteraan ataupun kebahagiaan hidup bersama yang dicita-citakan. Oleh karena itu, penggunaan ilmu sosial baik sosiologi, antropologi, psikologi, komunikasi, politik, dan lainnya, penting untuk membedah system sosial, budaya (*culture*), kepribadian atau mentalitas, pola interaksi dan komunikasi, serta berbagai tarik menarik kepentingan dalam penanganan Covid-19 dan dampaknya terhadap dakwah dan pencapaian tujuan bersama yang diharapkan.

*Kedua*, penekanan teori atau perspektif Ali Shari'ati secara tepat akan menjadikan analisis terhadap gerakan dan aksi dakwah di masa pandemik akan lebih akurat, tajam, dan kuat temuannya. Bukan hanya pada apakah aktivitas dakwah tersebut sesuai dengan kondisi pandemi? Bisa jadi penekanannya tidakhanya pada perwujudan masyarakat ideal dalam kerangka dakwah dilihat dari perspektif normatif (pemaknaan tafsir atau maknawi), melainkan juga menyoroti kepemimpinan dan kolektivitas imamah dalam gerakan dakwah dilihat dari perspektif teori *new social movement*. Apakah pencapaian dan tujuan dakwah semata-mata hanya bertahan dari serangan pandemik, atau kahia lebih luas sebagai pengejawantahan nilai dan prinsip humanitas untuk terwujudnya tujuan gerakan dakwah yang berorientasi pada pencapaian "*cita-cita khairu ummah*".

*Ketiga*, selain menggunakan teori globalisasi untuk menjelaskan dan menganalisa bahwa terjadi perubahan besar dalam konteks dunia yang berakibat terjadinya transformasi besar-besaran di dalam kehidupan masyarakat baik dalam konteks budaya, institusional, politik, dan hubungan internasional (transnasional). Penggunaan perspektif Anthony Giddens mengatakan bahwa globalisasi melahirkan suatu tatanan dunia yang disebut sebagai "*runway world*", yakni dunia yang berubah-ubah. Globalisasi berdampak besar bagi aspek kehidupan sehari-hari masyarakat dalam semua aspek, meretas jarak dan waktu, dan menjadikan jelajah kehidupan masyarakat dunia semakin terbuka, tidak disekat oleh lintas batas negara dan akhirnya berujung pada lahirnya "*risiko dan menciptakan ketidakpastian dalam masyarakat*" (*the risk society*).<sup>43</sup> Konsep risiko akibat pandemi Covid-19 sebagaimana risiko yang muncul pada awal masyarakat

<sup>43</sup> George Ritzer. *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, Cet-8 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 935-946.

industri modern ingin menentukan masa depannya sendiri. Dengan ketidakpastian yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 sebagaimana kehidupan global ini. Maka penting memaknai pertarungan tersebut selaras dengan pemikiran Zygmunt Bauman yang melihat globalisasi atau terhambatnya ruang sosial langsung masyarakat yang terkanalisasi dalam ruang imajiner (ruang digital). Pendakwah atau mubaligh harus mampu memainkan diri dalam “perang ruang”<sup>44</sup> tersebut dengan baik. Para pendakwah harus menjadi actor terdepan yang membuka jalan bagi tumbuhnya harapan (*hope*), kepastian hidup (*certainty of life*), dan terlaksananya keteraturan hidup (*regularity of life*) dengan kondisi baru *new normal*.

Dengan demikian, transformasi dakwah yang dilakukan merupakan upaya yang terlahir bukan hanya dari kesadaran diri terhadap pemahaman nilai ajaran agama, melainkan juga pemahaman yang komprehensif terhadap realitas sosial, serta pembacaan dengan beragam disiplin ilmu terhadap aktivisme kesejarahan yang ada (pandemi Covid-19), sehingga meniscayakan lahirnya sesuatu yang baru, sesuatu yang terus tumbuh dan hidup, yaitu sebagai harapan (*hope*) dan terwujudnya kebahagiaan hidup bersama (*the happiness of living together*).

---

<sup>44</sup> George Ritzer. *Teori Sosiologi*, 983-985.



# Komunikasi Keluarga pada Era Pandemi Covid-19

RITA PRANAWATI

Pandemi Covid-19 mengubah banyak hal. Salah satunya adalah perubahan yang signifikan pada pola kehidupan keluarga. Rumah kembali menjadi pusat aktivitas seluruh anggota keluarga. Jika sebelumnya aktivitas keluarga terpecah antara di rumah, tempat kerja, sekolah, dan lingkungan, kini semua aktivitas berpusat di rumah. Orang tua bekerja di rumah dan anak-anak juga belajar di rumah dari pagi hingga malam hari.

Kebersamaan keluarga di rumah dari pagi hingga malam sebelum terjadi pandemi Covid-19 merupakan suatu hal yang sangat diidamkan oleh semua anggota keluarga. Kini, setelah wabah Covid-19, semua keluarga memiliki lebih banyak waktu untuk bersama-sama. Para orang tua tidak lagi disibukkan dengan aktivitas di kantor. Anak-anak seluruhnya menjalani proses pembelajaran jarak jauh (PJJ), baik secara daring maupun luring. Proses pembelajaran melalui Internet membutuhkan pendampingan orang tua. Karena itu orang tua perlu mempunyai cara baru dalam pola hidup baru di tengah pandemi.

## Komunikasi Keluarga

Pola hidup baru itu perlu dibangun dengan komunikasi keluarga. Komunikasi keluarga yang sudah terbangun sejak lama yang mungkin renggang, karena kesibukan masing-masing menemukan titik temu. Titik temu itu bernama Covid-19. Kita pun dapat belajar dari Covid-19.

Salah satu ujian dalam komunikasi keluarga di era covid adalah komunikasi tentang situasi keuangan keluarga yang dalam situasi stagnan cenderung menurun. Suka atau tidak suka, keluarga perlu membicarakan keuangan keluarga dengan seluruh anggota keluarga, termasuk dengan anak sesuai dengan usianya untuk mencerna. Artinya, masalah keuangan tidak boleh menjadi alasan terjadinya pertengkaran atau masalah di dalam keluarga (Hanson & Olson, 2018). Masalah keuangan perlu *clear* sejak awal. Semua perlu memahami bahwa pandemi mendorong semua orang berhemat.

Model berhemat ini bukan berarti mengurangi kebutuhan dasar, seperti makan dan minum. Makan dan minum perlu tetap diperhitungkan sesuai kebutuhan anggota keluarga, bahkan menjaga gizi seimbang tetap harus dilakukan. Kebutuhan dasar ini adalah hak bagi semua, terutama bagi anak. Orang tua perlu berusaha keras untuk tetap memenuhi kebutuhan dasar keluarga ini.

Pos anggaran yang dulu dipakai misalnya untuk berlibur, ada baiknya dialihkan kepada sektor produktif. Salah satunya untuk menambal kebutuhan pokok harian. Pos anggaran itu pun dapat dipakai untuk membantu tetangga dan atau kerabat yang membutuhkan.

## Cinta

Saling membantu akan menguatkan jalinan cinta antarsesama hidup. Cinta itulah yang akan menguatkan semuanya. Cinta itulah yang akan menggembirakan dan menjadikan masyarakat sehat. Di tengah pandemi, cinta perlu terus dipupuk di mulai dari keluarga dan dilanjutkan kepada anggota masyarakat.

Cinta merupakan bahasa komunikasi universal (Bagir, 2019). Cinta perlu juga diucapkan. Namun, cinta yang utama berupa praktik baik kepada sesama. Praktik cinta melalui penghargaan, penghormatan, dan perhatian menjadi kekuatan masyarakat bangkit dari masalah pandemi. Saat keluarga mengalami masalah, asal masih ada cinta, maka semua persoalan dapat dilalui dengan baik.

Cinta mengubah kesulitan menjadi kemudahan; Cinta menjadikan yang lemah menjadi kuat; Cinta menghidupkan sesuatu yang layu menjadi semi dan berkembang; Cinta dapat mengubah sesuatu yang tak mungkin menjadi kenyataan.

Aktivitas kerja nonformal meningkat saat pandemi bukan halangan menyuburkan cinta. Misalnya dalam urusan dapur, sumur, dapur, karena sesungguhnya urusan tersebut bukan hanya kewajiban istri. Seorang suami perlu membangun dialog terbuka dengan istri dan anak-anak. Dialog ini untuk memutus kebosanan dan pekerjaan menumpuk yang bisa dikerjakan bersama. Dialog itu juga berfungsi untuk menjadi agar istri tetap produktif tanpa harus terbebani sistem patriarkhi. Artinya, pekerjaan domestik itu dapat dilakukan bersama dengan suami dan anak-anak sesuai dengan usianya. Seperti kisah Nabi Muhammad saw. Rasul Muhammad saw selalu mencuci bajunya sendiri (H.R. Bukhori Muslim). Rasul putra Abdullah juga menjahit baju dengan tangannya sendiri. Beliau bahkan juga mencuci tempat makannya sendiri.

Rasul telah mempraktikkan komunikasi keluarga yang baik dan unggul. Rasul mencontohkan kepada umatnya bahwa pekerjaan domestik dapat dilakukan oleh seorang laki-laki presiden/pemimpin umat. Jika Rasul saja bisa, mengapa umatnya tidak bisa? Ketidakbiasaan itu karena selama ini istri selalu diposisikan sebagai *koncowinking*. *Koncowinking* (teman belakang, *the second sex*) yang perlu menyelesaikan seluruh kerja domestik. Sedangkan suami selalu di posisikan bekerja di wilayah publik. Pembagian tersebut tidak adil karena beban istri semakin besar dan berat.

Kini di masa pandemi, tampaknya kita perlu kembali menoleh dan membuka kisah keagungan Nabi. Rasul sebagai manusia pilihan tetap menjalankan pekerjaan domestik dan juga publik. Rasul tidak membebankan pekerjaan yang dapat ia selesaikan kepada istri-istrinya. Rasul mencontohkan kemandirian dalam proses dialog/komunikasi keluarga. Rasul dapat menjadi teladan bagi kepala keluarga untuk menghormati, menghargai, dan bersama-sama mengerjakan pekerjaan domestik.

### **Digital Parenting**

Pandemi Covid-19 memaksa semua aktivitas fisik ada di rumah. Aktivitas fisik di rumah perlu didukung oleh aktivitas psikis yang memadai. Artinya, semua pekerjaan di rumah perlu mendapat dukungan pola komunikasi antar anggota keluarga.



Pola komunikasi orang tua didasarkan pada rasa tanggung jawab mendidik. Sebagian besar orang tua menjalani *working from home* (WFH) perlu kembali menoleh bahwa mereka mendapat amanat dari Allah untuk mendidik anak-anaknya. Amanat ini perlu ditunaikan dengan baik. Pasalnya, amanat ini akan dimintai pertanggungjawaban oleh Sang Khalik.

Anak, khususnya SD, membutuhkan pendampingan penuh. Orang tua perlu mengatur waktu WFH dan waktu menyapa anak-anaknya. Masa SD sebagai fondasi pendidikan perlu sentuhan kuat orang tua (Mangunwijaya, 1998). Orang tua perlu kembali memposisikan diri sebagai pendidik utama. Orang tua merupakan pengajar yang baik bagi anak-anaknya. Warna anak sangat dipengaruhi bagaimana cara mendidik orang tua.

Cara mendidik membutuhkan pola komunikasi yang baik. Orang tua perlu tahu secara persis bagaimana cara/model belajar anaknya. Model anak kinestetik, audio, visual, dan lain-lain membutuhkan cara mendidik yang berbeda. Jika di sekolah guru mendidik dengan model yang sama, maka orang tua di Rumah perlu mengembalikan kegembiraan mereka dalam belajar. Salah satunya dengan memahami bagaimana cara yang baik dan benar dalam mendidik sesuai dengan model/gaya anak.

Jika anak kinestetik misalnya, maka orang tua perlu mempersiapkan tenaga ekstra. Pasalnya, anak kinestetik perlu model belajar dengan banyak bergerak. Gerakan adalah model belajarnya. Semakin banyak bergerak, anak kinestetik semakin banyak mudah belajar. Maka energi orang tua perlu lebih untuk mendampingi anaknya.

Anak audio dan visual, mungkin lebih mudah dalam proses mendidik. Orang tua perlu meningkatkan kemampuan/skill audio dan visual saja. Orang tua tinggal memanfaatkan konten-konten media sosial untuk mendidik mereka. Smartphone dapat menjadi salah satu tali penguat orang tua khususnya ayah dalam proses mendidik (Savitri, 2015). Era industri 4.0 yang didengung-dengungkan menjadi nyata ada di depan mata kita.

Semua itu perlu dukungan kemampuan literasi digital. Orang tua perlu belajar literasi digital. Literasi digital ini memungkinkan orang tua dapat mendidik anak-anaknya dengan baik dan benar. Pemahaman literasi digital yang baik pun mendorong anak semakin

kreatif dan dapat belajar dengan lebih menyenangkan. Pemaknaan literasi digital yang memadai mendukung proses digital parenting (Herlina, Setiawan, & Adikara, 2018).

Anak usia SMP-SMA, membutuhkan pendampingan dan kontrol orang tua selama pembelajaran jarak jauh (PJJ). Inilah yang saya sebut di atas, orang tua perlu memiliki kemampuan literasi digital yang baik. Ada baiknya orang tua tidak kalah canggih mengakses ruang media dibandingkan anak-anaknya. Orang tua dapat belajar bersama anak. Namun, orang tua tidak boleh kalah dalam mengarahkan kebaikan dalam bermedia. Media dapat menjadi salah satu sarana belajar saat ada arahan dan bimbingan orang tua.

Pandemi Covid-19 menjadikan seluruh anggota keluarga memiliki waktu bersama dan berinteraksi lebih lama. Interaksi ini perlu dibangun dengan kesadaran dan kesabaran. Kesadaran bahwa anggota keluarga adalah saudara. Bersaudara itu kadang ada masalah. Jika ada masalah maka perlu segera diselesaikan. Boleh marah, namun setelah tiga hari harus baik lagi. Inilah ajaran agama dalam bersaudara. Sekaligus mengklarifikasi apa yang terjadi.

Setiap orang mempunyai pandangan, cara berpikir, dan bertindak yang berbeda. Perbedaan itu menjadi rahmat bagi semua. Perbedaan itu menjadi kekuatan utama dalam keluarga. Kuncinya ada di komunikasi antar anggota keluarga. Perbedaan akan menjadi masalah saat terjadi kebuntuan dalam komunikasi. Namun, perbedaan akan menjadi sesuatu yang menguatkan dan menggembirakan saat semua terbuka, saling sapa, dan saling memahami satu sama lain.

Saat semua saling memahami, tegur sapa, dan mendukung. Maka potensi kekerasan saat Covid-19 dapat diurai. Kekerasan itu muncul karena ketiadaan komunikasi. Arendt (1970) menyebut kekerasan sebagai komunikasi bisu. Kebisuan itulah yang menimbulkan kekerasan. Maka komunikasi perlu dikembalikan sebagai media saling memahami dan menyalami pribadi anggota keluarga. Jangan biarkan komunikasi bisu menjadi bagian dari hidup.

### **Kegembiraan Keluarga**

Keluarga itu berkomunikasi (Kurniadi, 2001), komunikasi itu interaksi, interaksi itu melepaskan kecanggungan dan ketidaknyamanan. Semua menjadi normal dan nyaman. Semua

tersenyum riang karena anggota keluarga mempraktikkan komunikasi.

Praktik komunikasi keluarga pun dapat mencegah fase kaget dan bingung bagi anggota keluarga, terutama anak. Fase pandemi Covid-19 mendatangkan kekagetan yang luar biasa bagi anak. Komunikasi yang baik di dalam keluarga dapat menjadikan kebosanan menjadi kerianan. Komunikasi memungkinkan munculnya kreativitas dalam keluarga. Kreativitas itulah yang dapat melupakan kebosanan anak. Anak akan bergembira bersamamu keluarga. Aktivitas kegembiraan itu dimulai dari aktivitas bangun tidur.

Orang tua dapat memulai dengan membangunkan anak-anak di waktu subuh. Setelah selesai salat subuh, seluruh anggota keluarga dapat membaca al-Quran dan atau kajian pagi. Kajian pagi dapat dilakukan bergantian oleh suami, istri, dan anak-anak. Membaca al-Quran bersama juga menjadi aktivitas menyenangkan di pagi hari. Bisa juga kajian dengan menonton televisi acara dakwah. Setelah itu anggota keluarga mendiskusikan apa yang telah disampaikan oleh ustadz di layar kaca.

Setelah itu anggota keluarga dapat melakukan aktivitas olah raga pagi. Olah raga di lingkungan rumah dengan diiringi oleh tutorial yang dapat dilihat di YouTube. Aktivitas pagi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan lahan di rumah. Aktivitas menanam perlu menjadi kegiatan harian di masa pandemi Covid-19. Menanam tanaman yang kemudian dimakan burung adalah sedekah (H.R. Bukhori). Menanam, selain bagian perintah agama, juga dapat menguatkan ketahanan pangan.

Ketahanan pangan masa Covid-19 dapat terurai dengan kesadaran masyarakat untuk menanam apa saja di lingkungan rumah. Saat semua rumah menanam, maka mereka dapat saling berbagi dan atau bertukar sesuai kebutuhan masing-masing. Aktivitas menanam dengan demikian menjadi cara mendidik orang tua kepada anak-anaknya.

Setelah itu orang tua dapat mengajak anak untuk sarapan bersama. Sarapan, ruang makan, menjadi sarana efektif membangun komunikasi. Ruang makan/meja makan dapat menjadi tempat menyenangkan bagi anak. Di sana sembari makan, anak dapat bercerita dan orang tua mendengar. Orang tua pun dapat berkomunikasi (baca: mendidik) tanpa harus menggurui mereka.

Setelah itu orang tua dapat mengajak anak untuk sarapan bersama. Sarapan, ruang makan, menjadi sarana efektif membangun komunikasi. Ruang makan/meja makan dapat menjadi tempat menyenangkan bagi anak. Di sana sembari makan, anak dapat bercerita dan orang tua mendengar. Orang tua pun dapat berkomunikasi (baca: mendidik) tanpa harus menggurui mereka.

Setelah sarapan, anak-anak dapat diajak untuk salat Dhuha. Saat dhuha anggota keluarga dapat menyelesaikan pekerjaan masing-masing. Saling membantu dan belajar menguatkan ikatan keluarga. Anak dapat membantu pekerjaan di dapur, dengan mencuci perabot makan. Orang tua pun dapat mempersiapkan makanan untuk siang dan malam hari dibantu anggota keluarga.

Jelang siang, aktivitas ibadah dhuhur, tidur siang, dan merampungkan pekerjaan dan belajar sesuatu jadwal pelajaran sekolah. Waktu ashar dapat dimulai dengan aktivitas ibadah, olah raga sore, dan kembali menengok kebun/tanaman yang ditanam. Waktu maghrib, dimulai dengan ibadah maghrib, kuliah tujuh menit anggota keluarga, dan membaca al-Quran bersama. Kultum itu dapat berisi aktivitas harian yang telah dilakukan dan agenda apa yang akan dilakukan esok hari.

Sampai waktu isya, dapat diisi dengan ibadah, menonton TV, mengecek tempat tidur, belajar malam, dan dilanjutkan dengan tidur. Semua aktivitas sekali lagi perlu dibangun atas kesadaran dan kemauan bersama. Aktivitas harian pun dapat diubah menyesuaikan keinginan bersama, dengan tetap memperhatikan hal-hal pokok.

Aktivitas di atas dapat mengubah pola komunikasi searah yang selama ini mungkin menjadi kebiasaan keluarga. Komunikasi searah itu berarti orang tua memegang kendali komunikasi. Anak hanya pasif dan menjawab apa yang ditanyakan oleh orang tua. Survei Kualitas Pengasuhan Anak Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), (2015) menunjukkan komunikasi searah masih dominan dalam keluarga.

Pertanyaan yang paling sering ditanyakan orang tua kepada anak: Sudah makan apa belum (60%); Dapat nilai berapa? (60%); Ada PR apa tidak (54,8%); Bagaimana pelajarannya? (53%); Bagaimana temannya? (25%). Adapun hal-hal yang diobrolkan dengan anak: Kegiatan sekolah (65%); Pelajaran (63%); Teman (40%); Masalah yang dihadapi (38%); Hobi (24%).

Masa pandemi Covid-19 dapat mengubah kultur searah itu. Orang tua kini dapat lebih banyak mendengar dan memperhatikan apa yang disampaikan oleh anak-anaknya. Orang tua akan membuka komunikasi dua arah, yang memungkinkan semua dalam proses setara (Sari, Hubeis, Mangkuprawira, & Saleh, 2010).

Inilah kunci *qaulan karima* dalam al-Quran (Sauri, 2016). *Qaulan karima*, dalam komunikasi anak dengan orang tua mensyaratkan penghormatan dan posisi setara. Orang tua dapat menjadi pendengar yang baik bagi anak-anaknya. Dan anak menganggap orang tua sebagai teman. Posisi ini memungkinkan anak dapat mengutarakan segala pendapatnya dengan ringan, tanpa kehilangan makna. Anak tetap hormat kepada orang tua, dan orang tua menghargai setiap ucapan dan ungkapan anak. Semua pun dapat belajar, semua dapat menimba ilmu dan mengeratkan hubungan lahir dan batin.

Masa pandemi mendorong orang tua mengajak dialog dengan anak dengan pertanyaan terbuka. Orang tua memberi kesempatan anak menyampaikan perasaan, ide, dan gagasannya, membuka ruang diskusi dengan anak; Mendengarkan dengan baik setiap pendapat anak; Memberikan apresiasi dan dorongan terhadap apapun kondisi anak; dan tidak perlu menekan soal sekolah lagi, tapi membangun komunikasi yang menguatkan potensi anak.

Model komunikasi ini memungkinkan anak berkembang dengan baik. Potensi anak meningkat dan menjadikan mereka semakin percaya diri. Rasa percaya diri inilah yang perlu dipupuk di tengah segala keterbatasan yang dimiliki oleh anggota keluarga.

Rasa percaya diri dapat menjadi modal dalam pengembangan karakter anak (Hyoscyamina, 2011). Model komunikasi ini pun dapat mengurangi ketidakstabilan jiwa/gangguan kejiwaan/psikis. Kesehatan mental dapat dibangun melalui komunikasi adaptif, yang mengedepankan solutif (*win-win solution*) (Simanjuntak, 2013).

Komunikasi adaptif bermakna manusia mempunyai kemampuan menyesuaikan diri dengan lingkungan. Setiap lingkungan membutuhkan model komunikasi yang berbeda. Model komunikasi itulah yang perlu dibangun dan diajarkan kepada anak-anak. Pasalnya, kemampuan komunikasi yang baik menjadi bekal meraih masa depan yang lebih baik/resiliensi (Jowkar, Kohoulat, & Zakeri, 2011). Kemampuan komunikasi yang memadai menjadikan seseorang dapat

mengurai setiap masalah dengan baik. Masalah bukan untuk di jauhi, namun diselesaikan.

Penyelesaian masalah dengan cepat dan baik dapat menjamin kesehatan mental. Semakin cepat selesai masalah, maka manusia mempunyai kesempatan untuk melakukan hal produktif lainnya. Inilah yang mendorong seseorang sikap hidup baik dan sehat. Kesehatan mental dalam keluarga pun dapat dipupuk dengan memberikan apresiasi dan dukungan kepada semua anggota keluarga. Selain itu, membangun asertivitas untuk menyampaikan perasaan dan urusan sendiri untuk mencapai kesepakatan dan kesepakatan soal urusan anak, urusan pasangan menjadi urusan bersama.

Komunikasi santai yang menyenangkan dan menghibur seperti *guyon kere* dan *guyon maton* menjadi hal yang penting dilakukan. Guyonan menjadi sarana memecahkan masalah tanpa harus menimbulkan masalah. Guyon pun dapat merekatkan hubungan anggota keluarga. Guyon pun menjadi sarana membangun komunikasi lintas batas yang cair.

Membangun komunikasi yang terbuka bagi seluruh keluarga menjadi sebuah keniscayaan di masa sulit saat ini. Kesulitan masa pandemi Covid-19 tindakan menjadi penghalang bagi anggota keluarga untuk berkembang.

## Daftar Pustaka

- Arendt, H. (1970). *On Violence*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Bagir, H. (2019). *Islam Risalah Cinta dan Kebahagiaan*. Jakarta: Noura Books.
- Hanson, T. A., & Olson, P. M. (2018). Financial Literacy and Family Communication Patterns. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 19, 64-71.
- Herlina, D., Setiawan, B. G. J. A., & Adikara, G. J. (2018). *Digital Parenting: Mendidik Anak di Era Digital*. Bantul: Samudra Biru.
- Hyoscyamina, D. E. (2011). Peran Keluarga Dalam Membangun Karakter Anak. *Jurnal Psikologi*, 10 (2), 144-152.
- Jowkar, B., Kohoulat, N., & Zakeri, H. (2011). Family Communication Patterns and Academic Resilience. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29, 87-90.

- Kurniadi, O. (2001). Pengaruh Komunikasi Keluarga terhadap Prestasi Belajar Anak. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 2 (2), 267-290.
- Mangunwijaya, Y. (1998). *Beberapa Gagasan Tentang SD Bagi 20 Juta Anak dari Keluarga Kurang Mampu (Pendidikan Sains Yang Humanis)*, Yogyakarta: Kanisius.
- Sari, A., Hubeis, A.V.S., Mangkuprawira, S., & Saleh, A. (2010). Pengaruh Pola Komunikasi Keluarga Dalam Fungsi Sosialisasi Keluarga Terhadap Perkembangan Anak. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(2).
- Sauri, H. S. (2016). *Pendekatan Semantik Frase Qaulan Sadida, Ma'rufa, Baligha, Maysura, Layyina, dan Karima Untuk Menemukan Konsep Tindak Tutur Qurani*, Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Savitri, D. (2015). Peran Teknologi Komunikasi Dalam Interaksi Ayah dan Anak Studi Kasus: Interaksi Ayah dan Anak Melalui Smartphone. *Informasi*, 45(2), 101-114.
- Simanjuntak, J. (2013). *Membangun Kesehatan Mental Keluarga dan Masa Depan Anak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- H. R. Bukhori Muslim.
- H.R. Bukhori.

# Lagu sebagai Sarana Komunikasi Persuasif Menghadapi Pandemi Covid-19 (Buat almarhum Didi Kempot yang terlebih dulu mudik ke kampung keabadian)

SRI MUSTIKA

**M**anusia selalu ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya. Hal ini disebabkan manusia adalah makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial manusia tidak bisa tidak berkomunikasi (*one cannot not communicate*) (Waltzlawick dalam Mulyana, 2005). Mengingat setiap perilaku merupakan komunikasi, maka orang yang menyadari keberadaan orang lain secara terus-menerus dapat dikatakan sedang berkomunikasi. Setiap perilaku yang dapat dirasakan, termasuk ketiadaan komunikasi, memiliki potensi untuk dimaknai atau ditafsirkan oleh orang lain sebagai memiliki makna.

Menurut Gorden (dalam Mulyana, 2005), komunikasi memiliki beberapa fungsi, seperti komunikasi sosial, komunikasi ekspresi, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Komunikasi ekspresi berfungsi untuk mengekspresikan berbagai perasaan yang diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti lagu.

Musik dan lagu merupakan ekspresi penggubah atau pengarangnya. Entah itu ekspresi rasa syukur, cinta, rindu, kecewa, marah, benci atau galau. Perasaan-perasaan itulah yang kemudian mendorong pengarang lagu untuk menuliskan lirik lagu dan notasinya.



Selama manusia hidup di dunia ini entah sudah berapa banyak lagu yang tercipta sebagai ekspresi perasaan pengarangnya.

Sebagai penikmat musik dan lagu kita pun dalam menikmatinya akan memilih jenis musik dan lagu yang sesuai dengan perasaan kita pada suatu saat. Ketika sedang jatuh cinta, pastilah kita akan mendengarkan lagu-lagu bernada ceria, seperti lagunya Nat King Cole (Love). Lagu lawas ini hampir selalu terdengar di setiap pesta perkawinan. *L is for the way you look at me/O is for the only one I see/V is very, very extraordinary/E is even more than anyone that you adore//* Dari lirik dan musiknya jelas menggambarkan perasaan senang pengarangnya.

Ketika pandemi COVID-19 melanda Indonesia, beberapa lagu tercipta sebagai ekspresi keprihatinan para penciptanya saat menghadapi pandemik global ini. Salah satunya adalah lagu yang diciptakan oleh almarhum Didi Prasetyo alias Didi Kempot (DK). Meski biasanya DK gemar menciptakan lagu campursari yang menggambarkan *keambyaran* mereka yang ditinggal kekasih, namun kali ini ia justru menulis lagu yang mengekspresikan kesedihan para perantau yang tidak bisa mudik. Judul lagunya *Ora Bisa Mulih* (Tidak Bisa Pulang). DK menulis lirik lagu ini dengan sangat puitis. Setiap akhir kata liriknya memiliki rima yang sama dengan akhir kata lirik berikutnya.

Mak, Bapak, *aku ora bisa mulih/* (Ibu, Bapak saya tidak bisa pulang)  
 Bada iki atiku sedih/  
 (Lebaran ini hatiku sedih) *Mak, Bapak aku ora bisa teko/* (Ibu, Bapak  
 aku tidak datang)  
*Ning kene aku isih kerjo/* (Di sini saya masih bekerja) *Mung donga lan  
 pujimu/* (Hanya doa dan doamu)  
 Sing tak suwun jroning uripku/  
 (Yang kuminta dalam hidupku)  
 Mak, Bapak, wis ojo nangis/  
 (Ibu, Bapak sudah jangan menangis)  
 Wacanen layang sing tak tulis/  
 (Bacalah surat yang kutulis)  
 Mak, Bapak ngapuranen aku yen ana salah lan luputku/  
 (Ibu, Bapak maafkan aku jika ada salah dan keliruku)  
 Neng kene koyo ngene rasane/  
 (Di sini seperti ini yang kurasakan)  
 Pengin mulih isih kurang sangune/

(Ingin pulang tetapi bekalnya belum mencukupi)  
Swara takbir ing wayah wengi/  
(Suara takbir di malam hari)  
Ngelingke salah lan dosa iki/  
(Mengingatkanku pada salah dan dosa ini)  
Kepengin sungkem ning kene kudu kepiye iki/  
(Ingin *sungkem-tradisi Jawa untuk memohon maaf pada orang tua dengan cara mencium lutut kanannya*, namun di sini harus bagaimana)  
*Ngapuranen dosane anakmu iki!* (Maafkanlah dosa anakmu ini) *Mak, Bapak wis ojo nangis!* (Ibu, Bapak jangan menangis) *Wacananen laying sing tak tulis!* (Bacalah surat yang kutulis) *Mak, Bapak ngapuranen aku!* (Ibu, Bapak maafkanlah aku)  
Yen ana salah lan luputku  
(Jika ada salah dan keliruku)

Ketika mendengar lagu ini, baik melalui televisi maupun media sosial para perantau yang tidak bisa pulang akibat aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan larangan mudik, diam-diam meneteskan air mata. Terbayang oleh mereka suasana keramaian di kampung halaman saat Idul Fitri. Dengan mengenakan pakaian serba baru mereka pergi ke tanah lapang untuk melaksanakan shalat Idul Fitri berjamaah. Selepas shalat, mereka bersalaman-salaman dengan keluarga dekat, sanak saudara, dan para tetangga. Mereka bergegas pulang untuk menikmati hidangan khas Lebaran: lontong opor ayam yang sudah menjadi ikon. Setelah kenyang makan, anak-anak kecil berkeliling kampung. Mereka mendatangi rumah-rumah tetangga untuk bersilatuharim. Biasanya mereka mendapat hadiah uang. Jumlahnya mungkin tidak seberapa. Antara Rp5 ribu-Rp 20 ribu, namun bagi mereka bukan jumlah uangnya yang diharapkan, melainkan kemeriahan yang didapatkan. Manakala semua ritual itu tidak bisa dilakukan, hati siapa yang tidak nelangsa?

DK menulis lagu ini dalam bahasa Jawa sederhana, namun sangat mengena di hati pendengar dan penggemarnya. Schramm (dalam Mulyana, 2005) mengatakan, komunikasi akan berhasil bila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*) dan kerangka pengalaman (*frame of experience*) komunikan. Semakin sama kerangka referensi dan kerangka pengalaman antara komunikator dan komunikan, maka akan semakin mudah tercapai komunikasi yang efektif atau tercapainya kesamaan makna.

Dalam menulis lagu ini DK yang pernah menjadi perantau di beberapa kota sangat paham situasi. Putra pelawak Ranto Gudel ini mulai mengamen di Solo, tepatnya di depan Kedai Nasi Liwet di Kawasan Keprabon pada 1984. Di sini ia bertahan selama dua tahun lebih. Kemudian ia bergeser lagi ke kota gudeg Yogya sejak 1987. Setelah itu ia mengadu nasib ke Jakarta pada 1988. Di ibu kota ia mengamen di perempatan Slipi, Jakarta Barat. Di sinilah ia membentuk Kelompok Pengamen Trotoar yang disingkat Kempot. Singkatan yang kemudian ditambahkan di belakang namanya.

Setiap Idul Fitri DK tentu mudik menemui orang tuanya. Mudik pada akhir 1980-an jangan dibayangkan senyaman sekarang. Saat itu armada bus yang nyaman masih terbatas. Yang ada kebanyakan bus-bus yang sebetulnya sudah harus dikandangkan dan hanya diperuntukkan jarak dekat. Setelah bus berjalan, sebentar-sebentar harus berhenti untuk mengambil penumpang yang menanti di pinggir jalan. Mereka merasa lebih nyaman menunggu di pinggir jalan daripada menunggu di terminal yang suasananya jauh dari rasa aman dan nyaman. Di terminal para calo tiket dengan seenaknya memaksa calon penumpang untuk membeli tiket dengan harga yang sudah dinaikkan tiga kali lipat. Belum lagi para copet yang siaga mencopet pemudik yang lengah. Jalan raya yang dilalui bus pun bergelombang dan berlubang.

Perkeretaapian kondisinya sama saja. Kereta api yang murah belum ber-AC. Penumpangnya melebihi kapasitas tempat duduk, sehingga banyak yang terpaksa *lesehan* di bawah. Kapal laut juga sama saja. Selain harganya yang selangit, karena permainan calo, kenyamanannya sangat tidak terjamin. Pesawat terbang *Low Cost Carrier* atau *Low Cost Airlines* dengan slogan *every body can fly* belum lahir.

Baru lima tahun belakangan sarana perhubungan darat lebih tertata dan lebih nyaman walau untuk kelas ekonomi sekalipun. Infrastruktur jalan raya sudah sedemikian bagus, sehingga jarak jauh bisa ditempuh dengan lebih singkat meski kita harus membayar tol yang tidak murah. Ketika kondisi sudah demikian nyaman dan banyak orang sangat menikmati perjalanan mudik, tiba-tiba pandemik COVID-19 datang. Untuk mencegah penyebarannya orang diminta di rumah saja. Bisa dibayangkan seperti apa perasaan para perantau.

Untuk menghibur dan mempersuasi mereka DK menciptakan lagi lagu Aku Ora Bisa Mulih. Lagu ini bagi para Kempoter, Sobat Ambyar (nama-nama kelompok penggemar DK) sangat mewakili mereka. Kata anak-anak sekarang, “Lagunya *gue banget!*”

### **Lagu Baru sebagai Pesan Terakhir**

*Pagebluk* (wabah) COVID-19 yang melanda dunia sejak awal Januari 2020 ini sungguh luar biasa. Hingga 30 Mei 2020 tercatat 6.156.428 jiwa positif terpapar COVID-19. Yang meninggal dunia 370.918 jiwa, meski yang sembuh mencapai 2.734.778 jiwa ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), 31/5/2020 pukul 10.14 WIB). Kondisi buruk ini rupanya juga mengilhami almarhum DK untuk menciptakan lagu lain lagi, *Ojo Mudik*. Lagu yang dirilis hanya dua hari sebelum The God Father of Broken Heart itu menghadap Sang Khalik pada 5 Mei 2020 dimaksudkan untuk membujuk warga agar tidak mudik sesuai anjuran pemerintah.

Mudik adalah pulang ke kampung halaman sejenak untuk bersilaturahmi dengan keluarga guna bersama-sama merayakan Idul Fitri. Larangan mudik ini merupakan salah satu upaya mencegah persebaran virus dari satu kota ke kota lain.

Dalam video klip lagu tersebut Maestro Campur Sari ini menggandeng Walikota Surakarta, Kapolres Surakarta, dan Komandan Kodim Surakarta, serta segenap perwakilan masyarakat untuk tampil bersama. Dalam video klip, DK tampak berdiri di jendela sambil mendendangkan lagunya. Saat itu almarhum masih kelihatan sehat wal afiat dan penuh semangat. Dengan jenaka ia bernyanyi:

*Mak bedunduk/ (Tiba-tiba ada) Mak pethungul/ (Tiba-tiba muncul)*

*Virus Corona nengopo kowe njedul/ (Virus Corona mengapa engkau muncul?) Mak bendunduk/*

*Mak pethungul/*

*Ojo cedak-cedak awas ojo pada ngumpul/*

(Jangan dekat-dekat, awas jangan pada berkumpul) Jaga jarak, cuci tangan, pakai masker/

*Ojo lali nyenyuwuna sing banter/* (Jangan lupa berdoa lah sekuat mungkin) Jaga jarak, cuci tangan, pakai masker/ *Maju bareng nglawan Corona/*

(Maju bersama melawan Corona)

*Neng omah wae/* (Di rumah saja) Di rumah saja/

Bersama-sama ayo lawan Corona//

Jelas sekali lagu Didi ini dimaksudkan untuk membujuk atau mempersuasi warga agar tetap di rumah. Komunikasi persuasif menurut Miller (dalam Stiff dan Mongeau, 2016) adalah berbagai pesan yang dimaksudkan untuk membentuk, memperkuat, atau mengubah respon-respon orang lain. Persuasi merupakan transaksi simbolik yang menggunakan imbauan emosional di dalam upayanya untuk mengubah perilaku (Perloff, 2003).

Miller mengidentifikasi tiga dimensi kegiatan persuasi, yaitu pembentukan respon, penguatan respon, dan perubahan respon. Kampanye persuasif pembentukan respon bertujuan untuk membentuk atau memantapkan perilaku dan sikap. Tipe persuasi ini melibatkan sosialisasi dan upaya-upaya persuasif yang tidak terlampau intensif yang ditujukan pada khalayak. Kampanye persuasif penguatan respon bertujuan menguatkan perilaku yang telah ada. Penguatan respon perlu terus dilakukan mengingat sikap bersifat dinamis, naik turun secara konstan. Kampanye persuasif perubahan respon ditujukan untuk mengubah perilaku atau sikap. Tipe persuasi ini merupakan yang paling berat. Keberhasilannya sangat tergantung pada posisi dan kekuatan sikap dan perilaku yang ingin diubah.

Persuasi dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk komunikasi. Menurut Ilardo (1981 dalam Hendri, 2019) persuasi memiliki empat karakteristik yang berkaitan dengan proses komunikasi, yaitu: a. Persuasi merupakan bentuk dari komunikasi. Hal ini tampak dari unsur persuasi yang mirip dengan unsur komunikasi, seperti *persuader* (orang yang membujuk) yang bisa disamakan dengan komunikator, *persuadee* (orang yang dibujuk) atau komunikan, pesan (*message*), saluran (*channel*), dan dampak (*effect*). merupakan proses. b. Persuasi sebagai proses. Sebagai proses persuasi bersifat dinamis dan berkelanjutan. Artinya, proses ini berlangsung terus-menerus dan tidak dibatasi oleh

ruang. c. Persuasi menimbulkan perubahan. Baik sikap, kepercayaan, maupun perilaku. Perubahan sikap khalayak merupakan sasaran utama persuasi. Makin besar perubahan yang dikehendaki, maka makin sulit tugas orang yang membujuk. d. Persuasi dapat disadari dan tidak disadari. Perubahan yang terjadi pada persuasi sifatnya adalah suka rela. Jadi, dalam hal ini tidak ada tekanan atau ancaman. 5. Persuasi dapat dilakukan secara verbal atau nonverbal. Untuk itu orang yang mempersuasi bisa menggunakan bahasa verbal dengan pilihan diksi yang dapat mempengaruhi khalayak sasaran. Bisa pula ditambah dengan bahasa nonverbal, seperti mimi muka, gerak tubuh, seperti kepala dan tangan.

Ketika menciptakan kedua lagu di atas, DK bisa jadi tidak secara sengaja melakukannya sebagai suatu tindakan persuasif, melainkan lebih sebagai komunikasi ekspresi. Sebagai seniman yang sangat nasionalis ia sangat prihatin dengan wabah COVID- 19 yang telah banyak memakan korban di Tanah Air. Saat itu ia hanya berpikir, apa yang bisa dilakukan untuk membantu pemerintah mengerem peningkatan penyebaran virus ini. Sebagai seniman hal yang dapat dilakukan adalah menulis lagu. Lagu yang ditujukan pada para penggemarnya, yaitu *Kempoters*, *Sobat Ambyar*, *Sad Boy*, dan *Sad Girls* ini diharapkan bisa menjadi nasihat yang bisa menghibur mereka. Syukur-syukur lagu itu bisa membuat mereka tetap di rumah dan tidak mudik.

Jika ditilik dari komunikasi persuasif, maka di sini DK adalah orang yang mempengaruhi atau komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi. Meski almarhum bukanlah seorang pejabat, namun para pengemarnya menganggapnya sebagai "*God Father*", orang yang dituakan dan yang dipercaya kata-katanya. Karena itu apa saja yang disampaikan melalui lagunya akan didengarkan.

Adapun komunikasi lagu ini adalah para penggemarnya, termasuk para orang tua mereka. Para *Sobat Ambyar* merupakan khalayak setia DK. Mereka tersebar di seluruh Tanah Air. Terdiri atas laki-laki dan perempuan dari berbagai etnik dan pekerjaan, serta berbagai usia. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Mereka ada yang masih bersekolah, berkuliah, dan ada pula yang sudah bekerja bahkan merupakan eksekutif muda. Penyanyi kelahiran Solo yang tersohor hingga ke mancanegara ini pun menyampaikan pesan kepada para

orang tua di kampung yang kesepian, karena anak-anak, menantu, dan cucunya tidak pulang agar tidak bersedih.

Dari segi pesan, DK sengaja menyampaikan pesannya dalam bahasa Jawa *ngoko* agar mudah dipahami. Almarhum memilih menggunakan bahasa Jawa, karena mayoritas para perantau adalah suku Jawa. Kendatipun para penggemar DK tidak hanya suku Jawa. Pesannya sangat jelas, yakni agar orang tidak mudik. Selain itu ia mengajak agar warga bersatu melawan Corona. Jika tidak bersatu mustahil bangsa Indonesia bisa menghadapi wabah yang tidak saja merusak kesehatan, tetapi juga memporakporandakan perekonomian, ketahanan pangan, dan keamanan.

Sebagai penyanyi DK memilih saluran lagu yang bisa didengarkan melalui radio, televisi, dan media sosial, seperti YouTube yang bisa dinikmati melalui gadget. Dengan demikian pesannya bisa menembus batas ruang dan waktu. Mengenai efek pesan lagu ini setidaknya sudah tercapai secara kognitif dan mungkin juga afektif. Karena dengan mendengarkan lagu-lagu DK, para *Sobat Ambyar* mengerti bahwa sebaiknya tidak usah mudik, tetap di rumah, menjaga kebersihan, dan tidak berkerumun. Saat mendengarkan imbauan ini mereka dalam hati mungkin saja membenarkan seruan penyanyi pujaannya. Namun apakah mereka kemudian mematuhi pesan DK agar tidak mudik? *Allahu'alam bisawab.*

### Daftar Pustaka

- Henri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif. Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [www.kompas.com](http://www.kompas.com). Update Corona Dunia 31 Mei: 6,1 Juta Orang Terinfeksi, 2,73 Juta Sembuh, Diakses pada Minggu, 31 Mei 2020 pukul 15.00 WIB.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ploff, Richard M. 2003. *The Dynamic of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21<sup>th</sup> Century*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Stiff, James B dan Paul A. Mongeau. 2016. *Persuasive Communication* 3<sup>rd</sup> Edition. New York: The Guilford Press.

# Mudik dalam Perspektif Antropologi (Analisis terhadap Kontra Larangan Mudik di Masa Pandemi)

TELLYS CORLIANA

**M**udik Idul Fitri merupakan peristiwa tahunan yang sudah berlangsung sejak puluhan tahun, sehingga menjadi tradisi khas masyarakat Indonesia. Tradisi ini memiliki sisi positif secara sosial, karena merupakan ajang silaturahmi dengan keluarga besar, orangtua, kerabat, teman dan sahabat. Menjelang Idul Fitri 1441 H pemerintah melarang warga untuk mudik, demi mencegah merebaknya pandemi Covid-19 yang sudah menyebar ke 34 provinsi. Larangan ini tertuang dalam Peraturan Menteri Perhubungan No 25 Tahun 2020 tentang pengendalian transportasi selama musim mudik Idul Fitri 1441 Hijriah.

Penularan Covid-19 terjadi melalui percikan ludah atau ingus (*droplet*) dari orang yang tubuhnya sudah membawa virus. Karena itu, saat berinteraksi kemungkinan ia bisa memercikkan ludahnya kepada orang di sekitarnya.

Setiap tahun peristiwa mudik menjadi berita utama di berbagai media, karena biasanya diwarnai dengan terjadinya kemacetan berjam-jam di jalur pantura Jawa. Mudik sudah menjadi tradisi yang berlangsung puluhan tahun dan merupakan ciri khas menjelang Hari Raya Idul Fitri. Karena merupakan tradisi, orang menganggapnya sebagai suatu keharusan. Jika tidak mudik, maka sama saja dengan melanggar tradisi. Karena itu, masyarakat dari berbagai kalangan



merasa harus menjalaninya sekalipun harus rela menempuh perjalanan panjang yang melelahkan. Baik keluarga berada maupun keluarga kurang mampu, keluarga muda atau keluarga dengan anak yang sudah besar-besar, semua memiliki keinginan yang sama, yaitu mudik.

Fenomena mudik terjadi seiring dengan adanya migrasi masyarakat dari satu tempat ke tempat lain. Seperti perpindahan dari desa ke kota yang disebut urbanisasi. Tetapi tidak menutup kemungkinan migrasi terjadi antar pulau bahkan antar negara. Perpindahan ini terjadi, karena kota dianggap sebagai pusat perkembangan budaya dan pusat kehidupan yang tidak dibatasi oleh alam. Karena itu, kota dianggap merupakan tempat yang sesuai untuk mengembangkan karier dan kehidupan yang lebih maju. Sementara desa dianggap sebagai wilayah yang natural yang bagi sebagian orang dianggap sulit untuk mengembangkan diri, karena berbagai keterbatasan. Itu sebabnya alasan orang bermigrasi ke kota-kota besar adalah untuk mencari penghidupan.

Menurut Antropolog Neil Mulder, mudik merupakan proses migrasi lokal yang berlangsung secara temporer. Disamping itu, juga merupakan simbol kultur komunalitas yang terjadi pada masyarakat pada masa libur panjang, seperti Hari Raya Idul Fitri (Lebaran), Natal atau tahun baru. Sebagai simbol komunal, masyarakat Indonesia menganggap mudik penting untuk kembali ke komunitas asalnya setelah sekian lama berada jauh dari kampung halaman. Melalui mudik ini para urban mencoba melekatkan kembali identitas asal mereka. Saat yang tepat untuk mudik adalah pada Hari Raya, ketika ada libur panjang, ada cukup banyak uang setelah setahun bekerja, dan ada pula momen untuk bersilaturahmi dengan keluarga.

Lebaran kali ini situasinya berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Hampir seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia, sedang mengalami pandemi Covid-19 yang proses penularannya melalui percikan ludah (*droplet*). Itu sebabnya mudik menjadi peluang besar untuk terjadinya penularan. Guna mencegah penularan tersebut, pemerintah pada 24 April 2020 menetapkan larangan mudik untuk semua lapisan masyarakat. Larangan ini tertuang dalam Peraturan Menteri Perhubungan No 25 Tahun 2020 tentang pengendalian transportasi selama musim mudik Idul Fitri 1441 Hijriah.

Ternyata tidaklah mudah untuk menerapkan larangan tersebut

pada masyarakat. Masih banyak warga masyarakat yang nekad mudik dengan berbagai cara agar terbebas dari portal pemeriksaan yang dijaga pihak berwenang. Hasil kajian Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menunjukkan, dari 3.853 responden sebanyak 43,78% menjawab akan tetap mudik meski sadar bahwa kepulangan mereka ke kampung halaman bisa memperluas penularan Covid-19. Warga banyak melakukan upaya yang tidak logis, seperti menyewa mobil *container*, menggunakan mobil boks, bahkan mobil molen. Semua itu dilakukan sebagai upaya menghindari pemeriksaan petugas. Meskipun banyak yang gagal mudik, karena terbongkar penularannya, namun tetap banyak pemudik yang lolos dengan melalui jalan-jalan tikus.

Mereka yang tidak patuh (baca: *ngeyel*) berasal dari berbagai kalangan, baik kalangan bawah, menengah, maupun atas yang terdidik sekalipun, yang seharusnya sangat paham akan bahaya Covid-19 bagi kesehatan manusia. Mereka yang terpelajar seharusnya ikut membantu pemerintah menyosialisasikan kebijakan ini pada masyarakat awam, namun mereka sendiri malah melanggar aturan. Mereka “mewajibkan diri” untuk mudik dengan segala resikonya.

### **Asal-Usul Budaya Mudik di Indonesia**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia daring, kata mudik berasal dari kata *udik*. Artinya, pulang ke *udik* atau kekampung halaman pada saat lebaran. Kata ini kemudian dimaknai bahwa pada saat lebaran orang akan berbondong-bondong pulang ke kampung halaman mereka.

Bila dikaitkan dengan tradisi, menurut budayawan Umar Kayam (2002), mudik merupakan suatu tradisi primordial masyarakat petani Jawa. Hal ini bermula jauh sebelum kerajaan Majapahit, ketika ada perluasan kerajaan sampai di luar wilayah Jawa. Banyak punggawa istana yang ditempatkan di wilayah perluasan kerajaan yang jauh dari pusat kerajaan. Kegiatan pulang kampung awalnya digunakan untuk membersihkan pekuburan atau makam leluhur dan berdoa pada dewa-dewa agar para perantau mendapat keselamatan dan keluarga yang ditinggalkan terhindar dari masalah.

Pada zaman modern, ketika kota, seperti Jakarta mulai berkembang pesat pada 1970-an menyebabkan banyak terjadi urbanisasi dari desa

ke kota dengan tujuan mencari nafkah atau bekerja di perkotaan yang memiliki peluang besar. Sehingga pada waktu-waktu libur panjang yang biasanya terjadi pada saat hari raya atau lebaran digunakan untuk pulang ke kampung halaman. Ada beberapa alasan orang melakukan kegiatan mudik, menurut sosiolog Arie Sudjito (2012) setidaknya ada empat alasan pulang kampung dari perantau-perantau tersebut. *Pertama*, mencari berkah dengan cara bersilaturahmi dengan orangtua, kerabat maupun tetangga di kampung halaman. *Kedua*, sebagai terapi psikologis dari kejenuhan sehingga para pemudik ini memanfaatkan libur lebaran sebagai penyegaran kembali dari rutinitas pekerjaan. *Ketiga*, mengingatkan asal-usul. Banyak dari perantau yang berkeluarga di perantauan sehingga momen mudik dijadikan sebagai waktu untuk mengingat asal-usul mereka. *Keempat*, mudik seringkali juga sebagai ajang unjuk diri atas keberhasilan yang telah diperoleh di perantauan,

Secara moral spiritual mudik sering kali dianggap sebagai bentuk bakti anak kepada orangtua yang disimbolkan dengan kegiatan sungkeman atau ziarah bagi orangtua yang sudah tiada yang dilakukan pada saat hari raya Idul Fitri. Ajang silaturahmi yang dilakukan di saat lebaran kepada keluarga, teman dan relasi secara tidak langsung juga semakin mempertegas bahwa manusia adalah makhluk sosial yang akan selalu hidup berinteraksi dengan manusia lain dan membentuk komunitas. Silaturahmi di saat lebaran atau mudik dapat merupakan satu bentuk pelestarian komunitas tersebut.

### **Mudik sebagai *Charge* Budaya**

Proses perubahan budaya di masyarakat sangat cepat, terutama pada era globalisasi saat ini. Ditambah pula dengan kemajuan teknologi komunikasi di mana persentuhan budaya dipermudah dengan sarana komunikasi tanpa harus berinteraksi secara fisik. Perpindahan penduduk dari satu tempat ke tempat lain sangat memungkinkan terjadinya perubahan budaya pada pendukung suatu budaya. Perubahan bisa terjadi secara internal maupun secara eksternal, perubahan yang dipengaruhi dari dalam diri individu yang bersangkutan bisa terjadi karena adanya proses pendidikan atau sosialisasi sedangkan secara eksternal terjadi karena adanya faktor dari luar diri individu seperti perubahan terhadap adaptasi lingkungan

sekitar. Misalnya seorang urban tentunya akan banyak menyesuaikan diri ketika tinggal di perkotaan karena lingkungan kota yang berbeda dengan lingkungan tempat asalnya.

Namun demikian perubahan padai era globalisasi ini seringkali sulit dibedakan apakah perubahan dari dalam atau dari luar kebudayaan yang bersangkutan. Hal ini disebabkan hampir tidak ada budaya yang terisolasi, karena begitu terbukanya sarana komunikasi saat ini. Bisa dibayangkan perubahan yang akan terjadi pada seorang individu terhadap budayanya. Hal ini akan semakin kuat apabila seseorang bermigrasi ke tempat lain, seperti urbanisasi misalnya. Nilai-nilai budaya bahkan perilaku seorang urban seringkali berubah dari asalnya, karena adanya proses adaptasi dan enkulturasi dengan budaya dimana dia berada.

Lalu apa kaitan hal tersebut dengan permasalahan mudik? Tentu sangat berkaitan kalau kita coba melihat dari perspektif antropologi. Setiap orang memiliki asal-usul dalam sistim kekerabatan atau yang biasa kita sebut nenek moyang dan disitulah setiap orang berasal, bersosialisasi, berinteraksi sosial dan mengenal nilai-nilai yang dianut oleh kelompoknya. Ketika seseorang terpisah atau jauh dari kelompoknya maka sangat dimungkinkan orang tersebut mengalami perubahan secara budaya atau perlahan budaya asalnya akan terkikis dan memudar serta berganti dengan budaya yang baru. Seperti yang dijelaskan oleh teori difusi bahwa budaya menyebar karena proses migrasi yang dilakukan individu atau masyarakat pendukungnya dari satu tempat ketempat yang lain, yang kemudian akan terjadilah proses akulturasi atau asimilasi. Namun demikian individu yang membawa keluar budayanya dari komunitasnya tetap memiliki pemahaman tentang budaya asal meskipun mungkin terjadi akulturasi dengan budaya yang baru. Sehingga seringkali kita dapati masyarakat di perantauan sudah tercampur budayanya dengan budaya di mana dia tinggal atau budaya pedesaan yang tercampur atau bahkan berubah dengan budaya perkotaan.

Seringkali para perantau tersebut tidak lagi melakukan tradisi atau kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan komunitas asalnya. Secara tidak langsung terjadi proses pemudaran budaya asli. Mereka mulai tidak mengenal atau lupa akan tradisi-tradisi dalam budaya induknya bahkan mungkin keturunan mereka tidak mengenal budaya nenek

moyangnya. Pada titik ini lah mudik lebaran memiliki arti penting secara antropologis tidak hanya sekedar mereka dapat berziarah ke makam orang tua, bersilaturahmi dengan kerabat dan teman-teman lama tetapi juga membuka kembali ingatan akan tradisi atau kebiasaan budaya baik itu terkait dengan nilai, norma, perilaku, silsilah kerabat dan hal-hal lain yang berkaitan dengan unsur-unsur budaya.

Satu hal yang dimiliki manusia, menurut Cassirer (1987), yang berbeda dengan makhluk lain yaitu ingatan. Ingatan ini merekam beberapa “jejak” pengalaman masa lalu sehingga jejak- jejak ini berpengaruh pada reaksi masa depan. Ingatan merupakan proses pengakuan dan identifikasi, satu proses ideasional yang sangat kompleks. Kesan-kesan masa lalu tidak hanya harus diulangi, tetapi juga harus ditata dan ditempatkan serta diacukan pada titik yang berbeda. Mengingat kembali bagi manusia bukan hanya sekedar pengulangan tapi kelahiran kembali yang merupakan proses kreatif dan konstruktif. Tidak hanya memilah data tertentu dari pengalaman masa lalu, ingatan manusia harus mengumpulkan kembali, menata, mencari sintesis mengarahkan pada focus pemikiran. Pengumpulan Kembali seperti inilah yang menjadi ciri khas manusia yang berbeda dengan hewan.

Terkait dengan hal tersebut mudik secara antropologis merupakan satu bentuk mekanisme untuk mengingatkan kembali manusia (urban) akan asal-usul, tradisi, dan nilai-nilai budayanya yang mungkin sudah pudar, karena semakin jauh dari komunitas budaya aslinya. Kembalinya para urban atau migran ini secara tidak langsung akan terjadi rekonstruksi terhadap budayanya. Dengan kembali ke situs asalnya, maka akan membuka kembali ingatannya tentang pengalaman dan proses sosialisasi yang pernah dialami. Menyegarkan kembali nilai-nilai kulturalnya yang mulai luntur. Melalui mudik inilah terjadi penguatan-penguatan kembali terhadap budaya asalnya yang mulai melemah. Ibarat sebuah *hand phone* yang lemah baterainya, maka harus segera di-charge untuk menguatkan kembali dayanya agar tidak “mati”.

Dengan melakukan mudik para urban seperti men *charge* kembali nilai-nilai, tradisi dan pengalaman-pengalaman budayanya sehingga menguat kembali. Bagi generasi barunya dikenalkan budaya asalnya dengan melihat situs budayanya secara langsung, mengamati dan mempelajari nilai-nilai tradisinya secara langsung tidak melalui

penceritaan yang kadang tidak terhubung dengan realitas. Rekonstruksi budaya berproses kembali ketika seseorang pulang kampung.

Secara antropologis setiap manusia ingin memiliki identitas kelompok yang membedakannya dengan kelompok lain. Oleh karenanya penguatan-penguatan budaya menjadi sesuatu yang penting, meskipun ia berada jauh dari komunitas budayanya. Ada kebanggaan tersendiri, karena memiliki asal-usul yang membedakannya dengan kelompok lain. Oleh karenanya mudik bagi para migran menjadi hal yang penting untuk kembali sejenak menyegarkan dan menguatkan kembali identitas budayanya yang melemah ketika jauh di perantauan. Selain itu ada romantisme tersendiri bagi pemudik ketika mereka kembali ke kampung halaman untuk mengecap kembali kebiasaan-kebiasaan budaya yang mereka tinggalkan selama bermigrasi.

Mudik juga merupakan satu mekanisme pelestarian budaya. Pendukung satu budaya yang terpisah jauh dari wilayah budaya asalnya karena migrasi akan bersentuhan dengan budaya baru atau budaya lain sehingga seringkali mengalami pergeseran budaya. Melalui mudik atau pulang kampung mereka diingatkan kembali pada budaya asalnya untuk kemudian dapat menularkan pada generasi berikutnya. Bagaimanapun proses sosialisasi akan terus berulang, sehingga selama pendukung budaya masih tetap eksis maka suatu budaya akan terus hidup.

Dalam situasi pandemik saat ini, pelarangan mudik secara resmi oleh pemerintah melalui Peraturan Menteri Perhubungan No 25 Tahun 2020 tentang Pengendalian Tansportasi selama musim mudik Idul Fitri 1441 Hijriah, tidak menyurutkan niat sebagian besar masyarakat untuk tetap mudik. Banyak diantara mereka yang nekad mudik dengan berbagai cara untuk mengelabui petugas portal penjagaan. Banyak alasan para migran untuk tetap mudik meski dalam kondisi yang membahayakan dirinya maupun orang lain. Alasan-alasan tersebut, antara lain menengok orang tua, bersilaturahmi, dan berziarah.

Alasan-alasan tersebut konkrit dan bersifat obyektif serta dapat dijelaskan. Namun tanpa mereka sadari, alasan mendasar sebagai manusia yang memiliki identitas budaya adalah menguatkan kembali identitas budayanya yang melemah selama berada di rantau. Selama mudik mereka menapak tilas ke situs budaya mereka untuk memoles budayanya yang mulai luntur.

## Daftar Pustaka Buku

Cassirer, Ernst. 1987. *Manusia dan Kebudayaan: sebuah Esei tentang Manusia*. Jakarta : PT Gramedia

Dalam CSIS Commentaries DMRU-052-ID

Devina Halim. 2020. Korlantas Polri: Masih Ada Masyarakat yang Nekat Mudik Lewat Jalan Tikus. [https://nasional.kompas.com/read/2020/04/27/14234391/korlantas-polri-masih-ada-masyarakat-yang-nekat-mudik-lewat-jalan-tikusdiaksespada 5 Juni 2020 pukul 23.00](https://nasional.kompas.com/read/2020/04/27/14234391/korlantas-polri-masih-ada-masyarakat-yang-nekat-mudik-lewat-jalan-tikusdiaksespada%205%20Juni%202020%20pukul%2023.00)

### Internet

Kajian LIPI: Di Tengah Pandemi Covid-19, Ribuan Orang Tetap Akan Mudik Lebaran [https://www.beritasatu.com/nasional/620663-kajian-lipi-di-tengah-pandemi-covid19-ribuan-orang-tetap-akan-mudik-lebaran%20\(diakses%20pada%20tanggal%2030%20April%202020%20pukul%2012diakse spada 5 Juni 2020 pukul 23.00](https://www.beritasatu.com/nasional/620663-kajian-lipi-di-tengah-pandemi-covid19-ribuan-orang-tetap-akan-mudik-lebaran%20(diakses%20pada%20tanggal%2030%20April%202020%20pukul%2012diakse%20spada%205%20Juni%202020%20pukul%2023.00)

Pahrudin H M. 2010. Memahami Teori Evolusi dan Teori Difusi dalam Antropologi. <https://roedijambi.wordpress.com/2010/02/11/teori-evolusi-dan-difusi-kebudayaan-analisis-komparatif-terhadap-dua-paradigma-dalam-antropologi/amika> Kehidupan Masyarakat. Diaksespada 5 Juni 2020 pukul 23.00

Sudjito, Arie. 2012. *Mudik Lebaran*. Yogyakarta : Gajah Mada.

Umar Kayam, 2002. Seni, Tradisi, Masyarakat. Yogyakarta: Penerbit Pinus.

Yazid, Ega Kurnia. 2020. Game Theory di Balik Dilema Mudik Lebaran saat Pandemi COVID- 19

# Strategi Pengusaha UMKM Bertahan di Tengah Pandemi

TITIN SETIAWATI

Pandemi Covid-19 yang mulai memasuki Indonesia pada Maret 2020 hingga saat buku ini ditulis belum diketahui kapan akan berakhir. Berbagai usaha telah dilakukan, baik oleh pemerintah maupun masyarakat untuk mencoba meminimalisasi dampak Covid-19. Mulai dari pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa kota dan provinsi, *social* dan *physical distancing*, hingga masyarakat yang dengan kesadaran sendiri mengurangi aktivitas di luar rumah.

Hingga akhir Juli 2020 setidaknya tercatat 98.778 orang yang terkonfirmasi positif Corona, 4.781 orang di antaranya meninggal dunia dan 56.665 lainnya dinyatakan sembuh. Di Indonesia angka kematian per satu juta penduduk menduduki angkat tertinggi kedua setelah Filipina.

Akibat yang timbul dari pandemi ini begitu banyak, mulai dari kegiatan belajar mengajar dan bekerja yang dari rumah, kecemasan masyarakat tertular virus, ketakutan tenaga medis tak akan bisa lagi bekerja, karena kekurangan alat kesehatan dan alat pelindung diri (APD) serta obat-obatan, hingga ke masalah sosial dan ekonomi seperti maraknya kejahatan.

Secara ekonomi, Indonesia mengalami dampak yang cukup serius. Menteri Keuangan Sri Mulyani mengungkapkan bahwa ekonomi Indonesia pada kondisi terburuknya bisa mencapai minus 0,4 persen ([www.voaindonesia.com](http://www.voaindonesia.com), 22/04/2020). Kegiatan usaha besar maupun kecil banyak yang tak mampu bertahan. Semua karena dampak



Covid-19 yang menyebabkan kegiatan berkurang bahkan terhenti, sehingga konsumsi rumah tangga juga berkurang.

Lesunya perekonomian mendorong terjadinya gelombang PHK akibat Covid-19. Hingga pertengahan April 2020, sekira 2,8 juta pekerja terkena PHK. ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com), 22/04/2020) Diiperkirakan PHK masih akan bertambah seiring dengan lesunya ekonomi. Data lain menyebutkan bahwa ada penambahan pengangguran hingga 5,2 juta orang ([www.okezone.com](http://www.okezone.com), 22/04/2020).

Sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang selama ini menjadi *safety net* atau jaring pengaman ketika krisis seperti krisis moneter tahun 1998, untuk saat ini juga ikut terdampak. Pada waktu krisis tahun 1998, ketika banyak perusahaan besar yang berguguran, sektor UMKM justru mengalami kenaikan ekspor hingga 350%, hal ini dikarenakan karena kenaikan nilai dollar, sehingga menjadi keuntungan tersendiri bagi pengusaha UMKM yang mengeksport barang, utamanya kerajinan, hasil laut dan rempah-rempah. Saat pandemi seperti sekarang, kondisi perekonomian kita tujuan ekspor pun mengalami pelambatan, sehingga tidak lagi bisa menjual barang dengan lancar. Tetapi berbeda kondisinya dengan saat pandemi Covid-19 saat ini karena hampir semua negara terdampak, sehingga semua sektor termasuk UMKM juga mengalami kesulitan dan membutuhkan strategi khusus untuk bertahan.

Akibat pelambatan ekonomi, maka banyak pengusaha UMKM baik yang berorientasi ekspor maupun lokal yang tidak mampu lagi membayar biaya usaha dan karyawannya. Hal ini membuat sektor usaha kecil juga mengalami kesulitan untuk bertahan.

Selain itu, kelangkaan barang dan jasa juga menjadi kekhawatiran tersendiri bagi masyarakat akibat banyaknya usaha yang gulung tikar. Banyaknya usaha yang tutup, maka pekerja dari sektor informal yang kemudian memutuskan untuk kembali ke kampung halamannya mengikuti keluarga lain yang lebih dulu pulang kampung karena tidak mempunyai pekerjaan atau penghasilan lagi, padahal kebutuhan tidak dapat ditunda, sehingga sektor tertentu yang tergantung dengan pekerja informal mengalami kesulitan produksi.

## Munculnya Pelaku UMKM Baru

Para pelaku usaha yang tidak pernah berpikir mengenai kondisi akibat adanya pandemi Covid-19 ini kemudian harus berjibaku untuk menyesuaikan diri dengan kondisi baru. Penyesuaian ini demi mempertahankan usaha yang telah berjalan. Namun dari semua dampak negatif tersebut, lahirlah pengusaha-pengusaha UMKM baru.

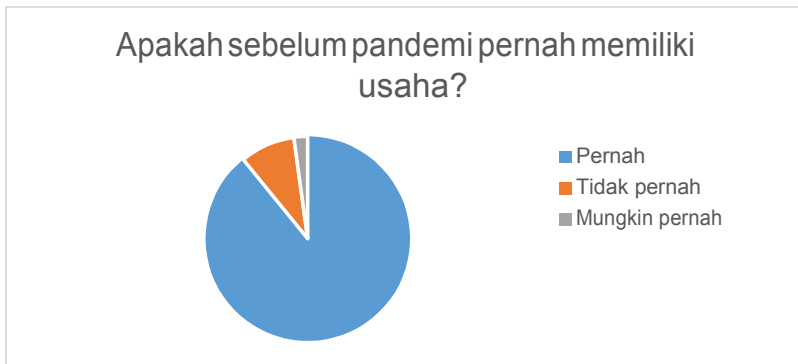
Penulis melakukan survei mandiri guna mengetahui penyesuaian oleh pengusaha UMKM demi mempertahankan kelangsungan usaha, dan jumlah pengusaha UMKM yang baru.

Survei ini merupakan survei *purposive sampling* dengan menentukan kriteria *sample* survei merupakan pengusaha skala mikro, kecil, atau menengah yang masih terus berusaha untuk mempertahankan usahanya di tengah pandemi atau justru pengusaha UMKM yang memulai usaha setelah adanya pandemi.

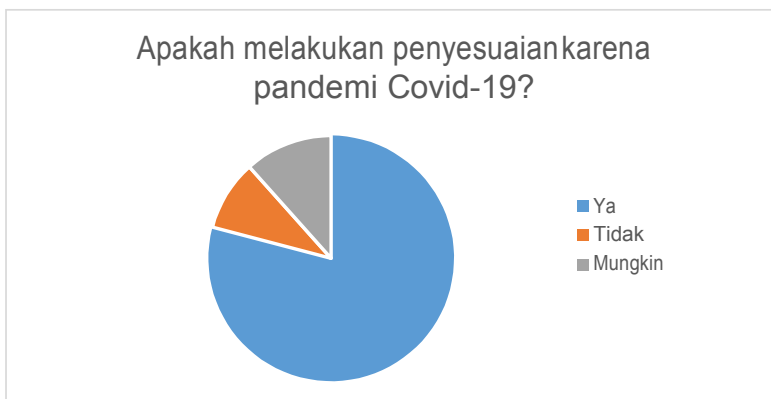
Menurut Dr. Edi Suryadi, dkk *purposive sampling* adalah penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti sehingga hanya anggota populasi yang memenuhi kriteria tersebut yang diambil sebagai sampel penelitian.

Survei disebarakan melalui aplikasi Whatsap, baik grup maupun pribadi secara acak, dan direspon oleh 47 orang pengusaha UMKM yang bersedia mengisi dan mengembalikan form akhir. Adapun hasil dari survei adalah sebagai berikut.

Dari semua pengusaha UMKM yang mengikuti survei, sebanyak 89,10% (41 orang) adalah orang yang sebelum pandemi telah memiliki usaha, sebanyak 8,7% (4 orang) sebelum pandemi tidak memiliki usaha, dan 2,2% (1 orang) menyatakan mungkin sebelum pandemi pernah memiliki usaha. Sebanyak 89% pengusaha merupakan pengusaha yang berusaha mempertahankan usahanya sisanya adalah pengusaha baru.

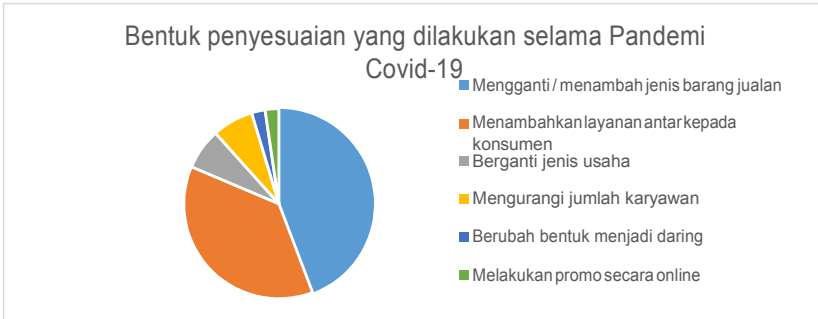


Salah satu cara yang dilakukan oleh para pengusaha UMKM demi mempertahankan usahanya adalah dengan melakukan penyesuaian. Baik dalam situasi pandemi maupun dalam situasi biasa sebetulnya penyesuaian dalam berbagai hal adalah sesuatu yang biasa dilakukan oleh pengusaha. Akan tetapi di tengah pandemi Covid-19 ini, sebesar 79,1% (34 orang) menyatakan melakukan penyesuaian karena adanya pandemi Covid-19, sebanyak 9,3% (4 orang) tidak melakukan penyesuaian, dan sebanyak 11,6% (5 orang) menyatakan mungkin menyesuaikan usaha karena pandemi Covid-19.

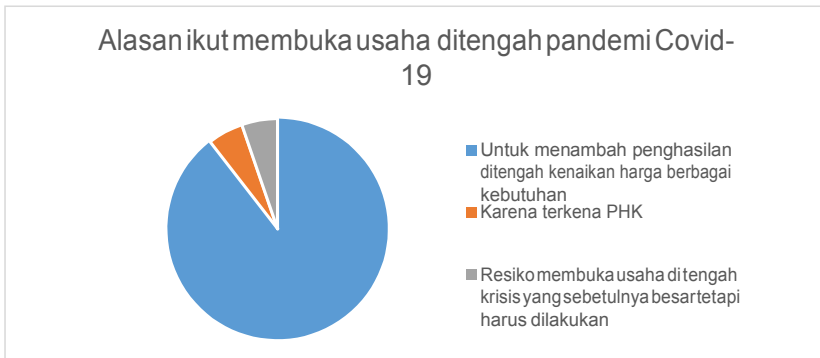


Berbagai bentuk yang dilakukan oleh pengusaha untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19. Diantaranya adalah sebanyak 44,2% (19 orang) adalah dengan menambah atau mengganti jenis barang, sebanyak 37,2% (16 orang) adalah dengan menambahkan layanan antar untuk konsumen, sebanyak 7% (3 orang) adalah dengan berganti jenis usaha, sebanyak 7% (3 orang) dengan mengurangi jumlah karyawan,

2,3% (1 orang) mengubah usahanya menjadi usaha daring, dan 2,3% (1 orang) dengan melakukan promo secara daring.

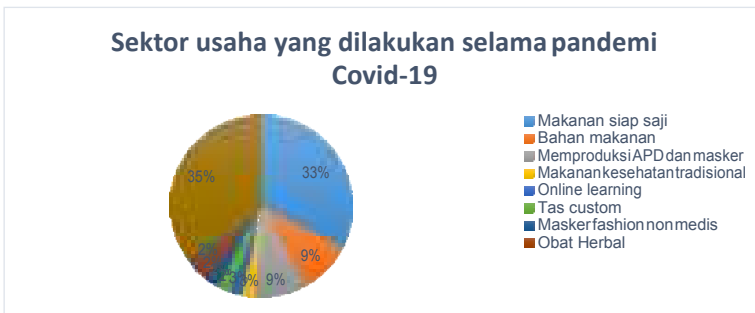


Sementara itu untuk pengusaha baru yang sebelumnya tidak atau belum pernah memiliki usaha, alasan terbesar untuk ikut terjun ke dalam dunia usaha adalah sebanyak 89,5% (19 orang) menyatakan karena untuk menambah penghasilan ditengah kenaikan harga berbagai kebutuhan, 5,3% (1 orang) menyatakan karena terkena PHK, dan 5,3% (1 orang) menyatakan resiko untuk membuka bisnis di tengah krisis yang lebih besar tetapi harus dijalani.

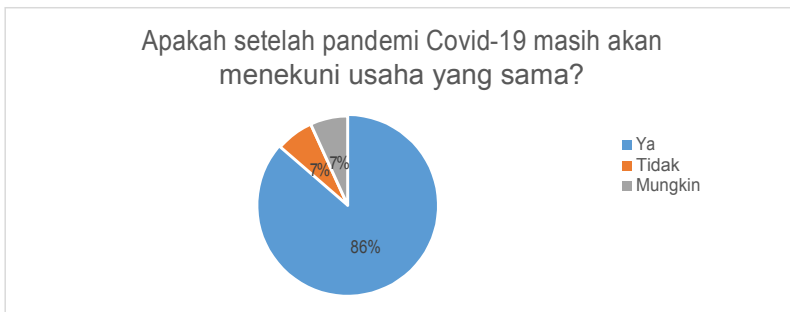


Sementara sektor usaha yang dijalani selama masa pandemi Covid-19 merupakan usaha yang dianggap bisa bertahan di tengah krisis. Adapun pilihan sektor usaha yang dilakukan adalah sebanyak 31,8% (14 orang) makanan siap saji, 22,7% (10 orang) bahan makanan, 9,1% (4 orang) dengan memproduksi APD dan masker, 2,3% (1 orang) menjual makanan atau minuman kesehatan tradisional, 2,3% (1 orang) dalam bidang *online learning*, 2,3% (1 orang) memproduksi tas custom, 2,3% (1 orang) memproduksi masker *fashion* non medis,

2,3% (1 orang) menjual obat herbal, 2,3% (1 orang) menjual makanan ringan, dan 15,9% (15 orang) melakukan usaha lainnya.



Dan pada akhirnya hampir sebagian besar menyatakan masih ingin menekuni bidang usaha yang dilakukan saat pandemi meskipun nanti pandemi Covid-19 telah berlalu. Dengan besaran 86,4% (38 orang) menyatakan masih ingin menekuni usaha yang sekarang dilakukan, 6,8% (3 orang) menyatakan tidak akan menekuni usaha yang dilakukan selama pandemi, dan 6,8% (3 orang) menyatakan mungkin masih akan menekuni usaha yang dilakukan selama pandemi.



Dari hasil survei kecil tersebut kita mengetahui bahwa sektor UMKM masih banyak yang bisa bertahan di tengah situasi yang serba tidak pasti akibat adanya pandemi Covid-19 ini dengan mengadakan berbagai penyesuaian. Penyesuaian yang paling banyak dilakukan adalah dengan menambah atau mengganti jenis usaha, menyediakan layanan pengantaran dan juga memperkuat promosi dan penjualan melalui media daring.

Bagi pengusaha UMKM pilihan untuk mengurangi karyawan adalah pilihan yang tidak banyak dilakukan. Terbukti dari survei

hanya 7% yang melakukan penyesuaian dengan mengurangi karyawan. Karena bagi sektor UMKM hubungan antara karyawan dengan pemilik usaha yang masih berskala kecil seringkali bukan hanya hubungan profesional saja tetapi juga hubungan kekerabatan atau hubungan yang memiliki kedekatan tertentu.

Faktor lain adalah dalam bidang UMKM, tenaga kerja sering menjadi permasalahan sendiri. Mencari tenaga kerja bagi UMKM masih lebih sulit dibanding dengan perusahaan yang lebih besar. Pertimbangan bahwa fasilitas yang diterima pekerja UMKM biasanya lebih sederhana dan tidak selengkap perusahaan besar sering menjadi pertimbangan utama pekerja untuk tidak bekerja di sektor UMKM dan memilih ke perusahaan yang lebih besar.

Di sisi lain, ada hal menarik soal UMKM selain kemampuannya untuk menyesuaikan diri di tengah pandemi, yaitu fenomena kemunculan pengusaha UMKM baru yang mencapai 8,7 persen. Dari keseluruhan pengusaha baru ini, 89 persen menyatakan karena ingin menambah penghasilan di tengah kenaikan harga berbagai kebutuhan dan 5 persen menyatakan karena terkena PHK sehingga harus bertahan hidup dengan menjadi pengusaha UMKM. Pilihan menjadi pengusaha UMKM ini tentu saja merupakan pilihan yang akan dipilih karena dalam situasi krisis seperti saat ini, orang harus realistis bahwa kemungkinan untuk mendapatkan pekerjaan setelah terkena PHK sangat kecil. Sehingga untuk bertahan hidup orang yang terkena PHK akan memilih untuk menjadi pengusaha UMKM.

Dari berbagai hal yang dipaparkan diatas, kita mengetahui bahwa banyak UMKM yang tetap bisa bertahan karena kemampuannya untuk melakukan penyesuaian. Usaha yang kecil dengan jumlah karyawan yang tidak begitu besar dan hubungan yang terbangun antara pemilik dan pekerja tidak semata hubungan profesional tentu saja lebih mudah dalam penyesuaiannya dibanding perusahaan besar yang jumlah karyawannya banyak dengan hubungan profesional antara pemilik dan karyawan. Karena dengan adanya faktor kedekatan tentu saja akan memudahkan berbagai penyesuaian yang memang dibutuhkan.

Dari sekian banyak jenis usaha, usaha makanan beserta olahannya merupakan jenis usaha yang dinilai terkena dampak paling minimal. Terbukti dari jenis usaha mulai dari bahan makanan yang mencapai 14%, makanan ringan 4%, makanan kesehatan tradisional 3%, dan

makanan siap saji yang mencapai 50% merupakan jenis usaha yang paling banyak digeluti. Melihat hal ini memang kebutuhan akan makanan merupakan kebutuhan yang tidak akan berhenti, dan tidak bisa ditunda. Orang bisa saja tidak membeli kebutuhan lain akan tetapi tidak akan bisa menunda pembelian makanan, sehingga kebutuhan akan makanan tidak pernah surut.

Selain itu semangat untuk tetap *survive* di tengah pandemi menjadikan UMKM tetap hidup. Dalam hal komunikasi, para pelaku usaha UMKM paling banyak melakukan penyesuaian dengan cara melakukan promosi secara daring dan mengubah usahanya menjadi usaha daring. Selama pemberlakuan PSBB dan aturan *social distancing*, para pelaku usaha ini menjadikan sarana komunikasi daring menjadi tempat berpromosi yang efektif, tentu saja dengan menambahkan layanan antar gratis bagi pembeli supaya pembeli tidak perlu keluar dari rumah untuk berbelanja, sehingga pembeli merasa nyaman dan tetap bisa memenuhi kebutuhannya dengan baik.

Selama pandemi berlangsung pola konsumsi masyarakat berubah, jika sebelumnya lebih banyak melakukan pembelian langsung sekarang pembelian daring menjadi lebih sering dilakukan. Di tengah kekhawatiran akan penularan Covid-19 yang bisa terjadi karena berinteraksi dengan orang lain dalam jarak dekat, belanja melalui daring memang dirasa salah satu cara belanja paling aman untuk masyarakat. Untuk itu pengusaha UMKM yang ingin bertahan juga harus melakukan berbagai penyesuaian demi ketahanan usaha yang dijalani.

Pandemi bisa menjadi musibah, tetapi bagi yang mau bersiap menyambut datangnya perubahan dan menyesuaikan keadaan, pandemi bisa menjadi peluang baru atau peluang untuk bertahan.

### **Daftar Pustaka**

- Suryadi, Darmawan & Mulyadi, 2019, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya  
[www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)  
[www.okezone.com](http://www.okezone.com)  
[www.voaindonesia.com](http://www.voaindonesia.com)

# Strategi Literasi Media dalam Penanganan Pandemi Covid-19

VANIA UTAMIE SUBIAKTO

**S**ekarang ini, Dunia sedang disibukkan dengan keberadaan Virus mematikan yang bernama Covid-19 atau disebut dengan Corona. Munculnya Virus Corona, mengutip *South China Morning Post*, berdasarkan catatan pemerintah China, disebutkan pasien pertama yang terinfeksi virus corona merupakan penduduk Hubei berusia 55 tahun pada tanggal 17 November 2019 (*South China Morning Post*, [https://www.scmp.com/podcasts/inside-china?gclid=EAIaIQobChMIoLXenoOd6QIVFQ4rCh3kDAe8EAAYASAAEgIDtPD\\_BwE](https://www.scmp.com/podcasts/inside-china?gclid=EAIaIQobChMIoLXenoOd6QIVFQ4rCh3kDAe8EAAYASAAEgIDtPD_BwE) diakses pada tanggal 5 Mei 2020 pukul 22.00). Pemerintah China kala itu, belum memiliki nama untuk virus corona. Mereka masih menyebut virus itu sebagai virus misterius. Namun korban pun semakin naik selang lima hari kemudian. Merujuk data WHO, munculnya kasus virus corona pertama kali terkonfirmasi di China pada 8 Desember 2019. Namun, WHO tidak melakukan penelusuran untuk melacak virus ini. WHO hanya berpatokan dengan data yang diberikan sejumlah negarayang terinfeksi virus ini (Vina Fadhrotul Mukaromah, Kompas.com diakses <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/02/094100465/china-tak-lagi-masuk-daftar-ini-10-negara-dengan-kasus-Covid-19-terbanyak>, pada tanggal 5 Mei 2020 pukul 22.47 wib)



Namun virus ini terus menyebar dan memakan banyak korban di Dunia antara lain China, Amerika Serikat, Spanyol, Italia, Inggris, Perancis, Jerman, Turki, Rusia, Iran, Brazil serta Indonesia menjadi negara yang terdampak adanya virus Corona. Indonesia merupakan salah satu negara yang terpapar virus Covid-19 sampai saat ini. Dimana Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari kurang lebih 18.000 pulau. Menyediakan ruang persembunyian yang luas diantara pulau-pulau tersebut. Dimana secara geografis terletak pada posisi strategis, yakni di persilangan antara dua benua (Benua Asia dan Benua Australia), dan dua samudera (Samudera Hindia dan Samudera Pasifik). Oleh karena itu, Indonesia mempunyai banyak kepulauan menjadi kekhawatiran tersendiri ketika virus Covid-19 tersebut muncul di Indonesia.

Pada awalnya, Indonesia merupakan salah satu negara yang belum terinfeksi. Namun ketika bulan Maret 2020, tanah air sudah mengonfirmasi kasus pertamanya sebanyak 2 orang yang terdeteksi virus tersebut. Semenjak kedatangan Warga Negara Asing asal Jepang yang bertemu dan berdansa dengan Warga Negara Indonesia pada tanggal 14 Februari 2020. Dengan adanya kejadian tersebut dan beberapa hari Warga Negara Asing asal Jepang tersebut positif terinfeksi virus corona. Tidak hanya itu, penari dansa warga negara Indonesia pun mengalami demam dan panas tinggi. Semenjak kejadian tersebut, kasus corona di tanah air mulai terinfeksi.

Data yang dilansir dari Gugus Covid-19 Republik Indonesia, data penyebaran di Indonesia pada 6 Mei 2020 pukul 22.22 WIB berjumlah pasien Positif Covid-19 sebesar 12.438 individu, jumlah pasien yang sembuh sebesar 2.317 individu serta jumlah pasien yang meninggal dunia sebesar 895 individu. Terlihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 1. Data Covid-19 di Indonesia Sumber : Gugus Covid-19

Virus corona (CoV) sendiri merupakan jenis virus yang dapat menginfeksi burung dan mamalia, termasuk manusia. Menurut World Health Organization (WHO) virus ini menyebabkan penyakit mulai dari flu ringan hingga infeksi pernapasan yang lebih parah seperti MERS-CoV DAN SARS-CoV. Realitas tersebut dibentuk karena adanya latar belakang virus Corona atau COVID-19, dimana kasus virus Corona atau COVID-19 dimulai dengan pneumonia atau radang paru-paru misterius pada Desember 2019. Kasus ini beredar diduga berkaitan dengan pasar hewan Huanan di Wuhan yang menjual berbagai jenis daging binatang, termasuk yang tidak bisa dikonsumsi, misal ular, kelelawar, dan berbagai jenis tikus.

Kasus infeksi pneumonia misterius ini memang banyak ditemukan di pasar hewan tersebut. Virus Corona atau COVID-19 diduga dibawa kelelawar dan hewan lain yang dimakan manusia hingga terjadi penularan secara massal. Coronavirus sebetulnya tidak asing dalam dunia kesehatan hewan, tapi hanya beberapa jenis yang mampu menginfeksi manusia hingga menjadi penyakit radang paru yang mengakibatkan kematian. Sebelum COVID-19 mewabah, dunia sempat heboh dengan SARS dan MERS, yang juga berkaitan dengan virus Corona. Dengan latar belakang tersebut, virus Corona bukan kali ini saja membuat warga dunia panik. Memiliki gejala yang sama-sama mirip flu, virus Corona berkembang cepat hingga mengakibatkan infeksi lebih parah dan gagal organ.

Dengan adanya gejala yang ditimbulkan oleh virus Covid-19 pada bulan Februari dan disusul dengan pernyataan presiden Jokowi di bulan Maret 2020 bahwa Indonesia sudah terpapar atau terinfeksi

positif virus Covid-19 atau Corona sebanyak 2 orang dan terjadi di daerah Depok Jawa Barat. Situasi tersebut menimbulkan keresahan baru di situasi kehidupan Negara Indonesia. Informasi. Sekarang ini, berbagai macam dapat dilakukan masyarakat untuk mencari tahu perkembangan virus Corona yang ditetapkan Bencana Nasional Non Alam dikarenakan virus ini sudah memakan banyak korban meninggal dan terinfeksi di Dunia.

Informasi mengenai perkembangan virus Covid-19, bisa diakses melalui internet. Internet yang saat ini dengan mudahnya diakses oleh semua kalangan melalui ponsel atau *smartphone* sering kali membuat seseorang menjadi ketagihan sehingga tidak mengenal waktu untuk mengaksesnya. Hal-hal yang tidak menyenangkan dari kemudahan mengakses Internet ini yang menjadikan adanya literasi media menjadi suatu hal yang penting. Karena mau tidak mau, pengakses berita yang harus diedukasi untuk dapat memanfaatkan Internet dengan baik terutama dalam memilah pemberitaan di dalam media sosial. Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media (Hobbs, 1996). Rubin (2003) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media ialah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut terhadap suatu fenomena. Maka dapat dikatakan bahwa adanya Internet atau media baru ini membuat pola komunikasi manusia berubah. Seseorang tidak hanya berada di posisi sebagai konsumen media tetapi juga dapat menjadi sebagai produsennya.

Kemampuan literasi media, khususnya media Internet, wajib dimiliki semua kalangan terutama pada generasi milenial yang tidak ingin tertinggal dan menjadi asing di antara lingkungan yang sudah diterpa arus informasi digital.

Diharapkan, literasi media para generasi milenial memiliki dampak yang positif dari penggunaan media Internet dan dapat mengurangi efek buruk dari penggunaan media tersebut serta informasi yang tidak dapat dipungkiri merembet pada hal negatif seperti: konsumerisme, budaya kekerasan, budaya *ngintip* pribadi orang, bahkan kematangan seksual lebih cepat terjadi pada usia anak-anak yang menjadikan dinamika baru di dalam media sosial saat ini (Rahmi, 2013). Tidak

hanya itu, diharapkan dalam penggunaan Internet, generasi milenial menjadikan *agent of change* yang memberikan edukasi dan informatif dari pemberitaan maupun perkembangan virus Covid-19 di Indonesia maupun di Dunia.

### **Masalah-Masalah Pandemi Covid-19 di Indonesia**

Di era reformasi ini, permasalahan demi permasalahan selalu ada di negara Indonesia. Permasalahan dapat menuai pro dan kontra terutama dalam kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Permasalahan timbul tidak hanya dari sisi medis saja, namun beberapa aspek terkena dampaknya. Aspek-aspek tersebut ialah aspek perekonomian, aspek hubungan transportasi, aspek pendidikan, aspek hubungan internasional, dan lain lain. Namun, sekarang ini, kasus pandemi tersebut masih terus ada dan belum usai teratasi di Indonesia. Bencana pandemi Covid-19 di Indonesia telah berlangsung 2 bulan sejak pertama kali Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mengumumkan adanya warga negara Indonesia yang terinfeksi virus tersebut.

Dengan munculnya kasus Covid-19 di Indonesia, menuai pro dan kontra dengan fasilitas dan kemampuan negara dalam mengatasi pandemi ini ditanah air tercinta. Dikarenakan begitu banyak masalah yang ditimbulkan yang belum teratasi oleh pemerintah Indonesia sampai saat ini terutama dalam permasalahan hak asasi manusia, korupsi, serta bencana alam sekalipun. Sejak munculnya kasus pandemi Covid-19 ada dan ditetapkan sebagai bencana nasional non alam yang terjadi di Indonesia. Masalah utama dalam pandemi Covid-19 ini adalah jumlah penderita dan kematian yang terus meningkat dari hari kehari. Kita bisa bayangkan awal mula dari 2 individu yang terpapar virus ini dan saat ini menjadi 12.438 Individu.

Dalam upaya pencegahan, deteksi dini dan respon terhadap Covid-19 ini menuai pro dan kontra serta menjadi keruwetan tersendiri. Dikarenakan pola kesadaran masyarakat Indonesia perlu dibangun terutama dalam mengikuti anjuran pemerintah yaitu *stay at home*. Kebijakan-kebijakan pun dimunculkan diharapkan meminimalisir adanya lonjakan penderita atau masyarakat yang terinfeksi virus tersebut. Kebijakan yang dimunculkan mulai dari penerapan *work from home*, *social distancing* dan *physical distancing*, sampai diberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang pastinya akan menuai

permasalahan baru bagi perekonomian Indonesia. Kesiapan negara harus ditingkatkan dan kewaspadaan negara harus digalakan apabila kasus penyebaran virus ini semakin berlarut dan dapat memakan banyak korban yang terinfeksi virus Covid-19.

Namun dengan adanya penerapan kebijakan-kebijakan menuai dampak baru di berbagai sektor riil dan bursa saham di Indonesia. Dan dampak yang paling dirasakan saat ini terhadap dampak perekonomian secara global, mengalami pelambatan pertumbuhan. Masalah yang paling signifikan dalam perekonomian di Indonesia ialah anjloknya perdagangan saham. Indeks Harga Saham Gabungan menjadi fenomena baru terjadi penurunan yang tajam. Mengutip analisis Sucor Sekuritas menjelaskan IHSG bisa berkemungkinan turun di bawah level 3000 dan akan berdampak pada kestabilan nilai tukar rupiah saat ini dimana rupiah di level Rp 16.575 per Dollar AS (Dewi Saptantinah Puji Astuti, staf Pengajar Prodi Akuntansi Unisri Surakarta, Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi UNTAG Surabaya, diakses di <https://www.suaramerdeka.com/news/opini/225802-ekonomi-di-masa-pandemi-covid-19>).

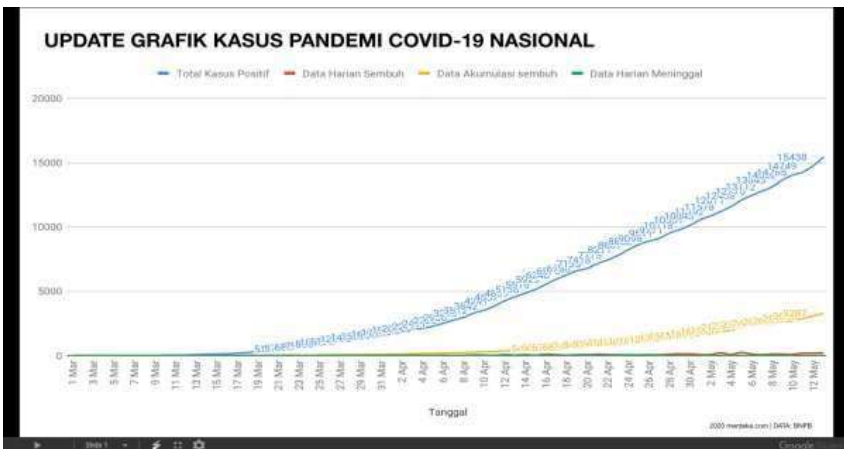
Keberadaan kebijakan pemerintah yang tidak berjalan ideal dengan diperbelakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Bahkan masyarakat masih memberanikan diri melalang keluar rumah tanpa dibekali alat pelindung seperti masker dan sarung tangan. Bahkan sistem operasional transportasi yang awalnya ditutup sekarang kebijakan berubah menjadi dibukanya transportasi yang membuat masyarakat jenuh atas kebijakan yang dianjurkan pemerintah tanpa adanya solusi untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.

## **Menelaah Pandemi Covid-19**

Penyakit Coronavirus (Covid-19) yang sedang menghantam berbagai Negara menjadikan polemik tersendiri. Penyakit Coronavirus (Covid-19) yang asal mula keberadaannya di Negara China. Dimana Virus Coronavirus (Covid-19) merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh corona virus yang baru ditemukan. World Health Organization (WHO) mengatakan, COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Sebagian besar orang yang terinfeksi virus COVID-19 akan mengalami penyakit

pernafasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa memerlukan memerlukan perawatan khusus. Gejala yang ditimbulkan orang yang terinfeksi virus Covid-19 mengalami gejala flu, seperti demam, pilek, batuk, sakit tenggorokan, dan sakit kepala, atau gejala penyakit infeksi pernapasan berat, seperti demam tinggi, batuk berdahak, sesak napas, dan nyeri dada. Namun, gejala umum yang terjadi memiliki suhu tubuh di 38 derajat Celcius (Demam), Batuk, dan Sesak Napas. Gejala tersebut muncul dalam waktu 2 hari sampai 2 minggu berturut-turut.

Dimana kasus penyebaran virus Corona atau Covid-19, pada awalnya menimbulkan keresahan warga negara Indonesia, dikarenakan jumlah setiap harinya yang meninggal dunia, terinfeksi positif virus Covid-19 semakin meningkat. Dimana di Indonesia, pada hari Selasa 12 Mei 2020, terdapat penambahan kasus positif corona sebanyak 484 orang (Merdeka, <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-jumlah-korban-virus-corona-di-indonesia.html>, pada tanggal 14 Mei 2020). Tidak hanya itu, BNPB mencatat kasus virus Corona di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan. Dimana terlihat pada gambar 2 di bawah ini :



Gambar 2. Update Grafik Kasus Pandemi Covid1-19 Nasional

Sumber : BNPB

Namun pada kenyataannya, Orang lanjut usia (lansia) yang berusia di atas 60 tahun dan mereka yang memiliki masalah medis medasar seperti penyakit kardivaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis dan kanker lebih memiliki risiko lebih tinggi terkena penyakit parah

hingga kematian. Cara terbaik untuk mencegah dan memperlambat penularan Covid-19 adalah mempunyai wawasan memadai mengenai penyakit tersebut dan cara penyebarannya. Dimana proses penyebaran virus Covid-19 melalui tetesan air liur atau keluar dari hidung. *World Health Organization* (WHO) mengatakan cara penyebaran Covid-19 melalui tetesan kecil air liur yang keluar dari hidung atau mulut ketika orang yang terinfeksi virus corona bersin atau batuk. Tetesan itu kemudian mendarat di sebuah benda atau permukaan yang disentuh orang sehat. Setelah orang sehat tersebut menyentuh mata, hidung atau mulut mereka. Terjadilah timbul gejala terinfeksi virus tersebut. Oleh karena itu, masyarakat dianjurkan untuk menggunakan masker, sarung tangan dan membawa antiseptik untuk pencegahan dini dari terpaparnya virus Covid-19. Tidak hanya itu, virus corona bisa mewabah ketika tetesan kecil air liur orang yang terinfeksi dihirup langsung oleh orang sehat ketika mereka berdekatan, dari sanalah, anjuran menjaga jarak 1 meter lebih dari orang yang sakit agar terhindar dari paparan virus Covid-19.

Namun saat ini, banyak sekali masyarakat terinfeksi positif virus Covid-19 tidak memiliki gejala (OTG), dimana menimbulkan kekhawatiran baru ditengah wabah Covid-19 di Indonesia. Himbuan pemerintah terus digalakan agar tidak semakin banyak masyarakat yang terpapar karena virus ini. Himbuan itu berupa masyarakat untuk tetap menjaga jarak aman dengan orang lain dan tetap berada di rumah serta mentaati anjuran PSBB saat pergi keluar rumah. Kampanye menggunakan masker dan *hand sanitizer* juga mewarnai media sosial saat ini. Banyak sekali lembaga pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, media massa maupun media televisi memberikan literasi media berupa anjuran menggunakan masker dan alat pelindung lainnya sebagai pemcegahan dini agar tidak terpapar virus ini. Dikarenakan menggunakan masker merupakan program pemerintah untuk memerangi Covid-19 sesuai dengan anjuran WHO.

### **Strategi Literasi Media**

Pemahaman literasi media secara tradisional diartikan sebagai suatu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan menciptakan (Silverblatt, 2007). Mengutip Brown (1998) literasi media adalah kemampuan untuk menganalisis dan menghargai karya- karya sastra,



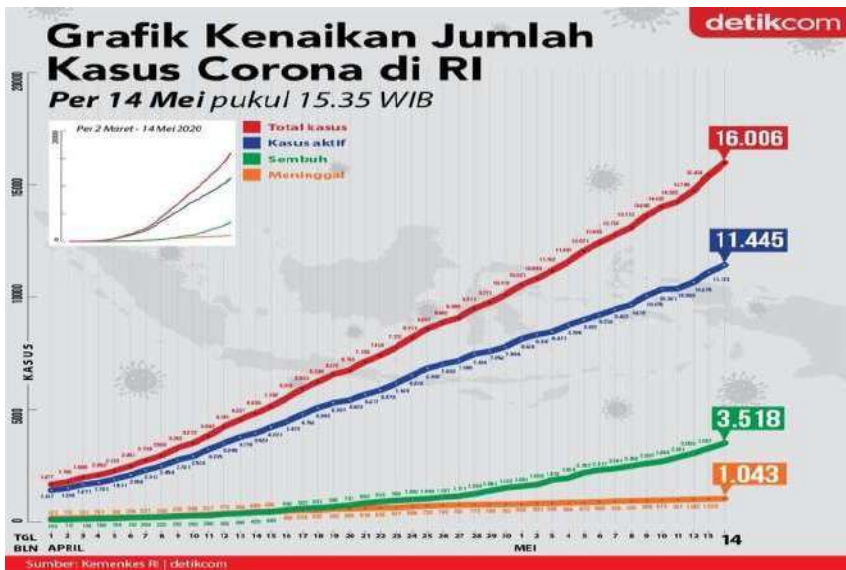
dan untuk berkomunikasi efektif melalui tulisan yang baik. Selain itu, Ferrington (2006) menjelaskan pemahaman literasi media pada tahun tujuh puluhan diperluas mencakup kemampuan untuk membaca teks film, televisi, dan media visual karena studi tentang pendidikan media dimulai dengan mengikuti pengembangan area media. Selain itu, Rubin (1998) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi dan dampak dari pesan tersebut.

Adanya Dua komponen dari definisi literasi media yaitu adanya kesadaran dari banyak pesan media dan kemampuan kritis dalam menganalisis dan mempertanyakan yang dilihat, dibaca, dan ditonton. Lima konsep tentang literasi media menurut *Center of Media Literacy* (Kellner & Sahre, 2005) sebagai berikut: semua pesan media “dikonstruksikan”; pesan media dikonstruksikan dengan bahasa yang kreatif sesuai dengan aturan mereka; individu memaknai pesan tergantung dari pemahamannya atas pesan yang ditangkapnya dari media; media mempunyai sudut pandang dan mengandung nilai tersendiri; hampir semua pesan media memiliki kepentingan keuntungan ataupun kekuasaan.

Tidak hanya itu, Blake dalam Potter (2013) mengatakan literasi media dibutuhkan generasi milenial dikarenakan, (1) hidup di lingkungan bermedia; (2) literasi media menekankan pada pemikiran kritis; (3) menjadi literat terhadap media merupakan bagian dari pembelajaran terhadap warga negara, membuat dapat berperan aktif dalam lingkungan yang dipenuhi dengan media; dan (5) pendidikan media sangat membantu dalam memahami teknologi komunikasi. Yang menjadikan wadah untuk membantu mengedukasi masyarakat agar lebih cermat dan pandai dalam mengelolah dan memberitakan suatu pemberitaan di media sosial.

Proses literasi media sangat diperlukan disaat pandemi Covid-19 saat ini. Dilihat grafik di bawah ini jumlah kasus Covid-19 di Republik Indonesia mengalami kenaikan yang drastis hingga per 14 Mei 2020 pukul 15.35.





Gambar 3. Grafik Kenaikan Jumlah Kasus Corona di RI Sumber : Detik.com

Dengan melihat grafik di atas dimana jumlah kasus terinfeksi virus Corona hingga saat ini masih mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Bahwa angka kematian akibat terpapar virus corona mencapai 1043 jiwa. Oleh karena itu menjadi kewaspadaan untuk kita semua untuk tetap menjaga diri dan menahan diri keluar rumah agar tidak terpapar virus mematikan tersebut. Tidak hanya itu, edukasi dan wawasan harus ditingkatkan dalam penggunaan media sosial saat ini. Dimana dengan maraknya kasus Covid-19 atau corona yang menjadi trending topik dikarenakan pemberitaan *hoax* yang diberitakan di dalam media sosial khususnya dalam penggunaan Internet.

Mengutip Data Komunikasi dan Informasi (Menkominfo) terdapat 554 isu *hoax*, dan tersebar di 1.209 platform, Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Dimana Kementerian Komunikasi dan Informasi sudah memblokir sebanyak 893 hoaks, terdiri dari 681 Facebook, 4 Instagram, 204 di Twitter, dan 4 di YouTube," (Dina Fitri Annisa, <https://www.beritasatu.com/digital/622361/kominfo-hoax-pandemi-covid19-capai-500-kasus>, diakses pada tanggal 15 Mei 2020 pukul 00.46 wib). Pemberitaan *hoax* yang tersebar di media sosial antara lain pemberitaan Fatawa Wapres Menghina Jokowi soal Mudik dan Pulkam Neraka Jahanam Tempatnya dan masih banyak berita *hoax*

yang tersebar di dalam media sosial, yang menjadikan diperlukan literasi media agar selalu memberikan edukasi dan informasi serta menjadikan masyarakat yang pandai dalam memilah informasi, media informasi yang sudah terverifikasi kebenarannya. Terlihat pada gambar 4 di bawah ini :

**Laporan Isu Hoaks**  
Direktorat Pengendalian Aplikasi Informatika  
Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika  
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI

Jumat, 1 Mei 2020

**626. Fatwa Wapres Menghina Jokowi soal Mudik dan Pulkam Neraka Jahanam Tempatnya**

**Perjelasan :**  
Beredar sebuah narasi bahwa Wakil Presiden KH Maruf Amin mengeluarkan fatwa penghinaan terhadap Jokowi soal mudik dan pulang kampung (pulkam) neraka jahanam tempatnya. Narasi itu tersebar pada sebuah judul artikel CNNIndonesia.com. Dalam postingan tersebut, terdapat narasi "Fatwa wapres gila Perbanyaklah berbuat makilat Dari kejafanan tapi jangan menyangkal Jokowi" maka masuklah kedalarn surga Dari perbanyak perbuatan kebajikan Dan menghina Jokowi Dari mengebili Jokowi maka masuklah kedalarn neraka jahanam MBAT Habis makan nasi aring Dan minum kencing babi ya hiban ? Wah cabong kafir PKI buzer masuk surga Orang Muslim Dan beriman masuk neraka".

Setelah dilakukan pemeriksaan, klaim fatwa Wakil Presiden (Wapres) KH Maruf Amin mengeluarkan fatwa penghinaan terhadap Jokowi soal mudik dan pulang kampung (pulkam) neraka jahanam tempatnya, adalah salah. Faktanya tidak ditemukan artikel tersebut di laman CNNIndonesia.com. Unggahan di atas diambil dari postingan dari artikel asli di laman CNNIndonesia.com yang dibuat pada Kamis, 19 April 2020 pukul 10:31 WIB. Artikel asli itu berjudul "Darurat Corona, Maruf Amin Imbau Warga Tak Mudik Lebaran". Dalam artikel itu dijelaskan bahwa Maruf memahani ada masyarakat yang ceres jika tak bisa mudik. Namun jika terpaksa mudik, ia meminta masyarakat menjaga diri dari kemungkinan potensi penularan Virus Corona di kampung halaman.

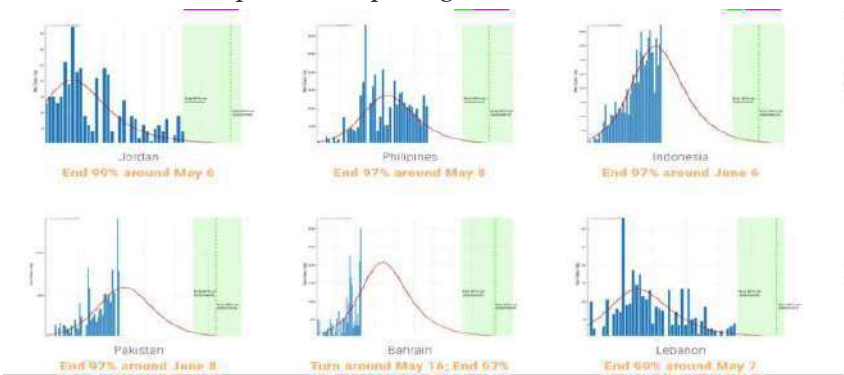
**Hoaks**

Link Sources:  
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200319102112-20-484820/darurat-corona-maruf-amin-mbau-warga-tak-mudik-lebaran>

Gambar 4. Berita Hoax Sumber : Laporan Isu Hoax KOMINFO

Namun, literasi media juga dapat dilakukan untuk mencari berita-berita yang positif agar terciptakan situasi yang kondusif ditengah masyarakat. dikarenakan dalam pandemi Covid-19, banyak sekali dampak yang menimpa masyarakat Indonesia seperti PHK, Karyawan dirumahkan tanpa gaji, pemotongan gaji dan lain lain. Dimana menjadikan perekonomian Indonesia semakin menurun. Sebagai generasi muda, mampu memberikan edukasi mengenai pemberitaan berakhirnya Covid-19 di dunia terutama di Indonesia. Banyak asumsi dari penelitian dimana pada 18 April 2020, Singapore University of Technology and Design (SUTD) meluncurkan sebuah laman yang berisikan prediksi berdasarkan data mengenai waktu berakhirnya pandemi virus corona di berbagai negara, mengatakan virus Covid-19 akan musnah (99%) di Indonesia pada bulan Juni 2020, begitu pula di Jordan pada bulan May 6, Philipines pada bulan May

8, Pakistan pada bulan June 8, Bahrain bulan May 16, Lebanon May 7. Data tersebut dapat dilihat pada gambar 5 di bawah ini :



Gambar 5. Pada 18 April 2020, Singapore University of Technology and Design (SUTD) meluncurkan sebuah laman yang berisikan prediksi berdasarkan data mengenai waktu berakhirnya pandemi virus corona di berbagai negara (sumber: Kompas.com, 27/04/2020, 09:15 WIB)

Dengan demikian, literasi media identik dengan penggunaan Media social. Diantaranya cermat dalam pengolahan media sosial, penggunaan media sosial saat ini serta dalam memilah pemberitaan media mengenai Pandemi Covid-19 saat ini. Sekarang ini, tidak dipungkiri, media sosial yang populer dan sering digunakan oleh masyarakat khususnya generasi milenial adalah Twitter, Instagram, You Tube, Tumbler, dan Facebook. Sedangkan komunikasi pesan instan dilakukan mereka melalui whatsapp (WA), messenger, dan Line. Rata-rata dari mereka membuka situs berita lewat tautan yang ada di Twitter maupun instagram. Baik tautan lewat teman mereka di dunia maya atau dari mem-follow situs berita seperti Detik, BBC, dan Kompas.com. Dengan mudahnya, media sosial diakses menjadikan tidak ada penyaringan mana pemberitaan original dan mana pemberitaan *hoax* yang menjadikan propaganda antar satu sama lainnya.

Demikian *paper* "Strategi Literasi Media Dalam Penanganan Pandemi Covid-19", Pada intinya, Media sosial merupakan sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi dari sebuah fenomena maupun permasalahan yang tengah terjadi saat ini di suatu Negara maupun dunia. Media sosial juga mampu mempengaruhi serta merubah perilaku pola pikir seseorang terutama media sosial dapat

memberikan ketakutan yang terjadi atas suatu fenomena ketika seseorang salah menggunakan media sosial saat ini, terutama dalam kondisi pandemi Covid-19. Media sosial tersebut meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual lainnya. Dimana media sosial memiliki kekuatan yang besar dalam memberikan informasi yang cepat sampai penjuru dunia.

Dengan keberadaan media sosial yang merupakan media atau wadah yang mampu diakses oleh seseorang dengan mudahnya dan kapanpun bisa dilakukan sehingga tidak ada netralisir dalam melakukan pemberitaannya. Sehingga mengakibatkan maraknya pemberitaan *hoax* saat ini terutama dalam kondisi Pandemi Covid-19. Mengutip Data Komunikasi dan Informasi (Menkominfo) terdapat 554 isu *hoax*, dan tersebar di 1.209 platform, Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Dimana Kementerian Komunikasi dan Informasi sudah memblokir sebanyak 893 hoaks, terdiri dari 681 Facebook, 4 Instagram, 204 di Twitter, dan 4 di YouTube.

Oleh karena itu, diperlukan literasi media oleh masyarakat terutama pada generasi milenial saat ini. Literasi media sebagai pemahaman sumber yang konstruktivis dalam pembangunan pemahaman mengenai fenomena pandemi Covid-19 yang tengah merabah di Indonesia. Dengan percepatan dan kecanggihan teknologi komunikasi menjadi sebagai wadah untuk melakukan edukasi kemasyarakat mengenai kewaspadaan mengenai bahaya virus Covid-19 beserta cara pencegahannya. Dengan kecanggihan teknologi bukan semata-mata menakut nakuti warga dengan adanya pemberitaan *hoax* yang banyak kita jumpai di dalam media sosial saat ini. Pesanpun dari pembangunan literasi media digunakan sebaik mungkin di dalam lingkungan sekitar serta dalam penggunaan Internet saat ini. Terutama dalam memilah dan memilih suatu pemberitaan media yang akan di share dengan mudah ke media sosial seperti WhatsApp Group, Instagram, Facebook, Twitter, Line, Messenger Instagram, MessengerFacebook, Youtube dan lain lain.

Literasi media juga memerlukan suatu lembaga dalam proses mengedukasi masyarakat terutama dalam cermat dan cerdas menggunakan media sosial. Adanya gerakan organisasi muda seperti Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah, Himpunan Mahasiswa Islam dan lain lain menjadikan gerakan perubahan untuk sebagai

pelopor atau *agent of change* dalam memberikan literasi media di dalam masyarakat.

### Daftar Pustaka

- Badan Nasional Penanggulangan Bencana, <https://bnpb.go.id/>.
- Brown, J. A. (1998). Media literacy perspectives. *Journal of Communication*, 48(1). Detik.com, <https://news.detik.com/berita/d-5013585/kasus-baru-corona-13-mei-capai-689-orang-kurva-corona-menanjak-tinggi>
- Dewi Saptantinah Puji Astuti, staf Pengajar Prodi Akuntansi Unisri Surakarta, Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi UNTAG Surabaya, diakses di <https://www.suaramerdeka.com/news/opini/225802-ekonomi-di-masa-pandemi-covid-19>
- Dina Fitri Annisa, <https://www.beritasatu.com/digital/622361/kominfo-hoax-pandemi-covid19-capai-500-kasus>
- Ferrington, G. (2006). *What is media literacy?* Diakses dari <http://interact.uoregon.edu/mediaLit/mlr/readings/articles/whatisml.html>
- Gugus Covid-19, diakses di <https://covid19.go.id/>
- Hobbs, R. (1996). Media Literacy, Media Activism. *Telemidium, the Journal of Media Literacy*, 42(3).
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3), 369–386. doi: 10.1080/01596300500200169
- Kompas.com, diakses di <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/27/091542965/ini-prediksi-akhir-wabah-virus-corona-di-berbagai-negara-indonesia-kapan>
- Laporan Isu Hoax Corona Virus Rilis 2 Mei 2020 pukul 07.00 WIB Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Merdeka, diakses di <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-jumlah-korban-virus-corona-di-indonesia.html>
- Potter, J.W. (2013). *Media Literacy*. New York: Sage.
- Rahmi, A. (2013). Pengenalan literasi media pada anak usia sekolah dasar. *SAWWA*, 8(2), 261–275. Diakses dari <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/sww/article/view/116>
- Robins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*. PT Indeks Kelompok GRAMEDIA.
- Rubin, A. (1998). *Media Literacy: Editor's note*.

*Journal of Communication*, 48(1).

Silverblatt, A. (2007). *Media Literacy, Keys to Interpreting Media Messages*. Westport: Praeger.

*South China Morning Post*, diakses di [https://www.scmp.com/podcasts/inside-china?gclid=EAIaIQobChMIoLXenoOd6QIVFQ4rCh3kDAe8EAAYASAAEgIDtPD\\_BwE](https://www.scmp.com/podcasts/inside-china?gclid=EAIaIQobChMIoLXenoOd6QIVFQ4rCh3kDAe8EAAYASAAEgIDtPD_BwE)

Vina Fadhrotul Mukaromah, diakses <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/02/094100465/china-tak-lagi-masuk-daftar-ini-10-negara-dengan-kasus-Covid-19-terbanyak> \



# **Podcast: Media untuk Berbagi Pengetahuan tentang Covid-19**

VILYA DWI AGUSTINI

**D**i tengah pandemi Covid-19 yang tiba-tiba menyeruak masuk ke seluruh dunia termasuk Indonesia, beragam kesimpangsiuran informasi muncul. Kebingungan dan kepanikan masyarakat pun terjadi. *Podcast* muncul sebagai media alternatif untuk mengkomunikasikan, menginformasikan, dan mengedukasi.

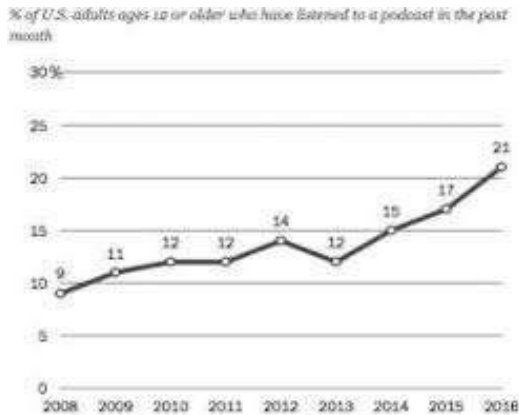
Hari ini transformasi digitalisasi sedang menjadi sorotan masyarakat. Laju perkembangan teknologi yang cepat ikut membawa perubahan sosial membuat kebiasaan dan perilaku khalayak berubah. Khalayak kini tidak hanya menginginkan informasi lewat audio atau visual saja, tetapi butuh variasi baru dalam mengkonsumsi media. Sebuah media yang mobile, dapat dibawa dimana dan kemana saja. Sudah satu dekade terakhir, kemunculan *new* media dianggap memberi ancaman ke media konvensional. Bila dahulu kehadiran Radio sebagai “*theater of mind*” kabarnya akan tergantikan oleh televisi yang bersifat audiovisual. Tapi hampir satu abad lebih Radio dapat membuktikan eksistensinya hingga hari ini. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi media lain (Dominick dalam Ardianto dan Erdinaya, 2007).

Salah satu kekuatan radio yang membuatnya *survive* dari setiap fase perkembangan media massa dihati penggemarnya karena dianggap lebih fleksibel dapat digunakan kapan saja, dimana saja (di perjalanan, di



rumah, di dapur hingga diruang tidur) dapat pula kegiatan lain. Ditengah laju perkembangan internet, yang digadang-gadang akan menggerus pendengar radio konvensional ke *new media* ternyata malah kehadiran digital mampu melahirkan *new radio* sebuah bentuk digitalisasi radio konvensional. Radio digital merupakan revolusi dari radio yang mengikuti perkembangan teknologi.

Bila kesempatan ini benar-benar dimanfaatkan Radio, “Konten audio yang merupakan basis siaran radio, berpotensi untuk dikembangkan di ranah internet. Selain “menyambungsikan” program melalui *live streaming* di situs radio *online*, program-program radio juga dapat didistribusikan melalui YouTube, media sosial atau secara *Podcast* (jurnal unpad Volume 1 Nomor 1 Tahun 2017). Istilah *Podcast* baru familiar beberapa tahun kebelakang di Indonesia, padahal sesungguhnya kehadiran *Podcast* telah dimulai antara tahun 2004-2005 di Amerika. Sebagai perbandingan di negeri asalnya perkembangan *podcast* mengalamikenaikan seperti terlihat dalam grafik di bawah ini.



Grafik 1. Edison Research

Dari data yang dirilis Edison Research dalam PEW Research Center, *Podcast* sebagai media alternatif baru, mengalami grafik peningkatan yang *continue* sejak tahun 2008. Dalam waktu satu tahun saja, kenaikan pendengar *Podcast* di Amerika sepanjang tahun 2015 ke 2016 meningkat sebanyak 4 %. Apalagi kini beragam perangkat mobile menyediakan platform khusus untuk *podcast*. Dalam bukunya Rajeev Mudumba mengatakan

*“At this time in mid 2019, there are about 750K podcasts on Itunes or Apple Podcasts as its popularly known and apparently, only a few thousands are creating and sharing their content consistently. Meanwhile, the consumption of podcasts has been growing phenomenally with the average person subscribed to 8 podcasts and a majority of them listening attentively 80% of the time.*

Fenomena pertumbuhan *podcast* setiap tahunnya didasari dari kebutuhan dasar lainnya dari manusia yang tidak hanya memerlukan informasi dan edukasi, tetapi fungsi dasar lainnya yakni fungsi hiburan untuk mengisi waktu. Ardianto dan Erdinaya memaparkan tiga bentuk perolehan hiburan yakni melalui 1) *stimulation* atau pencarian untuk mengurangi rasa bosan atau melepaskan diri dari kegiatan rutin, 2) *relaxation* (santai) atau pelarian dari tekanan dan masalah, terakhir 3) *emotional release* (pelepasan emosi) dari perasaan dan energi terpendam (Ardianto dan Erdinaya, 2007: 29).

### **Podcast dan Potensi di Indonesia**

Sejarah kehadiran *podcast* tidak terlepas dari teknologi. *Podcast* adalah episode program yang tersedia di Internet. Biasanya merupakan rekaman asli audio atau video, tetapi bisa juga merupakan rekaman siaran televisi atau program radio, kuliah, pertunjukan, atau acara lain. *Podcast* biasanya menawarkan tiap episode dalam format file yang sama, seperti audio atau video, sehingga pelanggan selalu bisa menikmati program tersebut dengan cara yang sama. Sebagian *podcast*, seperti kursus bahasa meliputi beberapa format file, seperti video dan dokumen agar pengajaran berjalan lebih efektif. Berbeda dengan radio FM/AM konvensional, *podcast* tak menyiarkan siarannya secara linear. *Podcast* yang serupa dengan Youtube itu merupakan platform siaran suara on demand. Kala seseorang ingin mendengarkan, ia tinggal mengunduh seri *podcast* keinginannya, tanpa perlu menunggu waktu tertentu selayaknya radio konvensional yang melakukan siaran di saat-saat tertentu. Karena sifatnya yang on demand itu pula, suatu siaran *podcast*, bisa didengarkan berulang-ulang (ww.tirto.id, diakses Mei 2020).

Belakangan, *podcast* tidak hanya hadir dalam aplikasi audio tetapi sudah merambah ke audiovisual seperti YouTube. Seberapa potensial kehadiran *podcast* di Indonesia, melihat dari penetrasi penggunaan *mobile phone* di Indonesia tentu memberi celah kepada *platform* media

yang memiliki fleksibilitas mencuri perhatian. Secara *platform*, *podcast* begitu *aksesible* mengingat pengguna *smartphone* baik yang berbasis android maupun Ios hanya perlu *download* aplikasinya. Apple sebuah perusahaan teknologi raksasa dunia memasukkan *podcast* kedalam iTunes pada Mac atau Pc yang dimilikinya. Sedangkan dari sisi pendengar, *podcast* adalah sebuah cara untuk menikmati konten menarik dari seluruh dunia secara gratis ([www.apple.com](http://www.apple.com), diakses Mei 2020).

Hootsuite bersama *we are social* setiap tahunnya merilis data penggunaan internet di Indonesia, pada Januari 2020 Hootsuite merilis data penagakses internet terbesar menggunakan *mobile phone*. Hal inilah yang mendasari perkembangan *podcast* sangat cepat diterima masyarakat. Karena basisnya *userfriendly* dalam gengaman, dapat diakses kapanpun dimanapun serta sifatnya yang *on demand* memungkinkan seseorang mengakses suatu topik tertentu sesuai dengan minat. Pengguna dapat dengan mudah mengontrolnya, membawanya kemanapun dan selalu ada dalam gengaman.



Gambar1. We Are Social

Perkembangan *podcast* yang kian pesat ternyata kurang diimbangi secara bisnis, ternyata pertumbuhan *podcast* belum diimbangi peningkatan keuntungan signifikan. Karen para pengelola *podcast* masih harus berusaha keras menarik pengiklan (jurnal unpad Volume 1 Nomor 1 Tahun 2017). Lalu apakah hal tersebut menjadi batu penghalang kreator dalam membuat *podcast*. Ternyata dengan keterbatasan ini, kehadiran *podcast* tetap dilirik para kreator yang basisnya *social media*. Terdapat nama-nama populer seperti Raditya

Dika, Deddy Cobuzier, Arief Muhammad ikut meramaikan jagat *podcast* Indonesia. Sedangkan *Podcast* di Indonesia mulai populer pada tahun 2015 yang dipelopori oleh Adriano Qalbi dengan tajuk “*Podcast Awal Minggu*”. *Podcast* ini berisi materi seputar keresahan Adri yang dituangkan dengan bumbu komedi. Berkat kontinuitas produksi konten, akun tersebut kini telah memiliki lebih dari 12 ribu pengikut dan 258 *tracks* dengan durasi rata-rata di atas 1 jam. Selain itu, kanal *podcast* yang juga tidak kalah populer adalah “*Podcast Subjective*” milik Iqbal Hariadi. Pada akunnya ini, Iqbal membagikan pendapat pribadinya mengenai berbagai isu dan persoalan yang dibahas secara ringan. Kanal *podcast* ini telah memiliki lebih dari 5.000 pengikut dengan 97 *tracks* konten (ilibrary Universitas Pertamina, diakses Mei 2020).

### ***Podcast pada Masa Pandemi dan Kemampuan Sharing Knowledge***

Setiap perubahan sekecil apapun pasti memberikan dampak, suka tidak suka semua hal akan berubah. Teknologi memberi arti lain dalam perubahan itu. Masa sebelum pandemi Covid-19 pergerakan manusia amat dinamis dengan mobilitas yang tinggi hingga memunculkan satire seseorang dapat sarapan, makan siang dan makan malam di negara berbeda. Kedinamisan tersebut ternyata membuat penyebaran virus yang awalnya hanya ada di kota suatu negara dalam waktu singkat menyebar luas di dunia. Sedikitnya 200 negara lebih telah mengklaim kehadiran virus tersebut, bahkan beberapa negara yang penduduknya banyak terjangkit virus Covid-19 mengeluarkan kebijakan untuk pelumpuhan sementara “*lockdown*” akses negara tersebut.

Di Indonesia sendiri, mengadopsi *lockdown* menjadikannya *Physical Distancing* hingga yang terbaru ini PSBB (Pembatasan Sosial Bersekala Besar) di berbagai daerah yang termasuk garis merah angka penyebaran virus tinggi. Pembatasan gerak diharapkan mampu menekan angka penyebaran virus Covid-19. Pandemi mengakibatkan perubahan masyarakat dalam mengakses media memberi ruang bagi *new media* seperti *podcast* dalam mengisi ruang kosong tersebut. Keberadaan *podcast* memberikan warna tersendiri karena digarap dengan kemasan yang kreatif berupa drama, *talkshow*, monolog, *review*, hingga dokumenter. *Podcast* tidak hanya berfungsi sebagai media

hiburan, tetapi juga dapat memberikan literasi dan wawasan melalui topik yang beragam dan dibutuhkan oleh para pendengarnya (ilibrary Universitas Pertamina, diakses Mei 2020).

Gerakan *physical distancing* yang “memaksa” orang untuk berdiam dirumah, membatasi semua kegiatan diluar rumah sedikit banyak telah menimbulkan beragam reaksi. Mulai dari diserbunya semua pusat perbelanjaan, banyak masyarakat yang melakukan *panic buying*. Hingga yang cukup memprihatinkan kesimpangsiuran informasi membuat masyarakat ikut pula membeli alkes. Masker bedah, *hand sanitizer*, disinfektan yang semula dapat ditemukan dimana saja menjadi langka bukan hanya masyarakat yang kebingungan. Terlebih tenaga media sebagai garda terdepat melawan Covid-19, di berbagai pusat kesehatan mulai tingkat puskesmas hingga rumah sakit rujukan sulit sekali mendapatkan Alkes. Karena apa? Karena sudah diborong oleh masyarakat yang panik. Bahkan APD dan alat rapat test ikut diburu masyarakat. Langkah berebihan ini, dirasakan berbagai pihak mulai meresahkan bila tidak segera di hentikan. Pemerintah sendiri masih belum memberikan regulasi yang jelas untuk menghentikan *panic buying* alkes masyarakat.

Kekurangan informasi dan kepanikan dapat mengganggu psikologis seseorang, seperti rasa cemas, panik dan stress berlebihan. Rasa takut dan cemas berlebihan akan virus Corona menyebabkan tubuh menciptakan gejala mirip coronavirus. Akibatnya seseorang akan berfikir telah terinfeksi Covid-19. Padahal gejala tersebut merupakan manifest dari rasa cemas berlebihan, kondisi ini dikenal dengan Psikosomatik (alodokter, diakses mei 2020). Sehingga, *podcast* sebagai media alternatif yang proses produksi dan publikasinya mudah digunakan sebagai media sharing *knowledge*. Fokus utama dari *knowledge sharing* dari masing-masing individu yaitu mampu menjelaskan, mengkodekan dan mengkomunikasikan pengetahuan kepada orang lain, kelompok, dan khususnya kepada organisasi. *Knowledge sharing* dapat terjadi diantara individu, di dalam dan diantara tim, antara unit organisasi dan antara organisasi (Glassop, dalam jurnal unair.ac.id diakses Mei 2020). Dalam Kantar “Covid-19 impact on Asian consumer perceptions and behaviours (Feb 2020), pandemi Covid-19 ini membuat orang-orang membatasi kegiatan di luar rumah tetapi malah meningkatkan kegiatan *online*. Penggunaan YouTube

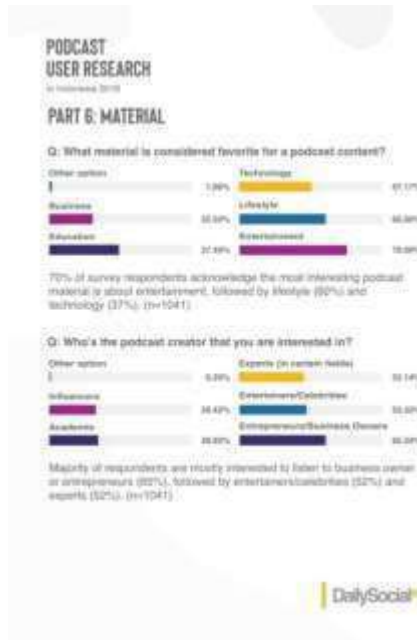
meningkat, sebanyak 44% digunakan untuk mencari informasi dan 72% pencarian informasinya berkaitan dengan kesehatan dan Covid-19. Pada dasarnya *new media* dalam internet memiliki sifat saling terhubung dan melengkapi. Platform *podcast* terhubung keberagam sosial media. Setiap kanal sosial media terhubung dalam *podcast* mulai instagram sebagai tempat promosi sampai YouTube sebagai media audiovisual. Keterhubungan ini membuat informasi yang ada dalam *podcast* semakin *acesable*. Kebutuhan informasi sekaligus yang memberi tempat mengeluarkan penat didapatkan dari konten *podcast* dampaknya tentu mampu menjadi tempat berbagi pengetahuan.

Pandemi ini mungkin memberi perubahan dalam gerak sosial secara fisik, tapi tidak secara *social media*. Peningkatan akses internet, telah menjadikan konsumsi *audiens* terhadap *social media* bergeser. Ketika tingkat kepercayaan audiens terhadap media konvensional turun yang dibarengi awareness kepentingan media. Ketidakpuasan audiens terhadap penyajian informasi konvensional membuat *social media* menjadi media alternatif mencari informasi, kebutuhan akan mendapatkan *knowledge* membuat para konten kreator berlomba-lomba menyajikan konten yang berbeda dari media kebanyakan. Kemampuan *podcast* yang secara media terintegrasi dengan portal *social media* lainnya memungkinkan penyebaran *knowledge* lebih cepat.

Sejak pandemi ini bermula, para *podcaster* mulai membuat konten edukasi Covid-19. Beberapa nama *podcaster* Indonesia seperti Deddy Corbuzier, dr. Tirta hingga musisi dan beberapa komika *stand up comedy*. Kontennya pun beragam, mulai edukasi tentang sejauh mana bahaya virus Covid-19, langkah pencegahan hingga perdebatan efektifitas *physical distancing*. *Sharing knowledge* sebagai proses individu memberikan sebuah ide, gagasan, informasi dan pengalaman yang dituangkan dalam sebuah konten *podcast*. Diharapkan dengan konten tersebut memberi *knowledge* bagi masyarakat untuk mengetahui fakta sebenarnya dari pandemi ini. Secara produksi *podcast* dianggap lebih mudah dalam proses produksi dan publikasinya, sehingga mendorong makin banyak dan beragamnya topik *podcast*.

Dalam survei yang dilakukan *Dailiy Social id*, sebanyak 39,92% konten *podcast* dibuat oleh para akademisi. Kehadiran akademisi yang melirik *podcast* menjadi medium eksistensi *sharing knowledge*, diberi apresiasi yang cukup baik sebanyak 37, 40%. Secara angka

pengakses *podcast* edukasi kalah banyak dibanding hiburan dan gaya hidup. Tapi presentasi tersebut cukup mewakili mulai adanya ketertarikan audiens mencari edukasi secara fleksibel memanfaatkan *platform podcast*.



Gambar 2. Daily Social id.

*Podcast* memberikan *insight* dalam proses *sharing knowledge*, adanya pertukaran pengetahuan antar *podcaster* dengan *podcaster*, *podcaster* dengan *audiens*. Bagi generasi milenials, X dan Y dan Z yang tumbuh bersama kemajuan teknologi. Keinginan mencari literasi informasi tidak terbatas pada ruang tertentu. Lahir dari besar di jaman internet, mengakibatkan generasi tersebut kurang bahkan tidak memiliki minat baca. Mereka lebih nyaman mendapatkan informasi yang dapat didengar dan dilihat. Tampilan audiovisual, kemudahan mengatur isi dan *mobility* menjadi pilihan mereka. Bila dahulu perpustakaan daerah sesak dipenuhi orang-orang mencari literasi. Hari ini kanal-kanal media yang diserbu. Di masa pandemi ini serta adanya kesadaran sentimen framing dan kepentingan media konvensional membuat masyarakat mencari alternatif sumber informasi baru. Kemampuan



*podcast* untuk mengisi celah tersebut dianggap telah memenuhi keinginan dan kebutuhan *audiens* akan informasi.

### **Daftar Pustaka**

PEW Research Center We Are Social Dailysocial.id

<https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm> <https://www.apple.com/id/itunes/podcasts/fanfaq.html> [lodokter.com/mengenal-gangguan-psikosomatik-dan-cara-mengobatinya](http://lodokter.com/mengenal-gangguan-psikosomatik-dan-cara-mengobatinya)

Kantar “Covid-19 Impact on Asian Consumer Perceptions and Behaviours (Feb 2020)

Jurnal.

Fadilah, Efi, Pandan Yudhapramesti & Nindi Aristi. *Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*. Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Padjajaran Volume 1 Nomor 1 Tahun 2017 SSN 2549-0559 (cetak) ISSN 2549-1946 (online)

Faradinna, Nadia. 2020. *Peran Podcast Dalam Membangun Knowledge Society (Studi Kasus Pada Perilaku Penggunaan Podcast Melalui Aplikasi Sportify)*: Universitas Pertamina.

Sari, Mayang & Dibda Rizki Tiara. *Podcast Sebagai Media Pembeajaran Di Era Milenial*. Jurnal Golden Age Universitas Hamzanwadi Vol. 3 No.02, Desember 2019, Hal. 126-135 E-ISSN : 2549-7367

Mutia, Fitri and Rini, Widi Listiyas, “*Librarian Knowledge Sharing Behavior in University Library*” (2018). *Library Philosophy and Practice* (e-journal) 2599.

Buku.

Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.





# “Darurat” Komunikasi Politik Pemerintah Hadapi Pandemi Covid-19

Verdy Firmantoro

*Komunikasi bukan segalanya, tapi segalanya perlu komunikasi*

Pandemi global Covid-19 telah melumpuhkan hampir semua sendi-sendi kehidupan dan menuntut dunia untuk beradaptasi dengan tatanan baru. Di satu sisi terpaan virus ini menjadi bencana kemanusiaan yang utamanya berpengaruh terhadap aspek kesehatan, ekonomi dan sosial, namun di sisi lain juga menjadi ujian kepemimpinan (*leadership*) bagi negara-negara yang terdampak termasuk Indonesia. Setiap negara mempunyai mekanisme penanganan yang beragam. Produk-produk kebijakan dihasilkan demi meredam penetrasi Covid-19 dan berbagai stimulus dibuat dalam rangka memitigasi ekosistem kehidupan agar tetap bertahan. Efektivitas penanganan tidak sekedar dinilai dari keberhasilan memproduksi kebijakan, namun faktor komunikasi politik juga menentukan terkait sejauhmana pemerintah bisa mengomunikasikan setiap kebijakan yang dibuat untuk sampai kepada publik.

Tulisan ini hendak membahas penanganan pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui analisis perspektif komunikasi politik. Ruang lingkup studi komunikasi politik berkaitan dengan upaya untuk melihat pemerintah sebagai komunikator politik dalam menyampaikan informasi di ruang publik. Setidaknya komunikasi politik dapat menelaah tentang proses interaktif yang melibatkan transmisi informasi yang terjadi di antara pemerintah, pemberitaan media dan publik (Norris, 2001; McNair, 2011).

Melalui telaah ini, proses komunikasi politik yang menginteraksikan pemerintah, pemberitaan media dan publik tidak hanya dilihat sebagai proses yang linier, melainkan juga dilihat dari berbagai faktor termasuk konflik kepentingan (*conflict of interest*) yang terjadi sebagai suatu pola yang asimetris. Relasi yang terbentuk antara pemerintah dan publik akan menunjukkan sejauhmana penanganan pandemi Covid-19 dapat berjalan dengan baik atau justru sebaliknya.

### **Logika Pemerintah vs Logika Publik**

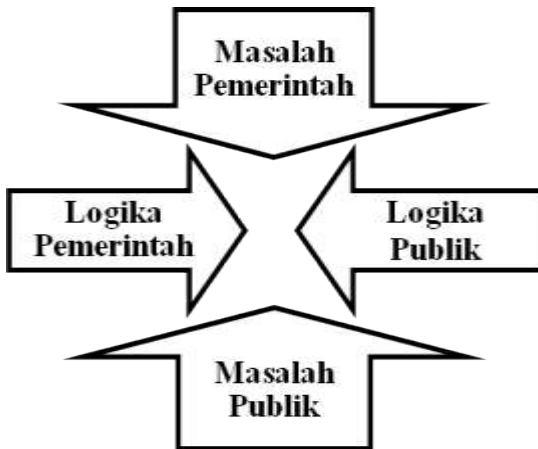
Era pandemi Covid-19 menguji kemampuan komunikasi politik pemerintah di masa krisis. Persoalan yang dihadapi secara global ini menuntut langkah-langkah yang responsif dari pemerintah sebagai pemangku kewenangan. Melalui praktik komunikasi politik yang dilakukan, pemerintah diposisikan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari publik yang tengah berada dalam situasi ketidakpastian. Pemenuhan informasi kepada publik memerlukan kerangka logika pemerintah yang jelas (Berliner, Bagozzi, Palmer-Rubin & Erlich, 2019). Lebih lanjut, logika pemerintah tersebut akan mengarahkan pada orientasi penyelesaian yang tepat dan dapat memitigasi resiko-resiko yang terjadi.

Lembaga Penelitian, Pendidikan, Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3S) menyebutkan bahwa komunikasi politik pemerintah masih bermasalah dalam menangani pandemi Covid-19 dengan setidaknya terdapat 37 blunder komunikasi selama kurun waktu 1 Januari sampai 5 April 2020 (Farisa, 2020). Belum lagi sejumlah jajak pendapat yang dilakukan berbagai lembaga menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah terkait pandemi Covid-19 dipersepsi negatif oleh publik. Di satu sisi, pemerintah telah mengeluarkan sejumlah kebijakan, namun di sisi lain kebijakan yang dibuat dinilai masih saling tumpang tindih dan upaya komunikasi politik yang dilakukan belum terkoordinasi dengan baik. Jika dirinci lebih lanjut memang dari data LP3S, ketidakefektifan komunikasi politik pemerintah tersebut tidak berlangsung secara sekaligus, namun terjadi secara bertahap, baik di masa sebelum krisis sampai berlangsungnya krisis. Blunder komunikasi terjadi sebagai representasi pernyataan para pejabat pemerintah yang keliru. Hal tersebut dinilai sebagai bentuk kegagapan pemerintah dalam upaya mengomunikasikan kebijakan.

Ketidaksinkronan dalam merespon pandemi Covid-19 dipengaruhi oleh diskoneksi yang terjadi antara logika pemerintah dengan logika publik. Padahal, logika memandu cara pandang dalam melihat masalah. Ketika pandemi Covid-19 mulai mewabah secara global dan kemudian mulai masuk ke Indonesia, namun cara pandang awal pemerintah yang keliru dengan meremehkan kasus tersebut berdampak pada narasi awal yang terbentuk kurang memberikan efek kewaspadaan sebagai suatu peringatan dini (*early warning*) bagi publik.

Dampak belum adanya peringatan kewaspadaan di awal sampai ada yang positif terkena Covid-19 di bulan Maret 2020, memengaruhi logika publik dalam mengantisipasi penyebaran yang terjadi. Apalagi setelah itu, pemerintah membuat sejumlah kebijakan untuk meredam penetrasi Covid-19 ini. Dalam konteks ini, upaya dialogis yang menghubungkan logika pemerintah dengan logika publik belum terjadi. Sementara sejumlah kebijakan cenderung berjalan dalam logika pemerintah, ditambah lagi narasi kebijakan yang sampai pada publik tidak konsisten dan semakin mendorong terjadinya kepanikan sosial.

Pemerintah belum menyelami logika publik yang beragam. Memonopoli logika atau menempatkan logika pemerintah menjadi logika publik dalam skema *top down* justru mereduksi upaya penanganan yang komprehensif. Kita perlu menyadari bahwa setiap elemen masyarakat tidak dapat disamaratakan dalam merespon pandemi Covid-19. Misalnya saja, kalangan menengah ke atas yang bekerja tetap di sektor pemerintahan atau perusahaan, dengan kalangan menengah ke bawah yang bekerja sebagai buruh lepas tentu mempunyai respon yang berbeda dalam menyikapi bencana non-alam ini. Pemerintah seyogyanya dapat membawa masalah publik menjadi masalah pemerintah. Melalui hal tersebut, kerja-kerja parsial yang sifatnya sepihak dimungkinkan tidak terjadi, melainkan lebih mengedepankan kerangka berpikir yang akomodatif dengan mengadvokasi masalah publik secara holistik.



Perbedaan cara pandang dalam memaknai pandemi Covid-19 di antara pemerintah dan publik ini berkaitan dengan dua hal, yakni kepentingan dan keberpihakan. Kebijakan sebagai suatu produk politik, tentu irisannya tidak dapat dipisahkan dengan dua hal tersebut. Meski narasi yang dibangun seolah-olah selalu merepresentasikan kepentingan dan keberpihakan pada publik, namun di balik narasi itu terdapat afiliasi kepentingan dan keberpihakan tertentu dalam dinamika tarik menarik yang sifatnya politis.

Dalam kontelasi pengaturan agenda, logika pemerintah lebih dominan daripada logika publik. Konsekuensinya, aspirasi-aspirasi publik yang secara riil lebih penting dibutuhkan, belum tentu dijadikan sebagai pertimbangan utama apabila tidak sesuai dengan agenda pemerintah. Pertarungan logika tidak selesai pada tataran teknis pengambilan kebijakan, praktik komunikasi politik yang dilakukan pemerintah mencerminkan kepentingan dan keberpihakan yang menyerta di dalamnya. Sebut saja misalnya kebijakan pemerintah terkait dengan penanggulangan cicilan atau kredit kendaraan bagi para pengendara ojek *online*. Logika publik mengharapkan kebijakan tersebut berpihak penuh pada para pelaku ojek *online*, namun implementasinya masih bermasalah termasuk masih adanya benturan dengan pihak *leasing* atau perbankan yang tidak mau dirugikan dengan situasi pandemi saat ini.

Bahkan kesimpangsiuran informasi yang dirilis oleh pemerintah terkait relaksasi kredit yang tidak menysasar semua pelaku Usaha

Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), hanya berfokus pada pelaku UMKM yang positif Covid-19 juga mendapat kritik yang tajam. Logikanya, di situasi pandemi seperti saat ini, baik yang positif terpapar Covid-19 maupun tidak, sama-sama terdampak terkait kebijakan dirumahkan. Jadi jika alokasi bantuan itu hanya untuk yang terkena Covid-19, tentu publik masih merasa keberatan. Sementara itu, belum tercapainya pemenuhan harapan publik secara optimal, sejumlah spekulasi muncul dengan mengaitkan bahwa kecenderungan untuk urusan rakyat “dipersulit”, namun untuk agenda-agenda pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan elite seperti proyek-proyek infrastruktur maupun proyek kartu pra kerja relatif tidak ada hambatan. Hal ini yang menempatkan bahwa kondisi “darurat” bukan sekedar persoalan menghadapi pandemi, melainkan juga terkait pertarungan logika pemerintah dengan logika publik.

### **Kebijakan Perlu Komunikasi: *Sent* vs *Delivered***

Pernyataan Presiden Joko Widodo saat pidato pasca pelantikan pada 20 Oktober 2019 yang menganalogikan praktik birokrasi dengan membedakan dua istilah yakni *sent* dan *delivered* menunjukkan bahwa kebijakan perlu komunikasi. Jika mengutip pernyataan lengkap yang disampaikan presiden, menyebutkan bahwa, “Tugas kita itu menjamin *delivered*, bukan sekedar menjamin *sent*. Saya tidak mau birokrasi pekerjaannya hanya *sending-sending* saja. Saya minta dan saya akan paksa bahwa tugas birokrasi adalah *making delivered*. Tugas birokrasi itu menjamin agar manfaat program dirasakan oleh masyarakat” (Maharani, 2019). Mengacu hal tersebut, komunikasi politik pemerintah dalam menghadapi pandemi Covid-19 belum merepresentasikan apa yang dikehendaki oleh presiden. Sejumlah blunder komunikasi dan ketidaktuntasan transmisi informasi yang terjadi justru di lingkungan pejabat pemerintah, sebagai bentuk kegagalan dalam menerjemahkan keinginan presiden dalam *delivered* kebijakan-kebijakan yang telah dibuat sampai diterima dan diimplementasikan oleh publik.

Bias interpretasi dalam menyikapi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) baik oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah maupun publik menjadi bukti nyata bahwa komunikasi politik pemerintah belum berjalan dengan baik. Kesenjangan pemahaman masih terjadi

yang membuka ruang multitafsir dalam memaknai kebijakan. Apalagi inkonsistensi pesan yang disampaikan oleh para pejabat pemerintah terkait kebijakan tersebut justru membingungkan publik. Sebagai contoh yang terjadi di Jakarta, Gubernur menginstruksikan pembatasan ojek *online* bagi kendaraan roda dua untuk mengangkut penumpang, namun Kementerian Perhubungan justru melonggarkan aturan dengan memperbolehkan ojek *online* membawa penumpang. Presiden menghimbau untuk pemberlakuan larangan mudik lebaran, sementara di saat yang sama beredar informasi dari juru bicara kepresidenan bahwa mudik diperbolehkan dengan syarat isolasi mandiri selama 14 hari dengan menyandang status Orang Dalam Pemantauan (ODP), belum tuntas dengan diseminasi informasi itu, pihak istana melalui Menteri Sekretaris Negara mengonfirmasi bahwa tidak benar ada kebijakan memperbolehkan mudik saat lebaran. Belum lagi fakta terkait kebijakan PSBB yang masih belum ditaati menunjukkan bahwa partisipasi publik belum berjalan secara optimal.

Inkonsistensi penyampaian pesan kepada publik yang dilakukan oleh pemerintah mencerminkan bahwa praktik komunikasi kebijakan jika menggunakan istilah Presiden Joko Widodo masih sebatas *sent* belum *delivered*. Pemerintah dalam hal ini masih menempatkan publik sebagai objek, karena dalam mentransmisikan informasi kurang mempertimbangkan konsekuensi dan mudah sekali menganulir pesan yang sudah tersampaikan. Jika pemerintah menempatkan publik sebagai subjek, seharusnya bisa lebih berhati-hati dengan pertimbangan setiap komunikasi akan mendapatkan umpan balik (*feed back*) dari publik. Sebagaimana prinsip dalam komunikasi yang bersifat tidak dapat ditarik kembali (*irreversible*). Komunikasi politik pemerintah yang sebatas hanya *sent* itu mengarah pada komunikasi satu arah (*one way communication*), sedangkan yang sampai pada tataran *delivered* itu baru bisa disebut komunikasi dua arah atau dialogis (*two way communication*).

Kebijakan selalu memerlukan komunikasi. Sebaik apa pun kebijakannya, jika komunikasi atau cara penyampaiannya bermasalah, potensi kebijakan yang baik dipermasalahkan juga sangat besar. Apalagi jika kebijakannya tidak populer, umpan balik dalam bentuk penolakan-penolakan tidak dapat dihindarkan. Perlu diingat bahwa legitimasi pemerintah itu ada bukan terjadi begitu saja (*taken for*

*granted*), melainkan ditentukan oleh kepercayaan publik (*public trust*). Jadi, jika dalam praktik komunikasi politik justru menjauhkan publik dari pemenuhan kebutuhan yang dikehendaki sebagai bentuk diterimanya kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, maka upaya membangun hubungan yang dialektis tidak terpenuhi. Apabila hal tersebut berlangsung terus menerus, bukan tidak mungkin akan mendelegitimasi pemerintah sebagai wujud meningkatnya ketidakpercayaan publik. Dalam konteks tersebut, perlunya komunikasi terkait kebijakan bukan sekedar menyampaikan informasi dari pemerintah ke publik, lebih utama adalah membangun poros kedekatan relasional yang lebih substantif.

Pemberitaan media sebagai bagian dari proses transmisi kebijakan di ruang publik menempati posisi yang sentral. Media tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, namun juga pembentuk realitas. Realitas yang terbentuk tidak hanya perpanjangan tangan dari kebijakan pemerintah *ansich*, melainkan juga campur tangan dari tafsir-tafsir media dalam memberitakan dan mengemas informasi. Pertanyaannya, apakah realitas yang dibentuk oleh media sama dengan realitas yang dikehendaki pemerintah? Untuk menjawab hal itu, kita harus memahami bahwa hakikat pemberitaan media memang untuk memberikan informasi, namun dari setiap informasi yang diberitakan tidak dapat dipisahkan dari basis logika dan kepentingan media. Jika yang diinginkan pemerintah adalah *delivered*, pemerintah perlu memastikan bahwa narasi komunikasi yang sampai kepada media tidak bisa. Sebab, jika pesan yang sampai kepada media tidak tuntas, upaya mengolah informasi yang tidak selaras dengan narasi awal pemerintah sangat mungkin terjadi. Ketika pembentukan realitas pemerintah dan media saling berseberangan dalam pemberitaan, bukan hanya kontestasi makna yang akan terjadi, namun yang lebih utama adalah publik akan menjadi korban dari terpaan informasi yang tidak pasti.

Media di satu sisi ditempatkan sebagai *watchdog* dalam mengonter ketidakberpihakan pemerintah terhadap agenda-agenda publik. Namun, perlu menjadi catatan bahwa media juga berpotensi mendistorsi makna yang sebenarnya termasuk praktik-praktik partisan yang cenderung mendegradasi kualitas pemberitaan yang diproduksi. Melihat hal demikian, polarisasi komunikasi kebijakan



tidak hanya dipahami secara sempit dengan melihat variabel miskoordinasi di sektor-sektor pemerintah, namun ada realitas tangan kedua yang diperankan oleh media. Diskontinuitas narasi-narasi komunikasi menghambat terciptanya kesepahaman bersama (*mutual understanding*) terkait dengan kebijakan yang ada.

### **Komunikasi Politik untuk Kemanusiaan**

Komunikasi politik tidak dapat dilepaskan dengan tujuan-tujuan politik, salah satunya misalnya untuk agregasi kepentingan. Dinamika tarik menarik kepentingan yang sifatnya politis tersebut seringkali lebih mengarusutama daripada memaknai hakikat dasar komunikasi yang menekankan pada hubungan. Di situasi pandemi Covid-19 ini, selayaknya praktik komunikasi politik bukan dimaknai sebagai sarana untuk mendapatkan kekuasaan, melainkan upaya untuk melepas kuasa kepentingan dan merajut kuasa kemanusiaan.

Komunikasi politik pemerintah seperti halnya yang telah diuraikan sebelumnya bahwa belum berjalan dengan baik. Konflik kepentingan, ego sektoral maupun bias informasi menjadi faktor-faktor yang memengaruhi ketidakefektifan narasi-narasi komunikasi penanganan pandemi Covid-19. Blunder komunikasi semata-mata bukan sekedar masalah teknis, melainkan belum adanya strategi komunikasi yang jelas terutama terkait *road map* penyelesaian secara terpadu dengan melibatkan berbagai pihak. Proses komunikasi kebijakan yang deliberatif menekankan adanya pencapaian kehendak bersama daripada dominasi kekuatan perseorangan maupun golongan. Komunikasi politik pemerintah di masa pandemi tidak hanya mengalirkan informasi, melainkan perlu mengedepankan aspek-aspek empati demi terwujudnya kohesivitas sosial bukan kepanikan sosial.

Ujian kepemimpinan berkaitan dengan pemerintah sebagai komunikator politik akan menentukan kredibilitas sumber. Setidaknya ada dua hal yang perlu diperhatikan pemerintah dalam setiap mengomunikasikan kebijakan, meliputi: keahlian sumber atau *source expertise* dan kepercayaan sumber atau *source trustworthiness*. Inkonsistensi, miskoordinasi, maupun faktor-faktor lain dapat menurunkan derajat kapabilitas dan kepercayaan komunikator dihadapan publik. Di situasi pandemi seperti saat ini, menjadi

momentum bagi pemerintah untuk menyatukan semua elemen agar saling peduli, kerja sama dan gotong royong atas nama kemanusiaan. Faksi-faksi yang saling bersitegang dapat disolidkan kembali.

Penguatan narasi politis yang menjauh dari kepentingan publik justru merugikan eksistensi pemerintah. Selain berdampak pada aspek elektoral yang merosot, proses- proses delegitimasi akibat rendahnya tingkat kepercayaan publik jelas menjadi ancaman tersendiri. Kerja-kerja kemanusiaan mengarahkan setiap elemen bukan saling kompetisi, melainkan kolaborasi. Kepekaan sosial yang tumbuh di masa krisis dapat menjadi energi perubahan. Paradigma pemerintah sebagai pelayan publik adalah mindset dasar dalam tata kelola komunikasi kelembagaan yang memandu arah dan orientasi pembangunan.

Peran media menjadi *support system* dalam menguatkan integritas komunikasi politik pemerintah. Melalui pemberitaan media, media dapat menyalurkan komunikasi kebijakan yang benar sekaligus mengawal prosesnya sampai ke publik. Selain itu, melalui pemberitaan media mendorong para *stakeholder* menyadari bahwa dalam mengatasi pandemi Covid-19 bukan sekedar menjadi tanggung jawab pemerintah, melainkan tanggung jawab bersama. Kesadaran kolektif yang terbangun akan memudahkan interaksi antara pemerintah, media dan publik. Tumpang tindih kebijakan di internal pemerintah dapat dihindari dengan pembagian peran-peran yang jelas. Sementara itu, peran media diarahkan untuk meningkatkan partisipasi atau keterlibatan masyarakat (*civic engagement*) secara lebih luas. Dengan demikian, komunikasi politik pemerintah dapat berjalan dengan baik dengan menekankan imperatif kemanusiaan di atas pragmatisme kepentingan.

## Daftar Pustaka

- Berliner, D., Bagozzi, B. E., Palmer-Rubin, B., & Erlich, A. (2019). The Political Logic of Government Disclosure: Evidence from Information Requests in Mexico. *The Journal of Politics*, 1-38.
- Farisa, F. C. (2020). *LP3ES Catat Ada 37 Pernyataan Blunder Pemerintah soal Covid-19*. Diakses di <https://nasional.kompas.com/read/2020/04/06/17522121/lp3es-catat-ada-37-pernyataan-blunder-pemerintah-soal-Covid-19>. Pada tanggal 7 Mei 2020

pukul 20.00 WIB.

Maharani, T. (2019). *Pidato Perdana, Jokowi Ibaratkan Program Pemerintah Bagai Pesan WA*. Diakses di <https://news.detik.com/berita/d-4753217/pidato-perdana-jokowi-ibaratkan-program-pemerintah-bagai-pesan-wa>. Pada tanggal 19 Mei 2020 pukul 03.00 WIB.

McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication, Fifth Edition*. New York: Routledge.

Norris, P. (2001). Political Communication: Technological Diffusion and Democracy. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Oxford: Pergamon /Elsevier Science.

# Satire di Balik Pandemi Covid-19

WININDA QUSNUL KHOTIMAH

**K**emunculan penyakit akibat virus Corona atau COVID-19 di Kota Wuhan, China sejak Desember 2019 mulai menjadi pemberitaan seluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia. Ramainya pemberitaan pada Januari 2020 tentang wabah tersebut, memantik perdebatan di dunia maya. Berbagai pertanyaan kerap dicuitkan pada akun-akun twitter warganet, seperti “sudahkah virus ini sampai ke Indonesia?”, “mengapa seakan negara kita kebal dari virus ini?” Tidak jarang candaan dan lelucon tentang wabah yang dinilai sebagai pandemi global oleh *World Health Organization* (WHO) ini berseliweran di lini masa media sosial. Menariknya, dalam menghadapi wabah penyakit berbahaya ini saja, warganet kita masih sempat memproduksi *meme* atau gambar yang diimitasi sebagai transmisi budaya ini (Dawkins, 1976).

## **Meme Pandemi tidak Sebercanda itu**

Riuhnya perdebatan di kalangan warganet tersebut muncul seiring dengan tanggapan pemerintah bahwa negara kita kebal dari virus ini. Misalnya, Menteri Kesehatan berujar, “*Enjoy* saja, asalkan makan yang cukup” atau “Untuk mencegah Corona masuk RI kuncinya berdoa.” Juga pernyataan Menteri Pertahanan, Mahfud MD bahwa negara kita adalah satu-satunya negara besar di Asia Tenggara yang tidak terkena virus Corona. Selain pernyataan tersebut, juga ada candaan, seperti yang dilontarkan Wakil Presiden Ma’ruf Amin

bahwa susu kuda liar dapat menangkal Corona. Atau kelakar Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi bahwa dirinya tetap sehat karena suka makan nasi kucing.



#### Canda Wapres Sebut Susu Kuda Liar Bisa Tangkal Virus Corona

CNN Indonesia

Publikasi: 13/03/2020 17:06 E

Sagikan:  



Sumber: cnnIndonesia.com, geloranews

Menanggapi pernyataan-pernyataan pejabat tersebut, kaum milenial hingga gen Z membuat *meme*. Richard Dawkins memperkenalkan istilah *meme* pertama kali pada 1976 dalam bukunya *The Selfish Gene*. Ia menggunakan istilah ini untuk keperluannya menamai konsep evolusi budaya. Sebuah konsep yang menurutnya penting untuk kehidupan manusia modern. *Meme* merupakan unit dari penyebaran budaya, seperti lagu, gagasan, gaya busana, dan gaya rambut. Penyebaran budaya ini dalam bentuk imitasi (tiruan).

Menurut Dawkins, sama seperti gen yang membiakkan diri dalam gudang gen dengan melompat dari tubuh melalui sperma atau sel telur, *meme* memperbanyak diri dalam gudang *meme* dengan meloncat dari otak ke otak melalui proses yang disebut imitasi. Inilah yang terjadi dengan *meme* candaan generasi millennial dan gen Z. *Meme* mereka muncul, untuk menunjukkan suatu respon terhadap isu yang sedang hangat. *Meme* ini seakan menjadi gema dari suara yang digaungkan oleh pemerintah. Beberapa *meme* di bawah ini yang menunjukkan betapa Indonesia adalah negara yang “mungkin” saja kebal dari virus ini.



Sumber: twitter.com

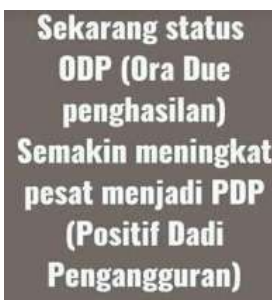
Masyarakat awam mungkin melihat *meme* di atas sebagai gurauan semata. Tidak memahami bagaimana pejabat memandang pandemi global hanya sebagai penyakit ringan. Tidak lebih berat daripada penyakit endemik, seperti malaria, dan demam berdarah. Sampai-sampai muncul *meme* bahwa omongan tetangga jauh lebih berbahaya daripada virus Corona. *Meme* ini bisa jadi merupakan cara untuk melepaskan kekesalan pembuatnya terhadap sikap pejabat yang semestinya menyikapi wabah dengan kewaspadaan tinggi, bukan dengan kelakar. Beberapa *meme* pada akun-akun pengguna *twitter* di atas, sangat kreatif dan substantif maknanya. Pesan dalam *meme* tersebut bukan sekadar sindiran, tetapi dilengkapi gambar-gambar dengan tulisan merupakan respon yang tepat pada era digital.

Fenomena *meme* ini terus berjalan seiring dengan masuknya pandemi COVID 19 di Indonesia, ketika banyak sekali dampak yang timbul akibat cepatnya penyebaran wabah ini ke seluruh provinsi Indonesia. Jika awalnya ada pengingkaran dari otoritas pemerintah, maka semakin ke sini mulai ada perubahan. Sejak pertengahan Maret pemerintah mulai menerapkan kebijakan belajar, bekerja, dan beribadah dari rumah atau *work from home* dan *learn from home*. Kebijakan ini dimaksudkan untuk mengurangi persebaran virus.

Kebijakan tersebut kemudian diikuti dengan *physical distancing* dan *social distancing*. Lanjutan dari kebijakan ini adalah banyaknya perusahaan atau hotel yang merumahkan para pegawainya, kelangkaan beberapa alat kesehatan, termasuk masker, dan UMKM yang muali gulung tikar. Kejadian-kejadian lain yang tidak kalah "seru" adalah dilepaskannya tahanan atau napi dari beberapa lapas sebagai upaya

pengurangan penyebaran COVID 19. Respon generasi millennial terhadap semua kebijakan tersebut melalui *meme* pun tetap marak.

Tujuan untuk mengekspose dan mengkritik kesalahan pihak lain yang dikemas dalam bentuk humor getir yang disebut sebagai satire (Berger,1997). Beberapa *meme* di bawah ini muncul sebagai *satire* dari kejadian pada Maret dan April 2020. Humor getir yang menggambarkan ironi, juga sarkasme tentang respon pemerintah mengenai wabah ini lagi-lagi menyiratkan kritik terhadap cara penguasa menerapkan kebijakannya.



Sumber: twitter.com



Para warganet bukan semata sedang menertawakan pandemi. Mereka menggambarkan dikotomi antara apa yang mereka pahami dengan apa yang menjadi pemahaman pemerintah yang kemudian disalurkan melalui media massa. *Meme* ini muncul sebagai himpunan kesadaran kritis dari masyarakat digital yang dituangkan dalam bentuk visual dan teks. *Meme* menjadi pesan yang hidup, mudah dimengerti dan sesuai dengan apa yang menjadi diskursus bersama masyarakat kolektif kita.

Di media sosial, *meme* tidak kalah cepat penyebarannya, seperti halnya COVID-19. Satu *meme* menyebar, maka bisa dipastikan akan muncul *meme* kreatif lain yang diproduksi dan disebarakan secara luas. Tidak lama setelah *meme* di atas menyebar di akun-akun media sosial, muncul berbagai persoalan nyata. Dalam hal ini, sepertinya *meme* menjadi semacam humor yang bisa meramalkan yang akan terjadi di masa depan. Keresahan masyarakat yang semula dituangkan dalam *meme* ternyata menjadi kenyataan.

The image shows a screenshot of a news article from Kompas.com. The article title is "4 Perampok Beraksi Saat PSBB di Bogor, Kuras Minimarket dan Sekap Pegawainya" (4 Robbers Act During PSBB in Bogor, Empty Minimarket and Arrested Their Staff). The article is dated April 22, 2020, at 05:59 WIB. The author is Ady Anugrahadi. The article text is partially obscured by a large meme image. The meme shows a person lying on the ground with a yellow "CRIME SCENE" tape stretched across them. The meme is overlaid on the article's content, which includes a "Komentar" (Comments) section and a "Lihat Foto" (View Photo) button.

Sumber: kompas.com, liputan6.com

Begitulah, ternyata kritik dapat disampaikan dengan lebih “manis” melalui *meme* dan inilah cara generasi millennial dan gen Z menyikapi pandemi COVID 19 yang telah menjangkiti hampir 3 juta orang dan merenggut nyawa 210.842 orang di seluruh dunia. Semoga saja dengan *meme-meme* yang bertebaran di media sosial para pemegang otoritas pemerintah menyadari bahwa transparansi data adalah penting.



Keterbukaan informasi yang disampaikan dengan tepat tidak akan menebarkan ketakutan seperti yang selama ini dikhawatirkan.

## Glosarium

Dengan adanya pandemi Covid-19, pemerintah melalui Kementerian Kesehatan RI dan Komando Gugus Tugas Covid-19 mengeluarkan beberapa istilah sebagai berikut:

<b>#Dirumahaja</b>	adalah gerakan masyarakat Indonesia agar tidak melakukan aktivitas di luar rumah jika tidak penting dan menghindari kerumunan.
<b>Cairan Disinfektan</b>	Zat kimia yang digunakan untuk membersihkan dan membunuh kuman pada benda.
<b>Covid-19</b>	Singkatan dari Corona Virus Disease 2019
<b>Discarded</b>	Seseorang dengan status kontak erat yang telah menyelesaikan masa karantina 14 hari.
<b>Droplet</b>	Tetes atau cipratan yang dihasilkan oleh bersin, batuk, maupun saat berbicara. Tetesan penderita dapat menyebarkan penyakit ketika orang yang terinfeksi batuk atau bersin dan tetesan tersebut mendarat di mulut, hidung, atau mata orang yang ada di dekatnya.
<b>Epidemi</b>	Suatu wabah besar atau peningkatan penyakit secara mendadak cepat dan dalam jumlah yang banyak suatu penyakit tertentu di wilayah tertentu.
<b><i>Flattening the Curve</i></b>	Pelandaian kurva merupakan istilah di bidang epidemiologi untuk upaya memperlambat penyebaran penyakit menular dan dalam hal ini adalah Covid-19.
<b><i>Hand Sanitizer</i></b>	Cairan pembersih yang digunakan seseorang untuk membersihkan virus dari tangannya untuk mengurangi risiko penularan virus

<b><i>Herd Immunity</i></b>	Artinya kekebalan kelompok. Kekebalan 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 terkena dan sembuh dari penyakit tersebut.
<b>Inkubasi</b>	Masa inkubasi adalah waktu yang diperlukan suatu penyakit menular hingga munculnya gejala setelah seseorang terinfeksi.
<b>Isolasi</b>	Tindakan memisahkan orang yang sudah sakit dengan orang yang masih sehat untuk mencegah terjadinya penularan. Misalnya, virus Covid-19.
<b>Karantina</b>	Tindakan memisahkan dan membatasi kegiatan orang yang sudah terkena virus Corona, namun belum menunjukkan gejala.
<b>Kasus Suspek</b>	Orang dengan salah satu gejala/tanda ISPA* (infeksi saluran pernapasan atas) dan pada 14 hari terakhir sebelum timbul gejala memiliki riwayat kontak dengan kasus konfirmasi/ <i>probable</i> Covid-19.
<b>Kasus Probable</b>	Kasus suspek dengan ISPA Berat/ARDS***/meninggal dengan gambaran klinis yang meyakinkan Covid-19, namun belum ada hasil pemeriksaan laboratorium RT-PCR-nya.
<b>Kasus Konfirmasi</b>	Seseorang yang dinyatakan positif terinfeksi virus Covid-19 dan dibuktikan dengan pemeriksaan laboratorium RT-PCR.
<b>Kematian</b>	Kematian COVID-19 untuk kepentingan surveilans adalah kasus konfirmasi/ <i>probable</i> COVID-19 yang meninggal.
<b>Kontak Erat</b>	Kontak tatap muka/berdekatan dengan kasus <i>probable</i> atau kasus konfirmasi dalam radius satu meter dan dalam jangka waktu 15 menit atau lebih. Sentuhan fisik langsung dengan kasus <i>probable</i> atau konfirmasi (seperti bersalaman, berpegangan tangan, dan berpelukan).
<b><i>Local Transmission</i></b>	Penularan penyakit saat pasien berada di lokasinya saat ini. Kasus <i>local transmission</i> terjadi pada pasien yang tak punya riwayat bepergian, baik di dalam negeri maupun keluar negeri.

<i>Lockdown</i>	Karantina wilayah, yaitu pembatasan pergerakan penduduk dalam suatu wilayah, termasuk menutup akses orang untuk masuk dan keluar wilayah tersebut.
<i>New Normal</i>	Masa kenormalan baru adalah istilah yang digunakan untuk menandakan selesainya masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).
<b>Orang dalam Pemantauan (ODP)</b>	ODP adalah orang yang harus menjalani isolasi di rumah dan kondisinya akan dipantau setiap hari selama 2 minggu.
<b>Orang Tanpa Gejala (OTG)</b>	Istilah yang digunakan untuk orang yang positif terinfeksi virus Corona, tetapi tidak mengalami gejala atau gejalanya sangat ringan
<b>Pandemi</b>	Epidemi atau <i>pagebluk</i> adalah penyebaran penyakit tertentu yang terjadi secara global di banyak negara.
<b>Pasien dalam Pengawasan (PDP)</b>	PDP dilakukan dengan merawat inap dan mengisolasi di rumah sakit, pemeriksaan laboratorium, dan pemantauan pada orang lain yang memiliki kontak erat dengan PDP tersebut.
<b>PCR</b>	Teknologi <i>Polymerase Chain Reaction</i> yang digunakan dalam metode pemeriksaan <i>swab test</i> pada seseorang untuk mengetahui apakah ia terinfeksi Covid-19.
<b>Pelaku Perjalanan</b>	Seseorang yang melakukan perjalanan, baik di dalam negeri (domestik) maupun luar negeri pada 14 hari terakhir.
<b>Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)</b>	Peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat umum atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan sosial budaya, pembatasan moda transportasi, pembatasan kegiatan lainnya khusus berhubungan dengan aspek pertahanan dan keamanan.
<i>Physical Distancing</i>	Jarak fisik yang digunakan untuk memperjelas maksud dari <i>social distancing</i> sebagai upaya pencegahan COVID-19.

<b>Positif</b>	Orang yang positif terinfeksi Covid-19 dengan mengacu pada ditemukannya virus corona pada tubuhnya. Pasien dinyatakan positif setelah menjalani beberapa kali pemeriksaan, misalnya <i>swab test</i> , cek darah, dan pemeriksaan paru-paru.
<b>Rapid Test</b>	Teknologi pengujian cepat untuk virus Corona baru (Covid-19)
<b>Screening</b>	Mengidentifikasi orang yang mungkin telah melakukan kontak dengan orang yang terinfeksi virus.
<b>Selesai Isolasi</b>	Kasus konfirmasi tanpa gejala (asimtomatik) yang tidak dilakukan pemeriksaan follow up RT-PCR dengan ditambah 10 hari isolasi mandiri sejak pengambilan spesimen diagnosis konfirmasi.
<b>Social Distancing</b>	Pembatasan sosial adalah tindakan menghindari tempat umum, menjauhi keramaian, dan menjaga jarak optimal 2 meter dari orang lain.
<b>Suspect</b>	Istilah <i>suspect</i> sempat digunakan untuk menandai pasien yang berkaitan dengan virus corona. Pasien <i>suspect</i> biasanya telah menunjukkan gejala setelah melakukan perjalanan atau kontak dengan pasien Covid-19.
<b>Swab Test</b>	Pemeriksaan medis untuk mengetahui adanya virus corona didalam tubuh. Uji ini dilakukan dengan mengambil sampel lendir di saluran pernapasan, seperti hidung dan tenggorokan.
<b>Ventilator</b>	Alat yang membantu pasien bernapas. Alat ini memompa oksigen ke paru-paru dan menghilangkan karbondioksida melalui tabung.
<b>Wabah</b>	Peningkatan secara mendadak orang yang terkena suatu penyakit di tempat tertentu.
<b>Work from Home</b>	Kebijakan bekerja dari rumah yang dipilih oleh beberapa perusahaan hingga instansi pemerintahan untuk mencegah penularan Covid-19.

*Dikutip dari berbagai sumber: Keputusan Menteri Kesehatan RI HK. 01.07-MENKES-413-2020 Tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di INDONESIA, Tirto.co.id, Alodokter.com*

## Biodata Penulis Buku

- Achmad Abimubarak, lahir di Bekasi, 16 Juni 1994. Latar belakang pendidikan: S1 Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP UHAMKA, S2 Pendidikan Bahasa Indonesia UHAMKA. Saat ini menjadi dosen di Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP UHAMKA. Selain mengajar, aktif menjadi pemateri dalam bidang pembelajaran Sastra di sekolah. Juga menjadi pegiat musikalisasi puisi, baik sebagai pribadi, juri, maupun pelatih.
- Ahmad Imam Mujadid Rais. Ia memperoleh gelar Master Hubungan Internasional dari Universitas Melbourne. Sejak 2015 hingga sekarang menjabat sebagai Wakil Sekretaris Lembaga Hubungan dan Kerja Sama Internasional PP Muhammadiyah. Pada 2017-2019 menjadi Deputi Asisten di Kantor Utusan Khusus Presiden untuk Dialog dan Kerja Sama Antaragama dan Peradaban. Saat ini bekerja sebagai peneliti, konsultan dan dosen tidak tetap di FISIP UHAMKA.
- Amir Fiqi, lahir di Tegal, 15 Desember 1985. Meraih gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dari Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta pada 2011. Ia memperoleh gelar Magister Sosial (M.Si) dari Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) 2016. Saat ini menjalani aktivitas sebagai jurnalis di media daring Carapandang.co dan dosen tidak tetap di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (UHAMKA). Penulis dapat dihubungi melalui alamat email: [amirfiqi85@gmail.com](mailto:amirfiqi85@gmail.com)

- Andhika Pamungkas, lahir di Jakarta, 29 November 1983. Pendidikan S-1 ditempuh di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA dan S2 Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama). Keilmuan yang digeluti selama ini adalah Jurnalistik. Aktivitas sehari-hari sebagai dosen tetap Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA dan sebagai Asisten Produser di TV-One.
- Andi Fachruddin, lahir di Jakarta, 30 Agustus 1971. Menempuh pendidikan S-1 di Universitas Ibnu Chaldun, Jakarta, pendidikan S-2 di Universitas Indonesia dan lulus pada 2002. Penulis mengawali karier PNS sebagai karyawan TVRI. Ia pun menempuh beberapa pendidikan nonformal, antara lain Pendidikan Administrasi Umum (ADUM) di Lembaga Administrasi Negara pada 1999; Pendidikan Produksi Televisi (*Nippon Hoso Kyokai-CTI Tokyo*) NHK Jepang selama 2002-2003; Pendidikan *Research Television Audience Measurement* (AGB Nielsen Media Research) di Jakarta pada 2004; Pendidikan *Research Television Audience Measurement (Asia Pacific Broadcasting Union and Mass Communication of Thailand)* MCOT-Bangkok pada 2004. Pernah menduduki beberapa jabatan, seperti Manajer Riset Direktorat Program dan Berita PT TVRI dari 2003-2005; *Liaison Officer* TVRI pada *Asia-Pacific Broadcasting Union* (ABU) dari 2003-2010; Plt. Manajer Pengembangan Produk & *Web Site*. Plt. Manajer Pengembangan Siaran & Nonsiaran tahun 2016-2017; Kepala Seksi Penjualan & Pemasaran Siaran Direktorat Pengembangan dan Usaha TVRI dari 2017-2019; Kepala Seksi Program TVRI Stasiun Jawa Timur dari 2019-2020; dan Kepala Bidang Penjualan Pemasaran Siaran dan Lalu Lintas Usaha Direktorat Pengembangan Usaha TVRI sejak 2020-sekarang. Ia memiliki berbagai pengalaman internasional sebagai produser dan koordinator kerjasama beberapa Produksi Dokumenter Internasional, seperti dengan Korean Broadcasting System (KBS) di Seoul pada 2004, Chinna Central Television (CCTV) di Beijing pada 2005, Radio Televisi Malaysia (RTM) di Kuala Lumpur pada 2006; Vietnam Television (VTV) Hanoi pada 2007. Di sela-sela kesibukannya, sejak 2006 ia menjadi pengajar di FIKOM Universitas Mercu Buana Jakarta, di FISIP UHAMKA, dan

Universitas Tarumanagara. Ia banyak menulis buku penyiaran, seperti Dasar-dasar Penyiaran Televisi (cetakan kedua 2009), Dasar-dasar Produksi Televisi (2012), Cara Kreatif Memproduksi Program TV (2015), Manajemen Pertelevisian Modern (2016) dan Journalism Today (2018).

- Arsyad. Lahir di Jakarta, 15 September 1962. Menamatkan studi S-1 di Fakultas Hukum, Universitas Jayabaya, S-2 Hubungan Internasional FISIP Universitas Indonesia. dan S-3 Ilmu Politik di FISIP Universitas Padjadjaran. Selama 2004-2009 ia menjadi Tim Ahli Menpora RI dan sejak 2020-2024 sebagai Wakil Kepala Badan Standarisasi dan Akreditasi Keolahragaan Nasional. Beberapa seminar di luar negeri yang pernah diikuti antara lain, Seminar on Anti Doping for Asian Countries Olympic Committees yang diadakan Kementerian Perdagangan China yang diorganisasikan oleh China Sports International Corp pada 2007 di China; Introductory Sports Administration Program Presented by Departement of Sports and Recreation Government of Western Australia, 21 Januari 2008 - 2 Februari 2008, Australia.
- Daniel Fernandez, lahir di Flores, 27 Juli 1956. Ia menyelesaikan studi S-1 di Institut Ilmu Keguruan dan Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Jakarta. Kemudian melanjutkan studi S-2 di Program Studi Antropologi, FISIP Universitas Indonesia. Menjadi dosen tetap di almamaternya sejak 1989 hingga sekarang. Pada 1998 IKIP Muhamadiyah Jakarta berubah menjadi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (UHAMKA). Penulis lalu ditempatkan sebagai dosen di .FISIP UHAMKA. Aktivitasnya selain mengajar adalah mendampingi guru Sosiologi dan Antropologi untuk mengembangkan berbagai buku pelajaran Sosiologi dan Antropologi, serta berbagai perangkat pembelajaran dan panduan pembelajaran. Sejak 2015 ia menjadi anggota Majelis Pendidikan Tinggi, Penelitian, dan Pengembangan PP Muhammadiyah dan aktif melakukan pendampingan Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi Muhammadiyah se-Indonesia.
- Eko Digdoyo, lahir di Pacitan 11 Juli 1977. Menyelesaikan pendidikan S-1 pada Program Studi Pendidikan Sejarah, Fakultas



Keguruan dan Ilmu Pendidikan UHAMKA. Ia melanjutkan studi Ilmu Antropologi di FIB Universitas Gadjah Mada, dan kini sedang menyelesaikan pendidikan S3 di Departemen Pendidikan Kewarganegaraan Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Sejak 2005 diangkat sebagai Dosen Tetap PNS DPK pada FISIP UHAMKA. Beberapa tulisannya di Jurnal Nasional antara lain, Upaya Kelompok Tani Sanggabuana dalam Tata Kelola dan Pengembangan Lingkungan Kota melalui Pendekatan Budaya Kearifan Lokal (Jurnal IPS Universitas Negeri Malang), Komitmen Partai Politik Peserta Pemilu Tahun 2014 terhadap Isu Kearifan Lingkungan (Jurnal Komunika UHAMKA), Kajian Isu Toleransi Beragama, Budaya, dan Tanggungjawab Sosial Media (Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Universitas Muhammadiyah Ponorogo), Pengembangan Inovasi Pendidikan Komunikasi Multikultural melalui Tayangan Ragam Indonesia sebagai Strategi Penguatan Identitas Nasional (Jurnal PKn Progresif-UNS), Rumah Puspo Budaya Nusantara sebagai Pusat Pengembangan Pendidikan Karakter melalui Tari Nusantara (Jurnal Integralistik PKn-UNNES), Pemberdayaan Komunitas Masyarakat Pemulung Kampung Pelangi Kelurahan Cipete Utara melalui Pendekatan Pemahaman Sosio-Psikologi (e-Prosiding Abdimasmu) dan buku: Ilmu Sosial dan Budaya Dasar, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Terintegrasi Al Islam Kemuhammadiyah.

- Farida Hariyati, lahir di Purworejo, 27 September 1976. Ia menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Gadjah Mada dan S2 Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), dan saat ini sedang menemupuh studi S3 Ilmu Komunikasi Pembangunan Universitas IPB. Dosen tetap Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UHAMKA dan menjabat sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Aktif dalam berbagai kegiatan sosial, antara lain dalam kegiatan pengabdian masyarakat dan organisasi otonom PD Nasyiatul Aisyiyah Jakarta Selatan dan PD Aisyiyah Tangerang Selatan. Alamat e-mail: [farida120114@gmail.com](mailto:farida120114@gmail.com)
- Gilang Kumari Putra, lahir di Jakarta, 31 Mei 1984. Menamatkan Pendidikan S-1 dari Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP

UHAMKA, kemudian melanjutkan S-2 Ilmu Komunikasi Fikom Universitas Padjadjaran Bandung. Ia menjadi Dosen Tetap pada almamaternya di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA. Beberapa mata kuliah yang diampu selama ini, antara lain Manajemen Humas & PR Crisis, Persuasi dan Negosiasi, Creative Thinking, dan Kewirausahaan. Pernah menjabat sebagai Ketua Pusat Pembinaan dan Pengembangan Kemahasiswaan dan Alumni (P3KA) UHAMKA 2015-2019, Anggota Dewan Kota Jakarta Barat 2014-2019, Pengurus Ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi (ISKI) DKI Jakarta 2014-2019, Pembicara, fasilitator, trainer kegiatan Pemuda, Mahasiswa dan Pengamat Media Sosial.

- Hj. Nini Ibrahim, lahir di Jakarta, 13 Januari 1963. Latar belakang Pendidikan S1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia IKIP Jakarta, S2 Pendidikan Bahasa UNJ, dan S3 Pendidikan Bahasa UNJ. Selama ini menjadi dosen tetap di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP UHAMKA. Karya bukunya *Perencanaan Pembelajaran: Teori dan Praktis* diterbitkan oleh Mitra Abadi.
- Husnan Nurjuman, lahir di Bogor, 25 Agustus 1978. Setelah menyelesaikan pendidikan S.1 di Institut Agama Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2001, ia melanjutkan studi S.2 Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia (2003-2006). Saat ini sedang menyelesaikan studi di Program Ilmu Komunikasi, Program Doktorat Universitas Padjadjaran. Ia aktif menulis dan meneliti tentang media dan komunikasi kehidupan beragama. Beberapa di antaranya, *Konstruksi Media Islam Indonesia tentang Pluralisme* (2006), *Kesalahan Simbolik Hijab Style sebagai Budaya Konsumen* (2013), *Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Sikap Keberagamaan* (2017), *Perilaku Remaja dalam Konsumsi, dan Sirkulasi Konten Keagamaan di Media Sosial* (2018). Ia merupakan Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan Dosen Tamu di Program Studi Ilmu Komunikasi UHAMKA. Selain itu ia menjadi Program Director Radio 106 Dia Untirta.

- M. Almoenir Rahmat, lahir di Ngadirejo, 15 Mei 1962. Menemupuh pendidikan S-1 di Jurusan Manajemen Perusahaan, FE Universitas Jayabaya. Mengikuti beberapa kursus dan training di luar negeri, seperti Basic Electronic TV, Lighting, Staging, Camera, Audio and Technical Operation yang disponsori USAID 1000 jam (1984) dan The Use TV-Radio in Multimedia, RNTC Belanda, 1989-1990. Berpengalaman kerja di Studio TV Pustekom Depdikbud (1982-1990), Produser Director Televisi Pendidikan Indonesia (1994-1997), produser di beberapa PH (1994-1997), Produser dan Eksutif Produser SCTV (1997-2017), Asesor untuk Skema Asisten Produser dan Produser pada LSP INsCinema BNSP sejak 1918-sekarang. Telah memproduksi beberapa program TV, seperti Aku Cinta Indonesia, Dunia Bintang, Selamat Pagi Indonesia, Laris Manis, Inbox, dan SCTV Awards. Pengalaman lain, mengikuti Festoval Film MICPOM Canned Program di Nice, Perancis, Dunia Bintang ke Asia, Afrika, dan Eropa, serta Inbox Goes to Korea. Menjadi dosen praktisi di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
- Novi Andayani Praptiningsih, lahir di Jakarta 17 November 1965. Bekerja sebagai dosen tetap di Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP UHAMKA. Ia meraih gelar sarjana dari Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta lalu melanjutkan studi di Departemen Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana UI dan mendapat gelar doktor Ilmu Komunikasi dari Universitas Padjadjaran. Ia memiliki minat penelitian pada bidang public relations, komunikasi pemasaran, komunikasi organisasi, psikologi komunikasi, kajian media, komunikasi antarbudaya, gender dan LGBT. Sebagai dosen ia beberapa kali mendapatkan Hibah Penelitian untuk skema Hibah Doktor dan skema PDUPT multitalahun dari Kemristekdikti/BRIN. Ia memiliki keahlian sebagai pengajar, pembicara, pelatih, instruktur, fasilitator, dan moderator pada seminar dan pelatihan Komunikasi. Ia juga menjadi pereview dan editor beberapa jurnal ilmiah.
- Nur Amalia, lahir di Palembang, 21 Juli 1965. Menamatkan S1 di FKIP Universitas Sriwijaya (Unsri) jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia dan S2 Bahasa dan Sastra Indonesia UNP. Putri ketujuh dari 12 bersaudara dari pasangan M. Husin Zainal dan Rogaya

ini sejak kecil dididik di lingkungan Muhammadiyah. Ia memulai kariernya sebagai Dosen PNS di Politeknik Unsri, STKIP PGRI, ASMI, dan MTs Muhammadiyah 2 Palembang. Saat ini ia menjadi Dosen Tetap PNS DPK di Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UHAMKA. Selain mengajar ia juga aktif dalam kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat, menulis di jurnal nasional terakreditasi, dan sebagai narasumber dalam diskusi gender di Pusat Studi Kajian Gender dan Anak UHAMKA.

- Rifma Ghulam Dzaljad, lahir di Lamongan, 24 April 1977. Latarbelakang Pendidikan S1 Jurusan Aqidah Filsafat Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, S2 Sosiologi FISIP UI, S3 Lintas Disipliner Pengkajian Islam UIN Syarif Hidayatullah. Keilmuan yang digeluti selama ini adalah kajian integrasi ilmu, pemikiran Buya HAMKA, sosiologi legislasi dan hubungan agama dengan masyarakat (Sosiologi Agama). Saat ini menjadi dosen FISIP UHAMKA dan Sekretaris Pimpinan Ranting Muhammadiyah Legoso Pisangan, Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan.
- Rita Pranawati, lahir di Kebumen 6 April 1977. Menyelesaikan pendidikan S1 di Sastra Asia Barat UGM dan menyelesaikan master pertamanya di Interdisciplinary Islamic Studies UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Ia melanjutkan master keduanya pada jurusan Sosiologi di Monash University Australia. Saat ini merupakan dosen tetap persyarikatan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA. Dasamping itu juga berkiprah sebagai Komisioner Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) periode 2014-2017, dan saat ini menjabat sebagai Wakil Ketua hingga 2022. Ibu dua anak ini menjabat Wakil Ketua Majelis Pelayanan Sosial Pimpinan Pusat Muhammadiyah dan Koordinator Divisi dan Perundang-Undangan Majelis Hukum dan HAM Pimpinan Pusat 'Aisyiyah.
- Sri Mustika, lahir dan besar di kota batik, Pekalongan. Menempuh studi S-1 di Perguruan Tinggi Publisistik (kini Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) Jakarta. Melanjutkan studi S-2 dan S-3 di Departemen Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas

Indonesia. Ia pernah menekuni pekerjaan sebagai wartawan dan mengawali kariernya di Majalah Femina. Dengan bekal pengalamannya itulah ia kemudian mengabdikan diri sebagai dosen di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA. Ia mengampu beberapa mata kuliah, antara lain Teori Komunikasi, Jurnalisme Lingkungan, dan Liputan Seni. Di sela-sela kesibukannya ia mengajar dan menjadi penguji pada Uji Kompetensi Wartawan Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) sejak 2012-sekarang. E-mail: [srimustika@uhamka.ac.id](mailto:srimustika@uhamka.ac.id)

- Tellys Corliana, lahir di Cilacap, 29 September 1964. Menamatkan studi S-1 Ilmu Antropologi, Fakultas Sastra, Universitas Gadjah Mada dan S2 Ilmu Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada. Ia merupakan dosen tetap pada Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA dan menjabat sebagai Dekan FISIP UHAMKA (2019-2024). Selain berkonsentrasi pada kajian Ilmu Antropologi juga mengembangkan kajian Gender, Budaya dan Komunikasi.
- Titin Setiawati, lahir di Temanggung, 27 Desember 1979. Menempuh studi S-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Gadjah Mada dan menyelesaikan studi S-2 di Sekolah Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Berminat pada Keilmuan Literasi Media dan Gender. Saat ini disamping sebagai dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA, ia mendirikan UKM, aktif sebagai *freelance media content consultant* dan di organisasi pengembangan UKM.
- Verdy Firmantoro, lahir di Lumajang, 13 Februari 1994. Menamatkan studi S-1 dan S-2 di Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Brawijaya, Malang. Berbagai penghargaan kemahasiswaan telah diraih, terutama di bidang karya tulis ilmiah dan pada Tahun Akademik 2015/ 2016, ia meraih prestasi sebagai Lulusan Terbaik FISIP Universitas Brawijaya. Saat ini penulis sedang menempuh studi Program Doktorat (S3) Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia berkat Beasiswa Unggulan Masyarakat Berprestasi dari Kemendikbud RI. Saat

ini penulis aktif sebagai Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA untuk mata kuliah Teori Komunikasi dan Komunikasi Politik dan Peneliti Indopol Survey serta Pengurus Pusat Ikatan Alumni Universitas Brawijaya (IKA UB). Penulis telah menghasilkan sejumlah tulisan di antaranya: Komunikasi Diponegoro dan *Post-Truth* Era Propaganda Klasik Jawa; “*New Normal*”, “Pelebagaan Ketidakpastian”?; *Reconstructing Indonesians’ Thought Towards Manuscript of Nusantara Based on Local Wisdom Awareness Education (Performance Research-Based Post-Colonialism Study)*. Penulis juga aktif menulis di beberapa kanal media massa. Alamat e-mail: [vfirnantoro@gmail.com](mailto:vfirnantoro@gmail.com).

- Wininda Qusnul Khotimah, lahir di Poso, Sulawesi Tengah 7 April 1994. Ia menyelesaikan pendidikan S1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Muhammadiyah Malang lalu melanjutkan studi di Sekolah Pascasarjana Program Studi Kajian Budaya dan Media, Universitas Gadjah Mada dan lulus pada 2017. Tertarik pada kajian media dan jurnalisme lingkungan hidup. Saat ini merupakan Dosen Tetap Persyarikatan pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA. E-mail: [winyinda@uhamka.ac.id](mailto:winyinda@uhamka.ac.id)