

Tim Editor:  
Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom.  
Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom.  
Joshua Fernando, S.I.Kom., M.I.Kom.  
Veronika, S.Sos., M.Si.



# STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI





# **STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI**



Tim Editor:

Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom.  
Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom.  
Joshua Fernando, S.I.Kom., M.I.Kom.  
Veronika, S.Sos., M.Si.

# STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI

Tim Penulis:

Rustono Farady Marta, Bonaventura Satya Bharata, Andreas Tri Pamungkas, Olivia Lewi Pramesti, Alfonso Harrison, Patricia Robin, Budhi Widi Astuti, Aurelius Rofinus Lolong Teluma, FX. Ari Agung Prastowo, Loina Lalolo Krina Perangin-angin, Wulan Purnama Sari, Septia Winduwati, Finsensius Yuli Purnama, Michael Jibrael Rorong, El Chris Natalia, Stefanus Andriano, Monika Teguh, Hilda Yunita Wono, Besti Rohana Simbolon, Bantors Sihombing, Sarah Rouli Tambunan, Aniendya Christianna, Agustinus Rustanta, Evvy Silalahi, Camelia Pasandaran, Daniel Susilo, Benedictus A Simangunsong, Veronika, Magdalena Lestari Ginting, Rosalia Prismarini Nurdiarti, Maria Puspitasari, Mutiara Dara Utama Watubun, Louisa Christine Hartanto, Roswita Oktavianti, Mia Angeline, Cosmas Gatot Haryono, Theresia Intan Putri Hartiana, Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, Meisyanti Hutagaol, Billy K Sarwono.

Desain Cover:

**Helmaria Ulfa**

Sumber Ilustrasi:

**www.pinterest.com**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom.  
Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom.  
Joshua Fernando, S.I.Kom., M.I.Kom.  
Veronika, S.Sos., M.Si.**

ISBN:

**978-623-459-436-2**

Cetakan Pertama:

**Mei, 2023**

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**Copyright © 2023**

**by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung**

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT:**

**WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG  
(Grup CV. Widina Media Utama)**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

**Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020**

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

# SEKAPUR SIRIH



## SELAYANG PANDANG GLT IKONESIA

Pada dua tahun terakhir ini 2020-2021 sebagian besar tulisan yang saya baca, baik ilmiah maupun populer, selalu diawali dengan merebaknya Covid19 dari Wuhan. Demikian pula sekapur sirih ini. Pandemi yang meluluh lantakkan kesehatan dan ekonomi dunia menjadi kajian tidak hanya bidang Kesehatan dan ekonomi, melainkan semua bidang yang terdampak secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi yang inheren dan berperan signifikan di setiap sisi kehidupan pun menjadi fokus kajian.

Kajian dalam bidang komunikasi sangat luas, karenanya diperlukan kehati-hatian agar tidak menyesatkan. Memahami hal tersebut, penetapan level komunikasi sebagai pijakan awal kajian menjadi penting. Setelahnnya konteks dan paradigma berperan dalam ranah pikir. Namun demikian, dalam situasi pandemic yang telah berjalan lebih dua tahun ini, konteks menjadi awal kajian, yaitu kajian komunikasi dalam konteks pandemi. Tidak berhenti di sini, sub-konteks juga harus ditetapkan, apakah komunikasi Kesehatan, public, budaya, dan ragam konteks lainnya.

Buku ini menyajikan pemikiran dan kajian komunikasi dari beragam sub-konteks pandemic covid19 serta level komunikasi. Gagasan yang muncul dari sekelompok akademisi bidang komunikasi oikumene di Indonesia untuk turut berkontribusi pada ranah akademik akhirnya dapat diwujudkan. Dua buku bunga rampai yang ditulis oleh.... Menjadi salah satu bentuk nyata kontribusi tersebut.

Proses dari awal gagasan hingga terbitnya buku ini tidaklah mudah, berbagai kendala muncul pada setiap tahapannya. Jika buku ini kemudian ada di tangan pembaca, maka kendala yang setiap kali hadir dapat diatasi, meski perlu waktu. Terima kasih kepada segenap tim, penulis, pendukung, dan penerbit, yang secara kolaboratif menggerakkan dan merealisasikan gagasan ini. Semoga ke depan lebih banyak lagi gagasan yang terwujud dari komunitas ini untuk perkembangan Ilmu Komunikasi dan solusi dalam persoalan di Indonesia.

Jakarta, Mei 2023  
Dorien Kartikawangi

## BUKU PERDANA GLT IKONESIA

Salam komunikasi,

Kita bersyukur bahwa buku yang di gagas dan ditulis sejak dua tahun yang lalu, akhirnya terbit juga, setelah melalui berbagai usaha dan perjuangan menuntaskannya. Saat ditanyakan apakah saya berminat untuk menyumbangkan tulisan dalam buku berperspektif ilmu komunikasi yang bisa memberikan kontribusi dalam memecahkan dan mengatasi problema pandemic covid ini, maka, saya sangat antusias mendukung ide tersebut. Saya yakin, bukan hanya saya, namun juga semua penulis dalam buku ini sangat antusias menuliskan pemikirannya.

Tentunya bukanlah perkara mudah memetakan permasalahan pelik yang mengemuka di saat itu. Rasanya fenomena yang terjadi dan dampak negative, yang dirasakan, berjalan sangat cepat; lebih cepat daripada pencegahan atau solusi yang dipikirkan, direncanakan bahkan dijalankan. Semua pihak dari berbagai bidang ilmu memiliki keprihatinan yang serupa untuk ikut mengatasi problema yang dihadapi pemerintah dan masyarakat berbagai lapisan. Di saat itu, keprihatinan utama yang dirasakan penggagas buku ini adalah, kurang bergaungnya pemikiran para pakar ilmu komunikasi.

Buku *Multifaset Komunikasi Strategik di Masa Pandemi*” dan *“Strategi Media Komunikasi di Masa Pandemi*, merupakan sebuah sumbangsih kita dalam menghadapi fenomena pandemic ini. Kita patut berterimakasih, kepada penggagasnya, bahwa melalui buku ini kita bisa memberikan sumbangan pemikiran yang khas, yaitu menggunakan perspektif komunikasi. Setahu saya, di saat *emergency*, terjadinya pandemic dua tahun yang lalu, belum banyak buku yang mengulas pentingnya peranan ilmu komunikasi.

Seiring berjalannya waktu, gelombang Covid satu, dua dan tiga, dan telah terlampaui, banyak perkembangan riset dan pemikiran yang kemudian dikembangkan oleh akademisi komunikasi dan diterbitkan di berbagai jurnal ilmiah di tingkat nasional, internasional. Terlihat, pemikiran dalam buku ini, yang ditulis oleh, para akademisi ilmu komunikasi, yang tergabung dalam Gema Literasi dan Transformasi Ilmuwan Komunikasi Ecclesia Indonesia (GLT IKONESIA), telah berhasil menyajikan suatu bentuk buku rujukan yang *holistic* dan kaya akan ragam tingkatan komunikasi maupun afiliasi institusi pendidikan tinggi, yang tersebar di berbagai daerah, di negara kita.

Topik beragam dalam buku ini pantas menjadi rujukan bagi para akademisi dalam berbagai disiplin ilmu lain dan juga praktisi komunikasi maupun berbagai bidang lain, yang ingin mempelajari pemikiran strategis di bidang komunikasi

dalam menyelesaikan masalah, baik di saat genting maupun dalam kondisi normal.

Diterbitkannya buku ini, bukan merupakan akhir dari kiprah akademis para penulisnya. Saya berharap, justru buku ini merupakan awal yang bisa menginspirasi dan mendorong lebih banyak akademisi ilmu komunikasi, untuk mengembangkan pemikirannya. Sehingga gaung dari pemikiran akademisi yang berperspektif ilmu komunikasi semakin mengemuka dan berkontribusi bagi pembangunan negara ini.

Selamat membaca

Jakarta, 15 Mei 2023  
Prof. Dr. Billy K. Sarwono, M.A. - Universitas Indonesia

## KATA PENGANTAR



Pertama-tama, saya harus memberikan “rasa hormat” dan “kekaguman” saya, kepada 32 tulisan dalam buku ini. ‘Rasa hormat’ saya kepada para penulis yang berasal dari berbagai kampus perguruan tinggi, yang telah berhasil dalam menjalankan fungsi mereka, fungsi Tri Dharma PT. Fungsi yang mereka jalankan itu “nampak” nya berurutan. Karena mereka sudah mengalami pendidikan, kemudian telah berkarya sebagai pendidik. Kini, melalui tulisan-tulisan ini, mereka telah memasuki tahapan fungsi penelitian, yang hasil karya mereka dapat dikatakan sebagai pengabdian mereka kepada masyarakat.

‘Kekaguman’ saya adalah, mereka semua telah melakukan penelitian di saat-saat pandemi, ketika mereka semua sibuk melayani pembelajaran online dan bekerja dari rumah (WFH). Dalam kondisi ini, mereka mempunyai kepekaan yang “cukup” untuk, tidak saja, merasakan apa yang mereka alami, tetapi merasakan apa yang dialami oleh masyarakat kita, mulai dari level local, regional, dan global.

Atas dua hal tersebut di atas itulah, kita dapat katakan, mereka berhasil menjawab pertanyaan public kepada kita, terutama kepada para penulis buku ini, *What Is Science? Science Is What Scientists Do*. Mereka telah berhasil melakukan apa yang dimaksudkan dengan “*What scientist do*”. Sebagai ilmuwan, mereka telah menghadirkan dirinya sebagai seseorang yang secara sistematis mengumpulkan dan menggunakan penelitian dan bukti untuk merumuskan dan menguji hipotesis, untuk mendapatkan dan berbagi pemahaman dan pengetahuan.

Rasa hormat dan kekaguman ini dikemas oleh karya-karya penulis - yang semuanya adalah “ilmuwan komunikasi” dari pelbagai kampus, dari latar belakang “spesialisasi” yang berbeda-beda dalam ilmu komunikasi - yang berhasil menyimak situasi Covid-19 dan mengubahnya ke dalam telaah ilmu komunikasi. Tulisan laporan penelitian yang mudah dicerna.

Semua tulisan di buku ini mengarah ke beberapa bangunan konseptual. *Pertama*, para penulis mengingatkan pembaca tentang perdefinisi “krisis”. Bahwa kita harus memahami krisis sebagai ancaman signifikan terhadap operasi yang dapat memiliki konsekuensi negatif jika tidak ditangani dengan benar. Venette (2003) berpendapat bahwa "krisis adalah proses transformasi di mana sistem lama tidak dapat lagi dipertahankan." Oleh karena itu, kualitas pendefinisian keempat adalah kebutuhan akan perubahan. Jika

perubahan tidak diperlukan, peristiwa itu bisa lebih akurat digambarkan sebagai kegagalan.

*Kedua*, di samping itu meningkatkan kita tentang karakteristik krisis. Mengutip Seeger, Sellnow, dan Ulmer (2013); krisis memiliki empat karakteristik yang menentukan yaitu "peristiwa atau rangkaian peristiwa yang spesifik, tidak terduga, dan tidak rutin yang [menciptakan] tingkat ketidakpastian dan ancaman yang tinggi atau ancaman yang dirasakan terhadap prioritas tinggi organisasi. sasaran." Jadi, tiga karakteristik pertama adalah bahwa peristiwa tersebut adalah; (1) tak terduga (yaitu, kejutan); (2) menciptakan ketidakpastian; dan (3) kritis dipandang sebagai ancaman terhadap tujuan-tujuan penting.

*Ketiga*, maka perlu dilakukan "manajemen krisis" untuk menghadapi ancaman sebagai potensi kerusakan yang dapat ditimbulkan oleh krisis pada organisasi, pemangku kepentingannya, dan industri. Karena dampak krisis dapat menciptakan tiga ancaman terkait: (1) keamanan publik, (2) kerugian finansial, dan (3) kehilangan reputasi. Seperti yang dicatat Dilenschneider (2000) dalam *The Corporate Communications Bible*, semua krisis mengancam untuk menodai reputasi organisasi. Sebuah krisis mencerminkan buruk pada sebuah organisasi dan akan merusak reputasi untuk beberapa derajat. Jelas ketiga ancaman ini saling terkait. Cedera atau kematian akan mengakibatkan kerugian finansial dan reputasi sementara reputasi berdampak finansial pada organisasi.

*Keempat*, komunikasi krisis. Komunikasi krisis adalah sub-spesialisasi dari profesi PR yang dirancang untuk melindungi dan membela individu, perusahaan, atau organisasi yang menghadapi tantangan publik terhadap reputasinya (Barrera, 2014). Komunikasi krisis ditujukan untuk meningkatkan kesadaran akan jenis ancaman tertentu, besarnya, hasil, dan perilaku khusus yang harus diambil untuk mengurangi ancaman tersebut. Timothy Coombs (2010) mendefinisikan krisis sebagai "persepsi tentang peristiwa tak terduga yang mengancam harapan penting pemangku kepentingan dan dapat berdampak serius pada kinerja organisasi dan menghasilkan hasil negatif" dan komunikasi krisis sebagai "pengumpulan, pemrosesan, dan penyebaran informasi. diperlukan untuk mengatasi situasi krisis."

*Kelima*, strategi komunikasi adalah rencana melalui mana perusahaan dapat mencapai tujuan komunikasi (Ulmer, 2010). Ini merupakan elemen yang berbeda seperti menetapkan tujuan berkomunikasi, memilih target pasar, dan kemudian merumuskan rencana. Strategi komunikasi memberdayakan organisasi untuk memiliki skema perencanaan untuk berbagi informasi secara efektif.



*Keenam*, para penulis telah “cukup” berhasil menampilkan beberapa jenis strategi komunikasi. Terlepas dari komponen strategi komunikasi, ada tiga jenis strategi komunikasi yang dapat diterapkan organisasi untuk terhubung dan berkomunikasi dengan audiens, pemangku kepentingan utama, dll. Mari kita lihat ketiga jenis tersebut di sini dan sekarang; (1) Strategi Visual. (Cant, 2006). Dalam strategi komunikasi visual, organisasi menggunakan halaman web dan interpretasi gambar untuk berkomunikasi dengan orang lain. Strategi ini umumnya digunakan dalam memberikan dokumentasi atau presentasi di tempat kerja; (2) Strategi Verbal (Morgan, 2011). Dalam jenis strategi komunikasi ini, organisasi dapat menggunakan komunikasi lisan atau komunikasi tertulis. Strategi tertulis dapat berupa e-mail, fax, dan chat. Sebagai perbandingan, komunikasi lisan dapat berupa panggilan telepon dan pertemuan tatap muka; dan (3) Strategi Non-verbal (Dinn, 2015). Strategi komunikasi non-verbal mencakup elemen ekspresi wajah, bahasa tubuh, atau nada suara untuk mengoptimalkan percakapan seputar produk atau layanan merek. Ketiga jenis strategi ini digunakan untuk mengomunikasikan dan mengelola pesan utama, kekuatan, dan kelemahan organisasi untuk mencapai tujuan ‘bisnis’ organisasi.

Terakhir, teriring, salam untuk para penyumbang tulisan bagi buku ini. Paling tidak, keberhasilan buku ini telah menyumbang bangunan ilmu komunikasi, terutama dalam bahasan atau kajian “krisis komunikasi” dan “komunikasi krisis”.

Prof. Dr. Alo Liliweri, M.A. - Universitas Nusa Cendana

## PROLOG



Judul di atas mengasumsikan bahwa di dalam masyarakat terdapat berbagai pilihan media untuk berkomunikasi tentang ‘situasi pandemi’ di masyarakat Indonesia. Artinya beragam media komunikasi yang berkembang dan digunakan oleh warga masyarakat kita—media tradisional, media massa cetak dan elektronik (media pers) dan media baru. Media massa pers telah dipilih sebagai strategi komunikasi, karena dianggap memiliki makna dan dampak strategis. Demikian juga halnya dengan media baru. Pertanyaan yang muncul adalah dalam konteks dan situasi mana strategi media pers dianggap bermakna strategis bagi masyarakat dan di konteks dan situasi mana media baru dianggap bermakna strategis.

Strategi media/pers ditempuh bila komunikasi melibatkan pesan yang relevan untuk orang banyak atau massa, dan perlu disampaikan kepada massa, yang tidak terhimpun dalam satu tempat, dalam waktu yang relatif sama. Komunikator, tentu saja, menguasai pengetahuan tentang (1) pesan yang hendak disampaikan, (2) massa yang hendak dijadikan sasaran pesan, (3) media yang hendak digunakan untuk menyampaikan pesan; dan akhirnya (4) menguasai keterampilan dan teknik komunikasi yang cocok untuk menyampaikan pesan tersebut.

Namun dalam komunikasi, termasuk komunikasi Strategi Media/Pers dapat bekerja efektif bila keempat persyaratan tersebut terpenuhi. Secara khusus, komunikator harus memiliki pengetahuan, bagaimana perilaku massa terhadap media, apakah massa menggunakan media massa secara *selektif* dengan maksud atau kepentingan tertentu, misalnya untuk informasi, hiburan, integrasi sosial atau korelasi antar kelompok sosial, dan pewarisan nilai-nilai sosial budaya. Apakah massa tertentu menggunakan televisi dan radio, misalnya, untuk hiburan, dan menggunakan koran dan majalah untuk mencari informasi? Artinya adakah keterlibatan diri (*personal involvement*) dalam penggunaan media? Ataukah massa tersebut menggunakan semua media begitu saja tanpa punya maksud atau kepentingan tertentu (*random and indifferent*)?

Dengan media baru, kita perlu melihatnya secara kritis. Sosial media dapat disebut sebagai media massa yang berada di tangan setiap individu. Media social adalah media yang bebas digunakan oleh siapa saja, kapan saja, dan untuk kepentingan apa saja. Secara teoritis media sosial bisa membuat seorang individu menjangkau massa global. Namun dalam praktek *social media* mampu

membuat individu membangun jaringan personal (*personal network*) yang berarti memecah belah 'khalayak massa' (*mass audience*) menjadi terpecah belah (*fragmentations*), bukan 'jaringan global' (*global network*), yang mengintegrasikan seluruh dunia. Akibatnya dalam praktek *social media* menjadi pemecah belah masyarakat ke dalam jaringan kepentingan yang terpolarisasi, saling terpisah dan bertentangan, bukannya terintegrasi ke dalam kesatuan yang utuh dan harmonis. Tambahan lagi, *New Media* di luar *social media*, tidak menciptakan 'masyarakat jaringan' (*network society*) pada tingkat meso dan global sebagaimana dicitrakan oleh para ahli (Manuel Castells, 2010), melainkan sebagai penciptaan tatanan global (*global order*) yang tersentralisasi, karena didominasi oleh kekuasaan oligarkis global (*global oligarchy*)— semacam ideology sekuler yang melandasi konspirasi antar penguasa keuangan dan teknologi informasi global.

Dalam tatanan itulah internet, termasuk Google, Face Book, YouTube, dapat mengatur sistem lalu lintas informasi, secara *inclusive* dan *exclusive*— bukan sekedar *gate keeper*, tetapi menentukan apa yang legal/ilegal (boleh/terlarang) diliput, dan bagaimana meliputnya. Kerjasama antar oligarki media mapan (Koran-koran raksasa dan jaringan siaran televisi) dan media baru ternyata pernah terjadi di Negara yang membanggakan diri sebagai 'land of the free' sehingga melahirkan pembunuhan karakter dalam persaingan Pemilihan Presiden tahun 2020 di AS. "Donald Trump harus disingkirkan 'at all cost.'" Dengan mengkampanyekan *hoax* bahwa presiden itu sebagai 'agen Rusia' demi meloloskan Hillary Clinton dan kemudian demi mulusnya Joe Biden, yang ditimang-timang sebagai anak emas. Konspirasi memalukan ini dalam jurnalisme kemudian dikenal dengan sebutan *Slanted Journalism* (Sharyl Attkinsson, 2021). Dalam tingkat nasional—meskipun internet pada prinsipnya menembus segala batas negara—praktek macam ini bisa juga terjadi. Gejalanya sudah dapat dilihat di negeri kita, berbagai macam *hoax* yang seraca massif dan intensif berseliweran melalui YouTube dan lain-lain telah menelan banyak korban terutama dari kelompok minoritas. Artinya jaringan media baru dapat bertindak 'tidak adil' tergantung siapa yang duduk di kursi 'oligopoli' nasional. Hikmah dari catatan ini, media baru memang *media* komunikasi yang canggih dan secara teoritis dapat 'mengintegrasikan dan mengkonsolidasikan' potensi dan sumber daya masyarakat kita, namun fungsi media sangat tergantung 'tangan siapa' yang memegang tombolnya. Lagi pula, kerja sama antara media mapan (Koran dan jaringan televisi dan radio) bisa sangat besar dampaknya pada perkembangan sosial ekonomi dan politik—sebagaimana dapat kita pelajari dari pengalaman AS sejak sekitar tahun 2016—namun dampak besar itu hanya bermanfaat bila semangat saling mempercayai (*trust*)



dan saling menghargai (*mutual respects*) menjadi landasan kerjanya—dan bukan eksploitasi dan permusuhan.

Sumbangan para akademisi berikut ini dapat menunjukkan bagaimana dampak strategi media massa/pers dan media baru dalam kehidupan masyarakat secara nyata. Dengan demikian, hikmah dari sumbangan mereka dapat digunakan dalam pengembangan strategi komunikasi baru yang lebih baik demi masa depan yang lebih cerah.

Prof. Dr. Andre\_Harjana, M.A –  
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

# DAFTAR ISI



<b>SEKAPUR SIRIH .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>PROLOG .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
BAB 1 Strategi Media dan Pers .....	1
BAB 2 Strategi Media Baru.....	65
BAB 3 Data dan Pesan Strategik.....	161
<b>GLOSARIUM DAN INDEKS.....</b>	<b>266</b>
<b>EPILOG .....</b>	<b>315</b>
<b>LENTERA CENDEKIA .....</b>	<b>320</b>
<b>DETERMINASI KOLEKTIF .....</b>	<b>323</b>



## **STRATEGI MEDIA DAN PERS**

---

- 1. Pers dan COVID-19: Perspektif Public Health untuk Pemberitaan di Masa Awal Wabah COVID-19**
- 2. Kolaborasi Jurnalis dalam Memberitakan COVID-19**
- 3. Efek Reaksi Kolektif Komunikasi Massa di Saat Pandemi COVID-19**
- 4. Meresapi Kisah “Si Jurnalisme Yang Terluka dan Berduka”**
- 5. #RadioLawanCOVID-19: Kampanye Masif Melalui Siaran Radio Dalam Upaya Memerangi Penyebaran Virus Corona**
- 6. Telaah Jurnalisme Publik dalam Masa Pandemi COVID-19: Praktik Media Lokal Nusa Tenggara Barat**
- 7. Pendekatan Media Relations Sebagai Strategi dan Taktik Percepatan Penanganan Covid**



# **PERS DAN COVID-19: PERSPEKTIF PUBLIC HEALTH UNTUK PEMBERITAAN DI MASA AWAL WABAH COVID-19**

---

**Bonaventura Satya Bharata, SIP, M.Si.**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jl. Babarsari No.44, Janti, Caturtunggal, Kec. Depok,  
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281**

## **A. PENDAHULUAN**

Tahun 2020 menjadi tahun yang tidak akan dilupakan oleh seluruh masyarakat dunia termasuk Indonesia. Tahun ini diwarnai dengan peristiwa merebaknya virus korona jenis baru yang melanda hampir seluruh dunia. Hingga pertengahan April 2020, virus yang bermula dari kota Wuhan (Tiongkok) dan telah menyebar lebih dari 160 negara ini, sudah menjangkiti dua juta penduduk dunia dengan jumlah kematian lebih dari 130 ribu jiwa. Sementara itu, Indonesia mencatat lebih dari lima ribu orang terjangkit dan jumlah kematian yang menyentuh angka hampir 500 orang akibat virus yang kemudian dikenal sebagai COVID-19.

Besarnya peningkatan angka penderita COVID-19, cepatnya persebaran virus ini, dan dampak sosial ekonomi yang muncul menyebabkan peristiwa ini mendapat perhatian besar dari pengelola media massa dan pers Indonesia. Setelah pemerintah Indonesia secara resmi mengumumkan adanya dua pasien pertama penderita COVID-19 di Indonesia pada 2 Maret 2020, hampir setiap hari pemberitaan media didominasi oleh ulah virus yang dapat mengakibatkan pneumonia berat dan kematian bagi penderitanya. Perhatian pers Indonesia yang sangat intens kepada kasus ini menunjukkan pentingnya peristiwa yang kemudian ditetapkan oleh organisasi kesehatan dunia PBB (WHO) sebagai pandemi ini dipahami dengan baik oleh masyarakat Indonesia.

## **B. MEDIA DAN PUBLIC HEALTH**

Mengacu pada *American Public Health Association* dan Asosiasi Kesehatan Publik Australia, maka *Public Health* atau kesehatan publik (kesehatan masyarakat) merupakan upaya untuk mempromosikan dan melindungi aspek kesehatan masyarakat dari semua faktor yang berisiko pada penurunan kesehatan (Binns and Low). Upaya *public health* dilakukan agar baik individu

yang bersifat menambah pengetahuan publik dari lembaga-lembaga formal seperti pers, tentu menjadi informasi yang dapat dipercaya publik untuk mengurangi ketidakpastian (*uncertainty*). Sehingga pers atau media mampu berkontribusi ikut memberikan rasa aman bagi publik seperti yang diharapkan oleh perspektif *public health*.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Alshammari, Abdullah S., et al. "Mass Media for Health Education (A Study in the State of Rajasthan)." *Jurnal PROMKES*, vol. 18, no. 1, 2017, pp. 26–39, doi:10.12816/0042244.
- Binns, Colin, and Wah Yun Low. "What Is Public Health?" *Asia-Pacific Journal of Public Health*, vol. 27, no. 1, 2015, pp. 5–6, doi:10.1177/1010539514565740.
- Cui, Jingan, et al. "The Impact of Media on the Control of Infectious Diseases." *Journal of Dynamics and Differential Equations*, vol. 20, no. 1, 2008, pp. 31–53, doi:10.1007/s10884-007-9075-0.
- Dominick, Joseph R. *The Dynamics of Mass Communication: Media in Transition*. McGraw Hill Education, 2012.
- Earth Journalism Network. "Reporting of Disease Outbreak." 2011, <https://earthjournalism.net/resources/reporting-on-disease-outbreaks>.
- Hooker, Claire, et al. *Media Ethics and Disease Outbreaks (Book Chapter)*. no. 2012, 2015, pp. 1–16.
- J. Balamurugan. "The Role of Mass Media in Health Care Development: A Review Article." *Journal of Advanced Research in Journalism & Mass Communication*, vol. 05, no. 01, 2018, pp. 39–43, doi:10.24321/2395.3810.201807.
- Jarvis, Jeff. *Covid Journalism: Episode 1-4*. 2020, <https://buzzmachine.com/2020/04/08/covid-journalism-episodes-1-3/>.
- Kühn, Shafreena, and Ulrich M. Rieger. "Health Is a State of Complete Physical, Mental and Social Well-Being and Not Merely Absence of Disease or Infirmary." *Surgery for Obesity and Related Diseases*, vol. 13, no. 5, Elsevier, 2017, p. 887, doi:10.1016/j.soard.2017.01.046.
- Ludolph, Ramona, et al. "Investigating the Effects of Mass Media Exposure on the Uptake of Preventive Measures by Hong Kong Residents during the 2015 MERS Outbreak: The Mediating Role of Interpersonal Communication and the Perception of Concern." *Journal of Health Communication*, vol. 23, no. 1, Routledge, 2018, pp. 1–8, doi:10.1080/10810730.2017.1388455.

World Health Organization-SEARO. Developing Tools for Strategic Communication *to the Media on Emerging Infectious Diseases (EIDs)*. no. May, 2011.

## **BIOGRAFI**

Bonaventura Satya Bharata, dosen tetap program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Meraih gelar sarjana ilmu komunikasi di UGM Yogyakarta (1995), magister manajemen komunikasi di UI Jakarta (2003), dan sedang menempuh program doktor di School of Communication-Universiti Sains Malaysia. E-mail: *bsatyabharata@gmail.com*



# KOLABORASI JURNALIS DALAM MEMBERITAKAN COVID-19

---

Andreas Tri Pamungkas<sup>1</sup> dan Olivia Lewi Pramesti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Amikom Yogyakarta, <sup>2</sup>Universitas Atma Jaya Yogyakarta

<sup>1</sup>Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Depok, Sleman

<sup>2</sup>Jl. Babarsari No.44 Janti, Caturtunggal, Depok, Sleman

Kegiatan jurnalistik dihadapkan pada tantangan yang tidak mudah selama Pandemi COVID-19. Kewajiban dalam menyampaikan informasi dapat berujung malapetaka, karena kesulitan akses informasi yang didapat selama bencana wabah virus. Jurnalis sebagai garda depan dalam menyampaikan informasi yang akurat juga berada di area dilematis. Faktor keselamatan diri terhindar dari paparan COVID-19 tentunya mutlak untuk dilakukan. Kolaborasi Jurnalis di Yogyakarta menjadi sebuah upaya untuk secara bersama- sama menjaga marwah jurnalis sebagai ‘anjing penjaga’ pemangku kebijakan setempat dalam melakukan upaya pencegahan Covid- 19 dan pada akhirnya dapat menyejahterakan masyarakat di masa pandemi.

## A. INFORMASI MENSEJAHTERAKAN MASYARAKAT

Jurnalisme memiliki tujuan menyediakan informasi bagi publik sehingga mereka menjadi bebas dan mampu mengatur dirinya sendiri (Kovach & Rosenstiel, 2014). Tujuan jurnalisme ini berkaitan dengan salah satu prinsipnya yakni kemerdekaan pers. Kemerdekaan pers berkaitan dengan kebebasan pers dalam menyuarakan publik. Kemerdekaan pers ini dijamin dalam Deklarasi Hak Asasi Manusia 1948.

Prinsip kemerdekaan pers sejalan dengan salah satu teori pers yakni teori tanggung jawab sosial. McQuail (2010) menyatakan teori tanggung jawab sosial memiliki kewajiban pada masyarakat dalam memberitakan informasi karena media adalah kepercayaan publik. Media harus jujur, akurat, adil, objektif, dan relevan dalam memberitakan informasi. Media merupakan forum untuk pertukaran komentar dan kritik pada pemerintah. Untuk itulah, media harus bekerja sesuai kode etik dan perilaku profesional.

Dalam kinerjanya untuk menjadi harapan bagi publik, media memiliki kebijakan redaksi. Kebijakan redaksional menjadi standar dan kontrol dalam mempertimbangkan layak / tidaknya sebuah berita disiarkan. Kebijakan

kebijakan redaksi tentu menjadi sesuatu hal otonom, namun ketika melihat kolaborasi tersebut berangkat dari inisiatif jurnalis pastinya menjadi catatan bagi perusahaan pers di Yogyakarta agar lebih memiliki kebijakan yang cepat dan strategis dalam pemberitaan.

Jurnalisme kolaborasi membutuhkan kepercayaan antar jurnalis. Ini yang nantinya akan menjadi tantangan bagi redaksi, karena setiap redaksi membutuhkan berita eksklusif. Menurut peneliti, dalam konteks pemberitaan Covid-17 ini, eksklusivitas berita bukan hal yang utama, melainkan berita yang utuh, lengkap, dan mendalam. Tentu saja hal ini juga berkaitan dengan kecepatan redaksi memperoleh berita. Kecepatan dan dramatisasi berita dalam konteks COVID-19 bukan hal yang penting.

Tantangan lain dari jurnalisme kolaboratif ini adalah kapasitas jurnalis yang sama. Setiap redaksi perlu fokus pada peningkatan kapasitas jurnalisnya sehingga siap menghadapi situasi apapun di lapangan khususnya saat melakukan peliputan COVID-19. Pasalnya, berdasarkan hasil wawancara soal kolaborasi jurnalis, belum semua jurnalis tergabung karena terkendala kapasitas yang berbeda. Tak hanya kapasitas, diperlukan integritas bersama yakni memiliki tujuan untuk kepentingan publik bukan kepentingan perorangan atau kelompok.

Sementara itu, informasi akurat yang disajikan media dalam masa pandemi juga tidak lepas dari keterbukaan informasi. Peneliti melihat pemberitaan yang hanya terjebak pada rilis pemerintah, mungkin bisa saja terjadi karena pemerintah belum sepenuhnya terbuka dengan media. Hal ini tentu saja dapat menghambat kinerja media untuk memberikan informasi yang akurat dan objektif. Padahal, menurut UU Pers No.40 Tahun 1999, kemerdekaan pers dijamin negara, salah satunya dengan asas demokrasi di mana pers tidak dihambat dalam melaksanakan tugasnya mencari informasi.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- Alfter, B. (2016). Cross-border collaborative journalism: Why journalists and scholars should talk about an emerging method'. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*,5(2), 301–315, [https://doi:10.1386/ajms.5.2.301\\_1](https://doi:10.1386/ajms.5.2.301_1)
- Center For Cooperative Media Montclair State University. (2017). Comparing Models of Collaborative Journalism. Retrieved from <https://collaborativejournalism.org/models/>.
- CNNIndonesia.com. (2020). Video: Sengkarut Data Corona di Yogyakarta. Retrieved April 28, 2020, from <

- <https://www.cnnindonesia.com/tv/20200501081536-431-499138/video-sengkarut-data-corona-di-yogyakarta>>.
- Harianjogja.com. (2020). DIY Sudah Waktunya Mengajukan PSBB. Retrieved April 28, 2020, from <<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/04/16/510/1036927/diy-sudah-waktunya-mengajukan-psbb>>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Remotivi. (2017). Wahyu Dhyatmika: Sekarang Era Media Berkolaborasi, Bukan Berkompetisi. Retrieved April 28, 2020, from <<http://www.remotivi.or.id/wawancara/433/wahyu-dhyatmika-sekarang-era-media-berkolaborasi-bukan-berkompetisi>>
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. US: Longman
- Suryani, B. (2020). Pemda DIY Dikritik Terkait Transparansi COVID-19. Retrieved April 28, 2020, from <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/03/17/510/1034543/gubernur-diy-dikritik-terkait-transparansi-COVID-19>
- VoalIndonesia.com. (2020). Data Pasien Corona, Mengapa Simpang Siur. Retrieved April 28, 2020, from <<https://www.voaindonesia.com/a/simpang-siur-data-pasien-corona/5397003.html>>

## BIOGRAFI PENULIS

ANDREAS TRI PAMUNGKAS, MA; staf pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta. Penulis juga merupakan dosen tamu di FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan Fakultas Ekonomi Sosial Universitas Respati Yogyakarta. Penulis bisa dihubungi di [andreas.pamungkas@amikom.ac.id](mailto:andreas.pamungkas@amikom.ac.id)

Olivia Lewi Pramesti, MA, staf pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Ia memperoleh gelar Master of Arts (M.A.) di jurusan Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada 2013. Penulis dapat dihubungi melalui [olivialewipramesti@gmail.com](mailto:olivialewipramesti@gmail.com)



# EFEK REAKSI KOLEKTIF KOMUNIKASI MASSA DI SAAT PANDEMI COVID-19

---

**Alfonso Harrison, M.Si.**

***Unika Atma Jaya Jakarta***

***Jalan. Jend. Sudirman No. 51, Jakarta Selatan 12930***

Dunia saat ini sedang dilanda sebuah wabah yang kemudian menjadi pandemi yaitu Covid-19/COVID-19, sebuah penyakit yang disebabkan oleh virus Korona jenis baru. Hingga tulisan ini dibuat, data dari World Health Organization (WHO) menyatakan bahwa penyakit yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 ini telah menjangkiti 215 negara dengan total kasus yang terkonfirmasi sebanyak 3.489.053 dan total kasus kematian sebanyak 241.559 kasus di seluruh dunia. Kasus pertama penderita Covid-19/COVID-19 ini, menurut beberapa pemberitaan terlacak pertama kali menyebar adalah dari Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Cina pada tanggal 17 November 2019. Epideminya secara resmi dilaporkan pada pertengahan Januari 2020 dan pada bulan Februari 2020, Kota Wuhan ditutup total (*lockdown*) oleh pemerintah Cina. Sejak saat itu penularannya dengan cepat terjadi di berbagai kota di Cina hingga ke negara-negara lain, sehingga WHO menyatakan wabah COVID-19 ini telah menjadi pandemi global.

Indonesia juga menjadi negara yang tertular Covid-19 sejak diumumkan secara resmi adanya dua kasus positif Korona pada 2 Maret 2020 yang lalu oleh Presiden Joko Widodo. Hingga saat ini, Covid-19/COVID-19 telah menjadi pandemi juga di Indonesia, dapat dilihat dari data situs Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19/COVID-19 yang menyatakan bahwa telah terjadi kasus positif Korona sebanyak 12.071 orang dengan jumlah total kematian sebanyak 872 orang dan jumlah total yang sembuh mencapai 2.197 orang. DKI Jakarta sejauh ini dinyatakan sebagai episenter dari penyebaran virus SARS-CoV-2 ini dengan total kasus positif mencapai 4.687 orang, diikuti oleh Jawa Barat sebanyak 1.300 orang, dan Jawa Timur 1.171 orang. Guna memutus mata rantai penyebaran virus SARS-CoV-2 ini, Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sejak 10 April 2020 yang lalu dan kemudian masih diperpanjang hingga 22 Mei 2020 mendatang.

Penekanan isu wabah Covid-19 yang seragam dan intensif dalam penyebarannya pada berbagai media massa di Indonesia telah mengkomodifikasi model *stimulus-respon* di tingkat individu, yang pada tingkat lanjut membentuk *agenda setting* dalam masyarakat. Pandemi Covid-19 saat ini menjadi isu penting yang dipersepsikan masyarakat dalam kehidupannya, sesuai dengan apa yang dipersepsikan melalui informasi yang beredar di berbagai media massa. Sehingga isu penting ini berefek mulai dari tingkat kognitif, afektif, hingga *behavioral* masyarakat, yang dalam konteks ini untuk bereaksi secara panik dalam kecemasan, ketakutan, dan ketidakpastian terhadap isu yang beredar dan inilah yang menjadi wujud nyata dari efek reaksi kolektif komunikasi massa di saat pandemi Covid-19.

Berdasarkan kesimpulan di atas, kita dapat melihat begitu kuatnya efek media massa dalam proses komunikasi massa untuk membentuk sebuah efek reaksi kolektif dalam masyarakat. Oleh karena itu, pada saat pandemi Covid-19 ini media massa diharapkan lebih bijak dalam memproduksi informasi dan lebih memberikan penekanan isu ke arah pesan yang sifatnya konstruktif bagi masyarakat. Dalam masa bencana seperti pandemi Covid-19 ini, masyarakat membutuhkan ketenangan dan kepastian atas kehidupannya. Sehingga, media massa dapat berperan dan hadir dengan berbagai informasi yang positif dan membangun bagi masyarakat. Dengan begitu, masyarakat tidak akan memaknai kondisi yang sedang berlangsung dengan kecemasan, ketakutan, dan masyarakat juga tidak akan terstimulus untuk berperilaku yang irasional.

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Bramasta, Dandy Ayu. "Simak, Ini 10 Cara Pencegahan Agar Terhindar Dari Virus Corona." Kompas.Com, 2020, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/26/195000165/simak-in-10-cara-pencegahan-agar-terhindar-dari-virus-corona?page=1>.
- CNN Indonesia. "Wajib Pakai Masker Di Angkutan Umum Jakarta Berlaku 12 April." Cnnindonesia.Com, 2020, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200406104233-20-490675/wajib-pakai-masker-di-angkutan-umum-jakarta-berlaku-12-april>.
- Hamdani, Trio. "Diingatkan Lagi, Jangan Panik Belanja!" Finance.Detik.Com, 2020, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4962983/diingatkan-lagi-jangan-panik-belanja>.
- McQuail, Denis. "McQuail's Mass Communication Theory." *McQuail's Mass Communication Theory*, Pearson, 2005, p. 55.
- . *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications, 2005.

- Rakhmat, Jalaludin. Psikologi Komunikasi Edisi Revisi. Remaja Rosda Karya, 2018.
- Sanusi, Didi G. "Khawatir Virus Corona, Antiseptik Dan Suplemen Daya Tahan Tubuh Alami Kelangkaan." *Jejakrekam.Com*, 2020, <http://jejakrekam.com/2020/03/16/khawatir-virus-corona-antiseptik-dan-suplemen-daya-tahan-tubuh-alami-kelangkaan/>.
- Severin, Werner J., and James W. Tankard. *Communication Theories Origins, Methods and Uses in Mass Media*. Pearson, 2014.
- Sheu, JiuH-Biing, and Hsin-Tsz Kuo. "Dual Speculative Hoarding: A Wholesaler-Retailer Channel Behavioral Phenomenon behind Potential Natural Hazard Threats." *International Journal of Disaster Risk Reduction*, vol. 44, 2020, p. 101430, doi: 10.1016/j.ijdr.2019.101430.
- Shou, Biying, et al. *Consumer Panic Buying and Quota Policy under Supply Disruptions*. 2011.
- Sulaeman. "Vitamin C Langka Akibat Virus Corona, Jika Ada Harganya Sudah Naik Tinggi." *Merdeka.Com*, 2020, <https://www.merdeka.com/uang/vitamin-c-langka-akibat-virus-corona-jika-ada-harganya-sudah-naik-tinggi.html>.
- Triyoga, Hardani, and Eko Priliawito. "Cegah Corona, Tiptop Batasi 100 Pembeli Dan Belanja Cuma 30 Menit." *Vivanews.Com*, 2020, <https://www.vivanews.com/berita/metro/42775-cegah-corona-tiptop-batasi-100-pembeli-dan-belanja-cuma-30-menit>.
- Velarosdela, Rindi Nuris. "Viral Video Warga Pakai Baju Hazmat Saat Belanja Di Swalayan, Polisi: Takut Terinfeksi Corona." *KOMPAS.Com*, 2020, <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/03/30/15183991/viral-video-warga-pakai-baju-hazmat-saat-belanja-di-swalayan-polisi-takut>.
- WHO. "WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard." *covid19.who.int*, <https://covid19.who.int/>. Diakses 5 Mei 2020.

## BIOGRAFI PENULIS

Alfonso Harrison saat ini aktif sebagai pengajar tetap di Program Studi Ilmu Komunikasi Unika Atma Jaya Jakarta. Penulis menyelesaikan pendidikan jenjang S1 dan S2 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia pada tahun 2008 dan 2012. Penulis dapat dihubungi di [alfonso.harrison@atmajaya.ac.id](mailto:alfonso.harrison@atmajaya.ac.id).

# MERESAPI KISAH

## “SI JURNALISME YANG TERLUKA DAN BERDUKA”

---

**Patricia Robin**

**Universitas Bunda Mulia**

**UBM Tower, Jalan Jalur Sutera Barat Kav. 7-9 Alam Sutera, Tangerang**

Dua ribu dua puluh. Tahun dengan susunan angka cantik, terisi banyaknya harapan dan cita, terisi dengan keinginan yang wajib dipenuhi atas nama resolusi. Tetapi yang terjadi adalah sebaliknya. Musuh tak kelihatan itu membisukan semua manusia bahkan warga dunia. Ya, *Corona Virus Disease* (COVID-19) merubah semangat membara menjadi asa.

Tak perlu berkecil hati, bukan hanya Indonesia yang berduka, bukan hanya dunia yang merana. Ada yang lebih tersakiti yaitu si jantung penyebar peristiwa hingga sampai ke telinga dan mata Anda, Penikmat Media Massa. Jurnalisme yang sebelumnya melenggang jumawa berada di garda terdepan, kini harus meluncur ke belakang, menghindari hunusan serangan dari segala penjuru.

### **A. MENYELAMI JURNALISME DAN HAKIKATNYA**

Jurnalisme bukan sekedar kata tak bernyawa. Di dalamnya terkandung banyak makna, kegiatan, bahkan kepentingan yang dipertaruhkan setiap harinya. Kegiatan tersebut tersusun dari menghimpun berita, mencari fakta dan melaporkan peristiwa yang berlaku kapan pun dan di mana pun, terutama oleh negara yang “katanya” menjunjung tinggi demokrasi (Kusumaningrat dan Kusumaningrat, 2005; Harsono, 2010). Tak pernah terbayangkan bagaimana bila suatu saat masyarakat akan terlepas dari berita yang adalah karya agung jurnalisme. Kacau? Galau? Tidak dapat diprediksi karena jurnalisme sudah menyusup masuk dalam segi kehidupan, baik itu sosial, ekonomi, politik, budaya, dan (bahkan) agama (Harsono, 2010).

Jurnalisme berasal dari kata *journal* yang lekat dengan arti catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari. Berasal dari perkataan Latin *diurnalis* yang artinya harian atau tiap hari. Dari sini tercetus kata “jurnalis” yang lekat dengan mereka yang melakukan pekerjaan jurnalistik.

Tidak berhenti mengangkat jurnalistik atau jurnalisme dan berita, terdapat salah satu istilah lagi yang cukup populer, yaitu “pers” yang berasal dari Bahasa Belanda dengan arti menekan atau mengepres. Hal ini sepadan dengan

### **Lantas bagaimana supaya hal ini tidak berlarut? Bagaimana luka dan coreng tak selamanya menutupi tubuh jurnalisme?**

Keberpihakan jurnalis pada data tidak boleh diabaikan dan dianggap enteng (Gray, Chambers, dan Bounegru, 2012). Keberadaan narasumber yang kredibel memang layak dan sepatutnya, tetapi kemampuan mengolah data bahkan menyajikan dalam visual dan verbal menarik sebenarnya menjadi tantangan tak terelakkan. Jangan jauhi sains karena kini (dan nanti), sains berperan penting dalam industri media massa. Apalagi, dengan keberadaan *big data* yang menjadikan segala sesuatu terpusat.

Jurnalis memiliki kewajiban untuk terus memberikan edukasi dan literasi, bersinggungan juga dengan perannya sebagai pilar demokrasi. Jurnalisme berjalan sebagai wujud kontrol sosial, bukan provokator Sosial. Hal ini yang harus terus menerus diingat manakala memaparkan peristiwa kepada masyarakat. Agak susah melupakan godaan *click bait* yang begitu banyak, atau *rating & share* yang begitu tinggi hingga mendatangkan pengiklan. Tapi Jurnalisme bukanlah balita manja yang harus selalu diangkat supaya bisa bangkit. Analogi jurnalisme adalah layaknya manusia tangguh yang mampu menjawab persoalan, bukan justru memberikan beban.

### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- BBC (2020) *Corona Virus Confirmed as Pandemic by World Health Organization*.  
BBC. Dapat diakses di: <https://www.bbc.com/news/world-51839944>  
[Diakses pada 9 Mei 2020].
- CNN Indonesia (2020). Mahfud: RI Satu-satunya Negara Besar di Asia Tak Kena Corona. CNN Indonesia. Dapat diakses di: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200207194915-20-472750/mahfud-ri-satu-satunya-negara-besar-di-asia-tak-kena-corona>  
[Diakses pada 6 Mei 2020].
- Tim Detik.com (2020) Bahagia Terawan Teori Terbukti, Corona Penyakit yang Akan Sembuh Sendiri. Detik. Dapat diakses di: <https://news.detik.com/berita/d-4937063/bahagia-terawan-teori-terbukti-corona-penyakit-yang-akan-sembruh-sendiri/2>  
[Diakses pada 6 Mei 2020].
- Gray, J., Chambers, L., dan Bounegru, L. (2012) *The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve the News*. USA: O'Reilly Media.
- arsono, A. (2010) *Agama Saya adalah Jurnalisme*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kusumaningrat, H. dan Kusumaningrat, P. (2005) *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narasumber Kunci. (2020) Wawancara via e-mail.

- Rosenstiel, T. (2003) Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik. Institut Studi Arus.
- Safitri, D. (2020) Sains Sangat Penting, Meliputi Sains Sangat Penting. 28 April 2020.
- Umah, A. (2020) Kominfo: Ada 554 Hoax Soal Covid-19 dengan 89 Tersangka. CNBC Indonesia. Dapat diakses di: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200418175206-37-152897/kominfo-ada-554-hoax-soal-covid-19-dengan-89-tersangka> [Diakses pada 9 Mei 2020].

## **BIOGRAFI PENULIS**

Patricia Robin, S.I.Kom., M.I.Kom. merupakan Dosen Ilmu Komunikasi dari Universitas Univ. Bunda Mulia Kampus Serpong sekaligus Kandidat Doktor Universitas Univ. Sahid Jakarta. Menempuh pendidikan Sarjana S1 di FIKOM Universitas Univ. Tarumanagara, dilanjutkan Pasca Sarjana S2 Ilmu Komunikasi Universitas Univ. Mercu Buana. Patrice, biasa ia disapa memiliki ketertarikan khusus pada text teks dan media, sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan dalam kapasitas sebagai seorang mahasiswa ataupun dosen. Beliau dapat dihubungi melalui Email: [patrobin23@gmail.com](mailto:patrobin23@gmail.com)

Patricia Robin, S.I.Kom., M.I.Kom. merupakan Dosen Ilmu Komunikasi dari Univ. Bunda Mulia Kampus Serpong sekaligus Kandidat Doktor Univ. Sahid Jakarta. Menempuh pendidikan S1 di Univ. Tarumanagara, dilanjutkan S2 Univ. Mercu Buana. Patrice, biasa ia disapa memiliki ketertarikan pada teks dan media. Email: [patrobin23@gmail.com](mailto:patrobin23@gmail.com)

# #RADIOLAWANCOVID19: KAMPANYE MASIF MELALUI SIARAN RADIO DALAM UPAYA MEMERANGI PENYEBARAN VIRUS CORONA

---

**Budhi Widi Astuti**

**Universitas Kristen Satya Wacana**

**Jl. Diponegoro No. 52-60 Salatiga, Jawa Tengah**

Tulisan ini berisi tentang upaya lembaga penyiaran radio swasta di seluruh Indonesia dalam bersatu padu mendukung pemerintah memerangi penyebaran Virus Corona. Kampanye masif yang diusung oleh Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) Pusat dan anggotanya di seluruh Indonesia ini bertajuk #RadioLawanCovid19, dimana seluruh konten siaran radio bertujuan memberikan informasi, hiburan dan edukasi kepada pendengar yang sifatnya memberikan rasa aman, optimis dan menyejukkan suasana di tengah pandemi. Tulisan akan diawali dengan latar belakang lahirnya kampanye masif #RadioLawanCovid19. Kemudian, konten-konten siarannya akan dianalisis dalam kajian komunikasi strategis yang dipercaya tepat sekali dalam menggambarkan upaya penyiaran radio memberikan informasi bagi pendengarnya. Metode analisis yang digunakan adalah studi kasus penggunaan tanda pagar #RadioLawanCovid19 sebagai kampanye masif untuk memerangi penyebaran Virus Corona oleh radio-radio swasta nasional di Indonesia.

## **A. LATAR BELAKANG**

Penyebaran Virus Corona yang dimulai dari Wuhan China pada 2 Desember 2019 kini telah menyebar secara global ke seluruh dunia (World Health Organization). Virus Corona jenis baru ini diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2)* dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019 (COVID-19)*. Di Indonesia sendiri, pada tanggal 2 Maret 2020 Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mengumumkan tentang dua orang Warga Negara Indonesia (WNI) yang positif terjangkit COVID-19 (Ihsanuddin). Dalam situasi pandemi seperti ini, diperlukan berbagai upaya dan kebijakan pemerintah pusat untuk mencegah penyebaran Virus Corona serta memberikan informasi yang benar dan tepat kepada masyarakat sebagai upaya edukasi. Upaya ini akan berhasil jika semua pihak memberikan



dilaksanakan di masa pandemi ini, bahkan telah berjalan bertahun-tahun lamanya. Tingginya nilai dukungan dari pendengar terjadi karena pendengar percaya bahwa dengan memberikan bantuan, bukan orang-orang yang mereka bantu saja yang mendapatkan kebahagiaan, melainkan pendengar yang membantu pun turut bahagia. Pendengar Radio Andika FM terbukti memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap sesamanya.

Kampanye masif #RadioLawanCovid19 ini dinilai cukup berhasil meningkatkan pemahaman dan kepedulian masyarakat di berbagai daerah tentang penyebaran Virus Corona. Pengemasan isi pesan-pesan kampanye hendaknya tetap mengacu kepada sumber yang benar dan terpercaya seperti laman resmi pemerintah *covid19.go.id*, undang-undang yang berlaku sesuai media masing-masing seperti Undang-undang RI No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, Undang-undang RI No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-undang RI No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-undang RI No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Selain itu, radio juga harus tetap menaati P3SPS, Kode Etik Jurnalistik dan Etika Pariwisata Indonesia.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. "Puluhan Media Massa Bersatu Lawan Penyebaran COVID-19." Kbr.Id, 2020, [https://kbr.id/nasional/032020/puluhan\\_media\\_massa\\_bersatu\\_lawan\\_penyebaran\\_covid\\_19/102646.html](https://kbr.id/nasional/032020/puluhan_media_massa_bersatu_lawan_penyebaran_covid_19/102646.html).
- Cangara, Hafied. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Revisi, Rajawali Pers, 2017.
- . *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Revisi, Rajawali Pers, 2017.
- . *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Revisi, Rajawali Pers, 2017.
- . *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Revisi, Rajawali Pers, 2017.
- Fakhruroji, Moch, et al. "Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 Di Indonesia: Perspektif Sosiologi Komunikasi Massa Dan Agama." *Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, vol. 1, no. 1, 2019, pp. 1–11.
- Ihsanuddin. "BREAKING NEWS: Jokowi Umumkan Dua Orang Di Indonesia Positif Corona." Kompas.Com, 2020, <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/02/11265921/breaking-news-jokowi-umumkan-dua-orang-di-indonesia-positif-corona>.
- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum. "UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 32 TAHUN 2002 TENTANG PENYIARAN." Kominfo.Go.Id, 2002,

- [https://jdih.kominfo.go.id/produk\\_hukum/view/id/507/t/undangundang+nomor+32+tahun+2002+tanggal+28+desember+2002](https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/507/t/undangundang+nomor+32+tahun+2002+tanggal+28+desember+2002).
- Karibo, Anto. "Radio Lawan COVID-19, Putar Serentak Lagu Katon Bagaskara-Ruth Sahanaya 'Usah Kau Lara Sendiri.'" Fimela.Com, 2020, [https://www.fimela.com/news-entertainment/read/4217723/radio-lawan-COVID-19-putar-serentak-lagu-katon-bagaskara-ruth-sahanaya-usah-kau-lara-sendiri?utm\\_source=Digital+Marketing&utm\\_medium=Partnership&utm\\_campaign=Line](https://www.fimela.com/news-entertainment/read/4217723/radio-lawan-COVID-19-putar-serentak-lagu-katon-bagaskara-ruth-sahanaya-usah-kau-lara-sendiri?utm_source=Digital+Marketing&utm_medium=Partnership&utm_campaign=Line).
- kbr.id. "#AmanPakaiMasker: Buat, Bagikan, Pakai Masker Kainmu." <https://www.instagram.com/kbr.id/>, 2020, [https://www.instagram.com/p/B\\_E6ja8g0ky/](https://www.instagram.com/p/B_E6ja8g0ky/).
- Masduki. Menjadi Broadcaster Profesional. Pustaka Populer LKis, 2004.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. SE Menkes - Komunikasi COVID-19.Pdf. 2020.
- Mufid, Muhamad. Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran. Edited by Gusty, Pertama, Kencana, 2010, [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gQPIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=mufid+KOMUNIKASI+DAN+REGULASI+PENYIARAN.&ots=tsdOC37QgU&sig=mOWmtlitQcdEngXNFq58U2YhbR8&redir\\_esc=y#v=onepage&q=prssni&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gQPIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=mufid+KOMUNIKASI+DAN+REGULASI+PENYIARAN.&ots=tsdOC37QgU&sig=mOWmtlitQcdEngXNFq58U2YhbR8&redir_esc=y#v=onepage&q=prssni&f=false).
- Pengurus Pusat Persatuan Radio Swasta Nasional. "PRESS RILIS PENGURUS PUSAT PRSSNI KAMIS 26 MARET 2020 'RADIO NYATAKAN PERANG LAWAN CORONA'" 2020.
- Phoenix Radio Bali. "Tidak Perlu Panik Dengan Virus Corona. Mengapa?" <https://www.instagram.com/Phoenixradiobali/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B9X5qk6hUvo/>.
- Radio Andika. "#RadioAndikaPeduli." <https://www.instagram.com/Radioandika/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-RCLH7Ahu/>.
- . "#RadioAndikaPeduli Part 1." <https://www.instagram.com/Radioandika/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-ouQD8gL28/>.
- Radio Classy 103.4 FM Padang. "Bicara Melawan Corona." <https://www.instagram.com/Classyfm/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-zJEajgUWA/>.
- Radio Elisa FM. "@ILM Masker Bengkoang Bu RT." [www.elisafm.com](http://www.elisafm.com), 2020, <https://streaming.elisafm.com/>.
- . "Bincang Sehat." <https://www.instagram.com/Elisafmradio/>, 2020, [https://www.instagram.com/p/B\\_8lhbBgTbN/](https://www.instagram.com/p/B_8lhbBgTbN/).

- . "Elisa Peduli Kasih: Peduli Sesama, Berbuka Bersama." <https://www.instagram.com/Elisafmradio/>, 2020, [https://www.instagram.com/p/B\\_cBBHcAf4p/](https://www.instagram.com/p/B_cBBHcAf4p/).
- . "Pembagian Masker Gratis." <https://www.instagram.com/Elisafmradio/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/CAaQ2togmzt/>.
- Radio Elshinta. "Drive-Thru Rapid Test COVID-19 Provinsi Banten." <https://www.instagram.com/Elshintanewsandtalk/>, 2020, [https://www.instagram.com/p/B\\_1LbDZAXbu/](https://www.instagram.com/p/B_1LbDZAXbu/).
- . "Update COVID-19 Di Indonesia." <https://www.instagram.com/Elshintanewsandtalk/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/CAPUEBOgTTn/>.
- Radio Idola Semarang. "Update Terkini COVID-19." <https://www.instagram.com/Radioidolasmg/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-MgbBShdkQ/>.
- Radio MNC Trijaya 104.6 FM Jakarta. "Pendengar Radio Meningkatkan Selama Work From Home." <https://www.instagram.com/Mnctrijayafm/>, 2020, [https://www.instagram.com/p/B\\_WnVJPgGXO/](https://www.instagram.com/p/B_WnVJPgGXO/).
- Radio Prambors. "#MASIMABergerak." <https://www.instagram.com/Prambors/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-ezFBjJcW/>.
- . "Social Distancing." <https://www.instagram.com/Prambors/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B98fv3xF5mn/>.
- Radio RDI 97.1 FM Jakarta. "Cegah Penyebaran Virus Corona." <https://www.instagram.com/Rdi971/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-L0uvalyWz/>.
- Radio Sonora. "Berita Sonora." <https://www.instagram.com/Sonorafm92/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B9OSYs1A-gD/>.
- . "Tips Agar Tetap Produktif Saat Kerja Dari Rumah." <https://www.instagram.com/Sonorafm92/>, 2020, [https://www.instagram.com/p/B\\_UCClwA0fn/](https://www.instagram.com/p/B_UCClwA0fn/).
- Radio Suara Kupang (96SKFM). "Selow Siang." <https://www.instagram.com/Radiosuarakupang/>, 2020, [https://www.instagram.com/p/B-vs5a6Fls\\_/](https://www.instagram.com/p/B-vs5a6Fls_/).
- Radio Swaragama FM. "Wisma Tenaga Medis." <https://www.instagram.com/Swaragamafm/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-eApxcnQJT/>.
- Solo, Solopos FM. "Kilas Peristiwa." <https://www.instagram.com/Soloposfmsolo/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B93r3dkJnjS/>.

- Solopos FM Solo. "Demi Mendukung Pemerintah Berantas Corona, Kami Rela Mengurangi Jam Siar Sampai Jam 21." <https://www.instagram.com/Soloposfmsolo/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B-V1M-KBDwm/>.
- Suara Surabaya FM 100. "Spektrum Radio Jatim." <https://www.instagram.com/Suarasurabayamedia/>, 2020.
- Suryani, Ita, et al. "STRATEGI KAMPANYE PERSATUAN RADIO SIARAN SWASTA NASIONAL INDONESIA (PRSSNI) DALAM MEMPERKUAT POSITIONING RADIO (Studi Kasus Pada Kampanye PRSSNI Bertajuk 'Siaran Terakhir')." *Jurnal Komunikasi*, vol. 13, no. 2, University of Trunojoyo Madura, Sept. 2019, pp. 131–40, doi:10.21107/ilkom.v13i2.6078.
- Wadyabala Solo. "Prambors Facts." <https://www.instagram.com/Wadyabalasolo/>, 2020, <https://www.instagram.com/p/B9wnJgyBnxV/>.
- Wicaksono, Agung. "Kampanye Bahaya COVID-19 Berbahasa Jawa." *Suamerdeka.Com*, 2020, <https://www.suamerdeka.com/gayahidup/klub-dan-komunitas/224666-kampanye-bahaya-COVID-19-berbahasa-jawa>.
- World Health Organization. "Pertanyaan Dan Jawaban Terkait Coronavirus." <https://www.who.int/Indonesia/>, 2020, <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-public>.

## BIOGRAFI PENULIS

Penulis adalah pengajar di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana. Penulis sangat berminat dengan kajian tentang penyiaran, manajemen siaran, dan produksi siaran radio serta *public speaking*. Selain mengajar, penulis juga mengelola sebuah LPS radio lokal di Salatiga. Penulis dapat dihubungi melalui email: [budhi.astuti@uksw.edu](mailto:budhi.astuti@uksw.edu).

# TELAAH JURNALISME PUBLIK DALAM MASA PANDEMI COVID-19: PRAKTIK MEDIA LOKAL NUSA TENGGARA BARAT

---

**Aurelius Rofinus Lolong Teluma**

***Universitas Mataram***

***Jl. Majapahit No.62, Mataram, Nusa Tenggara Barat***

Informasi yang terpercaya merupakan salah satu elemen utama bagi publik dan semua *stakeholders* dalam menanggapi pandemic COVID-19. Bagaimanapun, seiring dimulainya krisis oleh pandemic COVID-19, merebaklah aneka rumor, misinformasi dan berita-berita palsu yang turut “menginfeksi” keompakan hingga akal sehat masyarakat maupun otoritas pemegang kebijakan publik. Karena itulah, dalam situasi semacam ini, para jurnalis dituntut untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya dengan mempraktikkan jurnalisme publik secara konsisten dan responsif atas problem masyarakat. Dalam kedaruratan kesehatan publik, media dan karya jurnalistiknya juga memiliki peran untuk menyelamatkan nyawa di samping tugas utama memberitakan peristiwa.

Tulisan ini bertujuan menggambarkan konsep jurnalisme publik dan praktiknya dalam konteks kedaruratan kesehatan publik karena pandemi COVID-19. Untuk memberikan contoh kecil, akan diperlihatkan hasil analisis sederhana atas praktiknya melalui konstruksi berita oleh media lokal Nusa Tenggara Barat (NTB).

## **A. MENDEFINISIKAN JURNALISME PUBLIK**

Sejarah gagasan dan gerakan jurnalisme publik telah dimulai sejak tahun 1988 di Amerika Serikat ketika dipraktikkan oleh surat kabar *Columbus Ledger-Inquirer* di Georgia (Haas and Steiner; Parahita; Coleman). Karena itu, Coleman menyebut jurnalisme publik sebagai fenomena tahun 90-an (Coleman). Sekalipun demikian, tidak mudah mendefinisikan jurnalisme publik secara baku karena kemiripannya dengan praktik jurnalisme pada umumnya. Arti jurnalisme publik pada mulanya didefinisikan dalam konteks manifestasinya dalam praktik (Haas and Steiner). Karena itu, istilah jurnalisme publik sering disamakan dengan *civic journalism* atau jurnalisme warga (Anderson).

keluarga yang menunjukkan gejala dari penyakit yang sedang mewabah. Sebagai contoh, harian *Suara NTB* pada edisi 30 Maret 2020, dari 7 berita utama di halaman depan tidak ada satu pun berita terkait pandemi COVID-19 yang mengambil fokus pada penanganan kesehatan. Seluruh berita utamanya pada hari tersebut membahas aspek sosial-ekonomi dan kebijakan politis terkait penanganan pandemi COVID-19 di NTB.

Telaah praktik jurnalisme publik oleh media lokal NTB khususnya *Suara NTB* dan *Lombok Post* dalam tulisan ini bersifat terbatas. Ruang lingkup pembahasan baru menyentuh pembingkai aspek-aspek dari isu pandemi COVID-19 di NTB. Selain itu, kajian ini hanya memotret dinamika pembingkai pada minggu pertama pasca pengumuman kasus positif COVID-19 di NTB. Sekalipun demikian, tulisan ini hendaknya menjadi pintu masuk untuk melihat bagaimana media dalam kedaruratan kesehatan publik ikut berperan untuk menyelamatkan nyawa di samping tugas utama memberitakan peristiwa.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- AJI, Aliansi Jurnalisme Independen. Protokol Keamanan Liputan & Pemberitaan COVID-19. Aliansi Juralis Independen, 2020, [https://aji.or.id/upload/article\\_doc/Naskah\\_Final\\_-\\_Protokol\\_Keamanan\\_Liputan\\_dan\\_Pemberitaan\\_COVID-19.pdf](https://aji.or.id/upload/article_doc/Naskah_Final_-_Protokol_Keamanan_Liputan_dan_Pemberitaan_COVID-19.pdf).
- Anderson, Rob. "Review Essay: Public Journalism as Public Dialogue." *Southern Communication Journal*, vol. 65, no. 2–3, 2000, pp. 259–61, doi:10.1080/10417940009373172.
- Chowdhury, Miraj Ahmed. "Tips for Journalists Covering COVID-19." *Global Investigative Journalism Network*, 2020, pp. 2–5.
- Chryсна, Mahatma. "Seruan Di Padang Gurun: Dilema Media Massa Di Tengah Pandemi COVID-19." *Kompas*, 11 Apr. 2020, <https://kompas.id/baca/riset/2020/04/11/seruan-di-padang-gurun-dilema-media-massa-di-tengah-pandemi-covid-19/>.
- Coleman, Renita. "The Intellectual Antecedents of Public Journalism." *Journal of Communication Inquiry*, vol. 21, no. 1, 1997, pp. 60–76, doi:10.1177/019685999702100103.
- Fu, King-wa, and Yuner Zhu. "Did the World Overlook the Media's Early Warning of COVID-19?" *Journal of Risk Research*, vol. 0, no. 0, Routledge, 2020, pp. 1–5, doi:10.1080/13669877.2020.1756380.
- Haas, Tanni, and Linda Steiner. "Public Journalism: A Reply to Critics." *Journalism*, vol. 7, no. 2, 2006, pp. 238–54, doi:10.1177/1464884906062607.

- . "Public Journalism as a Journalism of Publics: Implications of the Habermas-Fraser Debate for Public Journalism." *Journalism*, 2001, doi:10.1177/146488490100200202.
- Hutchinson, Genevieve; Dalton, Jacquaelin. *Panduan Komunikasi Bagi Media Tentang Kedaruratan Kesehatan Masyarakat*. Indonesian, BBC Media Action, 2020, <http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/communicating-in-public-health-emergencies-indonesian.pdf>.
- Lamuedra Graván, María, et al. "The Role of Public Service Journalism and Television in Fostering Public Voice and the Capacity to Consent: An Analysis of Spanish Viewers' Discourses." *Journalism*, 2019, p. 146488491984759, doi:10.1177/1464884919847593.
- Parahita, Gilang Desti. "Jurnalisme Publik: Cita-Cita Dan Kritik." *Kualitas Jurnalisme Publik Di Media Online: Kasus Indonesia*, edited by Adam Wijoyo Ambardi, Kuskridho; Parahita, Gilang Desti; Lindawati, Lisa; Sukarno, 1st ed., Gajah Mada University Press, 2017, pp. 25–56.
- Posetti, Julie; Bontcheva, Kalina. "Deciphering COVID-19 Disinformation." *Policy Brief 1*, vol. 1, 2020, pp. 1–17, [https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic\\_deciphering\\_covid19\\_disinformation.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf).
- Powell, Martha. "What Role Can the Media Play in Managing the COVID-19 Outbreak?" *Infectious Diseases Hub*, 2020, <https://www.id-hub.com/2020/03/05/role-can-media-play-managing-COVID-19-outbreak/>.
- Sinombor, Sonya Hellen. "Media Dituntut Terapkan Jurnalisme Yang Peka Dan Berempati." *Kompas*, 19 Maret 2020, 2020, pp. 1–12, <https://kompas.id/baca/humaniora/dikbud/2020/03/19/media-dituntut-terapkan-jurnalisme-yang-peka-dan-berempati/>.
- UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Press Freedom and COVID-19*. 2020.
- Zhang, Liwei; Li, Huijie; Chen, Kelin. "Effective Risk Communication for Public Health Emergency: Reflection on the COVID-19 (2019-NCoV) Outbreak in Wuhan, China." *Healthcare*, vol. 19, 2020, pp. 1–13, doi:10.3390/healthcare8010064.
- Zheng, Yi, et al. "The Effects of Misleading Media Reports about COVID-19 on Chinese Tourists' Mental Health: A Perspective Article." *Anatolia*, vol. 31, no. 2, Routledge, 2020, pp. 337–40, doi:10.1080/13032917.2020.1747208.



## BIOGRAFI PENULIS

Aurelius Rofinus Lolong Teluma adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram, Lombok, NTB. Ia lulus S2 Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada, serta S1 filsafat dan teologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Selain mengajar, ia menjadi anggota editor *JCommSci* dan *Tuturlogi* (Universitas Brawijaya). Email korespondensi: aureliusteluma@unram.ac.id

# PENDEKATAN *MEDIA RELATIONS* SEBAGAI STRATEGI DAN TAKTIK PERCEPATAN PENANGANAN COVID-19 BERSAMA PERS

---

**FX. Ari Agung Prastowo**

**Universitas Padjadjaran**

**Jalan Raya Bandung-Sumedang, KM 21 Jatinangor**

## **A. PRINSIP-PRINSIP *MEDIA RELATIONS***

*Media relations* memiliki arti penting bagi sebuah organisasi, diantaranya dapat mengoptimalkan publisitas organisasi di media, membentuk opini dan persepsi publik serta merencanakan komunikasi krisis. Merujuk pada (Kriyantono, 2019) teori *agenda building information* menyatakan *Public Relations* menyediakan informasi berkualitas yang dapat digunakan oleh media membangun agenda sesuai dengan tujuan organisasi bahkan mampu bertindak untuk sebagai sumber utama untuk mempengaruhi audience. Hasil riset menunjukkan bahwa 95% pekerja media berharap kepada organisasi yang sedang menghadapi situasi krisis secara rutin dan *proactive* menyediakan informasi mengenai krisis yang sedang berlangsung, dampak dan solusi yang dirancang oleh organisasi untuk mengatasi krisis.

Bagi media, informasi dari organisasi menjadi sangat penting ketika informasi itu memiliki nilai berita yang tinggi. Menurut (Dewi, 2012) informasi yang dianggap penting belum tentu akan mendatangkan dampak positif bagi organisasi, hal inilah yang semakin menguatkan perlu adanya *relationship* antara organisasi dengan media. Terdapat dua alasan yang dikemukakan oleh (Tench, Ralph dan Yeomans, 2013) yang harus menjadi perhatian utama dalam membangun hubungan dengan media, pertama filosofi dari sebuah hubungan media adalah adanya ketertarikan kedua belah pihak, praktisi *Public Relations* harus menyediakan informasi yang memiliki nilai berita bagi media, sehingga media tertarik untuk memberitakan informasi tersebut. Kedua, *Public Relations* harus melakukan evaluasi dan monitoring untuk meningkatkan kualitas *relationship* dengan media, dikarenakan hal ini akan mempengaruhi hubungan organisasi dengan publiknya.

Para ahli mendefinisikan *media relations* dari berbagai perspektif, seperti yang diungkapkan oleh David Wragg, tujuan dari *media relations* bukan untuk menerbitkan *press releases* atau mengatasi pertanyaan dari wartawan,

turunnya kepercayaan publik kepada pemerintah itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah taktis bagi praktisi *Public Relations* pemerintah untuk membangun hubungan dengan pers selama krisis COVID-19 berlangsung.

Pertama pemerintah harus memiliki rencana yang strategis selama krisis berlangsung, kedua pemerintah memiliki tim taktis untuk mengatasi COVID-19 dan seluruh tim yang terlibat harus fokus pada percepatan penanganan COVID-19 jangan biarkan mereka masih menjalankan pekerjaan sehari-harinya selain untuk mengatasi COVID-19. Ketiga pemerintah menyiapkan *spokeperson* yang memiliki kredibilitas untuk berkomunikasi dengan pers selama krisis berlangsung, pastikan informasi yang disampaikan kepada media adalah 'satu suara'. Keempat lakukan secara rutin koordinasi dengan rekan-rekan pers dan kenali mereka secara personal. Kelima memiliki media online seperti web yang terintegrasi dan data nya *up to date*, sehingga media dengan mudah untuk mengakses dan mendapatkan informasi mendalam serta utuh melalui saluran tersebut. Keenam kembangkan pesan kunci dengan bahasa universal dan mudah dimengerti oleh publik. Ketujuh pastikan bahwa media yang dipilih mampu menjangkau seluruh jenis publik, oleh karena itu lakukanlah pemetaan media. Terakhir atau yang kedelapan adalah *be human*, maksudnya adalah kembangkan sebuah hubungan dengan sepenuh jiwa, lakukan komunikasi dengan intens bersama pers dan jadilah teman baik bagi media.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- Choi, S. (2014). *The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums*. *Social Science Computer Review*.  
[https://www.researchgate.net/publication/284402315\\_The\\_Two-Step\\_Flow\\_of\\_Communication\\_in\\_Twitter-Based\\_Public\\_Forum?enrichId=rgreq-6a87f161d85977d6b68623a7fc5857f1-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4NDQwMjMxNTtBUzo1MzgzODA3NzQ0NjE0NDZBMTUwNTM3MTM4NzkwNA==&el=1\\_x\\_2&\\_esc=publicationCoverPd](https://www.researchgate.net/publication/284402315_The_Two-Step_Flow_of_Communication_in_Twitter-Based_Public_Forum?enrichId=rgreq-6a87f161d85977d6b68623a7fc5857f1-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4NDQwMjMxNTtBUzo1MzgzODA3NzQ0NjE0NDZBMTUwNTM3MTM4NzkwNA==&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPd)
- Dewi, M. (2012). Media Relations 2.0. *Jurnal Komunikasi*, 7(1).
- Kriyantono, R. (2019). *Research Strategies and Media Relations in Public Relations Practices*. *Jurnal Komunikatif*, 8(2).
- Supa, D. W. (2014). *The Academic Inquiry of Media Relations as both a Tactical and Strategic Function of Public Relations*. *Research Journal of the Institute for Public Relations*, 1(1).
- Tench, Ralph dan Yeomans, L. (2013). *Exploring Public Relations*. Prentice Hall.

Wahyuni Indah, Hermin dan Ambardi, K. (2020). Problem Infodemic Dalam Merespon Pandemi COVID-19.

### **BIOGRAFI PENULIS**

Penulis adalah dosen di Universitas Padjadjaran. Selain mengajar di UNPAD, dia juga aktif mengajar di SESKOAD dan SESPIM POLRI. Aktif menulis di media massa dengan spesialisasi humas pemerintah. Pengalaman yang tidak bisa dilupakannya adalah ketika melakukan presentasi di *World Public Relations Forum* di Oslo, Norwegia pada tahun 2018.



## STRATEGI MEDIA BARU

---

1. **Bijak Menggunakan Media Sosial: Upaya Mencegah Gejala Psikosomatik Pada Masa Pandemi COVID-19**
2. **Kreativitas dan Media Sosial sebagai bentuk Adaptasi di Tengah Pandemi COVID-19**
3. **Monitoring Percakapan #dirumahaja dan Mediatisasi Kampanye di Twitter**
4. **Komunikasi Antarpersonal dalam Motilitas Modernisme Individu pada Media Sosial Terkait Pandemi COVID-19**
5. **Tren Challenge di Instagram Kala #stayathome**
6. **Pemanfaatan Teknologi Komunikasi sebagai Ujung Tombak Institusi Pendidikan Tinggi Dalam Masa Pandemi COVID-19**
7. **Dilema Etika Penulisan Identitas Pasien COVID-19 di harianSIB.com**
8. **Dapatkah Media Sosial Mengganti Ruang Kelas di Masa Pandemi COVID-19?**
9. **Augmented Reality Karakter Tahilalats sebagai Strategi New Media Kampanye Siaga COVID-19**
10. **Strategi Pembelajaran Jarak Jauh: Komunikasi Termediasi Komputer selama Pandemi COVID-19**
11. **Native Advertising di tengah Pandemi**
12. **Apa yang dilakukan warganet kita selama COVID-19?**

# BIJAK MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL: UPAYA MENCEGAH GEJALA PSIKOSOMATIK SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

---

Loina Lalolo Krina Perangin-angin  
*Swiss German University*  
*The Prominence Tower, Alam Sutera*

## A. PENDAHULUAN

Pada 11 Maret 2020 lalu, World Health Organization (WHO) mengumumkan status pandemi global untuk penyakit *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) yang diakibatkan oleh virus Corona. Indonesia sendiri memberitakan kasus pertama positif COVID-19 pada 2 Maret 2020.

Untuk memutus mata rantai penyebaran lebih luas dari virus ini, pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial (*Social Distancing*) mulai Maret 2020. Masyarakat diminta untuk mengurangi aktivitas di luar rumah, terutama untuk aktivitas yang melibatkan orang banyak seperti sekolah dan bekerja. Aktivitas harian yang didukung oleh penggunaan teknologi komunikasi, Internet dan media sosial meningkat.

Dampaknya sangat terasa bagi penyebaran informasi (termasuk misinformasi dan disinformasi) tentang pandemi COVID-19. Tingkat penyebaran penyakit yang berlangsung cepat dan singkat melewati batas negara menyebabkan tumbuhnya kebutuhan untuk selalu mendapatkan informasi terbaru tentang pandemi tersebut, tidak peduli informasi tersebut benar dan akurat atau tidak. Hoaks, misinformasi dan disinformasi menimbulkan rasa takut, cemas, panik dan khawatir di masyarakat, hingga muncul gejala-gejala fisik yang pada akhirnya mengakibatkan individu merasa mengidap penyakit seperti tertular virus Corona. Gejala inilah yang dinamakan Psikosomatik. Dalam jangka panjang, gejala tersebut dapat merusak kesehatan fisik dan mental masyarakat, hingga memunculkan masalah baru. Untuk itu perlu dipelajari bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak sebagai sumber informasi agar terhindar dari gejala psikosomatis pada masa pandemi COVID-19.

Whatsapp yang tidak jelas sumbernya, maka isi pesan tersebut harus diperlakukan sebagai hoaks, sampai kemudian ada pembuktian lainnya. Tidak perlu juga isi pesan seperti itu kemudian diteruskan kembali ke grup-grup atau akun media sosial lainnya. Sedangkan untuk isi, perhatikan dengan seksama apakah konten tersebut ada yang aneh atau tidak, misalnya video yang terputus, penempatan gambar atau foto tempelan dengan presisi yang tidak wajar, dan lain-lain. Perhatikan juga apakah pesan tersebut ketika dibaca isinya langsung membangkitkan emosi, rasa marah atau gusar, atau bahkan menimbulkan ketakutan dan berlawanan dengan informasi yang selama ini beredar di media massa. Jika jawabannya "ya", berarti informasi atau berita itu menyesatkan alias hoaks sampai ada pembuktian selanjutnya.

3. Jaga perasaan dengan memfokuskan pikiran pada apa yang dapat kita kontrol, termasuk sumber informasi serta bagaimana mempersiapkan diri dalam menerima informasi
4. Jaga asupan informasi dengan membatasi diri dalam mengecek berita serta informasi terbaru. Ingat, media menyebarkan berita dan informasi selama 24 jam setiap harinya, satu atau dua kali sehari terhubung dengan media sudah cukup untuk kita menerima perkembangan terbaru.

Tetap berpikir positif agar terhindar dari stres. Selalu berdoa dan lebih mendekatkan diri kepada Tuhan dapat mengurangi stress. Ketika stress berkurang, maka kebahagiaan akan meningkat, dan hormon serotonin pun meningkat. Kebahagiaan akan meningkatkan daya tahan tubuh.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Alakpodia, Onome Norah. *"Social Networking among Library and Information Science Undergraduate Students"*. *International Journal of Information and Communication Technology Education* 11.3 (2015):90-99. Web. 30 Mei 2018.
- Barlow, David H. & V. Mark Durand. *Abnormal Psychology: An Integrative Approach*. Edisi Ketujuh. USA: Cengage Learning, 2015. Cetak.
- Denis, Everette E. & Melvin DeFleur. *Understanding Media in the Digital Age*. USA: Pearson Education. Inc., 2010. Cetak.
- Eikenberry, Angela M. *Social Networking, Learning, and Civic Engagement: New Relationships between Professors and Students. Public Administrators and Citizens*, 2012. Web. 24 Jan. 2017.
- Grewal, David Singh. *Network Power: The Social Dynamics of Globalization*. USA: Yale University Press, 2008. Web. 23 Nop. 2016.



- Hansen, D., Ben Shneiderman, & Marc A. Smith. *Analyzing Social Media Network with NodeXL: Insights from a Connected World*. USA: Elsevier, Inc., 2011. Web. 24 Jan. 2017.
- Hartshorn, Sarah. 5 *Differences Between Social Media and Social Networking*, 2010. Web. 17 Sept. 2013.
- Kumar, Nerella Narendra, Mamatha G. Panchaksharappa, & Rajeshwari G. Annigeri. "Psychosomatic Disorders: An Overview for Oral Physician". *Journal of Indian Academy of Oral and Medicine Radiology* 28.1. (2016): 24-29. Web. 25 Jun 2020.
- Mayfield, Antony. What is Social Media. UK: ICrossing.co.uk, 2008. Web. 4 Okt 2013.
- Mooney, Carla. Online Social Networking: Hot Topics. USA: Cengage Learning, 2009. Web. 15 Nop. 2016.
- Subrahmanyam, Kaveri. Teens, Social Media, and Relationships. *The Prevention Researcher* 17. S1, 2010. Web. 22 Sep. 2016.
- Sufehmi, Harry. "Ancaman Infodemik Dapat Memperburuk Pandemi COVID-19". [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id), 18 April 2020.
- Varnali, Kaan & Aysegul Toker. "Self-Disclosure on Social Networking Sites" *Journal of Social Behavior and Personality* 43 (2015): 1-14. Web. 16 Sep. 2018
- Walther, Joseph B., dkk. "Interaction of Interpersonal, Peer, and Media Influence Source Online: A research Agenda for Technological Convergence". *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. Ed. Zizi Papacharissi. New York: Routledge, 2011. Web. 25 Nop. 2016.
- West, Richard & Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application. Fifth Edition*. USA: Mc. Graw-Hill International Edition, 2014. Cetak.
- Wigmore, Ivy. "What is Social Media?", 2012. Web. 12 Sep. 2013.
- Wood, Julia T. *Communication Mosaics; an Introduction to the Field of Communication*. USA: Thomson Wadsworth, 2008. Cetak.
- <https://patient.info/mental-health/psychosomatic-disorders>. Web. 25 Jun.2020

## **BIOGRAFI PENULIS**

Loina Lalolo Krina Perangin-angin, lulus S1 (FIKOM) Universitas Padjadjaran Bandung tahun 1995, kemudian lulus S2 Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia tahun 2004. Saat ini sedang menempuh studi Doktorat di Institute for Media and Communication, Technische Universitat Ilmenau, Germany. Email [loina.peranginangin@sgu.ac.id](mailto:loina.peranginangin@sgu.ac.id)/ [loinaperanginangin@gmail.com](mailto:loinaperanginangin@gmail.com)

# KREATIVITAS DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI BENTUK ADAPTASI DI TENGAH PANDEMI COVID-19

---

**Wulan Purnama Sari dan Septia Winduwati**  
**Universitas Tarumanagara**  
**Jln. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta, Indonesia**

Berdasarkan data dari situs resmi Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 di Indonesia per tanggal 26 April 2020 terdapat 8.882 orang yang positif COVID-19, 1.107 orang sembuh, dan 743 orang meninggal akibat COVID-19 (“Data Sebaran”). Virus ini sendiri awalnya berasal dari Wuhan, China dan kasus penyebaran di Indonesia mulai ditemukan sejak Maret 2020, dan sejak saat itu penyebaran virus terjadi dengan cepat di Indonesia, khususnya di Jakarta dengan jumlah kasus paling banyak (Yunita; “Situasi Virus Corona”).

Pemerintah Indonesia sendiri tidak berdiam diri atas adanya wabah COVID-19 ini. Beberapa kebijakan diambil pemerintah sebagai bagian dari penanganan, misalnya dengan mengambil kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa kota di Indonesia, dan juga mengeluarkan aturan larangan mudik tahun ini (Azanella; Debora).

Kebijakan PSBB ini dikeluarkan setelah sebelumnya terdapat imbauan untuk melakukan *physical distancing*, yang dianggap sebagai cara paling tepat untuk menghindari penyebaran virus COVID-19 lebih luas lagi. *Physical distancing* dan PSBB menyebabkan terjadinya perubahan dalam kehidupan bermasyarakat. Sebagai contoh yaitu pembatasan aktivitas/kegiatan, yang juga berdampak pada kehidupan sosial individu. Komunikasi tidak lagi bisa dilakukan secara langsung ataupun tatap muka, termasuk di dalamnya proses belajar-mengajar dan bekerja, hingga muncul istilah “bekerja dari rumah” dan “belajar dari rumah”.

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan manusia lain untuk dapat bertahan hidup (Listia; Maharani). Pembatasan karena adanya pandemi saat ini menyebabkan manusia berinovasi, melakukan perubahan untuk tetap dapat bertahan hidup dan memenuhi kebutuhannya sebagai makhluk sosial untuk tetap dapat berhubungan, yakni bersosialisasi dengan manusia lainnya. Inovasi ini dibutuhkan sebagai cara beradaptasi manusia. Banyak penelitian telah dilakukan untuk mengkaji kemampuan adaptasi manusia dalam menghadapi berbagai hal, termasuk di dalamnya kemampuan adaptasi

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, Thomas. "Lessons from the Pandemic: The Need for New Tools for Risk and Outbreak Communication." *Emerging Health Threats Journal*, vol. 4, no. 1, Informa UK Limited, Jan. 2011, doi:10.3402/ehth.v4i0.7160.
- Afiyah, R. Khairiyatul. "Dukungan Keluarga Mempengaruhi Kemampuan Adaptasi (Penerapan Model Adaptasi Roy) Pada Pasien Kanker Di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur." *Journal of Health Sciences*, vol. 10, no. 1, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Apr. 2018, pp. 96–105, doi:10.33086/jhs.v10i1.150.
- Akbar, Aji Ali, et al. "Erosi Pantai, Ekosistem Hutan Bakau Dan Adaptasi Masyarakat Terhadap Bencana Kerusakan Pantai Di Negara Tropis." *Jurnal Ilmu Lingkungan*, vol. 15, no. 1, 2017, pp. 1–10, doi:10.14710/jil.15.1.1-10.
- Azanella, Luthfia Ayu. "5 Kebijakan Jokowi Tangani COVID-19, Gratisan Tarif Listrik Hingga Keringanan Kredit Halaman All - Kompas.Com." *Kompas.Com*, 1 Apr. 2020, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/01/160000765/5-kebijakan-jokowi-tangani-COVID-19-gratisan-tarif-listrik-hingga?page=all>.
- "Data Sebaran." Website Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19, 26 Apr. 2020, <https://www.covid19.go.id/>.
- Debora, Yantina. "Update Corona Indonesia: Daftar 20 Wilayah Yang Terapkan PSBB - Tirto.ID." *Tirto.ID*, 21 Apr. 2020, <https://tirto.id/update-corona-indonesia-daftar-20-wilayah-yang-terapkan-psbb-ePVK>.
- Habiba, Nurjihan, et al. "Adaptasi Sosial Masyarakat Kawasan Banjir Di Desa Bojongloa Kecamatan Rancaekek." *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, vol. 2, no. 1, Universitas Padjadjaran, Dec. 2017, pp. 40–58, doi:10.24198/jsg.v2i1.15270.
- Helmi, Alfian, and Arif Satria. "Strategi Adaptasi Nelayan Terhadap Perubahan Ekologis." *Hubs-Asia*, vol. 16, no. 1, Universitas Indonesia, Directorate of Research and Public Service, Apr. 2013, pp. 68–78, doi:10.7454/mssh.v16i1.38.
- Juned, Mansur, et al. "Kekuatan Politik Media Sosial: Uji Kasus Pada Revolusi Mesir 2011." *Global: Jurnal Politik Internasional*, vol. 15, no. 1, Universitas Indonesia, Directorate of Research and Public Service, Aug. 2015, doi:10.7454/global.v15i1.20.
- Listia, Wan Nova. "Anak Sebagai Makhluk Sosial." *Jurnal Bunga Rampai Usia Emas*, vol. 1, no. 1, June 2015, pp. 14–23, <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jhp/article/view/9278/853>

- Maharani, Septiana Dwiputri. "Manusia Sebagai Homo Economicus: Refleksi Atas Kasus-Kasus Kejahatan Di Indonesia." *Jurnal Filsafat*, vol. 26, no. 1, Universitas Gadjah Mada, Aug. 2016, pp. 30–52, doi:10.22146/jf.12624.
- Maurer, Jürgen, and Katherine M. Harris. "Contact and Communication with Healthcare Providers Regarding Influenza Vaccination during the 2009-2010 H1N1 Pandemic." *Preventive Medicine*, vol. 52, no. 6, Academic Press, June 2011, pp. 459–64, doi:10.1016/j.ypmed.2011.03.016.
- Rasul, Mohamad Sattar, et al. "Pembentukan Karektor Pelajar Kreatif Mengikuti Teori Sternberg: Suatu Analisis Kandungan Dan Pembangunan Kerangka Konseptual." *Sains Humanika*, vol. 63, no. 1, June 2013, pp. 7–15, doi:10.11113/SH.V63N1.138.
- "Situasi Virus Corona." Website Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19, 26 Apr. 2020, <https://www.covid19.go.id/situasi-virus-corona/>.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Sugiharti, Resti Putri. "Proses Dan Bentuk Adaptasi Sosial Budaya Prajurit Tentara Perempuan (KOWAD) Di Lembaga Kedinasan TNI AD (DISJASAD)." *Umbara*, vol. 4, no. 1, Universitas Padjadjaran, July 2019, p. 15, doi:10.24198/umbara.v4i1.22636.
- Susanto, Eko Harry. "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik." *Jurnal ASPIKOM*, vol. 3, no. 3, Jurnal ASPIKOM, Sept. 2017, doi:10.24329/aspikom.v3i3.123.
- Ulya, Fika Nurul. "PSBB Hingga Larangan Mudik Direspons Negatif Oleh Publik." *KOMPAS.Com*, 26 Apr. 2020, <https://money.kompas.com/read/2020/04/26/141900026/psbb-hingga-larangan-mudik-direspons-negatif-oleh-publik>.
- Utami, Lusia Savitri Setyo. "Teori-Teori Adaptasi Antar Budaya." *Jurnal Komunikasi*, vol. 7, no. 2, Dec. 2015, pp. 180–97, doi:10.24912/JK.V7I2.17.
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger*, vol. 3, no. 2, Universitas Semarang, Mar. 2016, pp. 69–75, doi:10.26623/themessenger.v3i2.270.
- Widhiastuti, Hardani. "Big Five Personality Sebagai Prediktor Kreativitas Dalam Meningkatkan Kinerja Anggota Dewan." *Jurnal Psikologi*, vol. 41, no. 1, Universitas Gadjah Mada, June 2014, pp. 115–33, doi:10.22146/jpsi.6962.
- Yunita, Niken Widya. "Penyebab, Asal Mula, Dan Pencegahan Virus Corona Di Indonesia." *Detiknews*, 28 Mar. 2020, <https://news.detik.com/berita/d-4956764/penyebab-asal-mula-dan-pencegahan-virus-corona-di-indonesia>.

## **BIOGRAFI PENULIS**

Penulis pertama dan ke dua merupakan dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara. Keduanya menyelesaikan pascasarjana dalam bidang ilmu komunikasi dari Universitas Indonesia. Pertanyaan dan saran dapat dikirimkan melalui email ke [wulanp@fikom.untar.ac.id](mailto:wulanp@fikom.untar.ac.id) dan [septiaw@fikom.untar.ac.id](mailto:septiaw@fikom.untar.ac.id)

# MONITORING PERCAKAPAN #DIRUMAHAJA DAN MEDIATISASI KAMPANYE DI TWITTER

---

**Finsensius Yuli Purnama**

***Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya***

***Jl. Dinoyo No. 42-44, Surabaya***

Merespons himbauan Presiden Jokowi dalam upaya memutus rantai penyebaran Covid-19, media sosial twitter semakin diramaikan dengan tagar #dirumahaja. Pesan untuk bekerja dari rumah, belajar dari rumah, dan beribadah di rumah diartikulasikan secara beragam oleh pengguna twitter sebagai bentuk solidaritas yang termediatisasi. Di satu sisi terdapat proses penyesuaian logika media sosial yang disebut oleh Hjarvard (2008) sebagai proses mediatisasi. Di sisi lain tulisan ini ingin melihat bagaimana analisis respons publik atas tagar tersebut dengan melakukan monitoring di media sosial twitter.

## **A. KAMPANYE YANG TERMEDIATISASI**

Dalam hubungan antara institusi sosial dan media, terjadi proses yang beragam. Di satu sisi terjadi proses mediasi, di mana media menjadi saluran dari sebuah pesan tertentu, dan di sisi lain terjadi proses mediatisasi. Mediatisasi (*mediatization*) berasal dari bahasa Jerman, *mediatisierung* (Wojtkowski, 2008:111). Teori tersebut menjelaskan fenomena di mana relasi antara sistem sosial di luar media yang semakin tergantung dan mengadaptasi logika media yang gagal dijelaskan oleh penelitian analisis teks, ekonomi politik, maupun resepsi terkait pertanyaan-pertanyaan tentang mengapa media menjadi sangat penting dan selalu meningkat (Couldry & Hepp, 2013:1).

Mediatisasi politik merupakan bidang kajian yang pertama-tama mengaplikasikan konsep mediatisasi dalam komunikasi politik (Hjarvard, 2008:106, Mazzoleni & Schulz (1999), Kent Asp (1986), Stig Hjarvard (2008), dan Strömbäck (2008). Mazzoleni and Schulz (1999:250) mendiskripsikan politik yang termediatisasi adalah politik yang kehilangan otonomi, menjadi tergantung dalam fungsi utama dari media massa, dan selalu dibentuk oleh interaksi dengan media massa.



## D. DAFTAR PUSTAKA

- Asp, Kent, and Esaiasson, Peter. (1996). "The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization." In *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, ed. David L. Swanson and Paolo Mancini. Westport, CT: Praeger
- D'heer, Evelien. (2018). Media Logic Revisited. *The Concept of Social Media Logic as Alternative Framework to Study Politicians' Usage of Social Media During Election Times*. Dalam Thimm, Caja & Anastasiadis, Mario & Einspänner-Pflock, Jessica. (2018). *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research: Media Logic(s) Revisited Modelling the Interplay between Media Institutions, Media Technology and Societal Change*. Palgrave Macmillan
- Couldry, Nick & Hepp, Andreas. (2013). *Conceptualising Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments*. In *Communication Theory*, 23 (3), pp. 191-202, doi: 10.1111/comt.12019
- Esser, Frank (2013). "Mediatization as a Challenge: Media Logic Versus Political Logic". In: Kriesi, H; Lavanex, Sandra; Esser, Frank; Matthes, J; Bühlmann, Marc; Bochsler, D. *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization*. Basingstoke: Palgrave, 155-176.
- Hjarvard, Stig. (2008). The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. In *Nordicom Review* 29 (2) pp. 105-134
- Hjarvard, Stig. (2018). "The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction". Dalam Thimm, Caja & Anastasiadis, Mario & Einspänner-Pflock, Jessica. (2018). *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research: Media Logic(s) Revisited Modelling the Interplay between Media Institutions, Media Technology and Societal Change*. Palgrave Macmillan
- Mazzoleni, Gianpietro & Schulz, Winfried. (1999). "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy?, *Political Communication*, 16:3, 247-261
- Schulz, Winfried. (2004). *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. *European Journal of Communication* 19(1):87–101.
- Strömbäck, Jesper. (2008). *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics*. *Press/Politics* 13(3):228-246. Sage Publications. DOI 10.1177/1940161208319097
- Thimm, Caja & Anastasiadis, Mario & Einspänner-Pflock, Jessica. (2018). *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research: Media Logic(s) Revisited Modelling the Interplay between Media Institutions, Media Technology and Societal Change*. Palgrave Macmillan

Wojtkowski, Lukasz. (2012). *Mediatization of Politics During U.S. Presidential Election 2008*. *Kultura i Edukacja*, No. 6 (92)

## **BIODATA**

Finsensius Yuli Purnama pengajar di FIKOM, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Kandidat doktor Kajian Budaya & Media ini aktif sebagai pembicara: *ASEACCU Conference 2016* (University of Notre Dame Australia), dan *Digital Transactions in Asia III* (Monash University, 2019). Minat kajian: kajian budaya, media sosial, dan jurnalisme. Email: finsensius@ukwms.ac.id

# KOMUNIKASI ANTARPERSONAL DALAM MOTILITAS MODERNISME INDIVIDU PADA MEDIA SOSIAL TERKAIT PANDEMI COVID-19.

---

**Michael Jibrael Rorong**  
**Universitas Putera Batam**  
**Jalan R. Soeprpto Muka Kuning, Kibing,**  
**Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau**

Dunia selalu memiliki sisi unik untuk menunjukkan keberadaannya pada umat manusia, hal ini terlihat dari kejutan-kejutan unik yang selalu ditampilkan olehnya, setiap dasar dunia mencerminkan pesona, karakteristik dan bahkan problematika di dalamnya. Struktur dunia inilah menjadikannya unik untuk ditelusuri bahkan di otak-atik oleh sebagian individu. Terlepas dari realitas dunia itu seperti apa, definisi ini tentu saja hadir dan datang dari berbagai aspek keilmuan termasuk di dalamnya komunikasi.

Kehadiran dunia mempertunjukkan hasilnya melalui banyak cara salah satunya bisa dipahami dengan kejadian yang baru-baru ini terjadi dan menimpa seluruh umat manusia di belahan dunia termasuk di dalamnya negara kita tercinta yaitu Indonesia. Pandemi ini bisa dikatakan sebagai suatu realitas, dan yang menjadi pertanyaan adalah realitas yang seperti apa?, tentu saja realitas alam dan manusia di dalamnya. Gejala yang selama ini dipandang sebagai bentuk motilitas dari individu menghadirkan satu paradigma dari sisi modernitas individu dalam melihat, memandang, memikirkan bahkan melakukan komunikasi di tengah-tengah pandemi yang terjadi yaitu COVID-19.

## **A. ANTAR-PERSONAL, MOTILITAS, MODERNISASI DAN MEDIA SOSIAL.**

Berpijak pada gejala motilitas (aspek perputaran realitas individu sampai pada titik kehidupannya berkomunikasi) merubah bentuk komunikasi itu sendiri, para pakar memahami bahwa komunikasi jika dipandang sebagai komunikasi antar-personal dapat dijalankan dari berbagai macam aspek seperti *face to face* bahkan menggunakan media, hal ini menghadirkan satu konseptualisasi yang sejatinya merujuk pada manajemen komunikasi, yang menghasilkan komunikasi strategis. (Rorong, 2019:93), (Lee, 2020:275).

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Totok Wahyu, Fandrian Sukmawan, and Dian Asha Utari. "Media sosial dan pengembangan hubungan interpersonal remaja di Sidoarjo." *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2.1 (2016): 95-106.
- Abdillah, Leon A. "Stigma Terhadap Orang Positif COVID-19." (2020): 11-24.
- Avenier, Marie-José. "*Les paradigmes épistémologiques constructivistes: post-modernisme ou pragmatisme?*." *Management Avenir* 3 (2011): 372-391.
- Dani, Jeratallah Aram, and Yogi Mediantara. "COVID-19 dan Perubahan Komunikasi Sosial." *PERSEPSI: Communication Journal* 3.1 (2020): 94-102.
- Jones, Pip. *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Fungsionalisme hingga Post-modernisme*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010.
- Lee, Lina. "*Promoting Interpersonal and Intercultural Communication With Flipgrid: Design, Implementation, and Outcomes*." *New Technological Applications for Foreign and Second Language Learning and Teaching*. IGI Global, 2020. 262-282.
- Leung, Hildie, et al. "*Measurement invariance across young adults from Hong Kong and Taiwan among three internet-related addiction scales: Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), Smartphone Application-Based Addiction Scale (SABAS), and Internet Gaming Disorder Scale-Short Form (IGDS-SF9) (Study Part A)*." *Addictive behaviors* 101 (2020): 105969.
- Marengo, Davide, Ilaria Poletti, and Michele Settanni. "*The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data*." *Addictive behaviors* 102 (2020): 106150.
- Oaksford, Mike, and Nick Chater. "New paradigms in the psychology of reasoning." *Annual review of psychology* 71 (2020): 305-330.
- Rodriguez-Soto, Jorge P., and Dale Kaiser. "*The tgl gene: social motility and stimulation in Myxococcus xanthus*." *Journal of bacteriology* 179.13 (1997): 4361-4371.
- Rorong, Michael Jibrael. "*Body Communication (Phenomenology Study of Gay Individuals in Maurice-Merleau Ponty's Perspective)*." *Advances in Sciences and Humanities* 5.6 (2019): 144.
- Rorong, Michael Jibrael. "PENEMPATAN TEORI DALAM ILMU KOMUNIKASI." *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media* 4.1 (2019): 90-107.

## **BIOGRAFI PENULIS**

Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom lulus S1 dari University of Saint. De La Salle tahun 2013, lulus S2 Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Jakarta tahun 2015, dan lulus S3 tahun 2019 dari Sahid University. Menjadi Assistent Proffesor di Universitas Putera Batam. Beliau dapat dihubungi melalui email: michaeljibrael@gmail.com

# TREN *CHALLENGE* DI INSTAGRAM KALA #*STAYATHOME*

---

**El Chris Natalia & Stefanus Andriano**  
**Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya**  
**Jl. Jenderal Sudirman No.51, Jakarta**

Menurut McQuail (2010), media baru sebagai media telematik merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Ciri utama dari media baru yang paling utama adalah saling terhubung, aksesnya terhadap khalayak individu, baik sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada 'dimana-mana' (*delocatedness*). Pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini membuat banyak orang melakukan *social distancing* dan tetap berada di rumah. Situasi tersebut membuat banyak orang mengandalkan media baru untuk bekerja dan berkomunikasi. Bab ini akan membahas mengenai media sosial Instagram, kajian *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Budaya Partisipatif, serta *Viral Challenge* Instagram di Masa Pandemi COVID-19.

## **A. MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI INDONESIA**

Menurut Wood (dalam Nummilla, 2015) secara umum, Instagram adalah sebuah aplikasi gratis media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah baik video maupun foto. Instagram juga membolehkan penggunaannya untuk mengunggah sebuah konten dengan menggunakan *hashtag* dan membuat konten mereka lebih mudah dicari. Siapa pun dapat membuat akun di Instagram dan dapat segera mulai membagi konten miliknya dan mengikuti akun lain mulai dari akun pribadi seseorang, selebriti, perusahaan, hingga brand (Trong dalam Nummilla, 2015).

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), media sosial memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara *user-generated content*. Dalam hal ini, semua informasi yang ada di media sosial dipertukarkan dengan media audio-visual dalam berbagai platform, seperti blog, komentar, halaman aplikasi dan sebagainya. Nasrullah (dalam Permassanty dan Muntiani, 2018) membagi media sosial menjadi enam kategori. Pertama adalah jejaring sosial (*social networking*), seperti Facebook, LinkedIn, dan Instagram. Kategori kedua adalah

komunitas yang "didengar", punya banyak *followers*, kreatif memproduksi konten yang kemudian dapat menginisiasi pesan-pesan tunggal dari pemerintah berisi ajakan untuk #dirumahaja yang harus dipatuhi secara disiplin sebagai langkah meredam pandemi COVID-19.

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Azanella, Luthfia Ayu. 12,776. 2020, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/13/080408865/9-daerah-di-indonesia-yang-terapkan-psbb-karena-virus-corona>.
- Chau, Clement. "YouTube as a Participatory Culture." *New Directions for Youth Development*, vol. 2010, no. 128, 2010, pp. 65–74, doi:10.1002/yd.376.
- Elhai, Jon D., et al. "Fear of Missing out, Need for Touch, Anxiety and Depression Are Related to Problematic Smartphone Use." *Computers in Human Behavior*, vol. 63, Elsevier Ltd, 2016, pp. 509–16, doi:10.1016/j.chb.2016.05.079.
- Intelligence, JWT. "Study: The FOMO Gender Gap Study: The FOMO Gender Gap." JWT Intelligence, 2012, p. 1, <https://www.jwtintelligence.com/2012/03/data-point-the-fomo-gender-gap/>.
- Jenkins, Henry, et al. "*Online Anonymity*." *Hacking Web Intelligence*, 2015, pp. 147–68, doi:10.1016/b978-0-12-801867-5.00008-2.
- Kapan Sebenarnya Corona Pertama Kali Masuk RI? 2020, <https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri>.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "*Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*." *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, 2010, pp. 59–68, doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- Mcquail, Denis. "Mass Communication Theory: An Introduction, 6th Edition." London: Sage. 2010.
- Nr, Tanissa. 5 Daftar Challenge Yang Viral Selama Pandemi, Kamu Ikutan? 2020, <https://www.idntimes.com/hype/viral/tanissa-nr/5-daftar-challenge-yang-viral-selama-pandemi-c1c2/5>.
- Nummilla, Mia. Successful Social Media Marketing on Instagram. Case: @Minoshoes. 2015, pp. 1–52, file:///C:/Users/dell/Desktop/THESIS MBA/INSTAGRAM/THESIS\_MIA NUMMILLA\_FINAL.pdf.
- Permassanty, Tanty Dewi, and Muntiani Muntiani. "Strategi Komunikasi Komunitas Virtual Dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial." *Jurnal Penelitian Komunikasi*, vol. 21, no. 2, 2018, pp. 173–86, doi:10.20422/jpk.v21i2.523.

- Popescu, Maria. Volume 3 Scientific Editors: Colonel Professor Gheorghe CALOPĂREANU, PhD Colonel Professor Constantin POPESCU, PhD Colonel Professor Daniel GHIBA, PhD. no. March, 2020.
- Przybylski, Andrew K., et al. "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior*, vol. 29, no. 4, Elsevier Ltd, 2013, pp. 1841–48, doi:10.1016/j.chb.2013.02.014.
- Sianipar, Nicho Alinton, and Dian Veronika Sakti Kaloeti. "HUBUNGAN ANTARA REGULASI DIRI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA MAHASISWA TAHUN PERTAMA." *Empati*, vol. 8, no. 1, 2019, pp. 136–43.
- We Are Social. "Digital 2020: Indonesia." *Global Digital Insights*, 2020, p. 17, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.

### **BIOGRAFI PENULIS**

El Chris Natalia, M.Si. merupakan dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Beberapa mata kuliah yang diajarkannya, antara lain Komunikasi Antarbudaya, Komunikasi Antarpribadi dan Hubungan Media. Fokus penelitiannya adalah Komunikasi Antarbudaya dan Kajian Budaya. Email: [elchris.natalia@atmajaya.ac.id](mailto:elchris.natalia@atmajaya.ac.id).

Stefanus Andriano, M.Si. adalah dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi, FIABIKOM, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Saat ini mengajar mata kuliah, antara lain Psikologi Komunikasi, Teori Ilmu Komunikasi, dan Seminar Komunikasi. Fokus penelitiannya adalah Media Baru. Email: [stefanus.andriano@atmajaya.ac.id](mailto:stefanus.andriano@atmajaya.ac.id).



# TEKNOLOGI KOMUNIKASI SEBAGAI UJUNG TOMBAK INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI DALAM MASA PANDEMI COVID-19

---

**Monika Teguh dan Hilda Yunita Wono**  
*Universitas Ciputra Surabaya*  
*CitraLand CBD Boulevard, Surabaya 60219*

Komunikasi strategis merupakan suatu bagian dari kajian komunikasi yang makin berkembang saat ini. Komunikasi strategis dapat diartikan sebagai pemanfaatan komunikasi oleh sebuah organisasi dalam mencapai misinya (Thomas and Stephens). Bentuk dari komunikasi strategis dalam organisasi bisa menjadi sangat beragam menyesuaikan dengan kebutuhan dari organisasi itu sendiri, mulai dari komunikasi pemasaran, relasi publik, komunikasi politik, kampanye sosial, dan masih banyak lagi (García). Komunikasi strategis ini juga dapat diterapkan dalam berbagai jenis organisasi baik profit maupun non-profit. Salah satunya adalah pada institusi pendidikan tinggi.

## **A. KOMUNIKASI STRATEGIS PADA INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI**

Institusi pendidikan tinggi membutuhkan komunikasi strategis dalam menjawab berbagai tantangan yang muncul. Dengan perannya yang sangat krusial bagi pembangunan sumber daya manusia suatu negara, maka perguruan tinggi harus mampu untuk mengomunikasikan citranya secara jelas. Hal ini juga berguna untuk memberikan kekhasan dari masing-masing institusi, sehingga tidak muncul persaingan tidak sehat dalam dunia pendidikan tinggi (Sataøen and Wæraas). Selain itu institusi perguruan tinggi juga perlu menjalankan komunikasi strategis guna menunjukkan akuntabilitas dan performanya kepada para *stakeholder*. Perlu dipahami bahwa institusi pendidikan tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi standar-standar baik yang disyaratkan oleh Pemerintah, maupun yang dianjurkan oleh lembaga-lembaga pemeringkatan. Maka dari itu kinerja perguruan tinggi harus disampaikan dengan jelas kepada para *stakeholder* untuk mampu mempertahankan eksistensinya (Pietrzak).

Salah satu *stakeholder* yang memegang peranan penting bagi institusi pendidikan tinggi adalah orang tua mahasiswa. Sebuah studi yang dilakukan menunjukkan bahwa bagi orang tua, identitas dan citra dari suatu institusi

mahasiswa juga dapat melihat bukti langsung pembelajaran daring dengan adanya teknologi komunikasi ini.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- García, César. "Using Strategic Communication for Nation-Building in Contemporary Spain: The Basque Case." *International Journal of Strategic Communication*, vol. 6, no. 3, 2012, pp. 212–31, doi:10.1080/1553118X.2012.678523.
- Lee, Young Ah, et al. "Strategic Communication in U.S. Higher Education: Testing Congruity Effects of University Identity and Image Among Parents of Prospective Students." *International Journal of Strategic Communication*, vol. 12, no. 3, Routledge, May 2018, pp. 308–27, doi:10.1080/1553118X.2018.1445091.
- Pietrzak, Michał. "Using The Strategy Map as a Strategic Communication Tool in Higher Education: A Case Study of Warsaw University of Life Sciences." *Online Journal of Applied Knowledge Management*, vol. 2, no. 2, 2014, pp. 26–42.
- Sataøen, Hogne Lerøy, and Arild Wæraas. "Building a Sector Reputation: The Strategic Communication of National Higher Education." *International Journal of Strategic Communication*, vol. 10, no. 3, Routledge, 2016, pp. 165–76, doi:10.1080/1553118X.2016.1176567.
- Scanga, Lauren Hrcirik, et al. "Zoom around the World: Using Videoconferencing Technology for International Trainings." *Journal of Extension*, vol. 56, no. 5, 2018.
- Sutterlin, Jane. "Learning Is Social with Zoom Video Conferencing in Your Classroom | ELearn." *ELearn*, vol. 2018, no. 2, 2018, p. 5, doi:https://doi.org/10.1145/3302261.3236697.
- Thomas, Gail Fann, and Kimberlie J. Stephens. "An Introduction to Strategic Communication." *International Journal of Business Communication*, vol. 52, no. 1, 2015, pp. 3–11, doi:10.1177/2329488414560469.
- Todorova, Miglena S. "Dusty But Mighty: Using Radio in the Critical Media Literacy Classroom." *Journal of Media Literacy Education*, vol. 6, no. 3, 2015, pp. 46–56, www.jmle.org.
- Widjanarko, Wisnu, et al. "Radio Siaran Publik Sebagai Media Komunikasi Perguruan Tinggi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan." *Jurnal Kajian Komunikasi*, vol. 1, no. 2, 2013, pp. 119–24.

## **BIOGRAFI PENULIS**

Monika Teguh, adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ciputra Surabaya. Penulis memiliki minat pada bidang komunikasi stratejik yang mencakup komunikasi pemasaran, komunikasi korporat, komunikasi organisasi, dan komunikasi kesehatan. E-mail: monika.teguh@ciputra.ac.id

Hilda Yunita Wono, merupakan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ciputra Surabaya. Penulis memiliki minat pada bidang komunikasi stratejik utamanya pada komunikasi pemasaran dan komunikasi organisasi, termasuk didalamnya audit komunikasi. E-mail: hilda.yunita@ciputra.ac.id

# DILEMA ETIKA PENULISAN IDENTITAS PASIEN COVID-19 DI HARIANSIB.COM

---

**Besti Rohana Simbolon dan Bantors Sihombing**

*Universitas Darma Agung dan Akademi*

*Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung*

*Jalan DR TD Pardede No 21 Medan, Sumatera Utara*

## **A. MASYARAKAT BERHAK TAHU**

Pandemi COVID-19 telah menjadi teror yang menakutkan bagi seluruh umat manusia. Banyak negara menerapkan *lockdown* dan menutup akses masuk keluar. Warga diminta berdiam di rumah dalam waktu yang telah ditentukan. Indonesia juga menerapkan kebijakan namun berbeda sedikit dan disebut dengan PSBB (pembatasan sosial berskala besar), yang sebenarnya esensinya sama, yakni hidup telah berbeda dari sebelumnya.

Ketika orang di rumah, maka tenaga medis yang berada di garis terdepan dalam menangani pasien COVID-19. Meski di rumah, orang-orang membutuhkan informasi tentang banyak hal mengenai virus ini. Bukan hanya mencari tahu bagaimana menangkalnya, tetapi apa yang terjadi di luar rumahnya, di penjuru negeri, dan seluruh dunia.

Media massa dalam berbagai platformnya menjadi tumpuan harapan sebagai sumber informasi yang bisa dipercaya. Meski pintu rumah tertutup, media massa harus tetap bisa menerobos masuk untuk memberi informasi terbaru. Rasa ingin tahu manusia mendorongnya selalu ingin mencari apa yang terjadi di luar rumahnya<sup>1</sup>

Surat kabar, televisi, radio dan media siber (*online*) menjadi primadona dalam menyampaikan informasi. Pemerintah menyadari akan kekuatan tersebut, dan selalu melibatkan media massa dalam melakukan pengendalian sosial. Informasi yang disampaikan telah menjadi panduan tentang apa yang boleh dilakukan dan tidak boleh.

Khalayak ingin mengetahui perkembangan siapa yang telah menjadi korban, apakah obatnya sudah ditemukan, apakah sudah bisa keluar rumah, serta kapan semua ini berakhir. Pengelola media siber harianSIB.com sebagai media lokal di Sumatera Utara mengerti kebutuhan tersebut. Mereka berupaya menghadirkan berita-berita terkini seputar pandemi COVID-19. Ini

Hal ini bakal menjadi preseden yang bisa melahirkan pelanggaran kode etik jurnalistik, yang sebenarnya merupakan panduan, bukan sekadar imbauan.

Perlu diperjelas aturan tentang etika penulisan identitas pasien. Apakah itu berlaku untuk semua jenis penyakit? Jika ternyata demi kepentingan publik, tentu harus ada pengecualian, dan tak memadai hanya diatur dalam permenkes saja. Jadi pers tidak dilema dalam memberitakan perkembangan terbaru COVID-19 ini. (\*)

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Ayobandung. PWI Terbitkan Panduan Peliputan Wabah COVID-19. ayobandung.com <https://www.ayobandung.com/read/2020/04/07/85266/pwi-terbitkan-panduan-peliputan-wabah-COVID-19> (2020).
- Bungin, B. Sosiologi Komunikasi. Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. (Kencana, 2011).
- Detik. Awas Penyebar Identitas Pasien Corona Bisa Dipidana. Ini Ancaman Hukumannya. Detik <https://news.detik.com/berita/d-4927032/awas-penyebar-identitas-pasien-corona-bisa-dipidana-ini-ancaman-hukumannya> (2020).
- Dewan Pers. Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas. (dewanpers.or.id, 2013).
- Dewanpers. Siaran Pers Dewan Pers Mengenai Kode Etik Jurnalistik Dalam Liputan Virus Corona. dewanpers.or.id <https://dewanpers.or.id/berita/detail/1532/Siaran-Pers-Dewan-Pers-mengenai-Kode-etik-Jurnalistik-dalam-Liputan-Virus-Corona#> (2020).
- Kompas. Kecaman dan Ancaman Sanksi Bagi Pengungkap Identitas Pasien. web <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/04/07261761/kecaman-dan-ancaman-sanksi-bagi-pengungkap-identitas-pasien-corona?page=all> (2020).
- Republik Indonesia. Undang-Undang No.40 Tahun 1999 Tentang Pers. (1999).
- Republika. Identitas Pasien Positif COVID-19 Boleh Diungkap. *republika.co.id* <https://republika.co.id/berita/q7aalu384/idi-identitas-pasien-positif-covid19-boleh-diungkap> (2020).
- Vivanews. Pasien Corona Bukan penjahat Identitasnya Jangan Diobral. Vivanews <https://www.vivanews.com/indepth/fokus/39140-pasien-corona-bukan-penjahat-identitasnya-jangan-diobral?medium=autonext> (2020).
- Vivian, J. Teori Komunikasi Massa. (Kencana Prenada Media Grup, 2008).

## **BIOGRAFI PENULIS**

Besti Rohana Simbolon, lahir di Besitang, 24 April 1975. Sejak 2015 menjadi staf pengajar di Prodi Komunikasi, Fisipol Universitas Darma Agung. Email: rohanasimbolon@gmail.com

Bantors Sihombing, lahir di Parongil, 11 November 1973. Dia memulai karier sebagai jurnalis pada tahun 2000 hingga sekarang. Sejak 2013 menjadi dosen Ilmu Komunikasi di beberapa kampus swasta dan tahun 2015 menjadi pengajar tetap di Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung. Email: bantors.com@gmail.com

# DAPATKAH MEDIA SOSIAL MENGGANTI RUANG KELAS DI MASA PANDEMI COVID-19?

---

**Sarah Rouli Tambunan**

***Politeknik Negeri Medan***

***Jl. Almamater No.1, Kampus USU, Medan-Sumatera Utara***

COVID-19 mempengaruhi berbagai aspek kehidupan termasuk dunia pendidikan. Mengatasi penyebaran COVID-19, pemerintah membuat kebijakan belajar dari rumah bagi pelajar dan mahasiswa. Kebijakan ini disampaikan langsung oleh Presiden RI, Joko Widodo dalam pidatonya di Istana Negara, Minggu 16 April 2020. Menanggapi kebijakan tersebut, perguruan-perguruan tinggi di Indonesia menghentikan proses belajar mengajar (PBM) tatap muka di kampus, dan mulai menjalankan perkuliahan daring (jarak jauh/*online*).

Pembelajaran *online* merupakan bagian dari *e-learning*, dimana materi pembelajaran disampaikan secara daring dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Penerapan *e learning* bisa sebagai tambahan (suplemen) atau pelengkap/pendukung (komplemen) ataupun sebagai pengganti (substitusi) pembelajaran tatap muka. Dalam pembahasan ini, *e learning* berfungsi sebagai pengganti pembelajaran tatap muka.

Teknologi media komunikasi berperan penting dalam penyelenggaraan pembelajaran *online*. Berbagai perguruan tinggi yang memadukan pembelajaran tatap muka dan *online* telah memiliki *platform media e learning* sendiri, namun masih banyak perguruan tinggi yang belum merancanginya. Di era saat ini, masalah ketiadaan *platform media e learning* kampus bukan menjadi masalah besar, karena banyak media *online* seperti media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk memfasilitasi pembelajaran *online*.

Penggunaan media sosial dalam pendidikan memang bukan hal baru. Beberapa pengajar menggunakannya sebagai pelengkap kegiatan pembelajaran tatap muka misalnya mengupload video praktek di *Youtube*, menggunakan *Edmodo* untuk mengganti jadwal pertemuan tatap muka dan lain sebagainya.

Di masa pandemi COVID-19, media sosial bisa saja ditransformasikan sebagai ruang kelas. Mampukah media sosial membentuk komunitas belajar layaknya di dalam ruang kelas? Koohang, Floyd, Smith dan Skovira dalam (McCarthy and McCarthy) memaparkan bahwa walaupun media sosial dapat

Banyak mahasiswa yang mengeluh dengan tugas-tugas dan durasi pengerjaan tugas yang cepat. Keluhan mahasiswa wajar saja timbul, karena perubahan yang terjadi sangat cepat. Apalagi sosialisasi tentang apa dan bagaimana pembelajaran *online* itu akan dilaksanakan tidak pernah didapat. Padahal dalam pembelajaran *online*, mahasiswa diharuskan memiliki sikap tertarik dengan pembelajaran secara *online*, mandiri, disiplin dan memiliki manajemen waktu yang baik.

Jaringan internet menjadi kendala yang dihadapi mahasiswa. Survei BEM Polmed menunjukkan bahwa hanya 11,3% mahasiswa memiliki kualitas internet yang bagus. Mahasiswa khususnya yang tinggal di kampung mengalami kesulitan mendapatkan jaringan internet yang lancar. Kendala lainnya, tidak semua mahasiswa memiliki perangkat untuk akses media sosial handphone atau laptop. Selanjutnya, 76,1% mahasiswa merasa keberatan dengan pengeluaran tambahan untuk internet selama perkuliahan *online*. Hal ini lah yang menjadi hambatan karena pembelajaran *online* menuntut mahasiswa untuk menggunakan ICT dan memiliki jaringan untuk mengakses informasi.

Menghindari kendala teknis seperti ketiadaan perangkat ICT, jaringan internet dan pengeluaran pulsa untuk mengakses media sosial, sebaiknya dosen dapat menggabungkan pembelajaran secara *synchronous* dan *asynchronous* sehingga mahasiswa dapat mengerjakan tugas dengan durasi yang lebih lama dan pengeluaran pulsa internet bisa diminimalisir.

Berdasarkan uraian di atas, media sosial dapat menjadi ruang kelas dalam pembelajaran *online*. Namun perannya harus didukung oleh komitmen dari penggunaannya. Dosen dan mahasiswa harus menjiwai peran mereka masing-masing. Kerjasama di antara pengguna media sosial itu sendiri akan memperkuat peran media tidak hanya sebagai saluran komunikasi, tetapi juga alat untuk membangun keterlibatan serta kolaborasi di antara kedua pihak.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Faizi, Rdouan, et al. "Exploring the Potential Benefits of Using Social Media in Education." *International Journal of Engineering Pedagogy (IJEP)*, 2013.
- Froment, Facundo, et al. "The Use of Social Networks as a Communication Tool between Teachers and Students: A Literature Review." *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2017.
- Liu, Youmei. "Social Media Tools as a Learning Resource." *Journal of Educational Technology Development and Exchange*, 2010.
- McCarthy, Richard V., and Mary M. McCarthy. "Students Perception of Social Media as a Course Tool." *2013 Proceedings ISECON: Information Systems*



*Educators Conference and CONISAR 2013, Conference on Information Systems Applied Research, 2013.*

Moallem, Mahnaz. *"The Impact Of Synchronous And Asynchronous Communication Tools On Learner Self-Regulation, Social Presence, Immediacy, Intimacy And Satisfaction In Collaborative Online Learning."* *The Online Journal of Distance Education and E-Learning, 2015.*

Mondahl, Margrethe, and Liana Razmerita. *"Social Media, Collaboration and Social Learning - A Case-Study of Foreign Language Learning."* *Electronic Journal of E-Learning, 2014.*

Nedelko, Zlatko. *"Participants' Characteristics for E-Learning."* E-Leader Krakow, 2008, 2018.

Nguyen, Tuan. *"The Effectiveness of Online Learning: Beyond No Significant Difference and Future Horizons."* *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching, 2015.*

Sancho, T. V. *"Online Learning and Teaching in Higher Education: By Shirley Bach, Philip Haynes, and Jennifer Lewis-Smith."* *Social Science Computer Review, 2007.*

Van Doorn, George, and Antoinette Eklund. *"Face to Facebook: Social Media and the Learning and Teaching Potential of Symmetrical, Synchronous Communication."* *Journal of University Teaching & Learning Practice, 2013.*

van Es, Rose. *"Engaging the Online Learner: Activities and Resources for Creative Instruction? By Rita-Marie Conrad and J. Ana Donaldson."* *Teaching Theology & Religion, 2007.*

Yodha, Seno, et al. *"PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PELAKSANAAN E-LEARNING DALAM MATA KULIAH MANAJEMEN SISTEM INFORMASI MAHASISWA JURUSAN TEKNOLOGI PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI MALANG."* *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan, 2019.*

Yarborough, Jillian R. *"Social Media in The Online Classroom."* *Journal of Technology Research, 2017.*

## **BIOGRAFI PENULIS**

Sarah Rouli Tambunan lulus S1 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara tahun 2008, lulus S2 dari Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia tahun 2010. Saat ini adalah dosen tetap di Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan.

Email: sarahtambunan@polmed.ac.id

# **AUGMENTED REALITY KARAKTER TAHILALATS SEBAGAI STRATEGI NEW MEDIA KAMPANYE SIAGA COVID-19**

---

**Aniendya Christianna**

**Universitas Kristen Petra Surabaya**

**Jl. Siwalankerto No.121-131, Siwalankerto,**

**Kec. Wonocolo, Kota SBY, Jawa Timur 60236**

## **A. MASYARAKAT INFORMASI, NEW MEDIA DAN PANDEMI**

Pandemi COVID-19 bukan sekedar permasalahan kesehatan semata, efek domino wabah ini turut berimbas pada sebagian besar aspek kehidupan dunia. Penularan yang cepat melalui sentuhan langsung dan atau tak langsung mendorong pemerintah menerapkan himbauan social dan physical distancing dalam pola interaksi dan komunikasi manusia bahkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah wilayah yang menjadi episentrum penyebaran. Pertemuan tatap muka dan kehadiran fisik diminimalisir, perguruan tinggi dan sekolah dianjurkan untuk belajar dari rumah, perkantoran ditutup untuk tetap bekerja dari rumah, bahkan sebagian besar wujud transaksi ekonomi dilakukan dari rumah masing-masing. Keterbatasan interaksi dan komunikasi manusia tak jadi soal ketika teknologi komunikasi sudah berkembang kian pesat dewasa ini. Sebelum pandemi COVID-19 melanda Indonesia, sebagian besar masyarakat masih memanfaatkan teknologi informasi terbatas untuk memenuhi kebutuhan hiburan. Namun, sejak pandemi ini mewabah secara masif tak hanya di bidang kesehatan, mau tak mau kehidupan manusia pun mengalami revolusi.

Pandemi COVID-19 memaksa masyarakat untuk beradaptasi dengan kondisi yang serba tak menentu. Beruntungnya, pandemi ini mewabah pada fase manusia berada di tahap masyarakat informasi dimana teknologi komunikasi telah berkembang pesat. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang dengan pesat mendorong pertumbuhan masyarakat beralih dari masyarakat industri (*society 3.0*) menjadi masyarakat informasi (*society 4.0*). Pada tahap ini, informasi menjadi komoditas yang penting, distribusi informasi dilakukan secara elektronik, sistem layanan beralih dari manual ke *e-service*, sektor perekonomian bergeser dari produsen menjadi penyedia jasa, kompetisi global yang ketat, kualitas SDM ditentukan

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Berburu Pokemon - VIK. <https://vik.kompas.com/pokemongo/>. Accessed 6 June 2020.
- Damanik, Florida Nirma Sanny. "Menjadi Masyarakat Informasi." JSM (Jurnal SIFO Mikroskil), no. Vol 13, No 1 (2012): Volume 13 Nomor 1 Tahun 2012, Pusat Penelitian & Pengabdian pada Masyarakat (P3M) Mikroskil, 2012, pp. 73–82, <http://www.mikroskil.ac.id/ejurnal/index.php/jsm/article/view/48>.
- Lievrouw. Alternative and Activist New Media. Polity, 2011.
- Lopes, Rohr Amandha. The Impact of Social Media on Social Movements: The New Opportunity and Mobilizing Structure. Creighton University, 2014, <http://public.wartburg.edu/mpsurc/images/Lopes.pdf>.
- Macintyre, B., et al. "Augmented Reality as a New Media Experience." Proceedings - IEEE and ACM International Symposium on Augmented Reality, ISAR 2001, 2001, pp. 197–206, doi:10.1109/ISAR.2001.970538.
- MATERI. <http://promkes.kemkes.go.id/category/materi/3>. Accessed 6 June 2020.
- Mind Blowon (@tahilalats) • Foto Dan Video Instagram. <https://www.instagram.com/tahilalats/>. Accessed 6 June 2020.
- Surbakti, Ramlan. Memahami Ilmu Politik. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 2006.
- Venus, Anwar. Manajemen Kampanye. Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Widhyharto, Derajad S. "Kebangkitan Kaum Muda Dan Media Baru." Jurnal Studi Pemuda, vol. 3, no. 2, 2014, pp. 141–46.

## BIOGRAFI PENULIS

Penulis adalah dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, Surabaya. Menempuh pendidikan magister di Universitas Airlangga Surabaya dan pendidikan sarjana di Universitas Negeri Malang. Fokus mengajar, meneliti dan pengabdian masyarakat di bidang cultural studies dan visual culture. Email: [aniendya@petra.ac.id](mailto:aniendya@petra.ac.id)

# STRATEGI PEMBELAJARAN JARAK JAUH: KOMUNIKASI TERMEDIASI KOMPUTER SELAMA PANDEMIK COVID-19

---

**Agustinus Rustanta<sup>1</sup> & Evvy Silalahi<sup>2</sup>**

*<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita*

*Kampus Billy & Moon, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur*

*E-mail: rustanta15002@gmail.com*

## **A. PENDAHULUAN**

Entah secara kebetulan atau memang sudah saatnya pakem dunia pendidikan harus bermetamorfosis dari pembelajaran konvensional (tatap muka di kelas) ke pembelajaran daring dengan memanfaatkan komputer dan internet. Jika ditelisik secara lebih mendalam, pemerintah juga telah memiliki payung hukum untuk pembelajaran daring seperti UU No 12 tahun 2012 pasal 31. Walaupun demikian, belum banyak kampus menerapkan pembelajaran daring dengan berbagai kendala misalnya kampus belum siap karena sumber daya yang belum siap, jaringan internet belum baik, infrastruktur belum memadai dan sebagainya. Kehadiran virus Corona sangat ampuh dan mujarap mengubah semuanya ini tanpa ada perlawanan dan penolakan. Seketika kampus-kampus melakukan perubahan secara serentak dan masif. Peristiwa COVID-19 memaksa kampus-kampus melakukan kuliah secara daring baik yang sudah siap maupun yang tidak siap. Pembelajaran daring wajib dilakukan oleh semua dosen tanpa terkecuali.

Sekali lagi mungkin kebetulan atau memang sudah jamannya dimana paradigma pembelajaran memang sudah harus berubah. Selain internet sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan bermasyarakat saat ini, pemerintah juga telah memfungsikan Palapa Ring yaitu jaringan internet ekstra cepat di wilayah Indonesia Barat, Tengah, dan Timur. Infrastruktur ini sengaja dibangun oleh Jokowi untuk menyambungkan seluruh wilayah Indonesia dengan jaringan internet sehingga segala sesuatu dapat dilakukan secara online baik bisnis, perkantoran, pemerintahan dan juga pendidikan secara merata. Selain infrastruktur, software-software untuk pembelajaran juga telah tersedia. Jadi sebenarnya segala sesuatunya sudah ada dan siap digunakan. Yang menjadi masalah adalah bagaimana mendorong

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Richard, et al. "Videoconferencing and Presentation Support for Synchronous Distance Learning." Proceedings - Frontiers in Education Conference, FIE, vol. 2, no. May 2014, 2003, p. F3F13-F3F18, doi:10.1109/FIE.2003.1264746.
- Beldarrain, Yoany. "Distance Education Trends: Integrating New Technologies to Foster Student Interaction and Collaboration." Distance Education, vol. 27, no. 2, 2006, pp. 139–53, doi:10.1080/01587910600789498.
- Boulos, Maged N. Kame., et al. "A Synchronous Communication Experiment within an Online Distance Learning Program: A Case Study." Telemedicine Journal and E-Health, vol. 11, no. 5, 2005, pp. 583–93, doi:10.1089/tmj.2005.11.583.
- Chang, Chih-Kai. "Acceptability of an Asynchronous Learning Forum on Mobile Devices." Behavior & Information Technology, vol. 29, no. 1, 2010, pp. 23–33.
- Gaspay, Anastasia, Leonardo Legorreta. "Flexibility of Asynchronous Distance Learning: Reaching Diverse Cultures." Journal of Knowledge Globalization, vol. 2, no. 2, 2009, pp. 47–67.
- Giesbers, B., et al. "A Dynamic Analysis of the Interplay between Asynchronous and Synchronous Communication in Online Learning: The Impact of Motivation." Journal of Computer Assisted Learning, vol. 30, no. 1, 2014, pp. 30–50, doi:10.1111/jcal.12020.
- Hrastinki, Stafan. "Asynchronous & Synchronous E-Learning." Educause Quarterly, no. 4, 2008.
- Magnogiannis, Ilias & Karpouziz, Kostas. "Combining Synchronous and Asynchronous Distance Learning for Adult Training in Military Environment." Global E-Learning Practices, 2007.
- Markova, Tsveti, et al. "Synchronous Distance Learning as an Effective and Feasible Method for Delivering Residency Didactics." Family Medicine, vol. 37, no. 8, 2005, pp. 570–75.
- Motteram, Gary. "The Role of Synchronous Communication in Fully Distance Education." Australasian Journal of Educational Technology, vol. 17, no. 2, 2001, pp. 131–49, doi:10.14742/ajet.1787.
- Restrepo, Juliana, and Helmuth Trefftz. "Telepresence Support for Synchronous Distance Education." Proceedings of the ACM Symposium on Virtual Reality Software and Technology, VRST, vol. 2006, 2006, pp. 63–67.
- Schwier, Richard A., and Shelly Balbar. "The Interplay of Content and Community in Synchronous and Asynchronous Communication: Virtual Communication in a Graduate Seminar." Canadian Journal of Learning

- and Technology / La Revue Canadienne de l'apprentissage et de La Technologie*, vol. 28, no. 2, 2002, doi:10.21432/t20k64.
- Stephan, Elena, and Nira Liberman. Stephan, E., Liberman, N., & Trope, Y. (2010). *Politeness and Psychological Distance A Construal Level Perspective*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(2), 268..Pdf. Vol. 98, no. 2, 2011, pp. 268–80, doi:10.1037/a0016960.Politeness.
- Vonderwell, Selma. "An Examinatin of Asynchronous Communication Experiences and Perspectives of Students in an Online Course: A Case Study." *Internet and Higher Education*, vol. 6, no. 1, 2003, pp. 77–90, doi:10.1016/S1096-7516(02)00164-1.
- Wang, Y. "*Synchronous Language Learning*." *Language Learning & Technology*, vol. 8, no. 3, 2004, pp. 90–121.

### **BIOGRAFI PENULIS**

Agustinus Rustanta atau biasa dipanggil Agus putra asli Kota Gudeg adalah alumni Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Universitas Indonesia dan meraih gelar Doktor dari Universitas Padjadjaran Bandung. Ia menjabat Lektor 300 dan sehari-hari bertugas di STIKS Tarakanita membantu Ketua di bidang akademik. Sudah banyak artikel dihasilkan selama menjabat sebagai dosen.

Evy Silalahi merupakan alumni Universitas Sumatera Utara untuk gelar sarjananya dan Universitas Indonesia untuk gelar magisternya. Sehari-hari ia mengajar di Interstudi dan juga STIKS Tarakanita.

# NATIVE ADVERTISING DI TENGAH PANDEMI

---

**Camelia Pasandaran**

**Universitas Multimedia Nusantara**

**Jl. Gading Serpong Boulevard, Banten Tangerang**

Kementerian Sosial sedang mempersiapkan layanan dukungan psikososial untuk masyarakat terdampak COVID-19. Tulisan ini muncul di salah satu media daring besar dan tampak seperti berita pada Mei 2020. Di bulan yang sama, muncul tulisan mengenai *stunting* yang mengendarai isu COVID-19 dengan narasumber dari Kementerian Komunikasi dan Informatika. Bila diperhatikan dengan jeli, ini bukan konten berita. Ini adalah iklan dari pemerintah yang tampak seperti berita.

Bentuk iklan ini terus menguat. Di masa lampau, orang mengenal bentuk ini sebagai advertorial. Namun, pada media daring, bentuk iklan semacam ini dikenal sebagai *native advertising*. Berbeda dengan advertorial yang biasanya ditandai statusnya sebagai iklan, *native advertising* dibuat sebisa mungkin mirip dengan konten editorial. Bentuknya bisa teks, bisa video, bisa audio, selama kemasannya serupa dengan konten orisinal dari media.

Menurut Ferrer Conill (2016), *native advertising* adalah konten yang memiliki desain dan bentuk seperti konten editorial sehingga membuat pembaca mengkonsumsinya seperti membaca berita alih-alih mengonsumsi iklan. Peneliti lain (Lovell, 2017) justru menekankan definisi *native advertising* pada fungsinya yang tidak disruptif bagi pembaca.

Bentuk iklan ini tidak saja digunakan oleh media di luar negeri, seperti BuzzFeed dan *New York Times*, tapi juga ditawarkan oleh mayoritas media daring di Indonesia. Media besar seperti Detik.com, Kompas.com, Tempo.co, dan Tribunnews.com menggunakan bentuk iklan ini, khususnya untuk konten dengan bobot informatif lebih tinggi dibandingkan konten jualan. Media *segmented* seperti IDNTimes.com juga menawarkan bentuk iklan ini sejalan dengan format konten *listicle* media tersebut.

## **A. KONTROVERSI NATIVE ADVERTISING**

Sejak pertama kali muncul, *native advertising* kerap menimbulkan kontroversi. Dilihat dari sisi bisnis media, bentuk iklan ini memberikan napas baru karena tren permintaannya terus meningkat. Pada acara Indonesia *Native Ads Conference* di tahun 2018, dikemukakan bahwa iklan *display* dihindari

Di tengah menurunnya iklan, sejalan dengan perlambatan ekonomi secara global karena pandemi, media bisa tetap menggunakan format iklan seperti ini, namun dengan tetap berpedoman pada Etika Pariwara Indonesia dan Pedoman Media Siber.

Ada tiga hal yang mesti dilakukan untuk memperbaiki format *native advertising*. Pertama, penempatan-kata yang secara jelas menunjukkan status konten sebagai iklan, seperti frase di sponsori oleh. Kedua, *label disclosure* ini harus ditempatkan di posisi yang membuat orang bisa dengan cepat mengenali, seperti di atas tulisan. Ketiga, *label disclosure* harus dibuat dengan ukuran yang cukup besar sehingga memiliki potensi keterbacaan yang tinggi.

Masalahnya, studi yang sedang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa baik pemasang iklan maupun media, memiliki andil yang sama terhadap ketidakberadaan *disclosure*. Di satu sisi, pengiklan menolak memasang bila diberi label yang menunjukkan bahwa itu konten berbayar, di sisi lain, media mengakomodir keinginan dari pemasang iklan.

Padahal, bila tiga kriteria untuk memperbaiki format *disclosure native advertising* dilakukan, apalagi dengan tujuan sosial atau informatif di tengah pandemi, bukan saja bisa diterima secara normatif, tapi juga bisa memiliki manfaat bagi masyarakat banyak.

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Amazeen, Michelle A., and Ashley R. Muddiman. "Saving Media or Trading on Trust?: The Effects of Native Advertising on Audience Perceptions of Legacy and Online News Publishers." *Digital Journalism*, vol. 6, no. 2, Feb. 2018, pp. 176–95. Crossref, doi:10.1080/21670811.2017.1293488.
- Campbell, Colin, and Lawrence J. Marks. "Good Native Advertising Isn't a Secret." *Business Horizons*, vol. 58, no. 6, Nov. 2015, pp. 599–606. Crossref, doi:10.1016/j.bushor.2015.06.003.
- Etika Pariwara Indonesia. Dewan Periklanan Indonesia, 2020.
- Ferrer Conill, Raul. "Camouflaging Church as State: An Exploratory Study of Journalism's Native Advertising." *Journalism Studies*, vol. 17, no. 7, Oct. 2016, pp. 904–14. Crossref, doi:10.1080/1461670X.2016.1165138.
- "Iklan Turun, Perusahaan Media Berusaha Bertahan." *Kompas.Id*, 13 May 2020, <https://kompas.id/baca/humaniora/dikbud/2020/05/13/iklan-menurun-perusahaan-media-berusaha-bertahan/>.
- Iversen, Magnus Hoem, and Erik Knudsen. "When Politicians Go Native: The Consequences of Political Native Advertising for Citizens' Trust in News." *Journalism*, vol. 20, no. 7, July 2019, pp. 961–78. Crossref, doi:10.1177/1464884916688289.



- Kovach, Bill, and Tom Rosenstiel. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. 1st rev. ed., Completely updated and rev, Three Rivers Press, 2007.
- Lovell, Dale. *Native Advertising: The Essential Guide*. Kogan Page, 2017.
- Mariana, Hotria. "40 Ribu Lebih Pekerja Seni Dan Kreatif Terdampak COVID-19, Kemenparekraf Ambil Langkah Cepat - Kilaskementerian.Kompas.Com." *Kompas.Com*, 23 May 2020, <https://kilaskementerian.kompas.com/kemenparekraf/read/2020/05/23/171852427/40-ribu-lebih-pekerja-seni-dan-kreatif-terdampak-COVID-19-kemenparekraf-ambil>.
- Nidya, Inadha R. "Launching Antivirus Corona, Mentan: Tidak Ada Alasan Takut Virus Ini." *Kilaskementerian.Kompas.Com*, <https://kilaskementerian.kompas.com/kementan/read/2020/05/08/200138526/launching-antivirus-corona-mentan-tidak-ada-alasan-takut-virus-ini>. Accessed 26 May 2020.
- Pasandaran, Camelia Catharina. "Political Advertising Camouflage As News." *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, vol. 3, no. 2, Dec. 2018. Crossref, doi:10.25008/jkiski.v3i2.239.
- Pasandaran, Camelia Catharina, and Nina Mutmainnah. "Young Adults' Recognition of Native Advertising Disguised as News." *Young Consumers*, vol. 21, no. 1, Apr. 2020, pp. 91–108. Crossref, doi:10.1108/YC-08-2019-1032.
- Pedoman Pemberitaan Media Siber. Dewan Pers, 2012.
- Prasetya, Kompas Cyber. "FAO Peringatkan Bencana Kelaparan Akibat COVID-19, Ini Yang Harus Dilakukan Pemerintah." *Kilaskementerian.Kompas.Com*, <https://kilaskementerian.kompas.com/kementan/read/2020/05/21/150303126/fao-peringatkan-bencana-kelaparan-akibat-COVID-19-ini-yang-harus-dilakukan>. Accessed 26 May 2020.
- Prima, Erwin. "INAC 2018: Iklan Native, Alternatif Pemasaran Digital Masa Depan." *Tempo*, 18 Sept. 2018, <https://tekno.tempo.co/read/1127610/inac-2018-iklan-native-alternatif-pemasaran-digital-masa-depan>.
- Tempo.co. "Kemnaker Gelar Rapid Test COVID-19 Bagi 1000 Pekerja." *Tempo*, 1 May 2020, <https://nasional.tempo.co/read/1337773/kemnaker-gelar-rapid-test-COVID-19-bagi-1000-pekerja>.
- Wojdyski, Bartosz W. "The Deceptiveness of Sponsored News Articles: How Readers Recognize and Perceive Native Advertising." *American Behavioral Scientist*, vol. 60, no. 12, Nov. 2016, pp. 1475–91. Crossref, doi:10.1177/0002764216660140.

## **BIOGRAFI PENULIS**

Camelia Pasandaran, M.Si adalah dosen pada Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Ia berfokus pada studi mengenai media daring dan jurnalisme. Email korespondensi: [camelia.pasandaran@umn.ac.id](mailto:camelia.pasandaran@umn.ac.id).

# APA YANG DILAKUKAN WARGANET KITA SELAMA COVID-19

---

**Daniel Susilo**

***Universitas dr Soetomo***

***Jalan Semolowaru 84, Surabaya.***

Penyakit coronavirus (COVID-19) adalah penyakit yang baru ditemukan yang disebabkan oleh coronavirus (Rothan & Bylvdv, 2020; Sun, Lu, Xu, Sun, & Pan, 2020). Sebagian besar orang yang terinfeksi virus COVID-19 mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang dan dapat pulih tanpa memerlukan perawatan khusus (Zheng, Ma, Zhang, & Xie, 2020). Namun, orang tua dan orang-orang dengan kondisi kesehatan yang mendasarinya, seperti penyakit kardiovaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis, dan kanker, rentan terhadap penyakit yang lebih signifikan (Velavan & Meyer, 2020; Zheng et al., 2020). Ketika orang yang terinfeksi batuk atau bersin, coronavirus dapat menyebar melalui tetesan air liur atau keluar dari hidung, sehingga orang perlu mempraktikkan etika batuk atau bersin (World Health Organization, 2020a). Karena gejala yang dialami oleh mereka yang terinfeksi coronavirus tidak selalu terlihat, bahkan menyerupai influenza biasa, coronavirus pada awalnya dianggap tidak terlalu berbahaya (Yuan, Yin, Tao, Tan, & Hu, 2020).

Karena COVID-19 adalah virus baru yang berhubungan dengan penyakit pernapasan, beberapa negara tidak memiliki persiapan sosial-ekonomi untuk menangani situasi ini (Remuzzi & Remuzzi, 2020). Sekalipun novel coronavirus berada dalam keluarga yang sama dengan SARS dan MERS yang lebih akrab (Kemenkes, 2020a), tidak banyak negara, termasuk negara-negara Asia Tenggara, yang siap menghadapi penyakit menular ini (Chen, Yang, Yang, Wang, & Bärnighausen, 2020; Guarner, 2020). COVID-19 adalah penyakit menular coronavirus yang paling baru ditemukan. Sebelum penemuan dan dimulainya pandemi di Wuhan, Cina, pada bulan Desember 2019, virus dan penyakit ini tidak diketahui (World Health Organization, 2020b). Coronavirus bukanlah mosaik, terdiri dari hampir setengah genom dari berbagai garis keturunan beta coronavirus. Fitur genomik coronavirus dan kemungkinan hubungan manusia dengan karakteristik virus dan virulensi perlu dipelajari lebih lanjut (Paraskevis et al., 2020).

- Mengumpulkan anggota keluarga

Ikatan dalam keluarga juga menjadi lebih substansial karena intensitas pertemuan yang tinggi, dan menghabiskan waktu bersama anggota keluarga menjadi lebih lama dari biasanya. Pandemi COVID-19 dapat menjadi momen di mana anggota keluarga yang pendiam jarang bertemu, pada akhirnya dapat menghabiskan lebih banyak waktu di rumah.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- Goi, Chai Lee. "Cyberculture: Impact on Netizen." *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2009, doi:10.5539/ach.v1n2p140.
- Hauben, Michael. "Chapter 1 The Net and Netizens: The Impact the Net Has on People's Lives." *AMATEUR COMPUTERIST*, 1993.
- Hauben, Michael, and Ronda Hauben. "Cybernetics, Time-Sharing, Human-Computer Symbiosis and Online Communities: Creating a Supercommunity of Online Communities." *First Monday*, 1998, doi:10.5210/fm.v3i8.611.
- Parsell, Mitch. "Pernicious Virtual Communities: Identity, Polarisation and the Web 2.0." *Ethics and Information Technology*, 2008, doi:10.1007/s10676-008-9153-y.
- Sullivan, Jonathan. "China's Weibo: Is Faster Different?" *New Media and Society*, 2014, doi:10.1177/1461444812472966.
- Susilo, Daniel, and Rahma Sugihartati. "Being Power and Powerless: Dynamics on Indonesian Women's Minister." *Humanities and Social Sciences Reviews*, 2019, doi:10.18510/hssr.2019.7564.
- Weiss, Jessica Chen. "How Hawkish Is the Chinese Public? Another Look at 'Rising Nationalism' and Chinese Foreign Policy." *Journal of Contemporary China*, 2019, doi:10.1080/10670564.2019.1580427.

#### **BIOGRAFI PENULIS**

Daniel Susilo – Saat ini aktif menjadi pengajar di Universitas dr Soetomo. Minat bidang risetnya pada warganet, media sosial, dan Masyarakat Digital. Sebelumnya aktif sebagai Research Fellow di Graduate School of Asia-Pacific Studies, Waseda University, Tokyo- Japan. Daniel dapat dikontak di daniel.susilo@unitomo.ac.id

*"Sebab karena kasih karunia kamu diselamatkan oleh iman itu bukan hasil usahamu, tetapi pemberian Allah" (Efesus 2:8)*



## **DATA DAN PESAN STRATEGIK**

---

- 1. Elaborasi dan Literasi Digital Kebijakan Pemerintah Mengenai COVID-19**
- 2. Strategi Komunikasi Berbasis Data Menghadapi COVID-19**
- 3. Kampanye #Sah Oleh Kementerian Pemuda dan Olah Raga dalam Menyikapi Pandemi COVID-19**
- 4. SENGGARUT INFORMASI DI MASA PANDEMI DALAM PERSPEKTIF ETIKA KOMUNIKASI**
- 5. Manipulasi Informasi berbasis Sentimen Primordial dalam masa Pandemi COVID-19: Sebuah Usulan Strategis**
- 6. Strategi Pemberitaan Injil Gereja Protestan Maluku Merespon Pandemi COVID-19**
- 7. Komunikasi Krisis Pemerintah, Media Massa, dan Kepanikan Moral Pada Masa Pandemi COVID-19**
- 8. Jaringan Aktor, Keberhasilan Penerapan Physical-Distancing**
- 9. Melawan Infodemik di Tengah Penyebaran COVID-19**
- 10. Pandemi COVID-19: Pentingnya Pendefinisian Ulang Komunikasi Krisis di Era Post-Truth**
- 11. Media Literacy dalam Infodemic COVID-19**
- 12. Strategi Komunikasi Media Online dalam Menjalankan Fungsi Pers di Masa Pandemi COVID-19**
- 13. Menyelamatkan Keluarga: Observasi Penyampaian Pesan di Masa Pandemi**

# ELABORASI DAN LITERASI DIGITAL KEBIJAKAN PEMERINTAH MENGENAI COVID-19

---

**Benedictus A Simangunsong**

*Universitas Pelita Harapan*

*Jl. Siwalankerto No.121-131, Siwalankerto,*

*Kec. Wonocolo, Kota SBY, Jawa Timur 60236*

## **A. PENDAHULUAN**

Pada saat ini kita hidup di era informasi yakni sebuah era dimana terdapat 2,5 triliun bit. Begitu besarnya informasi yang kita terima, seringkali kita hanya melihat saja dan menyebarkan tanpa memperhatikan secara mendalam tentang isi dari informasi tersebut, apakah isinya berupa pesan prasangka, permusuhan, berita bohong atau ide buruk lainnya. Penyebaran tanpa melakukan elaborasi memperlihatkan ketidakberhasilan literasi terhadap media terutama di media digital dan itu menggambarkan dari penerimaan pengguna terhadap informasi yang belum tentu kebenarannya yang dirilis di media sosial selama kasus penyebaran covid-19.

Seperti dikatakan oleh Kabid Humas Polda Metro Jaya Kombes Yusri Yunus, dikutip dari detik.com mengatakan bahwa pandemi Corona dimanfaatkan sejumlah oknum untuk menyebarkan berita bohong dan Polda Metro Jaya mencatat setidaknya ada 43 kasus hoax yang sedang ditangani (Muhammad Ilman Nafi'an). Sedangkan menurut Katadata.com hingga tanggal 7 April 2020, Kementerian Informasi (Kominfo) sudah menemukan 1096 hoaks terkait Corona dengan 466 isu yang tersebar di Media Sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube," menurut Menteri Kominfo (Desy Setyowati).

Penelitian yang dilakukan oleh (Juditha) bahwa hoax diproduksi untuk merugikan pihak-pihak tertentu dengan penuh kebencian dan permusuhan serta produksi konten hoax sepenuhnya merupakan kemampuan pengguna baik menciptakan, mengubah, memodifikasi, hingga menyebarkan melalui media sosial. Namun menurut (Rahadi) dari hasil penelitiannya bahwa perilaku pengguna media sosial paham terhadap informasi hoax, alasan, dampak, cara mengatasi serta cara tanggung jawab dalam penyebaran informasi hoax. Kemudian hasil penelitian berbeda dinyatakan oleh (Septanto) menyatakan bahwa "masyarakat belum memiliki kesadaran sosial dalam menyeleksi berbagai informasi yang didapat melalui media sosial sehingga segala informasi

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Akun Resmi Presiden RI. Akun Twitter Resmi Presiden RI.
- Bawden, David. "Origin and Concepts of Digital Literacy." *Digital Literacy*, 1998.
- Belshaw, Douglas AJ. *What Is Digital Literacy? A Pragmatic Investigation*. Durham University, 2011.
- Desy Setyowati. "Kominfo Temukan 1096 Hoaks Corona, 77 Kasus Ditangani Kepolisian." *Kata Data.Com*, <https://katadata.co.id/berita/2020/04/07/kominfo-temukan-1096-hoaks-corona-77-kasus-ditangani-kepolisian>. Accessed 10 Apr. 2020.
- Gilster, Paul. *Digital Literacy*. 1st ed., Wiley, 1998.
- Griffin, EM. "Elaboration Likelihood Model." *A First Look at Communication Theory*, 10th ed., 2019.
- Juditha, Christiany. "Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Dan Antisipasinya." *Pekommas*, vol. 3, no. 1, 2018, pp. 31–44.
- Juliswara, Vibriza. "Mengembangkan Model Literasi Media Yang Berkebhinekaan Dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) Di Media Sosial." *Pemikiran Sosiologi*, vol. 4, no. 2, 2017, pp. 142–46.
- Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan. *Materi Pendukung Literasi Digital: Gerakan Literasi Nasional*. 2017.
- Lin, Tzu-Bin, Jen-Yi, Deng, Feng & Ling Lee. "Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework." *Educational Technology & Society*, vol. 16, no. 4, 2013, pp. 160–70.
- Muhammad Ilman Nafi'an. "Polda Metro Tangani 43 Kasus Hoax Terkait Wabah Corona, 4 Ditangkap." *Detik.Com*, <https://news.detik.com/berita/d-4959084/polda-metro-tangani-43-kasus-hoax-terkait-wabah-corona-4-ditangkap>. Accessed 10 Apr. 2020.
- Perbawaningsih, Yudi. "Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) Dan Teori Retorika." *Ilmu Komunikasi*, vol. 9, no. 1, 2012, pp. 1–17.
- Rahadi, Dedi Rianto. "Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial." *Manajemen & Kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, 2017, pp. 58–70.
- Rogers, Richard. "Debanalising Twitter: The Transformation of an Object of Study." *Katrin Weller*, 2014, pp. xi–xii.
- Septanto, Henri. "Pengaruh Hoax Dan Ujaran Kebencian Sebuah Cyber Crime Dengan Teknologi Sederhana Di Kehidupan Sosial Masyarakat." *Kalbiscientia*, vol. 5, no. 2, 2018.

## **BIOGRAFI PENULIS**

Benedictus A Simangunsong lulus S3 Ilmu Komunikasi dari Universitas Padjajaran. Tertarik pada permasalahan yang berkaitan dengan dunia digital dan literasi. Penulis berharap terus melakukan menyebarkan pemikiran mengenai realitas dan literasi digital. Dapat dihubungi melalui email: [benedictus.simangunsong@uph.edu](mailto:benedictus.simangunsong@uph.edu)



# STRATEGI KOMUNIKASI BERBASIS DATA MENGHADAPI COVID-19

---

**Veronika**

***Universitas Multimedia Nusantara***

***Jl. Scientia Boulevard, Gading, Kec. Serpong,***

***Tangerang, Banten 15227***

Dalam beberapa kesempatan Presiden Joko Widodo mengungkapkan bahwa *data is the new oil* atau data adalah jenis kekayaan baru. Data yang valid dianggap menjadi kunci pembangunan. Tidak main-main, guna mendukung proses terciptanya iklim sumber data yang baik di Indonesia. Presiden menerbitkan Peraturan Presiden atau Perpres nomor 39 tahun 2019 tentang Satu Data Indonesia. Dengan data sangat dimungkinkan untuk melihat pola masyarakat yang tersembunyi dan menemukan korelasinya. Prediksi dan analisa menjadi lebih matang dalam membuat perencanaan dan menciptakan kebijakan yang baik (Höchtel et al.).

## **A. FENOMENA KOMUNIKASI DATA MENGHADAPI COVID-19**

Selang satu tahun kemudian pentingnya data tersebut diuji dalam musibah dunia yaitu pandemi COVID-19. Sejak Presiden mengumumkan data pasien pertama yang positif terjangkit virus ini. Masyarakat terus memantau dengan berharap informasi yang jelas dan lengkap mengenai penyebarannya di Indonesia. Namun sayang ketidakpastian informasi data COVID-19 masih terjadi.

Komunikasi yang efektif menjadi sangat penting dalam keberhasilan menghadapi situasi kesehatan, keamanan, dan kontroversi lingkungan. Situasi yang genting seperti saat ini sangat beresiko menciptakan hambatan komunikasi dan malah menciptakan emosi seperti ketakutan, kecemasan, ketidakpercayaan, kemarahan, ketidakberdayaan dan frustrasi (Covello, peters, Wojtecki, hyde). Terutama tetap menjaga rasa percaya masyarakat terhadap langkah-langkah yang diambil pemerintah. Salah satu langkah kunci membangun kepercayaan masyarakat adalah dengan membangun komunikasi yang sering, konsisten, dan interaktif melalui jalur-jalur yang biasanya dimanfaatkan oleh masyarakat (Guidry et al.). Kepercayaan adalah landasan komunikasi di saat krisis yang bersifat terbuka, transparan, dan tepat waktu.

mudah, memiliki kriteria analitik yang rinci dan memiliki resiko yang besar. Namun jika berlangsung dengan benar maka data tersebut mampu mengukur efektivitas sebuah kebijakan dan memberikan pemahaman yang rinci mengenai sebuah situasi yang sedang terjadi. Sehingga memanfaatkan *big data* dan teknologi *smart data* adalah alat yang ampuh dalam pengembangan dan implementasi strategi komunikasi yang efektif terutama bagi profesional di bidang komunikasi (Sharakhina and Skvortsova).

Tidak ada negara yang dianggap siap dalam menghadapi pandemi COVID-19 ini. Meski terdapat beberapa negara yang telah lebih dahulu mengalami kasus yang hampir serupa. Ada beberapa hal yang dapat menjadi perhatian diantaranya, kemampuan teknologi, dan komunikasi yang efektif. Meski Pemerintah Indonesia telah menerapkan basis data dalam komunikasi dan kebijakan yang diambil untuk penanggulangan wabah ini. Sayangnya kualitas serta jumlah data yang digunakan masih sangat terbatas. Padahal seharusnya pemerintah mampu memanfaatkan dominasi kepemilikan telepon pintar masyarakat Indonesia. Belajar dari negara-negara yang telah berhasil melewati masa suram pandemi ini komunikasi data yang terbuka menjadi kunci utama meski sedikit menimbulkan kepanikan namun keadaan dengan cepat berbalik ketika terdapat kewaspadaan yang tinggi dari masyarakat. Strategi komunikasi berbasis data akan semakin kuat jika ditunjang dengan kemampuan teknologi yang kuat dan disampaikan oleh sosok pemimpin yang mampu menimbulkan kepercayaan masyarakat.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- Alamo, Teodoro, et al. Open Data Resources for Fighting COVID-19. no. April, 2020, <http://arxiv.org/abs/2004.06111>.
- Guidry, Jeanine P. D., et al. "Ebola on Instagram and Twitter: How Health Organizations Address the Health Crisis in Their Social Media Engagement." *Public Relations Review*, vol. 43, no. 3, Elsevier, 2017, pp. 477–86, doi:10.1016/j.pubrev.2017.04.009.
- Höchtel, Johann, et al. "Big Data in the Policy Cycle: Policy Decision Making in the Digital Era." *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, vol. 26, no. 1–2, 2016, pp. 147–69, doi:10.1080/10919392.2015.1125187.
- Jung, Kyujin, and Han Woo Park. "A Semantic (TRIZ) Network Analysis of South Korea's 'Open Public Data' Policy." *Government Information Quarterly*, vol. 32, no. 3, Elsevier Inc., 2015, pp. 353–58, doi:10.1016/j.giq.2015.03.006.
- Li, Richun, et al. "Perceptions on the Risk Communication Strategy during the 2013 Avian Influenza A/H7N9 Outbreak in Humans in China: A Focus

- Group Study." *Western Pacific Surveillance and Response Journal : WPSAR*, vol. 7, no. 3, 2016, pp. 21–28, doi:10.5365/wpsar.2016.7.1.005.
- "Link Untuk Pantau Perkembangan COVID-19 Di Sejumlah Daerah Di Indonesia." *Kompas.Com*, 2020, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/19/111210765/link-untuk-pantau-perkembangan-COVID-19-di-sejumlah-daerah-di-indonesia?page=all#page4>.
- Majni, Ferdian Ananda. "Informasi Satu Pintu Diluncurkan Lewat Situs Covid19.Go.Id." *MediaIndonesia.Com*, 2020, <https://mediaindonesia.com/read/detail/297401-informasi-satu-pintu-diluncurkan-lewat-situs-covid19goid>.
- Muzzammel, Raheel. *Intelligent Technologies and Applications*. Vol. 932, Springer Singapore, 2019, doi:10.1007/978-981-13-6052-7.
- Oliver, Nuria, et al. *Mobile Phone Data and COVID-19: Missing an Opportunity?* 2020, <http://arxiv.org/abs/2003.12347>.
- Park, Shin Young, et al. "Coronavirus Disease Outbreak in Call Center, South Korea." *Emerging Infectious Diseases*, vol. 26, 2020, doi:10.3201/eid2608.201274.
- Percepatan Penanganan Covid 19 Tugas, Gugus. No Title. <https://covid19.go.id/>.
- Purnomo, Wayan Agus. "Beda Irama Data Jakarta." *Tempo*, Apr. 2020, <https://majalah.tempo.co/read/nasional/160237/mengapa-data-korban-COVID-19-pemerintah-pusat-dan-daerah-berbeda>.
- Sharakhina, Larisa V., and Vera Skvortsova. "Big Data, Smart Data in Effective Communication Strategies Development." *Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar, ComSDS 2019, IEEE, 2019*, pp. 7–10, doi:10.1109/COMSDS.2019.8709651.
- Wang, C. Jason, et al. "Response to COVID-19 in Taiwan: Big Data Analytics, New Technology, and Proactive Testing." *JAMA - Journal of the American Medical Association*, vol. 323, no. 14, 2020, pp. 1341–42, doi:10.1001/jama.2020.3151.
- Wang, Hui Ju, and Jin Lo. "Adoption of Open Government Data among Government Agencies." *Government Information Quarterly*, vol. 33, no. 1, Elsevier Inc., 2016, pp. 80–88, doi:10.1016/j.giq.2015.11.004.
- Wiyono, Bagus, et al. *City Branding As the Local Government Communication Strategy to Get Brand Positioning in Public: Case Study of the Establishment of Madiun Karismatik as City Branding of Madiun City*. 2019, doi:10.4108/eai.8-12-2018.2283845.

## BIOGRAFI PENULIS

Veronika adalah dosen Program Studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mengampu mata kuliah *Interactive Data Journalism*, *Mobile and Social Media Journalism*, *WebApps for Journalism*. Penulis sangat tertarik pada riset data *journalism*, *social media journalism*, dan topik *intercultural*.

# KAMPANYE #SAH OLEH KEMENTERIAN PEMUDA DAN OLAHRAGA DALAM MENYIKAPI PANDEMI COVID-19

---

**Magdalena Lestari Ginting**  
**Universitas Pelita Harapan**  
**Jl. M.H. Thamrin Boulevard, Tangerang, Banten**

COVID-19 melanda dunia, diawali dengan cerita sebuah pasar hewan di Wuhan, Cina. Manusia diingatkan bahwa keberadaannya hanyalah sebagian dari rantai kehidupan. COVID-19 menjadi alarm kesadaran bahwa yang esensi bagi kehidupan ini adalah keberagaman, kebersihan, kesehatan, dan saling menghargai. Sebuah alarm yang membangunkan dunia ini dengan mengingatkan betapa rentan dan rapuhnya manusia terhadap makhluk mikrobiologi yang mempunyai kemampuan untuk menjelajahi setiap organ dalam manusia. Seiring perkembangan persebaran, banyak spekulasi memberikan sebuah gambaran mutasi dari makhluk mikro ini, namun tidak mengurangi pesan yang disampaikan di seluruh dunia untuk melakukan *physical distancing* dan menjaga kebersihan masing-masing pribadi. Pada skala massive, sebuah kebijakan public perlu diformulasikan agar jarak dibangun dengan bekerja dari rumah, beribadah dari rumah, dan belajar dari rumah.

Manusia dalam kodratnya sebagai makhluk sosial mendapat tantangan besar untuk dapat hidup secara sehat dalam kebijakan menjaga jarak ini. Tingginya *fatality rate* di Indonesia tentu meresahkan, mengingat Indonesia merupakan negara yang bahkan belum semaju Italia. Oleh karena itu, sebaiknya Indonesia segera melakukan langkah-langkah strategis. (Tahrus)

## **A. KEMENTERIAN PEMUDA DAN OLAHRAGA**

Disingkat Kemenpora adalah kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan pemuda dan olahraga. Tonggak sejarah kelembagaan yang mengurus pembangunan kepemudaan dan keolahragaan sebenarnya sudah ada sejak masa awal kemerdekaan Indonesia. Sebagaimana penelusuran tim tentang sejarah pengelolaan kegiatan olahraga dan pemuda oleh negara diketahui pada susunan Kabinet pertama yang dibentuk pada tanggal 19 Agustus 1945. Kabinet yang bersifat presidensial memiliki Kementerian Pengajaran yang dipimpin oleh Menteri Ki Hajar Dewantoro. Kegiatan olahraga

Penyangkalan adalah cara termudah yang menjadi jawaban, atas kurangnya pengetahuan. Menghindari masalah, ketimbang merumuskan jawaban. Perilaku kekuasaan kerap kali begitu. Hingga kemudian, kasusnya berlangsung secara masif. Melalui *The Social Construction of SARS*, John H Power, Xiaosui Xiao, 2008, kita tetap teragap, meski wabah ini dapat didekati melalui berbagai rupa sudut pandang keilmuan. Mulai dari aspek komunikasi, geopolitik, politik internal, bahkan peran media, hingga aspek paling dasar yakni persoalan medis dapat menjadi poros ulasan. Media memainkan peran untuk melakukan edukasi meluas, menumbuhkan keyakinan akan kemampuan negara dalam mengatasi masalah. (Hertanto)

Laurie Santos, profesor psikologi di Universitas Yale menyampaikan bahwa manusia adalah makhluk dengan kebiasaan, jadi memiliki jadwal teratur untuk kapan kita bekerja dan ketika kita melakukan liburan dapat membantu kita mengurangi ketidakpastian, terutama dalam waktu yang sudah tidak pasti ini. Prof. Santos pun menyarankan agar orang mencari cara dan meniru apa yang mereka lakukan pada akhir pekan menggunakan hal-hal kreatif. Idenya adalah menemukan cara untuk mereplikasi rutinitas yang sebelumnya dilakukan untuk mengembalikan keadaan normal ke situasi aneh yang kita alami saat ini. (Purtill)

Alur pemikiran mengenai konstruktivisme sosial diwujudkan secara nyata oleh Kemenpora, sebagai bagian dari elemen Pemerintahan sebagai perwujudan kesatuan pemerintah untuk bertanggung jawab dan menyampaikan pesan bahwa pemerintah siap menghadapi situasi ini dan mengajak seluruh elemen masyarakat untuk bekerja sama. Dengan cara yang menyenangkan dan keingintahuan yang besar mengenai bagaimana masyarakat bereksprosi untuk tetap sehat, dan memberikan sebuah reward yang diharapkan berguna secara finansial bagi para peserta yang ikut. Pengakuan dari panitia yang menerima video-video olahraga yang telah masuk juga menjadi sebuah catatan bahwa masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang penuh empati dan dapat saling menghibur untuk mempertahankan persatuan dan kesatuan, khususnya pada saat menghadapi situasi yang sulit saat ini.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

Buana, Dana Riksa. "Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa." Research Gate (2020).

Heartline, Network. <https://soundcloud.com/heartline-network/yosia-nugrahaningsih-ayo-olahraga>. 2 July 2019. 8 May 2020.

Hertanto, Yudhi. "Konstruksi Pandemi dalam Kilas Sejarah: Masa Lalu, Kini, dan Nanti." *Kumparan* 23 April 2020. <<https://kumparan.com/yudhi-hertanto/konstruksi-pandemi-dalam-kilas-sejarah-masa-lalu-kini-dan-nanti-1tHPgw1MJkr/full>>.

Hilmy, H. Masdar. "Sikap Ilmiah Menghadapi Pandemi COVID-19." *Kolom UINSA* 4 April 2020. <<https://w3.uinsby.ac.id/sikap-ilmiah-menghadapi-pandemi-covid-19/>>.

Ibrahim, A Malik. "Pakar Konstruksi Covid-19 dipengaruhi Tingkat Pengetahuan masyarakat." 9 Mei 2020. <[pakar-konstruksi-covid-19-dipengaruhi-tingkat-pengetahuan-masyarakat](#)>.

Kemenpora, Deputi Pembudayaan Olahraga. <http://deputi3.kemenpora.go.id/read/kemenpora-adakan-lomba-senam-virtual-bertajuk-senam-stay-at-home-sah>. 23 April 2020. 8 May 2020.

Lerbinger, Otto. *Designs for Persuasive Communication*. UK: Prentice Hall, 1979.

PUBinfo. <https://www.pubinfo.id/instansi-243-kemenpora--kementerian-pemuda-dan-olahraga.html>. 30 January 2014. 2 May 2020.

Purtill, Corinne. "How lockdown redefines our weekends." *Remote Control BBC* 4 April 2020. <<https://www.bbc.com/worklife/article/20200402-how-lockdown-redefines-our-weekends>>.

Tahrus, Zainun Nur Hisyam. "Dunia dalam Ancaman Pandemi: Kajian Transisi Kesehatan dan Mortalitas Akibat COVID-19." *Research Gate* (2020).

## BIOGRAFI PENULIS

Magdalena Lestari Ginting (b. 1985) *Graduated from Atma Jaya University Bachelor Degree of Advertising and & Marketing Communication 2007, Gadjah Mada University Master Degree of Public Policy 2009, Sebelas Maret University Master Degree of Communication Comm. Management 2014. She is a "green" entrepreneur, and now a lecturer of Communication Sciences at Pelita Harapan University.*

# SENGKARUT INFORMASI DI MASA PANDEMI DALAM PERSPEKTIF ETIKA KOMUNIKASI

---

**Rosalia Prismarini Nurdiarti, M.A**  
*Universitas Mercu Buana Yogyakarta*  
*Jl. Padjadjaran (Ring Road Utara), Condongcatur,*  
*Depok, Sleman, Yogyakarta*

Informasi menjadi nadi dari sebuah proses komunikasi. Informasi yang baik, benar dan berkualitas mampu memberikan pondasi-pondasi pengetahuan bagi masyarakat serta menggerakkan sebuah perubahan.

Informasi menjadi rujukan pertimbangan untuk segala keputusan komunikasi yang menyangkut kebaikan bersama. Satu sisi, informasi juga merupakan interpretasi maka tidak mengherankan apabila ada potensi rekayasa informasi menyusup diantara celah gagasan dan opini.

Rekayasa tersebut mampu mendorong pada pencitraan atau justru kecemasan yang berdampak pada kepanikan sosial. Hal ini juga yang akan disorot pada tulisan ini, di tengah kekhawatiran dan kekalutan yang terjadi di masyarakat akibat pandemi Covid-19, luapan informasi maha dahsyat justru mendera dan acap bermutasi menjadi kabar bohong, tipu muslihat atau konstruksi wacana yang melebarkan panggung politik untuk kepentingan atau golongan tertentu.

Di sinilah penting melihat bagaimana etika komunikasi menempatkan ruang dan nafasnya untuk melihat secara lebih jernih bagaimana sebuah informasi mampu membawa spirit harapan di antara kondisi psikologis masyarakat di tengah pandemi ini.

## **A. MEMAHAMI KETEGANGAN INFORMASI DI MEDIA**

Objektivitas dan kejujuran dalam menyampaikan informasi menjadi jantung supaya para pelaku media dapat menghindari prasangka buruk atau menyebarkan fitnah dan mencari – cari kesalahan orang lain (Fabriar). Dalam logika media yang sudah hidup dalam lingkungan kompetisi dan persaingan bisnis, logika waktu pendek atau logika kecepatan berita (efektifitas dan aktualitas) informasi menjadi sangat diutamakan. Apalagi sejak perkembangan media baru, masyarakat dunia semakin terbuka menuju sistem masyarakat informasi. Banyak media cetak di Indonesia juga sudah merambah pada “versi”



yang terlibat dalam gugus tugas Covid-19 maupun pekerja media, melakukan kewajiban atas peran masing-masing dan didorong oleh kewajiban bertindak baik tanpa ada maksud lain.

Etika komunikasi dalam hal ini juga bersinggungan dengan etika publik, secara inheren media juga memiliki tanggung jawab dalam mengemban etika ini. Hal yang menjadi benang merah adalah terkait integritas publik yang terungkap dalam konsistensi sikap etis dan pembiasaan diri melakukan yang baik. Dari kasus di atas, narasumber dominan dari pejabat publik, sehingga etika publik harus menjadi kriteria yang mendasari kewenangan jabatannya, dan menjadi nilai moralitas dalam pemberian layanan publik (Sumahdumin). Setiap lembaga publik harus bekerja dengan merujuk pada nilai yang berlaku sebagai budaya kerja di institusinya. Dengan demikian etika komunikasi perlu juga memperhitungkan mekanisme pasar, hak publik akan informasi dan juga aspirasi warga negara.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- Abadi, Totok Wahyu. "Aksiologi: Antara Etika, Moral, Dan Estetika." *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 2, 2016, pp. 187–203, doi:10.21070/kanal.v4i2.1452.
- Dal, Din &. "Netizen Cibir Situs Kemenkes 'Lemot' Soal Virus Corona." *Cnnindonesia.Com*, 12 Mar. 2020, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200312114232-192-482777/netizen-cibir-situs-kemenkes-lemot-soal-virus-corona> akses 2 Mei 2020.
- "Data Positif Covid-19 Di DKI: Beda 82 Antara Data Kemenkes Dan Pemprov." *Wartaekonomi.Co.Id*, 8 Apr. 2020, <https://www.wartaekonomi.co.id/read280294/data-positif-covid-19-di-dki-beda-82-antara-data-kemenkes-dan-pemprov> akses 2 Mei 2020.
- Dewi, Santi. "BNPB Akui Perbedaan Data Pasien COVID-19 Di Pusat Dan Daerah." *Jogja.Idntimes.Com*, 6 Apr. 2020, <https://jogja.idntimes.com/news/indonesia/santi-dewi/bnpb-benarkan-data-pasien-covid-19-daerah-pusat-tidak-sinkron-regional-jogja> akses 2 Mei 2020.
- Fabriar, Riskha Silvia. "Etika Media Massa Di Era Global." *An-Nida*, vol. 6, no. 01, 2014, pp. 70–84, <https://ejournal.unisnu.ac.id/JKIN/article/view/174/292>.
- Haryatmoko. *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, Kekerasan Dan Pornografi*. Kanisius, 2011.
- Mutiah, Tuty, et al. "Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, vol. 1, no. 1, 2019, pp. 14–24,

- <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1561/pdf>.
- Respati, Wira. "Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi Di Indonesia." *Humaniora*, Binus, vol. 05, no. 01, 2014, pp. 39–51, <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/2979/2372>.
- Sumahdumin, Oleh D. "Etika Publik Dan Reformasi Birokrasi vs Korupsi." *Jurnal Inspirasi*, vol. 6, no. 2, 2015, pp. 26–31, doi:<https://doi.org/10.35880/jurnal%20inspirasi.v6i2.35>.
- Susanto, Harry Eko. "Media Massa, Keterbukaan Informasi Dan Kekuasaan Negara." *Komunikasi Dan Pemilihan Umum 2014: Persiapan, Pelaksanaan Dan Masa Depan*, edited by Rajab: Kadarisman Murwani, Endah: Ritonga, 2014, pp. 583–90, <http://repository.untar.ac.id/1737/27/B27> Media Massa%2C Keterbukaan Informasi Dan Kekuasaan Negara .pdf.
- TapSELL, Ross. *Kuasa Media Di Indonesia: Kaum Oligarkhi, Warga Dan Revolusi Digital*. Marjin Kiri, 2018.

## BIOGRAFI

Rosalia Prismarini Nurdiarti, S.Sos., M.A saat ini mengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi dan & Multimedia Universitas Univ. Mercu Buana. Pendidikan sarjana ditempuh di Universitas Univ. Atma Jaya Yogyakarta, lalu melanjutkan pasca sarjana distudi lanjut pada Universitas Univ. Gadjah Mada. Bidang kajian yang ditekuni meliputi kajian media dan budaya, komunikasi politik, komunikasi kom. Organisasi, dan serta jurnalisme. Pada tahun 2018 mendapatkan hibah Penelitian Dosen Pemula dari Dikti dengan tema riset manajemen krisis. Pada tahun 2019 memperoleh hibah PKM dari Dikti, dengan mitra UMKM "Bakpia Ivan" di daerah Bantul, Yogyakarta. Beberapa karya tentang kajian media, kajian pesan dalam komunikasi politik dan isu – isu organisasi telah terbit di jurnal nasional dan *book chapter*. Penulis bisa dihubungi melalui email Email: [rosa@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:rosa@mercubuana-yogya.ac.id)

Rosalia Prismarini Nurdiarti, S.Sos., M.A saat ini mengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Univ. Mercu Buana. Pendidikan sarjana di Univ. Atma Jaya Yogyakarta, lalu studi lanjut pada Univ. Gadjah Mada. Bidang kajian yang ditekuni meliputi kajian media dan budaya, komunikasi politik, kom. Organisasi, serta jurnalisme. Email: [rosa@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:rosa@mercubuana-yogya.ac.id)

# MANIPULASI INFORMASI BERBASIS SENTIMEN PRIMORDIAL DALAM MASA PANDEMI COVID-19: SEBUAH USULAN STRATEGIS

---

**Maria Puspitasari**  
*Universitas Indonesia*  
*Salemba Raya, Jakarta Pusat*

## **A. POLITIK IDENTITAS SEBAGAI NARASI DI MEDIA SOSIAL**

Narasi dalam arena media berbasis digital pada masa Pandemi Covid-19 terutama dalam kurun waktu Maret hingga Mei 2020 diwarnai dengan beragam isu. Dalam kondisi dimana masyarakat dibatasi dalam berkegiatan di luar rumah, membawa implikasi pada peningkatan jumlah waktu dalam mengakses media secara lebih luas. Televisi dan juga media konvergen termasuk media sosial menjadi media yang mengalami peningkatan pemanfaatan. Bahkan terjadi lonjakan penggunaan data internet yang signifikan sebagaimana disebutkan dalam harian *Republika* pada awal April (Putra, 2020).

Salah satu isu yang mengemuka adalah terkait dengan isu Tionghoa. Meski tidak secara langsung menunjuk pada etnis Tionghoa, akan tetapi isu “Cina atau Kecinaan” di Indonesia, atau China sebagai negara kerap kali di konstruksi sebagai entitas yang sama. Setidaknya terdapat empat isu yang di konstruksi masuk dalam ranah “Cina”. Pertama adalah isu penolakan terhadap tenaga kerja asing (TKA) dari China yang disinyalir masuk ke Indonesia secara masif dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dan menggeser peran tenaga kerja lokal di beberapa proyek strategis pembangunan infrastruktur di Indonesia dan juga dalam sejumlah bidang industri dan pertambangan. Meski sebagai sebuah fakta sosial telah di klarifikasi oleh pemerintah, narasi tentang TKA dari China kembali muncul secara intens pada masa Pandemi Covid-19/COVID-19 ini. Narasi ini disuarakan salah satunya oleh seorang anggota komisi I DPR dari PKS di harian *Tempo.co* (Cahyani, 2020).

Isu kedua disuarakan oleh politisi Fadli Zon mengenai pelanggaran HAM yang dilakukan pengelola kapal asing berbendera China kepada awak kapal yang merupakan warga negara Indonesia, terutama terkait dengan isu mutakhir tentang pelarungan jenazah awak kapal (Tribunnews, 2020).

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C., 2011. Bung Karno: Penyambung Lidah Rakyat Indonesia. (edisi revisi) Jakarta: Yayasan Bung Karno.
- Ainger, K., 2001. Megalomedia: *The Voice of Globalization*. *New Internationalist* 333 April 2001
- Cahyani, DR, 2020. "500 TKA Cina Masuk RI Saat Corona, DPR: Pemerintah Tak Peka."  
<https://wartakota.tribunnews.com/2020/05/07/jenazah-abk-indonesia-dibuang-ke-laut-dari-kapal-ikan-cina-fadli-zonpelanggaran-ham-dan-penghinaan>. TEMPO.CO,
- Chiodo, CP, Broughton, KK, dan Michalski, MP. 2020. "Caution: Wit and Humor During the COVID-19 Pandemic." *Article reuse guidelines: sagepub.com/journals-permissions*  
Dhttp://dx.doi.org/10.1017/1017171/10007712100972230695231651  
[journals.sagepub.com/home/fai](https://journals.sagepub.com/home/fai)
- Cooper, E & Jahoda, M. 2010. "The Evasion of Propaganda: How prejudice people respond to anti-prejudice propaganda." *The Journal of Psychology, Interdisciplinary and Applied*. Volume 23, Issue 1.
- Gelders dan Ihlen, 2010. "Government communication about potential policies: Public relations, propaganda or both?", *Public Relations Review* 36. h. 59–62
- Grossman, G, Kim, S, Rexer, JM, Thirumurthy, H. 2020. "Political partisanship influences behavioral responses to governors' recommendations for COVID-19 prevention in the United States".  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3578695](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3578695)
- Haryanto, Rachmat, 2015. "Analisa wacana Anti Cina dalam pemberitaan harian Kompas dan Republika menjelang Kerusuhan Mei 1998". Skripsi pada Universitas Indonesia
- Kahin, GMT, 1995. Refleksi Pergumulan Lahirnya Republik Nasionalisme dan Revolusi di Indonesia. Jakarta: Sebelas Maret University Press dan Pustaka Sinar Harapan
- Simbolon, PT, 2007. *Menjadi Indonesia*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Puspitasari, 2018. "Binary opposition in narrations of native in social media". *Jurnal Komunikasi ISKI*. Volume 2 Nomor 1 (<http://jurnal-iski.or.id/index.php/jkiski/issue/view/10>)
- Putra, YMP. 2020. "Praktisi: Antisipasi Lonjakan Penggunaan High Data Internet", *Republika Online*, Ahad 05 Apr 2020 05:27 WIB

- Thelwall, M. 2020. "Retweeting for COVID-19: Consensus building, information sharing, dissent, and lockdown life." Statistical Cybermetrics Research Group, University of Wolverhampton, UK
- Tirkkonen, P dan Luoma-aho, V. 2011. "Online authority communication during an epidemic: A Finnish example" dalam Public Relations Review, 37 (2011) 172–174

### **BIOGRAFI PENULIS**

Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ketahanan Nasional pada Sekolah Kajian Strategik dan Global, Universitas Indonesia ini menaruh minat pada isu media, multikulturalisme dan ketahanan nasional.

# STRATEGI PEMBERITAAN INJIL GEREJA PROTESTAN MALUKU MERESPON PANDEMIK COVID-19

---

**Mutiara Dara Utama Watubun**  
*Universitas Kristen Indonesia Maluku*  
*Jl. OT. Pattimaipauw Ambon 97115*

## A. ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan Strategi Pemberitaan Injil Gereja Protestan Maluku dalam masa pandemik covid-19, metode yang digunakan adalah kualitatif yang mendeskripsikan dan menganalisis fakta-fakta yang terjadi di lapangan dengan Teknik pengambilan data dengan pengamatan, terlibat secara langsung, wawancara dan penelaahan dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemberitaan injil GPM telah berhasil meningkatkan kualitas hidup jemaat, memperlancar komunikasi keluarga, meningkatkan solidaritas antar umat beragama dan kelestarian lingkungan hidup sekitar jemaat makin terjaga. Pemanfaatan pesan melalui Chanel dalam TV Kabel perlu ditingkatkan dengan cara membuat program-program kreatif yang berasal dari jemaat untuk jemaat dan masyarakat sekitar.

**Kata Kunci:** Strategi Pemberitaan Injil, Gereja Protestan Maluku,  
Pandemik Covid-19

## B. PENDAHULUAN

Awal Bulan Maret 2020, Pemerintah Indonesia memulai langkah-langkah memerangi pandemik *Corona Virus Disease (Covid-19)* yang saat itu mulai masuk di Indonesia. Pemerintah menetapkan langkah-langkah strategis. *Social distancing* merupakan salah satu langkah pencegahan dan pengendalian infeksi covid-19 dengan membatasi kunjungan ke tempat ramai dan kontak langsung dengan orang lain. Secara konkrit penerapan *social distancing* yang dilakukan, yaitu; bekerja dari rumah (*work from home*), belajar di rumah secara *online* bagi siswa sekolah dan mahasiswa, menunda pertemuan atau acara yang dihadiri orang banyak, seperti ibadah-ibadah, konferensi, seminar, dan rapat, atau melakukannya secara online melalui konferensi video atau

pertama, Kualitas komunikasi dan kebersamaan setiap anggota keluarga semakin meningkat; kedua, lingkungan hidup tempat tinggal jemaat semakin diperhatikan; ketiga, solidaritas semakin tinggi, rasa mengasihi sesama antar umat beragama semakin meningkat. Sedangkan dampak negatifnya adalah ada juga anggota keluarga yang belum memanfaatkan waktu dengan baik sehingga kualitas hidup semakin berkurang.

## F. PENUTUP

Strategi Pemberitaan Injil Gereja Protestan Maluku dalam merespon pandemic Covid-19 berjalan dengan efektif. Strategi komunikasi yang digunakan adalah tidak merubah inti dalam pemberitaan injil, hanya merubah cara dan pelaksanaan pemberitaan injil yaitu ke rumah masing-masing jemaat. Komunikator dalam strategi pemberitaan injil tetap perpusat pada GPM dengan melibatkan peran aktif dari masing-masing anggota keluarga sesuai dengan panduan liturgi yang diberikan LPJ GPM.

Pesan yang disampaikan dalam pemberitaan injil ini jelas yaitu kebenaran Firman Tuhan, Khalayak yang terdiri atas anggota keluarga masing-masing jemaat dapat terlayani dengan baik. Media yang digunakan sudah efektif yaitu media konvensional, media elektronik, media baru. Namun yang menjadi saran untuk GPM adalah efektifitas penggunaan *channel* dalam TV Kabel yang belum optimal. *Channel* dalam TV Kabel on selama 24 jam dan dapat dinikmati oleh masing-masing jemaat. Untuk itu perlu adanya pembuatan program acara yang menarik dan kreatif dari jemaat untuk jemaat. Seperti misalnya Program Ibadah Sekolah Minggu, Ibadah Wadah Perempuan, Wadah Laki-laki, Angkatan Muda GPM dapat disiarkan melalui TV kabel selain lebih murah dapat dijangkau lebih luas. Dapat juga menjadi ajang promosi hasil bumi dan alam, kuliner, kreatifitas. Bahkan dapat juga bekerja sama dengan sekolah-sekolah terdekat untuk mengisi ruang belajar bersama dari rumah mengingat dalam setiap jemaat memiliki keanekaragaman profesi anggota jemaat, seperti guru, dosen, petani, nelayan, PNS, Polisi, Tentara, Wiraswasta.

## G. DAFTAR PUSTAKA

- Ali Alamsyah Kusumadinata, Maria Fitriah. "Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Melalui Program Pemberdayaan Keluarga." *Aspikom*, vol. 3, no. 2, 2017.
- Gereja Protestan Maluku. Pesan Gembala Meresponi Pandemi Covid-19. 2020, hal. 1–6, <http://sinodegpm.org>.
- Kantor Staf Kepresidenan RI. Penanganan Covid-19 Protokol Komunikasi Publik. 2020.

- Nanuru, Ricardo Freedom, dan Mutiara Dara Utama. "Dynamics of proposition and funding of lecturers' research proposal at private universities in higher education service institutes region XII – Indonesia." *International Journal of Scientific and Technology Research*, vol. 9, no. 1, 2020, hal. 3085–90, doi:10.4108/eai.18-7-2019.2289201.
- Prof. Dr. Alo Liliweri, M. Strategi Komunikasi Masyarakat. Diedit oleh Nur Faizah, 1 ed., 2010.
- Utama, Mutiara Dara. *Gereja Yang Melayani Anak*. Diedit oleh Johan R Saimima dan Rudolf Rahabeat, 1 ed., Satya Wacana University Press, 2019.
- . "Peran Pemerintah Kota Ambon dalam mewujudkan Kota Layak Anak 2019." *Badati*, vol. 2, no. 1, 2020, <http://ojs.ukim.ac.id/index.php/badati/article/view/408>.
- W.Cresswell, John. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Diedit oleh Saifuddin Zuhri Qudsy, 1 ed., Pustaka Belajar, 2015.
- Wardyaningrum, Damayanti. "Perubahan Komunikasi Masyarakat Dalam Inovasi Mitigasi Bencana (Studi Pada Masyarakat Di Wilayah Rawan Bencana Gunung Merapi Sebelum Dan Setelah Erupsi Tahun 2010)." *Jurnal Komunikasi*, vol. 10, no. 2, 2016, hal. 133–52, doi:10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art3.
- West, Richard, dan Lynn Turner. *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*. Diedit oleh Nina Setyaningsih, 3 ed., Salemba Humanika, 2008.

## **BIOGRAFI PENULIS**

Mutiara Dara Utama Watubun, Dosen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Kristen Indonesia Maluku, Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Maluku 2017-2020.



# KOMUNIKASI KRISIS PEMERINTAH, MEDIA MASSA, DAN KEPANIKAN MORAL PADA MASA PANDEMI COVID-19

---

**Louisa Christine Hartanto**  
**Universitas Ciputra Surabaya**  
**CBD Boulevard Citraland, Surabaya**

Kepanikan moral adalah salah satu efek yang dapat ditemukan dan dirasakan oleh masyarakat Indonesia dalam masa pandemi COVID-19. Kepanikan moral menyebabkan banyak hal, mulai dari *panic buying*, sampai pengucilan dan pengusiran sekelompok orang dari masyarakat. Munculnya kepanikan moral, tentu tidak lepas dari campur tangan media massa yang kerap memberitakan COVID-19 tanpa henti. Tak jarang berita-berita yang ditampilkan menggiring masyarakat menjadi semakin panik. Tulisan ini tidak hanya melihat peran media dalam menciptakan kepanikan moral pada masa pandemi Corona di Indonesia, tapi juga menilik peran pemerintah, utamanya pada strategi komunikasi krisis yang dilakukan.

## **A. KEPANIKAN MORAL DAN MEDIA MASSA**

Melalui penjelasan dalam buku berjudul *Analisis Naratif* (Eriyanto), penulis menyimpulkan kepanikan moral sebagai seperangkat tindakan yang dilabeli sebagai perilaku buruk. Tindakan-tindakan ini kemudian digaungkan oleh media massa untuk mendapat perhatian lebih luas dari masyarakat. Tujuannya tentu agar semakin banyak yang mengamini label perilaku buruk tersebut.

Dalam kasus pandemi COVID-19 ini, dapat ditemui tindakan *panic buying*, penimbunan bahan makanan, penimbunan alat kesehatan, dan pengusiran sejumlah petugas medis dari tempat tinggalnya. Seperangkat tindakan atau perilaku ini adalah efek dari terbentuknya kepanikan moral.

Bila ditelaah dari proses terjadinya sesuai dengan penjabaran Eriyanto, adalah seperti pada diagram berikut.

alat kesehatan, pembangunan rumah sakit khusus, hingga kebijakan-kebijakan berkaitan dengan ekonomi, dan bantuan sosial. Artinya, saat ini langkah komunikasi krisis pemerintah berfokus pada minimalisasi, mengurangi dampak kerusakan yang terjadi.

Berkat komunikasi krisis pemerintah yang mulai berjalan, publik kini dapat meredakan kepanikannya sedikit. Media massa mulai memberitakan kabar-kabar positif, serta pemberitaan media mulai dihiasi dengan topik selain COVID-19. Terbukti dengan mulai menurunnya harga-harga alat kesehatan seperti masker dan antiseptik, tersedianya *stock* sembako di pasaran, serta berangsur normalnya kegiatan sehari-hari masyarakat.

### **C. DAFTAR PUSTAKA**

Eriyanto. Analisis Naratif. Kencana, 2013.

Nabi, R. L., and M. B. Oliver. The SAGE Handbook of Media Processes and Effects. SAGE Publications, 2009.

Puspitasari. Komunikasi Krisis. Penerbit Libri, 2016.

Tamburaka, Apriadi. Agenda Setting Media Massa. Rajawali Pers, 2013.

### **BIOGRAFI PENULIS**

Louisa Christine Hartanto merupakan salah seorang pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis Media, Universitas Ciputra Surabaya. Kajian yang diminatinya seputar teknologi, media massa, dan politik. Kontak: [christine.hartanto@ciputra.ac.id](mailto:christine.hartanto@ciputra.ac.id)

# JARINGAN AKTOR, KEBERHASILAN PENERAPAN *PHYSICAL-DISTANCING*

---

**Roswita Oktavianti**

***Universitas Tarumanagara***

***Jalan Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440***

Artikel ini ditulis berangkat dari kegelisahan penulis melihat masih banyaknya warga di sekitar tempat tinggal yang menghadiri kegiatan atau pertemuan dalam komunitas, walau sudah dilarang oleh pemerintah. Jika presiden sebagai pemimpin tertinggi negara tidak didengar, siapa aktor sentral yang mampu menggerakkan jaringan? Adakah hal-hal lain yang mampu memobilisasi anggota dalam jaringan?

## **A. AKTOR, AGENSI DAN AKTAN**

Penerapan jarak fisik atau *physical-distancing* sebagai salah satu cara menahan/menghentikan penyebaran virus corona baru (*novel corona virus*) bisa berhasil sepenuhnya jika aktor sentral dalam jaringan menjalankan perannya secara maksimal. Lebih tepatnya, pemerintah jeli dalam melakukan pendekatan terhadap aktor-aktor utama, serta mengidentifikasi agensi dan aktan dalam jaringan.

Aktor merupakan perantara (*intermediaries*) sekaligus *mediator* yang bisa membuat gerakan sosial (Latour, 2005). Dalam Teori Jaringan Aktor, aktor terdiri atas aktor manusia dan non-manusia (Ballantyne, 2015). Namun dalam tulisan ini, penulis membatasi pada aktor individu manusia.

Teori Jaringan Aktor sendiri berawal dari bidang studi ilmu pengetahuan dan teknologi di tahun 1980, dari hasil kerja tiga akademisi yakni Michel Callon, Bruno Latour dan John Law (Heeks, 2013). Teori Jaringan Aktor dimulai dari sejumlah kasus di bidang teknik dan biologi di mana sebuah sistem dibentuk secara sosial dan material oleh aktor di dalamnya. Sementara Law sendiri pernah melakukan studi di bidang sosial mengenai jaringan kontrol Portugis yang mampu bertahan lama dan mengendalikan separuh dunia (Law, 2007). Studi pada tahun 1990an itu menandai momen ketika teori ini digunakan dalam pendekatan khusus untuk teori sosial.

## D. DAFTAR PUSTAKA

- Ballantyne, N. (2015). *Human Service Technology and The Theory of the Actor Network*. *Journal of Technology in Human Services*, 33(1), 104-117.
- Callon, M., Law, J., & Arie, R. (1986). *Mapping the Dynamics and Science of Technology Sociology of Science in the Real World*. London: The Macmillan Press.
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Heeks, R. (2013). *Actor-Network Theory for Development Working Papers Apply The Ideas and Concepts of Actor-Network Theory to Issues and Cases Within International Development Paper No. 1*. UK: Centre for Development Informatics, Institute for Development Policy and Management.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. New York: Oxford University Press Inc.
- Law, J. (2007, April 25). Retrieved from <http://www.heterogeneities.net/http://www.heterogeneities.net/publications/Law2007ANTandMaterialSemiotics.pdf>
- Monge, P. R., & Contractor, N. S. (2003). *Theories of Communication Networks*. New York: Oxford University Press.
- Newman, M. E. (2010). *Networks an Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Nohria, N., & Eccles, R. G. (1992). *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: The Free Press.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic Planning for Public Relations 5th Edition*. New York: Routledge.
- Wang, Y., Yuan, Y., Turel, O., & Tu, Z. (2015). Understanding the Development and Diffusion of Mobile Technologies in China: A Biographical Study with and Actor-Network Theory Perspective. *International Journal of Electronic Commerce*, 19(4), 47-76. doi:10.1080/10864415.2015.1029358

## **BIOGRAFI PENULIS**

Penulis merupakan akademisi di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta. Penulis memiliki ketertarikan dalam bidang kajian jaringan komunikasi dan jaringan aktor. Penulis bisa dihubungi melalui *e-mail* [roswitao@fikom.untar.ac.id](mailto:roswitao@fikom.untar.ac.id).

# MELAWAN INFODEMIK DI TENGAH PENYEBARAN COVID-19

---

**Mia Angeline**

***Bina Nusantara University***

***Jl. KH Syahdan No. 9, Jakarta***

Tahun 2020 bisa jadi merupakan tahun yang tidak terlupakan bagi sebagian besar manusia. Di awal tahun, virus corona atau COVID-19 menyebar dan membuat roda industri melambat. Aktivitas sehari-hari terhenti sejenak dengan adanya karantina berskala besar. Pada pertengahan bulan Februari 2020, World Health Organization (WHO) mengumumkan kalau pandemi COVID-19 juga diikuti oleh sebuah fenomena ‘infodemik’ dari misinformasi (Thomas). Infodemik sendiri merujuk pada penyebaran informasi terkait suatu isu tanpa mempertimbangkan kebenarannya dan dapat membuat masyarakat bingung dan panik. Mis dan disinformasi sendiri sebenarnya bukanlah hal baru atau unik yang hanya terjadi pada saat wabah COVID-19 saja, melainkan telah terjadi jauh sebelum itu. Namun, informasi palsu tumbuh subur ketika kita berada dalam situasi krisis.

## **A. INFODEMIK DAN KRISIS**

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai mis dan disinformasi, ada baiknya kita melihat lebih dalam definisi dari kedua istilah ini. Misinformasi berarti informasi palsu dan tidak akurat yang secara tidak sengaja disebarluaskan, sedangkan disinformasi berarti informasi palsu yang secara sengaja disebarluaskan dengan tujuan tertentu (Wardle). Hal ini berarti jika seseorang dengan sengaja memproduksi konten berisi informasi palsu mengenai resep atau tindakan yang perlu dilakukan untuk mencegah COVID-19, konten tersebut termasuk ke dalam disinformasi. Namun jika orang lain yang membaca konten yang sama tersebut dan *percaya* kalau hal itu benar dan menyebarkannya ke orang-orang lain dengan niat membantu, maka konten ini bisa dimaknai sebagai misinformasi.

Dengan pengertian di atas, maka menggolongkan suatu konten menjadi mis atau disinformasi saja akan menjadi sangat sulit. Termasuk ketika kita membicarakan motivasi seseorang membuat konten disinformasi. Karena itu,

terakhir ini, karena literasi digital secara sederhana dapat diajarkan oleh siapa pun kepada orang-orang terdekatnya.

Setelah memahami betapa bahayanya infodemic, maka mari kita melakukan peran kita masing-masing untuk meredam penyebaran disinformasi tersebut. Secara sederhana, kita dapat selalu melakukan cek fakta sebelum membagikan suatu berita kepada orang lain. Kita juga dapat mengajarkan skill cek fakta ini kepada orang-orang terdekat kita, agar tidak ada lagi yang tertipu dengan informasi palsu.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- Brennen, Authors J. Scott, et al. *"Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation."* Oxford University Press, no. April, 2020, pp. 1–13.
- Ellis, Emma Grey. *"Coronavirus Conspiracy Theories Are a Public Health Hazard | WIRED."* Wired Culture, 2020, <https://www.wired.com/story/coronavirus-covid-19-misinformation-campaigns/>.
- Firmansyah, M. Julnis. *"Polisi Sebut Ada 443 Kasus Hoaks Seputar Virus Corona - Metro Tempo.Co."* Tempo.Co, 2020, <https://metro.tempo.co/read/1338569/polisi-sebut-ada-443-kasus-hoaks-seputar-virus-corona>.
- Kominfo. *Isu Hoaks Corona Virus Rilis 15 April 2020.* no. April, 2020, p. 530, [https://www.kominfo.go.id/content/all/laporan\\_isu\\_hoaks](https://www.kominfo.go.id/content/all/laporan_isu_hoaks).
- National Geographic. *"Fake Animal News Abounds on Social Media as Coronavirus Opens Life | National Geographic."* National Geographic Animals, 2020, <https://www.nationalgeographic.co.uk/animals/2020/03/fake-animal-news-abounds-social-media-coronavirus-opens-life>.
- Posetti, Julie, and Kalina Bontcheva. *"Disinfodemic: Deciphering COVID-19 Disinformation."* UNESCO Policy Brief 1, 2020, pp. 1–17, <https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic>.
- Reuters. *"False Claim: 5G Networks Are Making People Sick, Not Coronavirus - Reuters."* Reuters Fact Check, 2020, <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-coronavirus-5g/false-claim-5g-networks-are-making-people-sick-not-coronavirus-idUSKBN2133TI>.
- Thomas, Zoe. *"WHO Says Fake Coronavirus Claims Causing 'infodemic' - BBC News."* BBC News, 2020, <https://www.bbc.com/news/technology-51497800>.

- Wardle, Claire. "First Draft's Essential Guide to Understanding Information Disorder." First Draft News, no. October, 2019, p. 32, doi:10.3726/978-3-0352-0191-8/4.
- Wisnubrata. "Kumur Air Garam Bisa Cegah Virus Corona, Apakah Terbukti? Halaman All - Kompas.Com." Kompas Lifestyle, 2020, <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/31/225524820/kumur-air-garam-bisa-cegah-virus-corona-apakah-terbukti?page=all>.
- Yuliani, Ayu. "Mengenal Ais, Mesin Pengais Konten Internet Negatif Milik Kominfo." Kominfo, 2018, [https://kominfo.go.id/content/detail/12252/mengenal-ais-mesin-pengais-konten-internet-negatif-milik-kominfo/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/12252/mengenal-ais-mesin-pengais-konten-internet-negatif-milik-kominfo/0/sorotan_media).

### **BIOGRAFI PENULIS**

Mia Angeline bekerja sebagai dosen dan peneliti di Bina Nusantara University. Kesukaannya pada teknologi membawa penelitiannya ke seputar media dan literasi digital, serta dunia *public relations*. Selain sebagai dosen, ia juga aktif dalam berbagai kegiatan literasi digital. Waktu senggangnya diisi dengan membaca buku dan mengagumi seni kontemporer.



# PANDEMI COVID-19: PENTINGNYA PENDEFINISIAN ULANG KOMUNIKASI KRISIS DI ERA *POST-TRUTH*

---

**Cosmas Gatot Haryono**

*Universitas Bunda Mulia*

*Jl. Lodan Raya no. 2 Ancol Jakarta Utara*

## **A. PENGANTAR**

Pandemi COVID-19 yang menyerang dunia benar-benar melumpuhkan kehidupan hampir semua Negara. Wabah ini menimbulkan gejala yang luar biasa dahsyat dalam segala segi kehidupan manusia. Yang lebih mengkhawatirkan lagi, pandemi ini tidak memicu ketidakstabilan darurat kesehatan nasional, tetapi juga sangat memukul perekonomian global seiring dengan mulai runtuhnya ketahanan bisnis dan gelombang pemecatan pekerja yang menyertainya serta ancaman kelaparan.

Wabah COVID-19 ini ditengarai berpotensi mengubah tatanan ekonomi dunia yang ditandai dengan berubahnya peta perdagangan dunia, selain mengakibatkan mandeknya berbagai bidang usaha (Supriyanto, 2020). Bahkan Sekretaris Jenderal PBB, Antonio Guterres, menyebutkan bahwa *pandemic* COVID-19 ini telah menghadirkan 'gelombang tsunami kebencian dan xenofobia' (Salengke,2020). Oleh karena itu, langkah-langkah strategis yang diambil pemerintah Joko Widodo dalam mengelola krisis ini menjadi sangat krusial dan menentukan. Karena bagaimanapun juga pandemi COVID-19 ini tak hanya mengganggu menimbulkan krisis perekonomian, tetapi juga akan memunculkan kegelisahan sosial dan memicu krisis politik di tengah-tengah masyarakat.

## **B. PENTINGNYA PENDEFINISIAN ULANG KOMUNIKASI KRISIS**

Dalam manajemen krisis, komunikasi krisis merupakan komponen vital yang harus terus menerus dikembangkan (Eriksson,2020). Dalam perkembangannya menunjukkan bahwa kebutuhan akan komunikasi krisis di dunia ini telah meningkat. Dengan kata lain, mengubah krisis komunikasi menjadi proses yang lebih efisien dan menggunakannya sebagai sarana "berkelanjutan" komunikasi adalah syarat utama manajemen kritis (Coombs,2015).

pemerintah. Maka, seharusnya pemerintah perlu melakukan perlawanan dengan cerita atau narasi yang setara atau lebih meyakinkan. Ketika ada ketidakpercayaan, kekuatan narasi seharusnya dimaksimalkan. Dalam hal narasi, sebenarnya tanpa menunjukkan pembenaran (atau mengklaim) akan kebijakan yang diambil institusi pun, narasi itu sesungguhnya menunjukkan klaimnya sendiri (Tuncer, 2018).

Dalam sudut pandang paradigma naratif, krisis dapat didefinisikan sebagai kelemahan narasi dominan yang ingin dipertahankan oleh eksekutif atau pemilik organisasi. Menurut Heath, setiap model komunikasi krisis sebenarnya adalah sebuah narasi (Heath, 2004). Menurutnya, krisis menciptakan ruang narasi, kesenjangan komunikasi atau kekurangan makna yang bisa diisi oleh cerita-cerita dari sudut pandang mereka yang mengalami atau mengelola krisis, media dan pengamat.

Oleh karena itu, memahami narasi dan sudut pandangnya merupakan hal yang sangat penting. Bahkan menurut Steven Fink bila krisis yang terjadi terkait dengan perbedaan antara apa yang organisasi rencanakan atau mengimplementasikan dan sudut pandang para pemangku kepentingannya, dan jika ada perselisihan serius atau konflik antara realitas dan persepsi, yang selalu menjadi pemenangnya adalah persepsi (Fink, 1986).

#### **D. KESIMPULAN**

Tantangan pemerintah dalam menangani pandemic COVID-19 di era *post-truth* ini tidak mudah. Cara-cara lama penanganan komunikasi krisis tidak bisa diandalkan lagi. Perlu adanya pendekatan baru yang lebih sesuai dengan perkembangan zaman. Mengingat bahwa krisis menyebar sebagai cerita baik melalui media dan / atau pada selentingan, maka dibutuhkan upaya pemerintah untuk melawan narasi / cerita ini dengan cerita lain yang persuasif dan komprehensif.

Di era sekarang, menghadirkan bukti dan data yang valid tidak lagi menjadi tuntutan. Sebaliknya cerita yang bagus dengan struktur narasi yang persuasif lebih dibutuhkan saat ini. Bahkan klaim-klaim pemerintah yang berhasil melakukan 'ini-itu' tidak perlu ditonjolkan (bahkan dikurangi kalau bisa) karena menggambarkan pengalaman penanganan krisis yang terjadi dengan menarik akan menunjukkan klaim keberhasilan itu dengan sendirinya. Fisher [11] percaya bahwa semua pesan paling baik bila dilihat sebagai sebuah cerita.

Dalam konteks ini, maka peran pemimpin yang pendongeng menjadi relevan. Di era *post-truth* ini dibutuhkan pemimpin yang mempunyai kemampuan menarasikan sebuah peristiwa, kebijakan, atau penanganan krisis layaknya sebuah dongeng akan mendapat simpati masyarakat. Setiap cerita

pada akhirnya adalah sebuah drama dan setiap drama mewujudkan konflik yang perlu terjadi terselesaikan.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Coombs, W.T. (2015). The value of communication during a crisis: Insights from strategic communication research. *Business Horizons*, 58(2): 141-148.
- Edelman Trust Barometer (2018) Ries, T., Bersoff D., Adkins, S., Armstrong, C., and Bruening J., Access: <https://cms.edelman.com/sites/default/files/201801/2018%20Edelma n%20Trust%20Barometer%20Global%20Report.pdf>
- Eriksson, Mats (2018) Lessons for Crisis Communication on Social Media: A Systematic Review of What Research Tells the Practice, *International Journal of Strategic Communication*, 12:5, 526-551, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1510405
- Fearn-Banks, K. (2002) *Crisis Communication: A Casebook Approach*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, p. 2
- Fink, Steven. (1986). *Crisis management: planning for the inevitable*. AMACOM, New York. P.11
- Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case for public moral argument. *Communication Monographs*, 51, 1-21.
- Harrison, Neil & Luckett, Kathy (2019) Experts, knowledge and criticality in the age of 'alternative facts': re-examining the contribution of higher education, *Teaching in Higher Education*, 24 (3): 259-271, DOI: 10.1080/13562517.2019.1578577
- Heath, R. L. (2004). Telling a story: A narrative approach to communication during crisis. D. Millar & R. L. Heath (Eds.), *Responding to crisis: A rhetorical approach to crisis communication* (pp. 167–188). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. p. 169
- Salengke, Haufan Hasyim. (2020), Sekjen PBB: COVID-19 Telah Memicu Tsunami Kebencian dan Xenofobia, *Media Indonesia.com.*, Sabtu 09 Mei 2020, 13:56 WIB, <https://mediaindonesia.com/read/detail/311592-sekjen-pbb-COVID-19-telah-memicu-tsunami-kebencian-dan-xenofobia>
- Seeger, M. W. and Ulmer, R. R. (2001) "Virtuous responses to organizational crisis: Aaron Feuerstein and Milt Cole," *Journal of Business Ethics*, 31(4): 369 – 376.
- Supriyanto, Bambang. (2020). Dampak Pandemi COVID-19, *Ekonomi Indonesia Diperkirakan Pulih 2022*, *Bisnis.com* 27 April 2020. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200427/9/1233454/dampak-pandemi-COVID-19-ekonomi-indonesia-diperkirakan-pulih-2022>

- Syuhada, K. D. 2017. Etika Media di Era “Post-Truth” JURNAL Komunikasi Indonesia, Volume V Nomor 1 April 2017: 76-77
- Tuncer, Serdar. (2018). Reinterpreting Crisis Communication In The Post-truth era. *Moment Journal of Cultural Studies*, Vol 5, No 2: 368-382
- Williams, T.A., Gruber, D.A., Sutcliffe, K.M., Shepherd, D.A. (2017). Organizational response to Adversity: Fusing Crisis management and Resilience Research Streams. *The Academy of Management Annals*, Vol 11(2): 733-769

### **BIODATA PENULIS**

Cosmas Gatot Haryono adalah Dosen sekaligus Kepala Laboratorium TV dan Radio di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta. Penulis memperoleh gelar Sarjana di Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2002, gelar Magister di Universitas Indonesia tahun 2010 serta gelar Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia pada tahun 2019. Dia menulis buku “Melihat Industri Televisi dalam Perspektif kritis”. Email: cgharyono@gmail.com

## ***MEDIA LITERACY DALAM INFODEMIC COVID-19***

---

**Theresia Intan Putri Hartiana**

***Fakultas Ilmu Komunikasi***

***Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya***

***Jl.Dinoyo No.42-44 Surabaya***

### **A. COVID-19: BENCANA NASIONAL**

Pada Tanggal 13 April 2020, Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa COVID-19 yang terjadi di Indonesia sebagai bencana nasional. Keputusan ini tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020. Keppres tersebut menegaskan kembali terkait penanggulangan COVID-19 yang dilaksanakan Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 dalam Keppres 7 Tahun 2020 yang diubah dengan Keppres Nomor 9 Tahun 2020. Dampak Covid memang begitu besar bagi Indonesia tidak hanya pada jumlah korban yang terus bertambah, bahkan berdampak secara ekonomi bagi masyarakat. Khusus untuk Surabaya saja, data pada 2 Mei 2020, Jumlah Korban Positif COVID-19 berjumlah 496 orang, PDP 1.162, ODP 2.589, Sembuh 81, sehingga menjadikan Surabaya menjadi kota Penyumbang kedua terbesar setelah Jakarta untuk jumlah korban COVID-19.

Salah satu hal menarik yang diamati dari peristiwa COVID-19 ini, salah satunya adalah mengenai penyebaran Informasi terkait korban dan keberadaan tempat tinggal pasien melalui Whatsapp. Penyebaran COVID-19 yang begitu mudah dan cepat, membuat orang sekitar tempat tinggal pasien yang berinteraksi dengan pasien turut dalam pengawasan dan harus melakukan isolasi mandiri. Bahkan apabila ada yang mempunyai tanda-tanda sakit seperti Covid-9 akan langsung dikarantina di tempat tertentu oleh petugas kesehatan.

Whatsapp menjadi salah satu platform termudah dalam meneruskan informasi ke semua khalayak. Misalnya saja di salah satu perumahan di Surabaya, whatsapp seolah menjadi dewa kebenaran adanya korban di warga yang terindikasi pasien, atau bahkan berstatus ODP. Orang dengan mudah menyebarkan informasi dan mengklaim informasi yang diberikan adalah benar. Namun ketika ditanya apakah sudah mengecek informasi tersebut ke ketua RT atau mengecek melalui website kota penyedia informasi penyebaran COVID-19, jawaban tidak dan belum lebih banyak diutarakan. Yang tentu saja ketika pesan tersebut dibaca, menimbulkan kepanikan dan resah bagi anggota grup.

#### **D. DAFTAR PUSTAKA**

- Adiputra, W. M. (2008). Literasi Media dan Interpretasi atas Bencana. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(3), 287–414. <https://doi.org/10.22146/JSP.10992>
- Art Silverblatt, Andrew Smith, D. M., & Julie Smith, and N. B. (n.d.). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*.
- Celot, P., & Pérez Tornero, J. M. (2009). Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed. *European Association for Viewers' Interests*, (October), 1–92.
- Jenkins, H. (2004). *The Cultural Logic of Media Convergence*. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Raoux, A. (n.d.). COVID-19 and the news media: media literacy during stay-at-home. Retrieved from <http://www.newsmediaeurope.eu/news/COVID-19-and-the-news-media-media-literacy-during-stay-at-home/>

#### **BIOGRAFI PENULIS**

Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis memiliki minat pada bidang Komunikasi Korporasi dan Juga Komunikasi Pemasaran. Email: [theresiaintan@ukwms.ac.id](mailto:theresiaintan@ukwms.ac.id)

# STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA ONLINE DALAM MENJALANKAN FUNGSI PERS DI MASA PANDEMIK COVID-19

---

**Ilona Vicenovie Oisina Situmeang dan Meisyanti**  
*Universitas Persada Indonesia –*  
*Yayasan Administrasi Indonesia (UPI-YAI)*  
*Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat*

## **A. MEDIA ONLINE DAN FUNGSI PERS**

Kemerdekaan pers di Indonesia telah memasuki masa usia 21 tahun, di mana sebelumnya pers di Indonesia tidak bisa leluasa menyuarakan hal-hal penting apalagi yang terkait dengan kontrol sosial terhadap legislatif, eksekutif dan yudikatif. Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999 menjadi dasar di mana kemerdekaan pers diakui oleh negara, di dalam undang-undang ini diatur fungsi pers nasional yaitu, fungsi sebagai informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial.

Sudah menjadi hal yang lumrah media menjalankan fungsinya sebagai media informasi. Media menjadi tempat masyarakat untuk mendapatkan informasi atau sekedar meng-*cross check* sesuatu hal, berkembangnya teknologi turut memberikan banyaknya informasi yang perlu dicek kembali kebenarannya, sehingga fungsi pers dapat dijalankan. Fungsi sebagai pendidikan media menjadi sumber informasi yang berisi pengetahuan yang mendidik masyarakat, tidak hanya itu media juga dapat memberikan pengajaran sehingga masyarakat bisa belajar dari informasi yang disajikan melalui media.

Media berfungsi sebagai hiburan menjadi fungsi yang sering dilakukan pers. Masyarakat biasanya menggunakan media untuk mendapatkan hiburan, menghilangkan penat setelah selesai melakukan rutinitas sehari-hari. Fungsi terakhir pers adalah kontrol sosial, di mana pers di Indonesia menjadi pilar keempat sebagai pengawas berjalannya lembaga legislatif, eksekutif dan yudikatif serta mencegah terjadinya hal-hal negatif dari ketiga lembaga tersebut.

Kontrol sosial yang dilakukan pers dinyatakan dengan menyuarakan pendapat secara bebas namun harus bertanggung jawab. Menurut Poti, Media diharapkan dapat berperan sebagai pengawas untuk mengungkap kebenaran

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/terhubung-berkala> tanggal 6 Mei 2020 pukul 18.00WIB

<https://tirto.id/medialawancovid19-upaya-masif-media-memerangi-corona-eHi8> terhubung berkala tanggal 6 Mei 2020 pukul 19.00 WIB

<https://tirto.id/jangan-mudik-kampanye-bersama-kedua-medialawancovid19-eJso> terhubung berkala tanggal 6 Mei 2020 pukul 19.00

<https://www.detik.com/tag/virus-corona> terhubung berkala tanggal 6 Mei 2020 pukul 16.00

<https://www.tribunnews.com/corona> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 16.00

<https://www.liputan6.com/#> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 16.00

<https://twitter.com/TirtoID> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 17.00

<https://twitter.com/detikcom> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 17.00

<https://twitter.com/liputan6dotcom> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 17.00

<https://twitter.com/tribunnews> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 17.00

<https://www.instagram.com/tirtoid/?hl=en> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 18.00

<https://www.instagram.com/detikcom/?hl=en> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 18.00

<https://www.instagram.com/liputan6/?hl=en> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 18.00

<https://www.instagram.com/tribunnews/?hl=en> terhubung berkala tanggal 7 Mei 2020 pukul 18.00

## BIOGRAFI

Ilona Vicenovie Oisina Situmeang adalah dosen di Universitas Persada Indonesia YAI-Jakarta. Penulis meraih gelar S1 di Universitas Sahid Jakarta. Lulus S2 di Universitas Indonesia tahun 2005 serta lulus pendidikan program Doktor di Institut Pertanian Bogor. Penulis menjadi *reviewer* di Jurnal Komunikasi dan Media Commed, Universitas Putra Batam.



Meisyanti Hutagaol merupakan dosen di Universitas Persada Indonesia YAI-Jakarta. Dia lulus Sarjana Ilmu Komunikasi dan memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dari Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Topik yang didalami mengenai komunikasi, penyiaran, komunikasi politik dan jurnalistik. Dia menghasilkan artikel ilmiah mengenai media dan digital.

# PENDEKATAN *FEAR APPEAL* DALAM MENGEMAS INFORMASI DI MASA PANDEMI

---

**Billy K Sarwono**

*Universitas Indonesia*

*Kampus UI, Depok 16424*

## **A. PENDAHULUAN**

Pemberitaan media mengenai pandemi sejak awal tahun sampai saat ini menyetengahkan berbagai isu yang mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku masyarakat, seperti *panic buying* karena hilangnya persediaan masker dari pasar. Ditambah *lock down*, yang membuat runtuhnya semua aktivitas di berbagai bidang, termasuk menurunnya penghasilan keluarga. Pada masa yang sama muncul berbagai istilah yang membingungkan masyarakat, seperti *social* atau *physical distancing*; PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pelanggaran PSBB, atau PSBB yang diperpanjang, masa transisi normal baru, atau adaptasi normal baru atau norma baru. Tanpa normal baru pun sudah terjadi norma baru. Belum lagi istilah ODP (Orang Dalam Pemantauan), PDP (Pasien Dalam Pengawasan), OTG (Orang Tanpa Gejala, SIKM (Surat Izin Keluar Masuk).

Di satu sisi banyak istilah yang membingungkan, tapi di sisi lain, tak sedikit informasi yang dikemas singkat, menarik disertai gambar atau skema. Demikian juga banyak video pendek yang menaraskan informasi melalui audiovisual semakin membuat sebagian masyarakat memahami fenomena ini. Permasalahannya, selama era pandemi, begitu banyak ragam informasi yang beredar yang mengakibatkan *information overload*.

Ragam dan banyaknya informasi bisa dikatakan membuat masyarakat menjadi jenuh. Hal yang memprihatinkan adalah informasi yang beredar pun tidak semuanya akurat dan benar; bahkan hoax tentang kesehatan merupakan hoax tertinggi (Fikri, 2020). Selain tingginya hoax, kejenuhan informasi, sebagian masyarakat mulai meremehkan protokol kesehatan. Tak sedikit yang lelah menggunakan masker dan merasa bahwa pelanggaran PSBB membuat orang merasa lebih aman dan tak perlu menggunakan masker. Begitu juga anak-anak lelah berada di rumah dan tak boleh bermain ke luar. Tak sedikit yang mengunjungi mall, jajan di resto atau *nongkrong* di kafe bahkan bandara Soetta dan KRL penuh penumpang tanpa memperhatikan jarak fisik yang satu dengan lainnya.

tersebut tidak efektif bila orang yang di persuasi merasa bahwa ia tidak berada dalam kondisi kesehatan yang membahayakan. Dalam masyarakat kolektif, menjaga diri agar tidak terkena covid, berarti menjaga keluarga agar tidak tersingkir dari lingkungan, yang berarti ikut menjaga dan menyelamatkan muka keluarga besar.

(Tannenbaum) (Lindgren) (Littlejohn, Foss and Oetzel)

## E. DAFTAR PUSTAKA

- DeVito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book*. Fourteenth Edition. Edinbough Gate: Pearson Education Limited, 2016.
- Fikri, Dimas Andika. Hoax Kesehatan di Indonesia Sudah Lebih Berbahaya dari Penyakitnya. 29 02 2020. <https://lifestyle.okezone.com/read/2020/02/29/481/2176170/hoax-kesehatan-di-indonesia-sudah-lebih-berbahaya-dari-penyakitnya>.
- Hanneman, Gerard J. & William J. McEwen. *Communication and Behavior*. New York: Addison-Wesley Publishing CO., 1975.
- Lindgren, Simon. *Media Digital & Society*. Thousand Oaks: Sage, 2017.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss and John G. Oetzel. *Theories of Human Communication*. Long Grove: Waveland Press, 2017.
- Murray-Johnson, Lisa, et al. "Addressing Cultural Orientations in Fear Appeals: Promoting AIDS-Protective Behaviors among Mexican Immigrant and African American Adolescents and American and Taiwanese College Students." Dalam *Journal of Health Communication*, Volume 6, pp. 335-358 (2001).
- Tannenbaum, Melanie Beth. "Appealing to Fear: A Meta-Analysis of Fear Appeal Effectiveness and Theories." *IDEALS* (2015).

## BIOGRAFI PENULIS

Billy K. Sarwono adalah dosen tetap Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. [billysarwono@gmail.com](mailto:billysarwono@gmail.com) Medical Marketing: Devic

## EPILOG



### **Bijak Berteknologi dan Bertransformasi**

Ada dua fenomena dahsyat yang muncul bersamaan pada abad ke-16. Kedua fenomena itu adalah pandemi Pes, dikenal sebagai The Black Death, dan ditemukannya mesin cetak Gutenberg di Jerman. Kedua fenomena itu menghasilkan transformasi dahsyat bagi umat manusia pada masa itu. The Black Death membunuh sepertiga populasi Eropa, yaitu sekitar 25 juta orang. Sementara, mesin cetak Gutenberg memungkinkan dicetaknya berbagai karya tulis, termasuk Kitab Suci dalam berbagai bahasa. Efek langsung penemuan mesin cetak Gutenberg adalah makin cepatnya gerakan reformasi Protestan oleh Martin Luther diikuti dengan lahirnya nasionalisme bangsa-bangsa Eropa.

Sesungguhnya saat ini pun kita sedang mengalami transformasi dahsyat yang mirip dengan abad ke-16. Ada dua fenomena besar yang hadirnya hampir bersamaan. Fenomena itu adalah revolusi teknologi digital dan munculnya pandemi Covid-19. Revolusi digital teknologi telah mengubah total cara kita hidup, cara berelasi, cara berkomunikasi, dan cara bekerja (Schwab). Pandemi Covid-19 pun telah menciptakan perubahan drastis karena adanya multi krisis yang dahsyat bagi masyarakat dunia.

### **Revolusi Teknologi Digital (RTD)**

Kita sedang menghadapi fenomena munculnya revolusi digital teknologi (RTD). Fenomena dahsyat ini tidak bisa kita tolak. RTD telah menjadi bagian sangat penting dalam membentuk pola kehidupan, pekerjaan, budaya dan identitas manusia, baik sebagai pribadi maupun sebagai bangsa. Tahun 2021 lalu, ada 140 juta pengguna Facebook di Indonesia. Artinya bangsa kita termasuk pengguna Facebook urutan ketiga terbanyak di dunia. Penduduk kota Jakarta tergolong pengguna twitter paling aktif di dunia. Di berbagai caffe, terutama di kota-kota besar, anak-anak muda dan orang dewasa sering belajar, bermain dan bekerja sendirian atau berkelompok dengan perangkat komputer dan gawainya. Digital teknologi mewarnai hidup kita. Ia digunakan industri media, di pemerintahan, perdagangan, sektor informal, perencanaan kota, kesehatan, penanganan bencana, pendidikan, seni, dan bahkan juga bidang keagamaan. Tidak ada aktifitas tanpa media digital. Bahkan, tanpa kita sadari kita telah menjadi *a digital man*. Aktifitas apa pun yang kita lakukan, termasuk mengunjungi tempat atau lokasi tertentu, selalu membutuhkan perangkat

gawai atau hape. Tanpa gawai di tangan, kita mengalami diskomunikasi dari masyarakat.

Transformasi dahsyat yang terjadi akibat revolusi digital teknologi bersifat ambigu, mendua. Pada satu sisi ia menimbulkan aspek positif, tetapi ia juga memunculkan efek negatif. Memang ada tantangan, tetapi juga tercipta banyak kesempatan baru. Siapa pun dituntut meresponsnya secara kreatif, kritis, dan positif. Revolusi teknologi digital telah meruntuhkan batas-batas kultural dan bahkan batas geografis. Orang berbagai kultur dari berbagai belahan dunia bisa berkomunikasi langsung, *face to face*. Dunia berubah menjadi seperti kampung kecil (McLuhan). Meski demikian, bisa kita pastikan sebagian besar masyarakat di dunia ini, terutama masyarakat negara-negara miskin serta mereka yang hidup di kampung dan daerah pelosok, jauh dari siap terhadap perubahan dahsyat yang sedang terjadi. Jangankan untuk membeli gawai agar bisa berkomunikasi dan mengikuti perkembangan yang ada, untuk membeli makanan sehari-hari saja mereka mengalami kesulitan. Oleh karena itu, sebagian besar umat manusia dan dunia, terutama kaum miskin, akan semakin termarginalkan. Mereka akan menjadi manusia frustrasi dan depresi.

Banyak jenis pekerjaan akan hilang. Pada saat yang sama muncul jenis pekerjaan baru berbasis digital teknologi. Contohnya adalah surat kabar. Kini, orang tidak lagi membutuhkan surat kabar. Orang dapat mengakses berita terbaru dari gawai mereka. Industri surat kabar pun gulung tikar. Industri travel pun mengalami kebangkrutan. RDT menciptakan akses langsung bagi setiap orang untuk memesan tiket pesawat atau kamar hotel. Transformasi dahsyat yang sedang terjadi ini harus diwaspadai. Kaum muda yang menjadi angkatan kerja baru harus mempersiapkan diri secara serius untuk menghadapinya. Kaum muda harus mampu memanfaatkan teknologi digital ini agar mampu bekerja dimana pun. Meski demikian, kaum muda diwajibkan memiliki tingkat literasi dan kebajikan agar mampu memanfaatkan digital teknologi ini secara bijak agar menghasilkan hal-hal positif dan berguna bagi masyarakat dan bangsa.

### Pandemi Covid-19

Fenomena kedua yang juga menciptakan transformasi besar di dunia ini adalah adanya pandemi Covid 19. Pandemi ini memicu terjadinya krisis yang kronis di segala bidang kehidupan. Dunia mengalami krisis ekonomi, krisis dunia medis, krisis sosial-politik, krisis keagamaan, dan krisis di dunia kerja karena jutaan orang terpaksa kehilangan pekerjaan. Multi krisis itu diliput secara besar-besaran oleh media massa dan media sosial. Memang ada banyak pemberitaan media massa yang mensosialisasikan nilai-nilai kesehatan yang sangat penting dan berguna yang diperlukan oleh masyarakat. Pada sisi

lain, orang juga mengalami infodemi yaitu banjir informasi. Di dalamnya banyak informasi bohong (hoax) dan bahkan berisi ujaran kebencian (hate speech) yang memecah-belah masyarakat. Efek beredarnya berita hoax yang tidak bertanggungjawab itu memunculkan kepanikan dalam masyarakat. Orang melakukan *panic buying*, membeli barang sebanyak-banyaknya tanpa memperdulikan efeknya bagi orang lain. Terlihat betapa kepanikan manusia mempertebal egoisme dan kepentingan dirinya. Artinya, kita semua mengalami krisis kemanusiaan.

Pandemi Covid-19 telah menciptakan bencana bagi manusia masa kini. Ratusan juta orang terinfeksi virus Covid-19. Sementara jutaan orang lainnya mati sia-sia. Demi membatasi penyebaran virus Covid-19, orang terpaksa dan dipaksa bekerja dari rumah. Kita bisa bersyukur bahwa dari lima pande yang pernah melanda dunia, baru saat pandemi kali inilah manusia bisa memanfaatkan kemajuan teknologi digitalnya sehingga bisa tetap melakukan aktifitas kantor dari rumah. Meski demikian, banyak yang mengalami stress berat karena tidak memiliki kemampuan itu. Mereka pun kehilangan kesempatan kerja. Efek bekerja di rumah membuat persoalan baru. Tingkat kekerasan dalam rumah tangga meningkat drastis selama masa pandemi. Banyak rumah tangga berantakan. Mereka yang kuat secara ekonomi bisa memanfaatkan teknologi canggih untuk berkomunikasi. Tetapi, yang miskin dan tidak memiliki gawai tidak akan mampu berkomunikasi dengan siapa pun. Kaum miskin semakin teralienasi dari lingkungan masyarakatnya.

### Butuh Respons Bijak

Dua fenomena di atas yaitu revolusi teknologi digital dan pandemi Covid-19 telah menghasilkan transformasi dahsyat dalam kehidupan umat manusia. Tetapi transformasi yang sedang terjadi ini bersifat ambigu atau mendua. Pada satu sisi, transformasi ini telah menghasilkan berbagai kesempatan dan peluang yang bisa dinikmati oleh kita semua. Pada sisi lain, transformasi yang dihasilkan menimbulkan persoalan besar. Tidak semua orang mampu mengikuti proses transformasi ini dan bahwa tidak semua orang juga yang siap menghadapi multi krisis akibat dari proses transformasi yang terjadi. Situasi ini memberi pukulan cukup dahsyat bagi sebagian besar manusia. Kita diperhadapkan pada situasi yang cukup pelik. Kita seperti berada di persimpangan dan kita harus bijak memilih jalan dan arah yang harus kita ambil.

Transformasi dahsyat yang terjadi bisa menciptakan disorientasi bagi siapa pun. Tidak jelas arah dan tujuannya. Celaknya, dalam situasi ini tidak ada jalan memutar. Tidak ada jalan mundur. Kita memang tidak punya pilihan kecuali berjalan maju dan menghadapinya.

Dalam konteks multi persoalan dan multi krisis inilah kita membutuhkan strategi komunikasi yang tepat agar kita mampu meresponsnya dengan bijak dan tepat. Maksudnya adalah bahwa di tengah kepanikan masyarakat dunia efek hadirnya era digital teknologi dan pandemi Covid-19 ini, kita membutuhkan strategi yang pas dan bijak dalam berkomunikasi dan juga dalam mengkonsumsi informasi demi kebaikan bersama. Perlunya strategi komunikasi yang tepat menunjukkan bahwa kita tidak sendirian. Kita pun tidak bisa menghadapi persoalan dan tantangan yang ada sendiri-sendiri. Kita harus bersinergi secara kolektif.

Kita adalah makhluk sosial. Kita berada dalam komunitas. Oleh karena itu, sebagai bagian dari komunitas, kita harus bersama-sama merespons multi krisis yang melanda dunia ini dengan bijak. Seperti kita ketahui bahwa komunikasi berasal dari kata *communication* (Inggris) yang akar katanya adalah *to commune* artinya bersatu. Kata komunikasi memiliki akar yang sama dengan komunitas. Artinya komunikasi selalu terjadi dalam komunitas. Tujuan komunikasi adalah untuk memperkuat komunitas. Tanpa komunikasi komunitas akan mengalami kerapuhan dan kehancuran. Oleh karena itu, orang yang terlibat dalam komunikasi harus saling mengakui dan saling menghargai. Orang lain harus dilihat sebagai bagian dari komunitas yang berarti juga bagian dari dirinya sendiri. Artinya, strategi komunikasi dibutuhkan untuk tercapainya kebaikan personal tetapi juga komunitas bangsa, umat manusia, dan bahkan dunia. Kita berharap melalui strategi komunikasi yang tepat dan bijak transformasi dahsyat yang sedang terjadi dengan segala efeknya justru meningkatkan kemajuan dan peradaban, memperbaiki kualitas hidup manusia dan alam raya ini, serta memperkuat solidaritas sosial masyarakat, bangsa dan dunia.

Dalam konteks transformasi dahsyat yang memunculkan multi krisis sekaligus menghadirkan kesempatan dan peluang, saya menyambut terbitnya dua buah buku yaitu “Multifaset Komunikasi Strategik di Masa Pandemi” dan buku “Strategi Media Komunikasi di Masa Pandemi.” Tulisan dan refleksi yang ada dalam buku ini memperkaya wawasan para pembaca karena persoalan pada masa pandemi ini disorot dari berbagai perspektif. Penerbitan kedua buku yang diinisiasi oleh Gema Literasi dan Transformasi Ilmuwan Komunikasi Ecclesia Indonesia (GLT IKONESIA) ini harus kita sambut dengan gembira. Buku ini akan memberi kontribusi positif bagi kita semua dalam merespons tantangan pada masa pandemi ini secara kreatif, kritis dan realistis.

Pdt. Dr. Albertus Patty, M.A., M.ST. - Ketua Persekutuan Gereja-Gereja di Indonesia (PGI) Periode Tahun 2014 - 2019

## **Membangun Keadaban Luhur**

Di hadapan anda ada kumpulan tulisan yang penting anda baca. Sejumlah cendekiawan Kristen di bidang ilmu komunikasi menganalisa dan merefleksikan kualitas komunikasi pemerintah, dunia usaha, dan unsur masyarakat sipil lainnya saat berhadapan dengan pandemi global Covid-19. Terutama perhatian diberikan pada komunikasi di media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Tulisan-tulisan dalam buku ini menjadi pembelajaran penting demi kualitas komunikasi yang makin baik maupun untuk keadaban publik yang makin kuat di negeri ini.

Kurang lebih dua dekade terakhir, media sosial makin menjadi akrab dengan penduduk Indonesia. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu cepat memungkinkan individu maupun komunitas dengan sangat mudah berjumpa di dunia maya, berbagi informasi, berkomunikasi, dan dapat saling berkolaborasi. Dunia digital turut menciptakan ruang bagi masyarakat untuk mengartikulasikan pandangan dan pendapatnya mengenai masalah tertentu. Dengan cara ini sebenarnya media digital dapat berkontribusi bagi penguatan demokrasi bangsa kita. Meskipun demikian tak jarang media dipakai secara kebablasan. Belum semua masyarakat berperilaku, berpikir, dan berkomunikasi menggunakan teknologi dan internet secara beradab, terutama untuk menerima pendapat atau perilaku yang berbeda. Akibatnya tak jarang media sosial dijejali kabar bohong dan ujaran kebencian.

Untuk itu literasi digital menjadi sangat penting. Yang dimaksudkan dengan literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi komunikasi dan informasi (termasuk Internet) untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan informasi, dengan kecakapan kognitif maupun teknis. Dalam konteks pembangunan bangsa, penggunaan media sosial mesti juga diarahkan untuk menjaga keutuhan bangsa berdasarkan prinsip/nilai dari Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, NKRI, dan Bhinneka Tunggal Ika.

Buku ini menjadi bagian dari upaya mempromosikan percakapan rasional demi menciptakan masyarakat yang lebih toleran, cerdas, dan berempati. Kita semua punya tugas bersama untuk mengatasi bentuk-bentuk ekstrimisme/fanatisme dengan pesan-pesan toleransi dan perdamaian dari perspektif yang meneduhkan. Media sosial mesti digunakan secara bijak untuk menjaga kesatuan bangsa baik dari aspek ideologi, politik, sosial budaya, ekonomi, serta pertahanan dan keamanan.

Hal ini penting sekali sebab teknologi, termasuk internet, ibarat pedang bermata dua. Ia dapat berdampak positif, yaitu dimanfaatkan untuk interaksi dan komunikasi yang berkeadaban demi demokrasi dan toleransi. Pada sisi lain, teknologi komunikasi juga dapat berdampak negatif: menjadi alat memecah



belah persatuan bangsa. Buku ini menjadi bagian penting dari upaya membangun budaya digital yang berbasis nilai-nilai luhur yang berdiri di atas Pancasila: nilai keimanan dan takwa, menghargai hak asasi manusia, solidaritas anak bangsa, demokrasi dan kedaulatan rakyat, serta non-diskriminasi.

Dari perspektif iman Kristen, kemampuan berkomunikasi adalah bagian dari karunia Allah untuk hidup yang berkelimpahan. Manusia diciptakan dalam gambar dan rupa Allah (*Imago Dei*). Berelasi dan berkomunikasi dengan sesama adalah bagian dari kapasitas ilahi yang dianugerahkan kepada manusia sebagai *Imago Dei* itu. Namun, dosa telah membuat manusia kehilangan kualitas komunikasi yang memuliakan Allah dan saling meneguhkan dengan sesama. Komunikasi yang dibelenggu kuasa dosa membuat manusia menyerang sesamanya dan menghujat Allah. Di dalam Kristus, Firman yang hidup, Allah memulihkan komunikasi manusia. Bahasa lisan dan tulisan kembali menjadi sarana keselamatan, kebaikan, keadilan, perdamaian, dan kebenaran. Menjadi murid Kristus, kita dipanggil untuk berkomunikasi secara positif, baik lisan maupun tulisan, termasuk di media. Dengan begitu bahasa dan komunikasi menjadi alat keselamatan: kita memuliakan Tuhan dan merayakan kemanusiaan yang diselamatkan Allah di dalam Kristus, Putera-Nya.

Banyak pesan berharga dari buku ini. Salah satu yang saya garis bawahi adalah pentingnya menjadikan media sosial dan komunikasi di ruang publik sebagai ruang membangun keadaban yang luhur. Media sosial mesti menjadi tempat berbagi kecerdasan; tempat berbagi inisiatif hebat anak muda; hikmat para sepuh; dan ruang untuk saling menginspirasi. Media sosial mesti jadi tempat bermartabat untuk merayakan kebaikan hidup dan memuliakan Sang Pencipta.

Selamat membaca.

Pdt. Dr. Mery Kolimon, M.Th –  
Ketua Sinode Gereja Masehi Injili di Timor (GMIT)



## **Kontribusi Intelektual Kristiani**

Lebih dari dua tahun dunia telah hidup dalam masa pandemi COVID-19 yang memengaruhi hampir semua lini kehidupan. Selain masalah kesehatan, pandemi COVID-19 berdampak pada antara lain ekonomi, sosial, keagamaan, keluarga, dan tentu saja komunikasi. Di tengah pandemi yang belum diketahui kapan akan berakhir ini, sejumlah intelektual muda kristiani ekumenis melakukan berbagai penelitian yang berfokus pada komunikasi. Maka lahirlah dua buku bunga rampai yang berjudul “Multifaset Komunikasi Strategik di Masa Pandemi” dan “Strategi Media Komunikasi di Masa Pandemi.” Setiap bab dalam kedua buku ini menunjukkan kapasitas peneliti pada dosen-dosen di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Penelitiannya pun dilakukan di Indonesia. Dengan demikian kedua buku ini merupakan kontribusi pemikiran para intelektual kristiani ekumenis yang peduli pada situasi konkret masyarakat masa kini. Melalui kedua buku ini para pembaca, baik yang berlatar belakang ilmu komunikasi maupun bukan, dapat memahami berbagai isu komunikasi pada masa pandemi ini, baik yang terkait dengan era digital, literasi digital, elaborasi, media sosial, kesehatan masyarakat, pemberitaan tentang COVID-19, ekonomi kreatif, dan masih banyak lagi. Setiap bab disertai dengan kerangka teori, hasil penelitian dan analisisnya.

Keberagaman penelitian menunjukkan betapa luasnya cakupan ilmu komunikasi, dan betapa pentingnya kontribusi ilmu komunikasi dalam mendidik masyarakat, khususnya pada masa pandemi COVID-19 ini. Walaupun ditulis oleh para intelektual kristiani, kedua buku ini dapat dibaca secara luas karena topik yang dibahas bersifat umum. Di sinilah kontribusi intelektual kristiani kepada masyarakat menjadi nyata. Dalam kacamata ilmu teologi, kedua buku ini menunjukkan para intelektual kristiani berteologi publik, yakni terlibat dalam persoalan-persoalan konkret di tengah masyarakat. Ilmu yang dikuasai tidak hanya dipakai untuk mengajar di kelas, namun menjadi kontribusi pemikiran bagi masyarakat.

Para intelektual kristiani peduli terhadap situasi pandemi COVID-19 dan mau terlibat bersama masyarakat untuk menemukan isu-isu mendasar, menganalisisnya, dan memberikan rekomendasi perubahan yang harus dilakukan. Oleh karena itu, identitas kristiani para penulis menjadi latar belakang yang menjadi motivasi untuk keterlibatan dalam masyarakat. Namun keterlibatannya itu sendiri bersifat umum, tanpa harus membawa-bawa

agama. Di sinilah kontribusi itu menjadi inklusif, bersahabat, dan dapat melibatkan banyak orang.

Pdt. Prof. Tabita Kartika Christiani, S.Th., M.Th., Ph.D.  
Guru Besar Bidang Ilmu Teologi - Fakultas Teologi  
Universitas Kristen Duta Wacana (UKSW), Yogyakarta

### **Memuliakan Martabat Manusia**

Dengan konteks literasi yang rendah pada masyarakat Indonesia inilah, berdirinya Gema Literasi dan Transformasi Ilmuwan Komunikasi Ecclesia Indonesia atau GLT IKONESIA sangat relevan, membanggakan, dan menjanjikan. GLT IKONESIA ini merupakan komunitas akademisi ilmu komunikasi dengan kegiatan literasi bersama dalam tujuan yang mulia sekali yakni mendorong transformasi cara berpikir dan bertindak pada lingkup yang luas dan mencakup seluruh masyarakat Indonesia. Saya melihat bahwa para akademisi ilmu komunikasi ini umumnya dari kalangan dosen muda yang sangat potensial dan energik, dan yang memiliki cita-cita mulia bagi peningkatan literasi pada masyarakat Indonesia. Hal ini sangat relevan mengingat rendahnya literasi masyarakat kita, seperti sudah disinggung di depan. GLT IKONESIA langsung menggebrak dengan dua buah buku yang total terdiri atas 66 artikel dari 82 penulis, dan yang hebat lagi para penulis itu berasal dari 37 Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta. Dari pengalaman saya, mengumpulkan artikel sebanyak itu dari sekian perguruan tinggi yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia pasti tidak mudah, dan GLT IKONESIA telah berhasil mewujudkannya.

Mencermati kedua buah buku ilmiah dari GLT IKONESIA, yang berjudul *Multifaset Komunikasi Strategik di Masa Pandemi*, dan *Strategi Media Komunikasi di Masa Pandemi*, saya menemukan keragaman, keluasan, dan kedalaman tema dan bidang yang dibahas, metodologi yang digunakan, dan inspirasi hasil riset masing-masing artikel demi kemajuan dan peningkatan literasi bidang ilmu komunikasi di Indonesia. Dari perspektif kemanusiaan, saya memandang tulisan-tulisan dalam kedua buku tersebut dapat ikut menyumbang bagi refleksi atas perwujudan martabat manusia. Bagi saya mewujudkan martabat manusia di dunia ini dan khususnya di Indonesia merupakan tujuan utama dari segala macam ilmu, termasuk ilmu komunikasi yang menjadi ranah para anggota GLT IKONESIA. Ungkapan klasik dari Ireneus yang sangat terkenal, yaitu *Homo Vivens, Dei Gloria*, menunjukkan bahwa perjuangan bagi hidup manusia, khususnya martabat manusia, merupakan kemuliaan Allah sendiri. Dengan lain kata, Allah justru dimuliakan ketika hidup manusia diperjuangkan, dan martabatnya dibela dan diluhurkan. Dengan cara

masing-masing, setiap artikel dari kedua buah buku ini memperkaya pemahaman kita terhadap peran dan tempat komunikasi bagi kesejahteraan hidup bersama di muka bumi ini.

Semoga GLT IKONESIA semakin maju dan jaya. Semoga kedua buku sebagai karya perdana bersama ini menjadi berkat bagi kita semua, yakni seluruh masyarakat Indonesia yang begitu plural dan majemuk ini. Terimakasih dan Profisiat kepada GLT IKONESIA!

Rm. Prof. Dr. Emanuel Pranawa Dhatu Martasudjita, Pr.  
Guru Besar Bidang Ilmu Teologia - Fakultas Teologi  
Universitas Sanata Dharma (USD), Yogyakarta

## DETERMINASI KOLEKTIF



GEMA LITERASI DAN TRANSFORMASI ILMUWAN KOMUNIKASI ECCLESIA INDONESIA atau yang disingkat dengan **GLT IKONESIA** merupakan komunitas akademisi rumpun ilmu komunikasi yang melakukan giat literasi bersama, sebagaimana koridor akademik yang diharapkan memberi transformasi atau perubahan cara berpikir dan bertindak pada lingkup yang lebih luas mencakup wilayah Indonesia. Sebuah Ecclesia (dalam Bahasa Latin) atau Ekklesia (dalam Bahasa Yunani) yang diartikan sebagai perkumpulan, sehingga diharapkan seseorang yang memiliki kepribadian Ecclesia, identik dengan mudah diterima, berinteraksi dengan sesama.

Pada kesempatan ini **GLT IKONESIA** telah menghimpun anggota dalam skala nasional, dari Pulau Sumatera, Jawa, hingga Sulawesi dan Nusa Tenggara. Berpijak pada latar belakang ilmu komunikasi mendorong setiap insan yang tergabung untuk berkarya bersama memaknai Masa Pandemi COVID-19 sebagai momentum. Sebanyak 65 artikel telah dikumpulkan dari 82 penulis yang merepresentasikan 37 Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta, lalu diklasifikasikan menjadi dua (2) jilid Buku Perdana **GLT IKONESIA** sesuai arah tema penulisan masing-masing, yaitu:

1. **MULTIFASET KOMUNIKASI STRATEGIK DI MASA PANDEMI.** Buku jilid pertama **GLT IKONESIA** ini ditujukan secara khusus mencermati sejumlah tingkatan komunikasi di masyarakat yang memiliki keterkaitan erat dengan COVID-19 sebagai fenomena sosial. Menyeringai dengan ragam bentuk problematika yang timbul, sehingga layak disikapi melalui beberapa jenis komunikasi strategik. Terdapat 33 artikel yang menyoroti tiga (3) jenis multifaset komunikasi strategik, antara lain: sebelas (11) artikel melihat potensi **KOMUNIKASI BISNIS STRATEGIK**; sepuluh (10) artikel memperlihatkan geliat **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK**; disambung dengan 12 artikel yang menyoal hal yang paling mikro dalam komunikasi berupa **STRATEGI INTERPERSONAL DAN KELUARGA**.
2. **STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI.** Buku jilid kedua **GLT IKONESIA** sengaja dikemas bagi insan pegiat media komunikasi yang memberi gambaran bagi khalayak luas untuk memaknai konten terkait COVID-19. Pesan tersebut berpendar pada aneka bentuk media yang berkelindan di sisi kehidupan manusia, sehingga menarik dikaji bersama melalui beberapa jenis strategi media. Terdapat 32 artikel yang menyoroti tiga (3) jenis strategi media komunikasi, antara lain: tujuh (7) artikel secara

khusus mendudukan **STRATEGI MEDIA DAN PERS**; 12 artikel menunjukkan peran **STRATEGI MEDIA BARU**; dilanjutkan 13 artikel secara spesifik memberi andil pada kompleksitas situasi saat ini dengan **DATA DAN PESAN STRATEGIK**.

Berbagai perspektif yang dapat dihimpun oleh Para Ilmuwan Komunikasi **GLT IKONESIA** secara bijak diharapkan mampu menyemaikan implementasi ilmu kepada beragam pemangku kepentingan. Dalam upaya memaknai masa pandemi ini, kami juga berharap bahwa penulisan buku ini dapat memberikan nuansa komunikasi strategik yang menysasar pada lintas tingkatan maupun strategi media komunikasi.

Pada gilirannya, kebermanfaatan secara optimal semoga dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia sekaligus tuaian informasinya ditautkan pada berbagai latar belakang serta kepentingan warga di Tanah Air ini. Peruntukkan buku ini kami sajikan guna membuka mata masyarakat awam dalam meletakkan keutamaan “strategi”, “multifaset”, “media”, dan “komunikasi” di setiap relung pikir hingga tindak laku di masa pandemi ini. Selain itu, untuk mengukir asa bersama dalam menyelami hiruk pikuk pelbagai situasi di masyarakat.

**Tim Editor:**

**Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom**

*Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) - rustono.farady@usni.ac.id*

**Magdalena Lestari Ginting, S.Sos. M.P.A., M.I.Kom**

*Universitas Pelita Harapan (UPH) - magdalena.ginting@uph.edu*

**Joshua Fernando, S.I.Kom., M.I.Kom**

*Universitas Mpu Tantular (UMTan) - joshuafernando@mputantular.ac.id*

**Veronika, S.Sos., M.Si**

*Universitas Multimedia Nusantara (UMN) - veronika.kaban@umn.ac.id*



# STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI

Komunikasi adalah hal yang mudah dimengerti namun sulit untuk dikuasai. Dalam buku ini, peran media komunikasi dikupas secara heuristik, jelas dan mudah dimengerti, sesuai untuk semua kalangan untuk mempertajam pemahaman berkomunikasi dan mampu untuk diterapkan dalam kehidupan. Tampaknya konsep yang cukup sederhana - untuk bekerja bersama, untuk berkolaborasi yang menurunkan harta karun kebijaksanaan dari para pemikir komunikasi untuk memberikan masukan dan solusi permasalahan melalui media komunikasi dilakukan dengan baik. Secara intrinsik, berkomunikasi terlihat sebagai sesuatu hal yang mudah, karena manusia mengakses berbagai media komunikasi setiap saat. Akan tetapi pada kenyataannya, mengelola media komunikasi adalah topik yang sulit untuk dikuasai, meskipun mudah untuk diakses.



Prof. Dr. Rudy Harjanto, S.Sn., M.M., M.Sn  
Advisory Board  
London School of Public Relations (LSPR)  
Communication & Business Institute

Pandemi covid 19 yang melanda dunia sejak akhir tahun 2019 sampai sekarang ini, telah berdampak pada banyaknya perubahan di berbagai bidang baik ekonomi, sosial dan budaya. Perubahan yang sangat terasa ialah dalam kehidupan sosial terutama dalam pola berkomunikasi dari kebiasaan tatap muka ke virtual - dari manual ke elektronik. Perubahan ini membutuhkan pola pendekatan dan strategi komunikasi. Gema Literasi dan Transformasi Ilmuwan Komunikasi Ecclesia Indonesia (GLT IKONESIA) suatu komunitas akademisi ilmu komunikasi lintas daerah se- Indonesia, atas pengasih Tuhan, telah berhasil menuntaskan 2 (dua) penulisan tentang “Multifaset Komunikasi Strategi dan Strategi Media Komunikasi di Masa Pandemi.” Buku ini memuat kumpulan karya para akademisi Ilmu Komunikasi sebagai sumbangan pemikiran selama masa pandemi COVID-19.



Pdt. Dr. Simpon F. Lion, M.Th.  
Ketua Umum Sinode Gereja Kalimantan Evangelis  
(GKE) Periode 2021-2026