

# KOMUNIKASI PUBLIK DI TENGAH KRISIS: TINJAUAN KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM TANGGAP DARURAT PANDEMI COVID-19

Oleh Soraya Fadhal

## Pendahuluan

Tulisan ini membahas komunikasi publik pemerintah di tiga bulan awal masa tanggap darurat penanganan krisis pandemi Covid-19 di Indonesia. Covid-19 adalah penyakit menular yang bermula di Wuhan, Cina, Desember 2019, dan disebabkan virus corona. World Health Organization (WHO), Maret 2020, menyatakan Covid-19 menjadi pandemi di seluruh dunia. Gejala Covid-19 antara lain; demam, batuk, sesak nafas, diare, sakit tenggorokan, kehilangan indera rasa, ruam kulit (WHO-Indonesia, 2020). Virus ini mengakibatkan kematian dengan cepat. Berjuta orang terjangkiti di seluruh dunia. Pemerintah merespon situasi ini dengan mengeluarkan Keputusan Presiden (Keppres) mengenai penanganan Covid-19 (Tambun, 2020). Sikap pemerintah dalam penanganan Covid-19 di tiga bulan awal pandemi, menghadapi kritik di ruang publik media, termasuk kritik internasional (Nana, 2020).

Pernyataan pemerintah atas ketiadaan kasus, dianulir oleh Presiden Jokowi saat mengumumkan kasus pertama pasien positif Covid-19 di Indonesia, 2/3/2020, di Jakarta (Nuraini, 2020). Namun ketidakpercayaan publik kepada pemerintah sudah terlanjur hadir. Pandemi adalah kondisi yang luar biasa, maka penanganannya juga harus luar biasa. Ketika negara lain sudah “*full alert*” menanggapi wabah Covid-19 ini, pemerintah sempat terlihat kurang serius dan tidak siap ketika situasi tereskalasi sedemikian cepat (ABC Australia, 2020). Bahkan di awal penanganan pandemi, terjadi perbedaan data pasien Covid-19, antara Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan pemerintah, dimana IDI meminta pemerintah untuk bersikap transparan (ANTARA, 2020).

CNN Indonesia.com menyajikan tulisan tanggapan dunia internasional atas penanganan Pandemi COVID-19 di Indonesia. Pemerintah dan media Australia misalnya, melayangkan kritik keras

terhadap kurangnya kesiagaan, kewaspadaan, kepekaan Pemerintah Indonesia atas penanganan pandemi. Sejak Australia mengumumkan kasus pertama Covid-19 (25 Januari 2020), pemerintah bersikeras tidak ada kasus pasien positif sepanjang Januari-Februari 2020 di Indonesia. Australia menilai Indonesia seharusnya mengkhawatirkan perkembangan pandemi yang tidak terdeteksi. James Massola, kontributor media dalam artikel berjudul *'The World's Next Coronavirus Hotspot Is Emerging Next Door'*, memaparkan perkembangan pandemi Covid-19 di Indonesia disebut di bawah radar, karena hanya dalam 8 hari Indonesia merekam lebih dari 1.000 kasus baru setiap hari. Massola mengutip data *Worldometre yang menyebutkan* Indonesia dalam kondisi mengkhawatirkan sebab rasio tes Covid-19 rendah dan jumlah kematian tinggi (CNN Indonesia.com. (a)., 2020).

Pemerintah dinilai lamban, kurang memperhitungkan dampak wabah sejak awal. Kesan saling lempar antar lembaga pemerintah juga terasa di awal Pandemi. Kepala daerah cenderung bertindak sendiri dan memunculkan kesan ketidakseragaman Pusat-Daerah. Pemerintah Pusat yang seharusnya preventif, justru mengambil tindakan yang dinilai tidak responsif. Misalnya lamban dalam menutup akses masuk-keluar Indonesia, serta memberikan stimulus di bidang pariwisata guna menarik masuknya wisatawan asing. Akibatnya Pemerintah Daerah (Pemda) mengambil langkah insiatif guna menerapkan protokol Covid-19 dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di daerahnya. Tindakan ini memunculkan teguran Pemerintah Pusat kepada Daerah karena dinilai melangkahi Pusat. Publik menilai Pemerintah Pusat dan Daerah berbeda pendapat dan tidak memiliki desain kebijakan penanganan pandemi. Kementerian pun terkesan bergerak sendiri tanpa panduan solid dalam memberikan informasi kepada publik (BBC News Indonesia, 2020; Narasi, 2020)

## **Komunikasi Publik Pemerintah Ditengah Krisis**

Salah satu faktor yang memengaruhi implementasi kebijakan publik adalah komunikasi (Ramadani, 2019). Mengutip McBeth, Lybecker dan Stoutenborough dalam Ramadani (2019), *"In today's policy world, communication is a key element of policy making"*. Komunikasi publik kehumasan pemerintah menjadi krusial. Lee dalam Lee, Neeley, & Stewart (2012), menjelaskan bahwa fungsi

kehumasan terkait dengan pemaparan visi, misi, tujuan atau kebijakan pemerintah. Aktivitas kehumasan pemerintah tersebut diantaranya pelaporan pertanggungjawaban terhadap publik, edukasi dan kampanye layanan publik. Grunig dan Hunt (dalam Haryanti & Rusfian (2018), mengembangkan 4 model kehumasan strategi komunikasi publik pemerintah, yaitu: (1) *Model Publisitas (press agentry)*. Model ini menempatkan humas sebagai agen press yang membuat berita untuk mempengaruhi publik, melalui promosi, publisitas, manipulasi, propaganda. Kebenaran tidak terlalu dibutuhkan. Model ini biasa digunakan dalam komunikasi bisnis; (2) *Model Informasi Publik*. Model ini mendasarkan pada proses komunikasi satu arah untuk menyampaikan informasi, bukan membujuk atau mempengaruhi publik. Model ini diterapkan dalam komunikasi pemerintah. Komunikator berperan sebagai jurnalis untuk menyebarkan informasi; (3) *Model The two-way asymmetric*. Model ini mendasarkan pada proses komunikasi dua arah, *feedback*, persuasi dan perubahan perilaku publik. Digunakan dalam periklanan, pemerintahan, politik, kampanye dan edukasi publik. Komunikator menggunakan data ilmiah untuk meyakinkan atau mempengaruhi publik; (4) *Model The two-way symmetric*. Model ini bertujuan mengubah perilaku. Ada dialog, pertukaran ide, sikap dan perilaku untuk mengakomodir kebutuhan dan mencapai kesepahaman.

Paisley dalam Rice & Atkin (2001) memaparkan komunikasi publik terkait: (1) *Tujuan komunikasi* untuk mengubah kepercayaan, perilaku dan kontrol sosial; (2) *Metode yang digunakan*, seperti media massa, online, iklan, poster, brosur, mural, dan sebagainya; (3) *Pembaruan atau perubahan* untuk lebih baik. Media sosial menjadi platform populer yang memberikan dampak besar dalam proses komunikasi. Haryanti & Rusfian (2018) menjelaskan bahwa media sosial menjadi saluran komunikasi publik utama yang membuka kesempatan berbagi informasi, perubahan, arena pertemuan berbagai kelompok. Juga untuk diseminasi informasi, mobilisasi komunitas, penyelenggaraan layanan, kolaborasi publik, transparansi informasi, edukasi, kampanye, dan manajemen kebencanaan.

Media sosial dapat digunakan untuk membangun reputasi, citra, manajemen krisis, manifestasi partisipasi publik. Khan dikutip Haryanti & Rusfian (2018) menjelaskan bahwa komunikasi publik pemerintah

hendaknya tidak terbatas menggunakan media sosial semata, namun harus mampu membangun budaya *sharing*, transparansi, keterbukaan (*openness*) dan kolaborasi (*STOC culture*). Komunikasi publik yang transparan menjadi penting. Ini adalah amanah UU RI Nomor 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP). UU ini menyatakan KIP adalah ciri negara demokrasi, hak asasi manusia, kedaulatan rakyat untuk pengawasan pada penyelenggaraan negara. Oleh karena itu, keterbukaan pengelolaan informasi publik menjadi penting. Komunikasi publik diperlukan agar arus informasi dan perubahan sosial memberikan manfaat dalam penyelenggaraan pemerintahan (Ramadani, 2019).

Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9/2015, menjelaskan tujuan pengelolaan komunikasi publik pemerintah adalah: menyerap aspirasi publik, mempercepat penyampaian informasi, disseminasi kebijakan, tugas, dan program pemerintah, yang dilakukan oleh Kementerian, Lembaga Pemerintah dan Daerah. Termasuk penyebarluasan narasi tunggal kepada publik melalui saluran komunikasi secara tepat, cepat, mudah dipahami, obyektif, berkualitas, dan berwawasan nasional (Ramadani). Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik Kemkominfo (2018), Niken Widiastuti, dalam “Seminar Nasional Kehumasan Strategis Pemerintah” (16/4/2018) menjelaskan tugas humas pemerintah diantaranya: sosialisasi program pemerintah, literasi, edukasi publik, serta kontra narasi. Tugas kontra narasi--seperti melawan hoaks (berita bohong), diklarifikasi dengan menyajikan data dan fakta (Watari, 2018; Ramadani, 2019). Komunikasi publik memberi ruang bagi pemerintah dan aktor di luar pemerintah untuk tampil ke arena publik. Aktor non pemerintah seperti kelompok lingkungan, kesehatan, serikat pekerja, partai politik dan gerakan sipil lainnya (Ramadani, 2019). Dalam komunikasi publik, pelibatan berbagai kelompok ini penting dalam sosialisasi informasi, edukasi program atau kebijakan pemerintah.

Komunikasi publik intens terjadi pada masa krisis. Liu dan Levenshus dalam tulisannya *Crisis Public Relations for Government Communicators* dalam Lee, Neeley, & Stewart (2012) menjelaskan perbedaan bencana, emergensi dan krisis. Bencana dan emergensi mengacu kepada kejadian luar biasa yang disebabkan alam. Sementara krisis adalah bencana yang disebabkan manusia. Keterpautan keduanya dapat terjadi. Ada 5 *ciri krisis* (Lee, Neeley, & Stewart,

2012): (1) Adanya kerusakan properti, kecelakaan, kehilangan nyawa, kehidupan dan kehancuran reputasi; (2) Melibatkan banyak orang dalam jumlah yang besar; (3) Dapat diidentifikasi awal dan akhirnya; (4) Krisis seringkali muncul tiba-tiba; (5) Mendapatkan liputan media dan perhatian publik yang luas. Ini bisa menjadi dasar penentuan pemerintah untuk menyatakan kondisi krisis. Jika melihat kelima kriteria ini, maka Pandemi Covid-19 dapat dinyatakan masuk dalam kategori krisis, mengingat dampaknya yang sangat besar bagi manusia. Peran pemerintah sangat penting dalam manajemen krisis di suatu negara.

Anthony de Mello menjelaskan dalam bukunya *The Heart of the Enlightened: A Book of Story Meditation*”, dikutip dalam Protokol Komunikasi Publik Penanganan Covid- 19 (Kantor Staf Presiden, 2020), bahwa ada kaitan antara kepanikan publik dengan peningkatan jumlah korban pandemi. Menurut Mello, korban pandemi bisa menjadi 5 kali lipat, jika terjadi kepanikan saat pandemi. Panik yang berlebihan menghadapi Covid-19, dapat memicu gejala psikomatik (Leandha, 2020). Berkaca pada hal itu, komunikasi menjadi nadi dalam manajemen krisis pandemi. Kepercayaan publik perlu dibangun dan dijaga agar tidak panik, sehingga penanganan pandemi dapat berjalan lancar.

Menurut Coombs dikutip Kriyantono & Sa’diyah (2018), komunikasi adalah esensi manajemen krisis. Situasi krisis adalah situasi yang berpotensi menyebabkan gangguan fisik, psikologis, sosial, ekonomi, dan sebagainya. Komunikasi publik pemerintah sangat penting dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini. Menurut Moenawar (2020), komunikasi publik pemerintah merupakan proses penyampaian ide, program, gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam menghadapi dan mengantisipasi dampak Covid-19. Komunikasi publik memfasilitasi informasi, dialog, menstimulasi partisipasi, pengambilan kebijakan dan pemberdayaan publik (Moenawar, 2020). Pemerintah menggunakan media sosial dalam manajemen krisis komunikasi publik, untuk mengontrol dan mengevaluasi respon publik.

Penelitian Graham, Avery & Park (2015) memperlihatkan lebih dari 70 % pemerintah lokal di Amerika Serikat menggunakan media sosial selama masa krisis. Survei menemukan bahwa penggunaan media sosial meningkat selama krisis, seperti saat bencana alam, krisis

kesehatan publik, dan lainnya. Kualitas dan kedalaman informasi lebih penting dari pada jumlah dan keluasan media yang digunakan. Penggunaan media sosial yang terbatas lebih efektif dan bermakna jika informasi yang disajikan mendalam, dibandingkan penggunaan media sosial yang banyak namun dengan informasi terbatas atau permukaan. Saat ini, media sosial adalah medium komunikasi utama yang membuat interaksi tatap muka tergantikan (Haryanti & Rusfian, 2018). Fenomena media sosial menjadi kondisi yang menguntungkan publik ketika terjadi pandemi Covid-19. Pandemi ini mendorong orang untuk melakukan pembatasan fisik, pertemuan atau komunikasi tatap muka (*face-to-face*) secara langsung. Kehadiran komunikasi yang termediasi melalui media sosial sangat vital. Realitas informasi dunia maya dianggap realitas nyata. Media sosial membantu publik bertukar informasi melalui jaringan personal dan mengakses berbagai informasi publik, termasuk mengenai penanganan pandemi.

Dalam komunikasi publik, perlu diperhatikan 3 hal: *Transmisi, konsistensi dan kejelasan pesan* (Ramadani, 2019). *Transmisi* berarti komunikasi akurat, dipahami oleh komunikator pesan. *Konsistensi* berarti informasi konsisten, selaras, koheren antara satu pesan dengan pesan lainnya. *Jelas* berarti pesan disampaikan dengan bahasa sederhana, mudah dipahami publik. Salah satu bentuk konsistensi adalah adanya narasi tunggal tentang kondisi dan kebijakan. *Narasi tunggal* komunikasi Pemerintah dimaknai sebagai satu pemahaman atas suatu isu, tidak berbeda antar data atau substansi antar lembaga. Setiap pernyataan lembaga seharusnya tidak menyangkal pernyataan, kebijakan lintas lembaga lainnya, serta mampu secara cepat mengelola isu yang ada (Ramadani, 2019).

Dalam situasi krisis, manajemen komunikasi publik penting untuk mengurangi kesenjangan (*gap*) informasi. Untuk itu, strategi komunikasi publik perlu memperhatikan suara publik (Kriyantono & Sa'diyah, 2018). Pola ini sebagai umpan balik (*input*) terhadap aktivitas komunikasi ingteraktif lembaga, yang mengikutsertakan keterlibatan publik (*public involvement*) dalam penanganan krisis. Pola komunikasi dinamis masyarakat di tengah gempuran teknologi digital, membuat publik mampu mengakses informasi dengan aktif dan cepat. Faktualitas dan aktualitas informasi menjadi kunci penanganan krisis. Media sosial berperan untuk menjembatani kesenjangan akses informasi ini.

Namun, menurut Haryanti & Rusfian (2018), perbedaan sumber daya sosial, ekonomi, budaya dan pengetahuan masyarakat menimbulkan perbedaan akses publik atas media sosial.

Oleh karena itu, komunikasi publik yang efektif di masa krisis tidak hanya mengandalkan media digital, namun harus mengoptimalkan kombinasi media digital dan konvensional. Misalnya penggunaan jalur komunikasi tradisional atau lokal, media massa, media sosial, aplikasi chat, jaringan kreatif (Ramadani, 2019). Juga jalur pemuka pendapat (*opinion leader, influencer*), lembaga pendidikan (kampus, sekolah), lembaga keagamaan, sosial, birokrasi lokal (RT, RW), dan sebagainya. Penggunaan saluran komunikasi antar pribadi dan kelompok, serta intervensi komunikasi langsung di lapangan diperlukan, agar dapat menyerap tanggapan masyarakat dan mempercepat penyampaian informasi dari pemerintah. Mengutip Kriyantono & Sa'diyah (2018), salah satu alasan kegagalan komunikasi pemerintah dalam menangani krisis adalah kurangnya pemahaman komunikator dalam mengelola komunikasi dan budaya publik.

Perlu dipahami bahwa tidak semua strategi komunikasi penanganan krisis dapat diterapkan kepada publik, daerah atau negara yang berbeda. Misalnya strategi komunikasi publik yang diterapkan di negara Barat, belum tentu tepat diadopsi di Indonesia. Dalam kondisi krisis, komunikator harus memahami siapa komunikan (penerima pesan) dan kearifan lokalnya. Kearifan lokal adalah suatu pemikiran, ide yang mengandung nilai kebijaksanaan, kebaikan, yang hadir dalam suatu masyarakat secara turun temurun dan mentradisi (Kriyantono & Sa'diyah, 2018). Kearifan lokal hadir dalam berbagai pesan, media dan strategi penyampaian, seperti budaya, pendidikan, aturan sosial lokal. Medium komunikasinya berupa dongeng, bahasa, seni (musik, lagu, tari), acara adat dan lain-lain. Pola komunikasi ini penting pada situasi normal, terlebih di masa krisis. Oleh karena itu, komunikasi publik pemerintah perlu mengedepankan atau dibangun berdasarkan budaya, kepentingan, pendekatan kearifan lokal. Tujuannya agar dapat memberikan dampak yang mendalam bagi publik, membangun hubungan harmonis pemerintah-publik, serta membuat komunikasi bersifat kontekstual dan sistemik.

## Penanganan Informasi Publik Tentang Pandemi Covid- 19 di Indonesia

Seperti dipaparkan di atas, penanganan informasi publik pandemi Covid-19 adalah bagian dari komunikasi bencana (krisis) dan komunikasi kesehatan. William J. Paisley dalam tulisannya *Public Communication Campaigns: The American Experience*” dalam Rice & Atkin (2001), menjelaskan bahwa penyampaian informasi kesehatan publik dianggap program layanan publik, jika didukung publik dan pembuat kebijakan (pemerintah). Robert A. Logan menulis mengenai *Health Campaign Research* dalam Bucchi & Trench (2008), menjelaskan komunikasi publik mengenai kesehatan bersifat informatif dan persuasif. Tujuannya untuk mengubah pengetahuan, kesadaran, dan sikap publik mengenai cara mengatasi suatu penyakit atau kesehatan.

Komunikasi publik di bidang kesehatan berupaya meningkatkan: (1) Kesadaran dan pengetahuan (Kognitif) publik; (2) Sikap (Afektif, perasaan, motivasi); (3) Kecenderungan perilaku (Konatif), tentang penyakit, ancaman, masalah dan solusi kesehatan. Kampanye kesehatan adalah suatu intervensi, strategi komunikasi konstruktif yang dirancang untuk mempengaruhi dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Informasi kesehatan publik berisi informasi kehidupan, kematian, harapan, ketakutan, kesehatan, kemajuan, kegagalan, fakta, spekulasi dan resiko penyakit (Levi, 2000). Dasar kebijakan pemerintah dalam penanganan informasi Pandemi Covid-19 adalah Protokol Komunikasi Publik Penanganan Covid-19 (Kantor Staf Presiden, 2020), yang menjadi petunjuk teknis Pemerintah Pusat dan Daerah dalam penanganan informasi COVID- 19. Protokol ini diadopsi dari protokol WHO.

Ada empat pilar komunikasi publik pemerintah terkait COVID-19: (1) Himbauan masyarakat tetap tenang dan waspada; (2) Koordinasi instansi terkait; (3) Akses informasi ke media; (4) Pengarusutamaan gerakan “Cuci Tangan Dengan Sabun”. Instruksi Presiden ingin menunjukkan bahwa Pemerintah serius, siap dan mampu untuk menangani wabah. Informasi disampaikan secara komprehensif dan berkala mengenai apa yang telah, sedang dan akan dilakukan pemerintah. Pemerintah membentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 melalui Keppres No. 7/2020, dalam rangka penanganan Covid-19 agar cepat, tepat, fokus, terpadu dan sinergis,



termasuk koordinasi antara kementerian, lembaga pemerintah dan Pemda. Tugas Gugus Tugas: Merencanakan, mengoordinasikan, mengendalikannya, mengerahkan sumber daya, mengawasi serta melaporkan pelaksanaan penanganan COVID-19 kepada Presiden (Tambun, 2020). Tugas ini termasuk koordinasi komunikasi publik, penyampaian informasi, *update* data perkembangan kasus Covid-19, melalui konferensi pers harian (oleh Juru Bicara Covid-19), press release dan website. Narasi utama komunikasi publik Pemerintah (Kantor Staf Presiden, 2020), yaitu: (1) “Pemerintah Serius, Siap Dan Mampu Menangani Covid-19”; (2) “Masyarakat Tetap Tenang Dan Waspada”; (3) “Covid-19 Bisa Sembuh”; (4) #Lawancovid19. Tujuannya: (1) Menciptakan masyarakat yang tenang dan memahami apa yang harus dilakukan bagi lingkungan; (2) Membangun persepsi masyarakat bahwa negara hadir dan tanggap dalam mengendalikan situasi krisis ini.

Sejauh ini tujuan narasi pemerintah untuk menciptakan masyarakat yang tenang pada awal tanggap darurat Covid-19 belum sepenuhnya berjalan. Publik dihantui kepanikan dan kesimpangsiuran informasi terutama saat awal pandemi ini masuk ke Indonesia. Misalnya; (1) muncul *rush* (*panic buying*), pembelian barang besar-besaran (BBC News Indonesia, 2020); (2) stigma dan *bullying* atas pasien positif COVID-19 dan keluarganya; (3) protes masyarakat atas penerapan PSBB; dan (4) terjadinya penimbunan alat kesehatan, seperti masker (Purbaya, 2020).

Ada banyak pelanggaran yang dilakukan masyarakat seperti pelanggaran protokol kesehatan (tidak menggunakan masker, tidak menjaga jarak), gerakan penolakan penguburan jenazah di beberapa tempat. Rumah Sakit juga menghadapi lonjakan pasien yang tinggi. Bahkan muncul gerakan warganet di media sosial dengan tagar #IndonesiaTerserah, yang merupakan pernyataan sikap menyerah pada kondisi yang ada. Warganet meramalkan dengan unggahan foto tenaga medis membawa tulisan “Indonesia Terserah”, yang menyuarakan kekecewaan mereka atas kebijakan pemerintah yang dinilai memberikan kelonggaran mobilitas masyarakat. Di twitter, narasi publik yang hadir tidak hanya mengkritik pemerintah, tetapi juga mengkritik perilaku masyarakat yang tidak disiplin dengan protokol kesehatan (Shalihah, 2020).

Berdasarkan analisis artikel media, ada temuan pelanggaran Protokol Komunikasi Publik Penanganan COVID- 19 dalam masa tanggap COVID-19 ini, diantaranya:

**Tabel 1**  
**Tabel Larangan dan Pelanggaran Protokol Komunikasi Publik Penanganan COVID- 19**

<b>Larangan Dalam Protokol</b>	<b>Pelanggaran Protokol Komunikasi Publik Pemerintah Dalam Wacana Media</b>	<b>Sumber</b>
<p>Jangan gunakan kata “genting”, “krisis” dan sejenisnya.</p>	<p>Presiden menggunakan kata “Krisis” untuk menjelaskan situasi Pandemi saat ini. Ini dinyatakan dalam Sidang Kabinet Paripurna, di Istana Negara, 18 Juni 2020. Bahwa suasana dalam 3 bulan terakhir dan ke depan adalah suasana krisis. Pemerintah mesti bertanggung jawab kepada penduduk Indonesia, dan harus ada <i>sense of crisis</i> yang sama. Pertumbuhan ekonomi dunia berkontraksi minus 6-7 %. Karena itu perasaan harus sama, jangan menganggap kondisi ini linear dan normal. Tidak boleh berbeda dalam kebijakan. Yang ada adalah suasana krisis, jangan menggunakan standar pada saat krisis dengan manajemen krisis yang berbeda. Ini adalah <i>extraordinary situation</i>.</p>	<p>Sekretariat Presiden. 2020. “Arahan Tegas Presiden Jokowi pada Sidang Kabinet Paripurna, Istana Negara  18 Juni 2020”. Youtube, 28 Juni 2020. <a href="https://www.youtube.com/watch?time_continue=565&amp;v=SfKQFn4GGEO">https://www.youtube.com/watch?time_continue=565&amp;v=SfKQFn4GGEO</a>.</p>
<p>Jangan memberikan informasi yang berisi asumsi dan dugaan.</p>	<p>Menkes menyatakan bahwa tidak perlu kekhawatiran berlebihan atau paranoid atas wabah ini, karena dapat sembuh dengan sendirinya, dengan imunitas tubuh. Sehingga masyarakat dalam kondisi sehat tak perlu menggunakan alat pelindung diri (APD) seperti masker. Masker hanya perlu digunakan oleh orang sakit. Padahal WHO menjelaskan bahwa penyakit COVID-19 harus diwaspadai sebagai pandemi global. Oleh karena itu, setiap orang harus menggunakan masker sebagai alat pelindung diri.</p>	<p>CNN Indonesia.com (b), 2020, <a href="https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200302162005-20-479814/menkes-virus-corona-penyakit-yang-bisa-sembruh-sendiri">https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200302162005-20-479814/menkes-virus-corona-penyakit-yang-bisa-sembruh-sendiri</a></p>

Larangan Dalam Protokol	Pelanggaran Protokol Komunikasi Publik Pemerintah Dalam Wacana Media	Sumber
Jangan menggunakan bahasa teknis atau asing yang sulit dipahami masyarakat awam.	Pada awal pandemi, terjadi perdebatan konsep <i>social distancing</i> dan <i>physical distancing</i> yang membingungkan publik. Juga konsep <i>New Normal</i> yang maknanya sangat beragam, kurang jelas, dan tidak ada kesatuan bahasa dari berbagai elemen pemerintah. Hal ini memunculkan kebingungan bagi masyarakat awam.	Rasyid--Merdeka.com. 2020. <a href="https://www.merdeka.com/jateng/new-normal-masih-jadi-perdebatan-publik-rimbawan-ugm-sarankan-konsep-ini.html">https://www.merdeka.com/jateng/new-normal-masih-jadi-perdebatan-publik-rimbawan-ugm-sarankan-konsep-ini.html</a>
Jangan menunjukkan bahasa tubuh yang tidak serius apalagi meremehkan situasi dengan bercanda.	Menteri Kesehatan (Menkes) menyatakan pengobatan pasien gejala virus corona mirip dengan penyakit influenza, sebagai “ <i>Penyakit Yang Bisa Sembuh Sendiri</i> ” (Self limited disease). Pengobatan diberikan kepada pasien untuk meredakan gejala seperti demam, flu, dan batuk. Pasien juga diberikan vitamin untuk memperkuat imunitas tubuh. Pernyataan Menkes disampaikan dengan bahasa tubuh atau komunikasi non verbal dengan senyum, santai, memunculkan polemik di media sosial.	CNN Indonesia.com (b), 2020, <a href="https://www.cnnindonesia.com/nasion-al/20200302162005-20-479814/menkes-virus-corona-penyakit-yang-bisa-sembruh-sendiri">https://www.cnnindonesia.com/nasion-al/20200302162005-20-479814/menkes-virus-corona-penyakit-yang-bisa-sembruh-sendiri</a>

Selama tiga bulan pertama tanggap darurat (Maret-Juni 2020), masyarakat masih awam memahami mengenai penyebaran, dampak dan mekanisme penanganan wabah ini. Survei *Etnomark Consulting* menemukan bahwa sebanyak 47 % responden menyatakan diri sebagai awam (Pandamsari, 2020). Studi Sosial Covid-19 yang dilakukan Tim Panel Sosial Kebencanaan Fakultas Psikologi Universitas Indonesia menjelaskan hasil penelitian yang menunjukkan rendahnya *sense of behavior control* masyarakat, dimana orang tidak melakukan tindakan protektif dan tidak menjalani protokol kesehatan, karena optimisme yang berlebihan bahwa mereka tidak akan terkena Covid-19 (Firdausya, 2020). Narasi utama “*COVID-19 Bisa Sembuh*”, justru membuat publik

semakin menganggap remeh pandemi ini. Hal ini dikuatkan dengan pernyataan Menkes tersebut (seperti dalam wacana media dalam tabel di atas). Pernyataan Menkes yang dilontarkan dengan gaya santai, tersenyum itu menghadirkan pro kontra, dan dapat menimbulkan misinformasi, disinformasi di tengah masyarakat (CNN Indonesia.com (b), 2020).

Hal itu karena publik kurang mendapatkan penjelasan mengenai pentingnya kewaspadaan akan penyakit ini. Pernyataan itu dipertanyakan kredibilitasnya, mengingat beliau adalah penanggung jawab kesehatan di pemerintahan dengan pengetahuan kesehatan yang mumpuni. Informasi kesehatan publik seyogyanya disampaikan secara hati-hati oleh komunikator, agar tidak menimbulkan ambiguitas, multi tafsir dan polemik di masyarakat. Media menghadirkan wacana bahwa pemerintah kurang memberikan kepastian tindakan atas kebijakan yang ada. Misalnya disatu sisi, pemerintah membuat kebijakan PSBB, namun di sisi lain tidak melakukan pelarangan mobilitas warga secara ketat (Pahrevi, 2020). Pemerintah juga melakukan imbauan untuk tidak panik, namun tidak memberikan panduan konkret langkah yang harus diambil dalam menyikapi kondisi ini. Dalam aksi *panic buying* misalnya, pemerintah tidak memiliki langkah jangka panjang atau mitigasi bencana yang jelas. Seperti dalam pemberitaan berikut ini:

*Menteri Perdagangan, Agus Suparmanto hanya bisa mengimbau masyarakat agar tidak panik. Sebab panic buying bakal merugikan masyarakat dan mendorong ketidakstabilan harga dan pasokan. Karena itulah, ia menyarankan untuk berbelanja secara wajar. "Pemerintah mengimbau untuk tidak panic buying karena pasokan barang saat ini cukup, jadi masyarakat diminta hati-hati dalam berbelanja. Silakan belanja sesuai kebutuhan,» ujar Menteri Agus Suparmanto.» Ketika BBC bertanya apa langkah pemerintah jika situasi serupa terjadi, Menteri Agus, mengatakan 'tidak ada'. Pun tak ada rencana untuk membatasi pembelian seandainya ada aksi borong." (BBC News Indonesia, 2020).*

Negara juga dianggap belum cukup hadir, kurang tanggap, dan serius dalam mengendalikan situasi krisis. Beberapa isu yang terkait, misalnya Kebijakan penerapan PSBB yang dinilai terlambat dan munculnya wacana kontra darurat sipil yang akan diterapkan pemerintah. Di akhir Maret 2020, Presiden Jokowi mewacanakan kebijakan darurat sipil sebagai sikap pemerintah atas krisis pandemi

Covid-19 di Indonesia. Status itu awalnya akan diterapkan bersamaan dengan kebijakan PSBB. Wacana itu disambut secara negatif. Tagar #TolakDaruratSipil trending di twitter. Beberapa pihak, termasuk Komnas HAM, menyuarakan penolakan dan kritik serta meminta Presiden tidak tergesa-gesa menetapkan darurat sipil. Status ini dikhawatirkan potensial akan melahirkan pelanggaran HAM, tindakan koersif yang massif, membuka celah penyalahgunaan kekuasaan, hadirnya otoritarianisme atau tindakan kekerasan dalam mendisiplinkan publik. Sehari setelah polemik bergulir, Presiden menjelaskan bahwa darurat sipil tidak akan diambil, karena itu adalah opsi terakhir jika kondisi Covid-19 dianggap tidak biasa atau abnormal (Firdausi, 2020).

Isu lainnya terkait tanggung jawab pemerintah. Jika merujuk Pasal 52 dan 59 UU No.6/2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan, pemerintah pusat dinilai bertanggung jawab untuk menjamin kebutuhan hidup masyarakat saat karantina wilayah itu diterapkan. Polemik rencana penggunaan kebijakan darurat sipil dan UU Keekarantinaan Kesehatan sebagai dasar penanganan situasi Covid-19, telah memunculkan ketidakpastian dan ketidakpercayaan publik kepada Pemerintah. Kehadiran dan tanggung jawab pemerintah sebagai representasi negara dipertanyakan dalam konteks perlindungan publik. Dalam komunikasi publik, sikap ini menimbulkan disonansi, yang mengakibatkan berkurangnya *trust* atau kepercayaan publik kepada pemerintah.

Terkesan ada ketidaktegasan atau ketidakkonsistenan antara ucapan dan tindakan pemerintah. Fenomena ini menunjukkan bahwa cara komunikasi publik pemerintah belum berjalan dengan baik. Publik juga masih meragukan penjelasan pemerintah mengenai penanganan pandemi, sekalipun pemerintah telah berkali-kali menyampaikan kesiapannya (BBC News Indonesia, 2020). Publik menilai Pemerintah belum memiliki perencanaan yang matang dan manajemen komunikasi publik yang mampu memberikan suasana psikologis yang menenangkan dalam menghadapi krisis pandemi ini. Ini menunjukkan bahwa tujuan komunikasi publik yang tertera dalam Protokol Komunikasi Publik Pemerintah, juga belum tercapai dengan optimal.

Berdasarkan studi literatur atas pemberitaan media Maret-Juni 2020, ditemukan beberapa hal yang dapat dievaluasi dan dioptimalkan

terkait komunikasi publik Pemerintah dalam penanganan informasi Pandemi COVID-19, sebagai berikut:

- (1) *Hindari Perdebatan Di Muka Umum*. Perdebatan, perbedaan pendapat, sikap, kontradiktif antara elemen Pemerintah di muka publik harus dihindari. Apapun yang terjadi di dalam rapat pemerintahan, tidak perlu diketahui publik. Mengutip Yanuar Nugroho, semua negara kewalahan menghadapi pandemi ini, dan sistem kesehatan di negara tersebut *colaps*. Namun kepemimpinan nasional (*national leadership*) harus tetap terlihat. Kejadian luar biasa penanganannya harus dipimpin langsung oleh pimpinan negara (ABC Australia, 2020). Dalam bencana kesehatan, pemerintah harus memimpin langkah. Seluruh elemen pemerintahan (Pusat-Daerah dan antar kementerian) harus bergerak bersama dalam satu kesatuan sikap, pernyataan, bahasa, suara, gerak dan tindakan dalam penanganan Covid-19 di bawah komando Presiden. Publik membutuhkan kepastian perlindungan negara dan kekompakan pemerintah di tengah ketidakpastian ini;
- (2) *Jangan Hadirkan Wacana Atau Narasi Yang Kontradiktif*. Pesan yang disampaikan harus konsisten, selaras, dengan Protokol Komunikasi Publik Penanganan Covid- 19. Bahasa dalam penyampaian pesan yang digunakan komunikator pemerintah harus menunjukkan kemantapan dalam menjawab berbagai pertanyaan publik, bukan jawaban keraguan, penyangkalan dan pertentangan. Tujuannya agar dapat memunculkan ketenangan dan kepercayaan publik kepada pemerintah;
- (3) *Hadirkan Narasi Tunggal Berbasis Kepada Paradigma Kesehatan Dan Perlindungan Publik*. Yaitu: (a) Narasi yang berbasis pada pertimbangan kesehatan, mengacu kepada protocol kesehatan (COVID-19) dunia (WHO), seirama dengan masukan lembaga, komunitas kesehatan atau kedokteran; (b) Narasi bukan mengedepankan perspektif ekonomi dan politik; (c) Pesan harus menjawab kekhawatiran publik; (d) Konsep “*New Normal*” seharusnya ditekankan sebagai “*New Norm*”. Jika tetap menggunakan *New Normal*, maka istilah tersebut harus lebih diperjelas agar mudah dipahami semua lapisan masyarakat (Firdausya,2020). Publik harus disadarkan bahwa ini masih situasi ‘perang’ dan bukan kondisi normal seperti dulu. Kewaspadaan

dan protokol kesehatan harus terus diterapkan; (e) Pesan berisi informasi gejala, dampak, mekanisme ketahanan diri dan sistem peringatan dini kebencanaan Covid-19; (f) Narasi tidak melulu menakutkan, namun juga berisi semangat, optimisme, positifisme. Misalnya cerita penanganan pandemi, kepatuhan atas protokol dan pengalaman *survivor* Covid-19; (g) Pesan harus mampu membangun budaya ‘Hidup Sehat yang baru’; (h) Pesan disampaikan dengan bahasa awam, sederhana, mudah dipahami publik; (i) Pesan harus membuka ruang diskusi publik; (j) Narasi mampu mengikat elemen masyarakat untuk bergerak bersama melakukan tindakan preventif dan penanganan pandemi;

- (4) Perjelas Konsep Mitigasi Bencana Covid-19 Yang Implementatif Dan Berjangka Panjang. Mengutip Pakar kebijakan publik Universitas Indonesia, Zuliansyah, Pemerintah perlu desain kebijakan dan evaluasi penanganan Corona di Indonesia (BBC News Indonesia, 2020; CNN Indonesia.com (c), 2020). Pemerintah hendaknya menyampaikan mitigasi bencana atau desain kebijakan (Jangka pendek dan panjang) penanganan Covid-19 kepada masyarakat. Hal ini perlu dilakukan supaya masyarakat mengetahui kesiapan negara dan sistem pemantauan komunikasi publik dalam pandemi ini guna mengurangi risiko bencana;
- (5) Penegakan *law enforcement*. Pemerintah harus bersikap tegas dalam penanganan pelanggaran protokol Covid-19 demi penegakan hukum dan memutus rantai penyebaran virus. Kebijakan ini perlu terus dikomunikasikan untuk membangun konsonansi pesan dan kepercayaan publik pada ketegasan pemerintah dalam penanganan pandemi ini;
- (6) Pendekatan kearifan lokal, jalur komunikasi tradisional, dan jejaring lokal. Pemerintah dapat mengoptimalkan nilai, jaringan, media komunikasi dan pesan kearifan lokal (*local wisdom*) atau tradisional dalam komunikasi publik. Misalnya menggunakan media komunitas, medium seni, budaya, bahasa, nilai, dan kebiasaan lokal. Juga penggunaan jejaring lokal dengan komunikasi formal dan informal dalam level komunikasi kelompok dan antar pribadi. Misalnya melalui pemuka masyarakat dan agama (*local opinion leader*), seperti ketua suku (adat), tokoh, ulama dan sebagainya. Menurut Haryanti & Rusfian (2018), komunikasi publik akan

efektif jika melibatkan *opinion leader* atau pemuka masyarakat. Pemerintah juga dapat melakukan sosialisasi, edukasi dengan dukungan birokrasi (Dinas kesehatan, pertanian, tenaga kerja atau pendidikan lokal, politikus lokal, lurah, RT, RW, penanggung jawab ruang publik, dll), aparat keamanan lokal (kepolisian, militer) serta masyarakat sipil lokal (*influencer*, kelompok, jejaring atau tokoh relawan). Misalnya kelompok kesehatan (bidan, kader, posyandu), penggerak (PKK, LSM pendidikan), kelompok perempuan (arisan, pengajian), komunitas keagamaan, kelompok kemanusiaan dan lingkungan, jejaring pedagang, serikat pekerja, dan sebagainya. Influencer yang menjadi komunikator pesan harus memiliki kriteria dipercaya atau citra positif di mata publik. Para pihak ini dekat dengan akar rumput (masyarakat) dan dapat diberdayakan sebagai perpanjangan jejaring komunikasi publik pemerintah. Publik Indonesia masih memiliki kepercayaan dan ketergantungan yang tinggi kepada pimpinan tradisional dan jalur komunikasi lokal dalam pembuatan keputusan pribadi dan bersama. Oleh karena itu, pesan Covid-19 perlu disesuaikan dengan kearifan dan jalur komunikasi lokal. Pemerintah perlu melakukan proses pelatihan, edukasi, pendampingan, konseling, monitoring kepada jejaring ini secara berkesinambungan. Informasi yang disosialisasikan berisi kebijakan pemerintah, paket *Standar Operational Procedure* (SOP) dan protokol Covid-19. Informasi disampaikan secara daring maupun berjenjang, dengan model komunikasi bola salju (*snowball*). Juga perlu diberikan akses *call center* atau group diskusi online guna membuka komunikasi interaktif bagi mereka. Aktivitas ini bertujuan untuk membangun pemahaman dan kesiapan mereka sebagai agen komunikasi publik pemerintah;

- (7) Optimalisasi Penggunaan Media. Menurut Levi (2000), informasi (laporan) kesehatan di media mengenai penanganan dan resiko kesehatan, selalu mampu menarik perhatian khalayak, termasuk profesional kesehatan dan pembuat kebijakan. Penyampaian informasi hendaknya tidak bergantung pada proses birokrasi yang kompleks dan lama. Di era digital ini, informasi saling berkejaran. Paradigma bekerja gerak cepat harus digunakan dalam penyebaran informasi. Pemerintah dituntut pro aktif



menyebarkan capaian kebijakan dan sosialisasi informasi kerja yang dilakukan, dalam 24 jam sehari, 7 hari seminggu (Ramadani, 2019). Kondisi pandemi ini pun perlu disebar dengan cepat dengan data yang jelas. Mekanisme penyampaian pesan dalam bentuk *breaking news* dapat dilanjutkan. Pemerintah harus mengoptimalkan peran media seperti Televisi, radio, media cetak, dan terutama digital. Laporan media dapat mempengaruhi kesadaran, sikap, dan secara potensial berkontribusi mengubah perilaku, praktek, dan kebijakan kesehatan publik (Levi, 2000). Peran media sosial juga sangat krusial di tengah pandemi, mengingat media ini memediasi komunikasi masyarakat guna menghindari pertemuan fisik langsung. Menurut Haryanti & Rusfian (2018) untuk meningkatkan penetrasi digital diantaranya dengan meningkatkan adopsi penggunaan komunikasi mobile, seperti media sosial, yang mampu meningkatkan partisipasi publik dalam inovasi, kolaborasi, interaksi dan konsumsi (Haryanti & Rusfian, 2018). Kekuatan media sosial yang bersifat *real time* dan *asynchronous* membuat informasi dari pemerintah dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Sehingga komunikasi publik pemerintah akan efektif mengantisipasi perubahan yang terjadi, dan masyarakat mendapatkan informasi yang *up to date*, cepat, interaktif dan faktual;

- (8) *Counter* Narasi/Isu. Informasi di media sosial atau sumber lain, dapat menjadi narasi alternatif yang kontra produktif (hoaks atau *fake news*) yang mengganggu narasi pemerintah. Kondisi ini dapat memunculkan misinformasi dan disinformasi di tengah masyarakat. Karena itu, Pemerintah perlu meluruskan kesalahpahaman isu atau mitos Covid-19 yang bersebaran. Misalnya isu: konspirasi, ciri pengidap, stigma sosial, diskriminasi pasien Covid-19, jenis obat, metode penyembuhan, '*New Normal*' sebagai kondisi 'aman', penularan jenazah pasien Covid-19, Indonesia daerah panas Khatulistiwa aman Covid-19, dan lain-lain. Komunikasi pemerintah harus disampaikan secara responsif, rutin, berkesinambungan, transparan, berdasarkan fakta dan pengetahuan medis. Pemerintah perlu mengenal karakteristik media untuk proaktif meng-*counter* framing isu tersebut secara cepat;

- (9) Penggunaan Kombinasi Model Kehumasan Komunikasi Publik. Selama ini model kehumasan yang dijalankan pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19, masih menggunakan model publisitas (*Press agency*) dan *Public Information*, yang cenderung bersifat satu arah. Peran kehumasan hanya menciptakan dan menyampaikan informasi yang akurat dan relevan untuk mempengaruhi publik. Dalam dua model ini, pihak yang mewakili pemerintah dibingkai sebagai PR selebritis (Misalnya juru bicara tim Gugus Tugas Covid-19). Jika melihat pemaparan Grunig and Hunt pada kedua model tersebut, proses komunikasi bertujuan untuk penyampaian informasi pada aspek kognitif (pengetahuan) dan afektif (interpretasi, kesadaran) tentang pandemi, dibandingkan membujuk atau mengubah sikap audiens (level konatif atau *behavioural*). Model ini cukup tepat digunakan di awal pandemi guna membangun pengetahuan (*knowledge* atau kesadaran (*awareness*) mengenai Covid-19. Namun selanjutnya, peran kehumasan pemerintah seharusnya tidak hanya berperan sebagai press atau *public information practitioner* (juru bicara) semata, namun juga sebagai komunikator yang terbuka dan interaktif dalam hubungan dengan publik. Tujuannya agar perubahan perilaku kesehatan publik yang diharapkan dapat tercapai. Oleh karena itu, Pemerintah sebaiknya menggunakan model lainnya, *the two-way asymmetric* dan *symmetric model* dalam tahap komunikasi publik selanjutnya. Seperti paparan Grunig and Hunt, kedua model ini menekankan pada proses komunikasi publik dua arah untuk persuasi perubahan perilaku publik. Yaitu melalui dialog, komunikasi interaktif, guna mempersuasi perilaku publik, edukasi, sosialisasi ide, mendapatkan masukan publik, dan mencapai kesepemahaman terkait isu kesehatan ini. Dengan *The two-way asymmetric model*, pemerintah dapat berupaya secara berkelanjutan untuk meyakinkan publik agar berperilaku sesuai protokol kesehatan dengan dukungan metode, bukti atau data ilmiah kesehatan atau kedokteran. Diskusi publik rutin dapat dilakukan mengingat dinamika krisis yang berubah setiap waktu. Narasumber diskusi berasal dari kalangan kedokteran, peneliti biomoleculer dan sebagainya yang memiliki pengetahuan kesehatan, serta melibatkan kalangan pendidik, Ikatan Guru Indonesia, tokoh masyarakat dan agama, dll, untuk

turut mempersuasi publik. Pemerintah harus menjalankan peran membangun literasi informasi kesehatan;

- (10) *Right Man in The Right Place*. Tim Gugus Tugas Covid- 19 bertanggung jawab dalam penyampaian informasi publik mengenai pandemi. Oleh karena itu, peran komunikator publik pemerintah yang resmi di tingkat pusat dan daerah, seharusnya hanya dilakukan oleh ahli atau pihak yang berlatar belakang pengetahuan dan pengalaman di bidang kesehatan atau kedokteran dan mampu berkomunikasi kepada publik dengan komunikatif.

## **Penutup**

Pandemi Covid-19 bukan perkara mudah bagi seluruh negara dan dibutuhkan kerjasama semua pihak dalam penanganan bencana ini. Peran pemerintah tetap menjadi yang utama, khususnya dalam kerangka mengomunikasikan berbagai isu, kebijakan serta mekanisme mitigasi penanganan pandemi. Konsistensi, kesamaan, kontinuitas bahasa atau pesan, kesatuan komando, keterbukaan informasi, transparansi, menjadi sangat penting dalam komunikasi publik di masa krisis. Pemerintah harus mengembalikan esensi masalah penanganan pandemi ini dalam kerangka paradigma kesehatan. Komunikasi sebagai pilar kehidupan digunakan untuk menjaga agar masyarakat tidak panik. Pemerintah berperan dalam gerakan arus utama informasi agar masyarakat mematuhi Protokol Covid-19 serta menghadirkan ketenangan di tengah masyarakat. Sejatinya komunikasi publik dapat menjadi pengawal, penenang dan saluran penyelesaian informasi publik dalam penanganan pandemi Covid- 19 ini.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Bucchi, Massimiano & Trench, Brian (Ed.). (2008). *Handbook of Public Communication of Science And Technology*. New York, USA: Routledge
- Lee, Mordecai., Neeley, Grant & Stewart, Kendra (Ed.). (2012). *The Practice of Government Public Relations*. NW, U.S: CRC Press Taylor & Francis Group
- Levi, Ragnar. (2000). *Medical Journalism: Exposing Fact, Fiction, Fraud*. Sweden: Studentlitteratur, Lund
- Rice, Ronald E. & Atkin, Charles K. (Ed.) (2001). *Public Communication Campaigns*. Third Edition. Thousand Oaks-California: Sage Publications, Inc.

### Jurnal

- Graham, Melissa W., Avery, Elizabeth J. ,& Park, Sejin. (2015). "The Role of Social Media in Local Government Crisis Communications". *Public Relations Review*, 41 (3), 386-394. Posted on September 16, 2015. Diakses dari <https://instituteforpr.org/the-role-of-social-media-in-local-government-crisis-communications/> dan <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811115000077>. Diakses pada 8 Juni 2020, pk.21.30 WIB
- Haryanti, Sri & Rusfian, Effy Zalfiana. (2018). "Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problem"s. Dalam JKAP (*Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik*) Vol.22 (2), November 2018, 128-145 ISSN 0852-9213 (Print), ISSN 2477-4693 (Online) Available Online at <https://journal.ugm.ac.id/jkap>
- Kriyantono, Rachmat & Halimatus Sa'diyah. (2018). "Kearifan Lokal dan Strategi Komunikasi Publik Relations di BUMN dan Perusahaan Swasta". *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 15, Nomor 2, Desember 2018: 171-188. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY)

Diakses dari <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/download/1480/1237>. Diakses pada 24 Juni 2020, pk. 19.30 WIB

Ramadani, Thoriq. (2019). “Implementasi Kebijakan Pengelolaan Komunikasi Publik Di Kementerian

Energi Dan Sumber Daya Mineral”. *Jurnal Borneo Administrator*, Vol. 15 No. 1, 1-18, April 2019. Samarinda: Puslatbang KDOD Lembaga Administrasi Negara, diakses dari <https://www.esdm.go.id/assets/media/content/content-implementasi-kebijakan-pengelolaan-komunikasi-publik-di-kementerian-esdm.pdf>, diakses pada 20 Juni 2020, pk. 06.00.

### **Sumber Internet**

ABC Australia. (2020). “Pemerintah Indonesia Diminta ‘Terbuka dan Tegas’ Tangani Virus Corona”.

*ABC Australia*, Rabu, 1 April 2020, 04.20 WIB. Diakses dari <https://www.vivanews.com/berita/nasional/43205-pemerintah-indonesia-diminta-terbuka-dan-tegas-tangani-virus-corona?medium=autonext>. Diakses pada 2 Juni 2020, pk. 10.00 WIB

ANTARA. (2020). “IDI Minta Pemerintah Transparan Soal Data Pasien Positif COVID-19 Di Indonesia”.

*antaranews.com*, Senin, 16 Maret 2020 20:31 WIB. Diakses dari <https://www.antaranews.com/video/1360602/idi-minta-pemerintah-transparan-soal-data-pasien-positif-COVID-19-di-indonesia>. Diakses pada 10 Juni 2020, pk 10.30 WIB

BBC News Indonesia. (2020). “Virus Corona: Panic Buying Terjadi Di Enam Kota Besar, ‘Ini Bukti Tidak Ada

Kebijakan Yang Solid Di Seluruh Kementerian Dan Pemda’ “. *bbc.com/Indonesia*, 5 Maret 2020. Diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51739946>, pada 8 Juni 2020, pk. 15.00

CNNIndonesia.com (a). (2020). “Jejak Kritik Australia atas Penanganan Corona di Indonesia”. *CNN*

*Indonesia.com*, Kamis, 25/06/2020 13:31 WIB. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20200625111616-106-517322/jejak-kritik-australia-atas-penanganan-corona-di-indonesia>. Diakses pada 26 Juni 2020, Pk. 20.00 WIB

- CNN Indonesia.com (b). (2020). “Menkes: Virus Corona Penyakit yang Bisa Sembuh Sendiri”. *CNN Indonesia.com*, Senin, 02/03/2020 16:33 WIB. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200302162005-20-479814/menkes-virus-corona-penyakit-yang-bisa-sembruh-sendiri>. Diakses pada 5 Juni 2020, pk. 05.00 WIB
- CNN Indonesia.com (c). (2020). “ANALISIS: Lockdown Daerah, Simbol Karut-marut Penanganan Corona”.  
*CNN Indonesia.com*, Sabtu, 28/03/2020 12:23 WIB. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200327161721-20-487625/lockdown-daerah-simbol-karut-marut-penanganan-corona>. Diakses pada 5 Juni 2020, pk 06.00 WIB
- Firdausi, Fadrik Aziz. (2020). “Darurat Sipil COVID-19 & Sejarah Status Keadaan Bahaya di Indonesia”.  
*tirto.id.*, 7 April 2020. Diakses dari <https://tirto.id/darurat-sipil-COVID-19-sejarah-status-keadaan-bahaya-di-indonesia-eKUE>. Diakses pada 9 Juni 2020, pk. 09.10 WIB
- Firdausya, Ihfa. (2020). “Penelitian Ungkap Terjadi Bias Persepsi Warga Menyikapi Covid-19”  
*mediaindonesia.com*, Selasa 02 Juni 2020, 17:10 WIB. Diakses dari Sumber: <https://mediaindonesia.com/read/detail/317653-penelitian-ungkap-terjadi-bias-persepsi-warga-menyikapi-covid-19>, diakses pada 3 Juni 2020, pk. 10.00 WIB
- Kantor Staf Presiden. (2020). “Penanganan COVID- 19: *Protokol Komunikasi Publik*”. Diakses dari  
 Protokol-Komunikasi-COVID-19-ver-10-Mar-2020, link <http://ksp.go.id/wp-content/uploads/2020/03/Protokol-Komunikasi-COVID-19.pdf>. Diakses pada 18 Juni 2020
- Leandha, Mei (2020). “Dokter Jiwa: Panik Berlebihan Hadapi COVID-19 Picu Psikosomatik”. *Kompas.com*,  
 15/04/2020, 09:18 WIB. Diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2020/04/15/09182031/dokter-jiwa-panik-berlebihan-hadapi-COVID-19-picu-psikosomatik?page=all>. Diakses pada 5 Juni 2020. Pk. 11.00 WIB

- Nana, Dede. (2020). “Viral, Sindiran Tajam Media dan Warganet Luar Negeri atas Penanganan Corona di Indonesia”. *Jatimtimes.com*, Mar 23, 2020 11:35. Diakses dari <https://jatimtimes.com/baca/211337/20200323/113500/viral-sindiran-tajam-media-dan-warganet-luar-negeri-atas-penanganan-corona-di-indonesia> pada 15 Juni 2020, pk. 12.30 WIB
- Narasi. (2020). “Beda Pendapat Pemerintah Pusat dan Daerah dalam Tangani COVID-19”. *Narasi Newsroom*, 12 Maret 2020. Diakses dari <https://www.narasi.tv/narasi-newsroom/beda-pendapat-pemerintah-pusat-dan-daerah-dalam-tangani-COVID-19>, diakses pada 1 Juni 2020, pk. 17.00 WIB
- Nuraini, Ratna.** (2020). “NEGARA HADIR: Kasus Covid-19 Pertama, Masyarakat Jangan Panik”. *Indonesia.go.id*, 2 March 2020, 10:54 WIB. Diakses dari <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik>. Diakses pada 1 Juni 2020, pk.22.00 WIB
- Pahrevi, Dean. (2020). “Masa Tanggap Darurat Covid-19 Diperpanjang, Tanda Pemerintah Tak Tegas Cegah Mobilitas Warga”. *Kompas.com*, 29/03/2020, 14:50 WIB. Diakses dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/03/29/14501481/masa-tanggap-darurat-covid-19-diperpanjang-tanda-pemerintah-tak-tegas>. Diakses pada 15 Juni 2020, pk. 08.00 WIB
- Pandamsari, Aulia Putri. (2020). “Ragam persepsi masyarakat soal Covid-19: 45% jadi pakar dadakan”. *lokadata.id*, 12/04/2020, 12:05 WIB. Diakses dari <https://lokadata.id/artikel/hampir-sebagian-masyarakat-kini-jadi-pakar-dadakan-covid-19>, pada 30 Mei 2020 pada pukul 21.00 WIB
- Purbaya, Angling Adhitya. (2020). “Ada Penimbun Masker dan Antiseptic saat Semua Orang Khawatir Corona”. *detikNews*, Kamis, 05 Mar 2020 08:57 WIB. Diakses dari <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4925990/ada-penimbun-masker-dan-antiseptic-saat-semua-orang-khawatir-corona>, diakses pada 3 Juni 2020 pk. 10 WIB

- Rasyid, Shani. (2020). “New Normal Masih Jadi Perdebatan, Rimbawan UGM Sarankan Konsep Ini”.
- Merdeka.com*, Selasa, 2 Juni 2020 11:26. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jateng/new-normal-masih-jadi-perdebatan-publik-rimbawan-ugm-sarankan-konsep-ini.html> . Diakses pada 6 Juni 2020, pk. 20.00 WIB
- Sekretariat Presiden. (2020). “Arahan Tegas Presiden Jokowi pada Sidang Kabinet Paripurna, Istana Negara, 18 Juni 2020”. *Youtube*, 28 Juni 2020. Diakses dari [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=565&v=SfKQFn4GGE0](https://www.youtube.com/watch?time_continue=565&v=SfKQFn4GGE0). Diakses pada 28 Juni 2020, pk. 22.00 WIB
- Shalihah, Nur Fitriatus. (2020). “Indonesia Terserah, Kritik untuk Pemerintah dan Peningkat untuk Kita Semua...”. *Kompas.com*, 17/05/2020, 09:46 WIB. Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/17/094617565/indonesia-terserah-kritik-untuk-pemerintah-dan-peningkat-untuk-kita-semua?page=all>. pada 15 Juni 2020. Pk. 13.00 WIB
- Tambun, Lenny Tristia. (2020). “Ini Tugas Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19”.
- Beritasatu.com*, Sabtu, 14 Maret 2020 | 14:05 WIB. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/kesehatan/608687-ini-tugas-gugus-tugas-percepatan-penanganan-covid19>, pada 10 Juni 2020, pk. 12.30 WIB
- Watari, Doli. (2018). “Belum Optimal, Kemkominfo Ingatkan Lima Tugas Humas Pemerintah “. *Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Siak*, April 17, 2018. Diakses dari <http://diskominfo.siakkab.go.id/belum-optimal-kemkominfo-ingatkan-lima-tugas-humas-pemerintah/2/>, diakses pada 4 Juni 2020, pk. 07.00 WIB
- WHO-Indonesia. (2020). “Pertanyaan dan jawaban terkait Coronavirus”. Diakses dari <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-public>. Diakses pada 15 Juni 2020



## **Webinar**

Moenawar, M. Ghozalie. (2020). “Menjaga Komunikasi Ketika Publik Sensi: Adaptasi Terhadap Communication Asymmetries”. [Video]. Webinar Series #1 UAI : Menjaga Komunikasi Ketika Publik Sensi. Selasa, 9 Juni 2020, 10.00-12.30 WIB via zoom. Jakarta : Prodi Ilmu Komunikasi , Puskakom dan KOMIK Universitas Al Azhar Indonesia, diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=cI4ekvzbWIC>, diakses pada 10 Juni 2020, pk 12.00 WIB