

Komunikasi Politik di Era Pandemi Covid-19¹

Andreas Pandiangan
UNIKA Soegijapranata, Semarang

Abstrak

Sejak Maret 2020, saat dinyatakan bahwa pandemi Covid-19 sebagai bencana non alam mendorong Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah di seluruh Indonesia melakukan berbagai kebijakan dan tindakan. Kebijakan dan tindakan dilakukan guna penanganan dan pencegahan virus corona dibawah koordinasi Gugus Tugas dan lalu dilanjutkan Satuan Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Penanganan dan pencegahan virus corona juga mengubah pola dan mekanisme komunikasi politik di Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Makalah ini akan melakukan pemaparan dan kajian akan pelaksanaan komunikasi politik pada penanganan pandemi Covid-19 yang berubah pada Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Perubahan terjadi pada komunikator, pesan dan wadah/alat komunikasi yang digunakan.

"Tadi malam sekitar pukul 02.00 WIB lewat sedikit pasien dengan identitas 25 meninggal dunia," kata juru bicara pemerintah untuk urusan virus Corona, Achmad Yuriyanto, di Kompleks Istana Kepresidenan, Jakarta Pusat, Rabu (11/3/2020). (detik.com, Rabu, 11 Mar 2020 13:04 WIB)

Kutipan di atas merupakan bagian keterangan pers juru bicara pemerintah untuk urusan virus Corona, Achmad Yuriyanto. Selama hampir 4 bulan, tepatnya hingga Selasa 21 Juli 2020, secara bergantian di kompleks Istana Kepresidenan atau di Graha BNPB, Jakarta, Dirjen Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Kementerian Kesehatan tiap siang jelang sore selalu bertemu kalangan pers. Secara teratur *menyampaikan progres penanganan pandemi COVID-19 secara nasional. termasuk perkembangan kondisi dan penanganan di wilayah yang menonjol. Serta pasti* menyampaikan himbauan agar masyarakat taat pada protokol kesehatan.

Apa yang dilakukan Achmad Yuriyanto dan diteruskan juru bicara pemerintah untuk urusan virus Corona berikutnya, merupakan perubahan bentuk komunikasi politik pemerintahan Joko Widodo (Jokowi). Biasanya, penjelasan suatu kebijakan dan respon pemerintah akan suatu peristiwa kebangsaan, kemasyarakatan disampaikan pejabat yang bersangkutan. Perubahan dimaksud juga untuk melengkapi manajemen komunikasi pemerintahan dan komunikasi politik pemerintah.

Suatu kelaziman bila penjelasan suatu kebijakan dan respon pemerintah dilakukan Menteri Koordinator, Menteri yang memimpin suatu kementerian, Menteri Negara, Kepala lembaga non kementerian bahkan pimpinan dan wakil dari Kantor Staf Kepresidenan (KSP).

¹ Disampaikan di Seminar Nasional Politik dan Hubungan Internasional “Arah Tatanan Politik Nasional dan Global Pasca Covid 19”, Fisip Universitas Wahid Hasyim Semarang, 31 Agustus 2021.

Belum lagi, meskipun tidak terlalu menonjol selama ini, menjadi tugas dari Staf Khusus Presiden. Presiden Jokowi sejak tanggal 2 Desember 2019 membentuk staf khusus. "Ada 3 gugus tugas yang nanti akan bekerja bantu perlanar tugas Bapak Presiden. Yang gugus tugas pertama bergerak di bidang komunikasi yang akan lebih banyak berinteraksi dengan teman-teman (wartawan) semua," kata Ari, Koordinator Staf Khusus Presiden. Gugus dimaksud yakni gugus bidang komunikasi, bidang strategis dan teman diskusi Presiden. Untuk bidang komunikasi dengan tugas menyiapkan narasi Presiden dan memperkuat komunikasi narasi Presiden kepada publik. Beranggotakan 1. Fadjoel Rachman (bidang politik pemerintahan), 2. Arif Budimanta (bidang ekonomi), 3. Angkie Yudistia (bidang sosial), dan 4. Dini Shanti Purwono (bidang hukum).²

Sejak Maret 2020, saat dinyatakan bahwa pandemi Covid-19 sebagai bencana non alam mendorong Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah di seluruh Indonesia melakukan berbagai kebijakan dan tindakan. Kebijakan dan tindakan dilakukan guna penanganan dan pencegahan virus corona dibawah koordinasi Gugus Tugas dan lalu dilanjutkan Satuan Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19).

Penanganan dan pencegahan virus corona juga mengubah pola dan mekanisme komunikasi politik di Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Perubahan terjadi pada komunikator, pesan dan wadah/alat komunikasi yang digunakan. Makalah singkat ini hanya akan menfokuskan pada pemaparan dan pembahasan perubahan saluran komunikasi yang digunakan guna penanganan pandemi Covid-19.

Brian McNair dengan mengutip definisi Denton dan Woodward, menyatakan bahwa komunikasi politik sebagai pembahasan murni tentang alokasi sumber daya publik (pendapatan), wewenang pejabat (siapa yang diberikan kuasa untuk membuat keputusan hukum, legislative, dan eksekutif), dan sanksi resmi (tindakan apa yang mendapat penghargaan atau hukum dari negara).³ Definisi Denton dan Woodward ini oleh Brian McNair didefinisikan sebagai komunikasi bertujuan tentang politik. Cakupan definisi Brian McNair 3 yakni: 1.

²Bidang strategis, dengan tugas untuk menjalankan komunikasi dengan kelompok-kelompok strategis. Sebagai jembatan Presiden dengan kelompok-kelompok strategis terkait posisi dan program-program strategis Presiden. Terdiri dari: 1. Sukardi Rinakit, 2. Diaz Hendropriyono, 3. Aminuddin Ma'ruf, dan 4. Anggit Nugroho/Sekretaris pribadi Jokowi. Gugus Teman Diskusi presiden, lebih fokus kepada teman diskusi presiden tentang gagasan-gagasan inovatif. Diisi -teman muda kita stafsus milenial. Terdiri dari 7 orang yakni: 1. Angkie Yudistia (Pendiri Thisable Enterprise), 2. Aminuddin Ma'ruf (Ketua Umum PB PMII 2014-2016), 3. Adamas Belva Syah Devara (Pendiri/CEO Ruang Guru), 4. Ayu Kartika Dewi (Pendiri dan Mentor Sabang Merauke), 5. Putri Indahsari Tanjung (CEO Creativepreneur Event Creator dan cBO Kreati), 6. Andi Taufan Garuda Putra (CEO PT Amarta), dan 7. Gracia Billy Mambrasar (CEO Kitong Bisa). Detik.com. Senin, 02 Des 2019 17:07 WIB dan Kompas 15/12/2019 hal. 2.

³ Brian McNair, 2015, *Pengantar Komunikasi Politik*, (Bandung: Nusa Media), hal. 3.

Segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan pelaku politik lain guna mencapai tujuan tertentu; 2. Komunikasi yang ditujukan kepada para pelaku ini oleh kalangan non-politisi semisal pemilih dan kolumnis surat kabar, dan 3. Komunikasi tentang para pelaku ini beserta kegiatan mereka, seperti dimuat dalam berita, editorial, dan bentuk lain pembahasan politik di media.⁴

Saluran Komunikasi Politik

Dalam konteks komunikasi politik, Hafied Cangar menyebutkan bahwa tersedia 13 media atau saluran komunikasi politik yang biasanya digunakan. Media atau saluran komunikasi politik dimaksud yakni: 1. Media cetak; 2. Media elektronik; 3. Media luar ruang (*outdoor media*); 4. Media format kecil; 5. Saluran komunikasi kelompok; 6. Saluran komunikasi publik; 7. Saluran komunikasi sosial; 8. Saluran komunikasi antarpribadi; 9. Saluran komunikasi tradisional; 10. Kombinasi media massa dan media antarpribadi; 11. Telepon seluler dan (*short message service*) SMS; 12. *International Networking* atau *Interconnetion Networking* (internet) dan media sosial, dan 13. Komunikasi Politik Daring (*Online Political Communication*).⁵

Pertama, media cetak merupakan saluran komunikasi dimana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar-gambar seperti karikatur dan komik dilakukan dalam bentuk tercetak. Media cetak ini sangat baik disebarluaskan untuk mereka yang bisa membaca dan memiliki waktu sengang yang cukup.⁶ Media cetak dimaksud sebagai saluran komunikasi berupa surat kabar, majalah dan tabloid. Pesan-pesan politik biasanya dalam bentuk pemberitaan, iklan dan pariwisata.

Kedua, berbeda dengan media cetak, media elektronik mengirimkan pesan-pesannya melalui getaran listrik yang diterima oleh pesawat penerima tertentu, misalnya televisi dan radio. Kelebihan media elektronik yakni bisa menembus ruang dan waktu, sehingga informasinya sangat cepat dan serempak meliputi semua wilayah yang berada dalam radius penerimaan. Selain cepat, juga pesan-pesannya disertai gambar hidup yang berwarna sehingga menarik untuk ditonton oleh pemirsa.⁷ Pesan-pesan politik di media elektronik biasanya dalam bentuk pemberitaan dan iklan.

Ketiga, media luar ruang (*outdoor media*) dikaitkan dengan dunia estetika dalam bentuk lukisan, dan ditempatkan pada tempat-tempat yang ramai dilihat orang dan ditempatkan pada

⁴ *Ibid.*, hal. 4.

⁵ Hafied Cangar, 2016, *Komunikasi Politik-Konsep, Teori dan Strategi*, edisi revisi, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), hal. 332.

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

tempat-tempat yang ramai dilihat orang banyak.⁸ Pesan-pesan politik di media luar ruang, biasanya menjelang dan selama kampanye pemilu, biasanya dalam bentuk baliho, bendera, umbul-umbul, spanduk, *electronic board*, dan lain sebagainya.

Keempat, media format kecil, biasanya terdiri atas berbagai media, tetapi bentuknya lebih kecil, dan isinya kadang lebih fokus pada satu macam informasi. Mudah dibawa ke mana-mana dan mudah menarik perhatian orang banyak. Bentuk media format kecil ada dalam bentuk cetakan, lukisan dan artifact lainnya.⁹ biasanya, saat kampanye pemilu/pilkada, media format kecil ini lebih dipilih partai politik dan calon legislatif, calon presiden/wakil presiden serta calon kepala/wakil kepala daerah guna menjangkau masyarakat umum khususnya calon pemilih.

Kelima, saluran komunikasi kelompok merupakan saluran yang berkaitan dengan kelompok terkait seperti kelompok partai, kelompok sosial atau kelompok profesi. Kelompok menjadi saluran komunikasi politik sebab berhubungan dengan sesama pengurus dan anggota maupun dengan masyarakat pemilih.¹⁰ *Keenam*, saluran komunikasi publik berbeda dengan komunikasi massa. Komunikasi publik sifatnya tatap muka, terbuka dan langsung. Sementara, komunikasi massa terbuka untuk umum tanpa mengenal komunitas dari mana.¹¹ Saluran komunikasi publik biasanya bertemu langsung dengan target komunikan.

Ketujuh, disebut komunikasi sosial bila komunikasi dalam bentuk tatap muka. Sifat pesannya adalah hal-hal yang berkaitan hubungan sosial antarsesama warga. Biasanya orang terlibat sangat terbatas dalam lingkungan sekitar.¹² Kampanye terbatas salah satu contoh komunikasi sosial dimaksud. *Kedelapan*, saluran komunikasi antarpribadi merupakan bentuk komunikasi yang berlangsung secara tatap muka. Karena pesan-pesannya yang sangat pribadi (*privacy*) dan tidak boleh didengar orang lain, kecuali mereka yang terlibat langsung dalam komunikasi.¹³ Dalam konteks kampanye seperti dilakukan calon peserta pemilu biasanya saat mengunjungi masyarakat biasanya melakukan pembicaraan pribadi dengan tokoh masyarakat dan atau masyarakat calon pemilih untuk mengenalkan diri dan meminta dukungan.

Kesembilan, saluran komunikasi tradisional merupakan saluran komunikasi yang digunakan masyarakat yang tinggal di daerah pedalaman dengan hak-hak politik yang sama

⁸*Ibid.*, hal. 333.

⁹*Ibid.*, hal. 333-334.

¹⁰*Ibid.*, hal. 334.

¹¹*Ibid.*

¹²*Ibid.*

¹³*Ibid.*, hal. 335.

dengan warga negara lainnya.¹⁴ *Kesepuluh*, merupakan saluran politik sebagai kombinasi media massa dan media antarpribadi. Kombinasi ditujukan mencapai efektifitas komunikasi.¹⁵

Kesebelas, telepon seluler dan SMS sebagai saluran komunikasi politik telah mengubah perilaku komunikasi pribadi dan kelompok. Dengan telepon seluler dan SMS, komunikasi lebih cepat berbeda jauh dengan komunikasi yang memerlukan kertas, amplop, perangko dan jasa pos yang pengirimannya memerlukan waktu berminggu baru sampai kepada penerima.¹⁶

Keduabelas, internet dan media sosial sebagai saluran komunikasi politik media internet memiliki sejumlah kelebihan, antara lain: (1) kemampuan untuk menembus batas wilayah, ruang dan waktu, (2) memperluas akses memperoleh informasi global, (3) meningkatkan kemampuan untuk berserikat secara bebas, (4) mengancam tatanan yang telah mapan, seperti pemerintahan otokrasi, serta (5) memiliki kecepatan perkembangan dan penyebaran yang sulit diatasi.¹⁷

Giansante memaparkan adanya kesenjangan atau gap antara penggunaan internet yang masif dengan pemanfaatan dalam komunikasi politik oleh aktor politik. Media digital yang berbasis internet masih dilihat dan diperlakukan sebagai media konvensional seperti koran cetak dan siaran televisi satu arah. Padahal internet merupakan alat yang dapat digunakan untuk membangun kepercayaan dan konsensus bagi program kerja aktor politik.

Meskipun komunikasi politik daring bukan merupakan panasea (ramuan mujarab untuk segala penyakit), jika dimanfaatkan secara efektif dapat memainkan peran penting dalam membangun masa pendukung dan memperkuat citra kandidat sehingga memudahkan tercapainya tujuan politik.¹⁸ Namun, di sisi yang lain, komunikasi politik daring juga bukan satu-satunya faktor penentu keberhasilan dalam membangun konsensus. Faktor lain yang perlu mendapat perhatian adalah program politik yang berkualitas, basis dukungan yang sudah mapan, manajemen organisasi politik yang kokoh dan lawan politik yang bisa dikalahkan.¹⁹

Media sosial adalah platform berbasis internet yang bersifat dua arah yang terbuka bagi siapa saja, yang memungkinkan para penggunanya berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, berbagi, serta menciptakan konten berbasis komunitas. Media sosial adalah institusi sosial yang berkontribusi dalam proses demokratisasi dan deliberasi ruang publik,

¹⁴*Ibid.*

¹⁵*Ibid.*

¹⁶*Ibid.* hal. 345.

¹⁷*Ibid.* hal. 347-356.

¹⁸ Giansante, Gianluca. 2015, *Online Political Communication*, (Cham: Springer International Publishing Switzerland), hal. 2.

¹⁹*Ibid.*, hal. 1.

tetapi juga bersikap instrumentalistik terhadap ketergantungan masyarakat atas media sosial dengan menggunakannya sebagai objek komodifikasi. Media sosial berperan besar dalam menyediakan ruang perdebatan publik, tetapi juga mengambil keuntungan dari perdebatan itu untuk menaikkan popularitas atau *leverage* perusahaan platform di mata publik dan pengiklan.

20

Media sosial membawa perubahan revolusioner dalam komunikasi massa. Media sosial hadir untuk menjadikan semua orang sebagai sumber dan pelaku komunikasi. Politik tidak lagi hanya urusan elite politik semata. Masyarakat memiliki sarana untuk menjalankan agenda politik mereka sendiri. Di sisi lain, pemerintah terkondisikah untuk makin transparan dan partisipatif.²¹

Bencana Non-Alam

Untuk pertama kalinya, Pemerintah dalam hal Presiden Jokowi didampingi Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto, tanggal 2 Maret 2020, mengumumkan kasus pertama yang dikonfirmasi sebagai Covid-19 telah ada di Indonesia. Meskipun saat itu Presiden Jokowi belum menyatakan Covid-19 sebagai bencana non-alam namun dalam kajian komunikasi politik telah mulai dilakukan perubahan.

Perubahan komunikasi politik dimaksud adalah dalam hal komunikator, pesan dan saluran yang digunakan. Mengapa?. Keesokan harinya, yakni tanggal 3 Maret 2020, keberadaan juru bicara Pemerintah untuk penanganan Covid-19 mulai bekerja.

Tanggal 31 Maret 2021, Presiden Joko Widodo menetapkan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* sebagai jenis penyakit yang menimbulkan kedaruratan kesehatan masyarakat.²² Lalu apa yang dimaksud dengan kedaruratan kesehatan masyarakat itu?

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 mendefinisikan kedaruratan kesehatan masyarakat merupakan kejadian kesehatan masyarakat yang bersifat luar biasa dengan ditandai penyebaran penyakit menular dan/atau kejadian yang disebabkan oleh radiasi nuklir, pencemaran biologi, kontaminasi kimia, bioterorisme, dan pangan yang menimbulkan bahaya kesehatan dan berpotensi menyebar lintas wilayah atau lintas negara.²³

²⁰ Agus Sudibyo, 2019, *Jagat Digital-Pembebasan dan Penguasaan*, (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia), hal. 363.

²¹ *Ibid.*, hal. 366-367.

²² Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*, tanggal 31 Maret 2021.

²³ Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Keekarantinaan Kesehatan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 128.

Seiring dengan penyebaran Covid-19 di Indonesia semakin massif dan dengan jumlah korban yang kian meningkat setiap harinya. Dalam langkah menanggulangi pandemi Covid-19 Presiden Joko Widodo mengeluarkan surat keputusan Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non Alam Penyebaran Covid-19 sebagai Bencana Nasional.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) merupakan pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi.²⁴ PSBB dengan kriteria sebagai berikut:²⁵ 1. Jumlah kasus dan/atau jumlah kematian akibat penyakit meningkat dan menyebad secara signifikan dan cepat ke beberapa wilayah; dan 2. Terdapat kaitan epidemiologis dengan kejadian serupa di wilayah atau negara lain.

PSBB meliputi: 1. Peliburan sekolah dan tempat kerja; 2. Pembatasan kegiatan keagamaan; 3. Pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum; 4. Pembatasan kegiatan sosial dan budaya; 5. Pembatasan moda transportasi, dan 6. Pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan.

Menteri Kesehatan menetapkan suatu wilayah PSBB atas usulan gubernur/bupati/walikota dengan memperhatikan pertimbangan Ketua Pelaksanan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19. Setelah itu Pemerintah mengenalkan konsep Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dalam prakteknya, hingga sekarang PPKM memiliki kategori yakni darurat dan berdasarkan tingkatkan yakni level 4, level 3, dan level 2.

Komunikasi politik dalam situasi PSBB dan atau PPKM tentunya membutuhkan perubahan dari segi isi dan kualitas pesan yang dapat menyakinkan masyarakat akan kebijakan dan tindakan-tindakan pemerintah guna pencegahan dan pemulihan situasi. Termasuk isi dan kualitas pesan yang mengharapakan perubahan sikap dan kebiasaan masyarakat yang mendukung pencegahan dan pemulihan situasi. Perubahan juga menyentuh kecepatan penyampaian pesan serta kecepatan merespon keluhan dan masukan masyarakat.

Perubahan dan Melengkapi

Surat Edaran Menteri Kesehatan Republik Nomor HK.02.01/MENKES/199/2020 Tentang Komunikasi Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) yang diterbitkan tanggal 12 Maret 2020. mengubah komunikasi pemerintahan sekaligus komunikasi politik yang

²⁴ Pasal 1 ayat (11) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Kekeantinaan Kesehatan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 128.

²⁵ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 91.

selama ini diselenggarakan hubungan masyarakat (humas) dalam kondisi sebelum bencana non alam.

Humas pemerintah melaksanakan komunikasi timbal balik antara instansi pemerintah dan publik yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan, demi memperoleh manfaat bersama, meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik, meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah dan membangun citra dan reputasi positif. Tugas humas ini dilaksanakan oleh setiap tingkatan pemerintah (nasional, provinsi, kabupaten, dan kota)²⁶.

Humas pemerintah sebagai lembaga humas atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi yang persuasif dan komunikatif untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai saran kehumasan dalam rangka menciptakan citra yang positif instansi pemerintah²⁷.

Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 mengatur visi dan misi humas pemerintah. Visi humas pemerintah adalah terciptanya pengelolaan kehumasan (kelembagaan, ketatalaksanaan, dan SDM) yang proposional, professional, efektif, dan efisien dalam mendukung penerapan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik²⁸.

Sementara Humas pemerintah memiliki 6 misi yakni: 1. Membangun citra dan reputasi positif pemerintah; 2. Membentuk, meningkatkan, dan memelihara opini positif publik; 3. Menampung dan mengolah aspirasi masyarakat; 4. Mencari, mengkalifikasikan, serta menganalisis data dan informasi; 5. Mensosialisasikan kebijakan dan program pemerintah, dan 6. Membangun kepercayaan public (*public trust*).²⁹

Dalam pelaksanaan tugasnya, Humas pemerintah memiliki 8 asas umum yakni: 1. Pembangun hubungan internal dan eksternal; 2. Penyelenggara pertemuan dan koordinasi antarinstansi; 3. Penyedia informasi pemerintah; 4. Pengatur pertemuan instansi pemerintah dengan media massa; 5. Pendorong upaya pemberdayaan masyarakat; 6. Pengelola sarana dan prasarana kehumasan; 7. Pembentuk citra dan reputasi positif instansi pemerintah; 8. Pengelola informasi pemerintah dan pembangunan;³⁰

²⁶ Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan Di Lingkungan Instansi Pemerintah.

²⁷ *Ibid.*, Bab I. Bagian F. Ayat 3.

²⁸ *Ibid.*, Bab II. Bagian A.

²⁹ *Ibid.* Bab II. Bagian B.

³⁰ *Ibid.* Bab II. Bagian C.

Tugas Humas Pemerintah memiliki 4 tugas yakni: 1. Melaksanakan komunikasi timbal balik antara instansi pemerintah dan publik yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan, demi memperoleh manfaat bersama; 2. Meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik; 3. Meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah, dan 4. Membangun citra dan reputasi positif³¹

Menteri Kesehatan pada tanggal 12 Maret 2021 mengeluarkan Surat Edaran Menteri Kesehatan Republik Nomor HK.02.01/MENKES/199/2020 Tentang Komunikasi Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

SE Menkes tersebut terutama dan utama membagi tugas antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (Tabel 1). Tujuannya, dimaksudkan untuk meningkatkan dukungan dan kerjasama lintas sektor dan Pemerintah Daerah pada pelaksanaan komunikasi kepada masyarakat dalam menghadapi ancaman wabah Covid-19, sehingga masyarakat tenang dan mendapatkan pemahaman mengenai hal-hal yang harus dilakukan abgi lingkungan terdekatnya. Suatu hal yang selama ini dipandang tugas dan kewajiban komunikasi pemerintahan apalagi komunikasi politik pemerintah cenderung sektoral dan tidak terpadu.

Tabel 1: Pembagian Kegiatan Komunikasi Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah

Kegiatan Komunikasi		
	Pemerintah Pusat	Pemerintah
1.	Membentuk Tim Komunikasi	Membentuk Tim Komunikasi yang diketuai Pimpinan Daerah
2.	Menunjuk Juru Bicara dari Kementerian Kesehatan	Menunjuk Juru Bicara dari Dinas Kesehatan
3.	Membuat media center	Informasi yang dapat disampaikan setelah mendapat persetujuan dari Pemerintah Pusat ³² . Tapi data dan identitas pasien tidak disebarluaskan ke publik.
4.	Membuat website sebagai rujukan informasi utama	Juru Bicara tingkat Provinsi dan di tingkat kabupaten/kota dapat mengumumkan informasi seperti di nomor 3.
5.	Menyampaikan data harian nasional secara berskala melalui konferensi pers ³³	Menggunakan materi yang telah dikembangkan oleh Pemerintah Pusat seperti di catatan kaki nomor 34.

³¹*Ibid.* Bab II. Bagian G.

³²Informasi dimaksud seperti pada catatan kaki nomor 33.

³³Hanya oleh Juru Bicara Covid-19, rilis dan update di website: a. jumlah dan sebaran, Orang Dalam Pemantauan (ODP); b. Jumlah dan sebaran, Pasien Dalam Pengawasan (PDP); c. Jumlah dan sebaran, pasien yang sudah dinyatakan sehat; d. Jumlah dan sebaran, specimen yang diambil; e. Jumlah dan sebaran, hasil pemeriksaan laboratorium terhadap specimen.

6.	Membuat produk komunikasi dan menyebarkan informasi lain ³⁴	Pimpinan daerah mensosialisasikan informasi di nomor 5 kepada seluruh lapisan masyarakat dengan dipandu Dinas Kesehatan setempat dengan menggunakan narasi-narasi yang disiapkan di website rujukan Kementerian Kesehatan.
7.		Pemerintah Daerah dapat membuat produk komunikasi sesuai dengan data dan kebutuhan daerah masing-masing.

SE Menkes mengatur bahwa kanal komunikasi mencakup 10 yakni: 1. Website sebagai rujukan pertama. Website resmi Kemenkes khusus untuk Covid-19 sebagai rujukan; 2. Televisi; 3. Media Cetak; 4. Media online; 5. Radio; 6. SMS gateway; 7. Media Sosial; 8. Jaringan sekolah; 9. Jaringan organisasi kepemudaan/agama/politik, dan 10. Jaringan informasi lainnya.

Langkah awal dari SE Menkes antara menunjuk juru bicara. Pemerintah resmi menunjuk dr. Achmad Yurianto,³⁵ waktu itu masih Sekretaris Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit (P2P) Kementerian Kesehatan, sebagai juru bicara untuk penanganan virus Corona jenis baru (Covid-19).

Juru bicara Pemerintah untuk Covid-19 menjadi salah satu komunikator yang menonjol di kurun waktu Maret-Juli 2020. dr. Achmad Yurianto selalu tampil di setiap sore, termasuk hari libur, bertemu dengan awak media dalam konferensi pers. Komunikator politik lainnya yang menonjol adalah Presiden Jokowi sendiri. Salah satunya dengan memanfaatkan akun media sosial.

³⁴Mencakup: 1. Penjelasan dasar tentang Covid-19; 2. Penjelasan pencegahan wabah Covid-19; 3. Protokol penanganan PDP sampai dinyatakan sehat; 4. Kriteria PDP; 5. Penjelasan tentang karantina dan karantina yang dapat dilakukan di rumah; 6. Kriteria ODP; 7. Protokol penanganan orang masuk dari negara beresiko dan pengawasan di perbatasan; 8. Protokol WHO tentang penggunaan masker dan alat pelindung diri yang digunakan; 9. Protokol komunikasi sekolah; 10. Kesiapan logistik dan pangan; 11. 132 rumah sakit rujukan penanganan Covid-19; 12. Penjelasan tentang pemeriksaan kesehatan beserta biaya yang dibebankan; 13. Penjelasan virus mati dalam 5-15 menit; 14. Penjelasan detail tentang fasilitas HOTLINE Pemerintah Pusat 119; 15. Penjelasan mengenai hoax dan disinformasi yang terjadi.

³⁵Dilahirkan di Malang, 11 Maret 1962. Alumnus Fakultas Kedokteran (FK) UNAIR angkatan 1990. Sebelum bertugas di Kementerian Kesehatan, dokter Achmad Yurianto berkarir di kesehatan militer. Diawali tahun 1987, sebagai Perwira Utama Kesehatan Daerah Militer V Brawijaya. Lalu berkarir sebagai

Kepala Kesehatan Kodam Pattimura; Batalyon Kesehatan Kostrad; dokter Batalyon Infanteri 745/Sampada Yudha Bakti yang ditugaskan ke Dili Timor Timur (1991); Wakil Kepala Rumah Sakit tingkat II Dustira Bandung Jawa Barat (2006); Wakil Kepala Kesehatan Daerah Militer IV Diponegoro (2008); Kepala Kesehatan Daerah Militer XI Pattimura Ambon Maluku (2009); Kepala Dinas Dukungan Kesehatan Operasi Pusat Kesehatan TNI (2011). Sejak tahun 2015, diangkat menjadi Kepala Pusat Krisis Kesehatan Kementerian Kesehatan hingga tengah tahun 2019. <https://rri.co.id/humaniora/info-publik/797645/mengenal-dr-achmad-yurianto-juru-bicara-penanganan-virus-corona>, akses 27 Agustus 2021.

Kanal komunikasi Politik

Bila dicermati, ada kemiripan antara 10 Kanal komunikasi yang diatur SE Menkes dengan 13 media atau saluran komunikasi politik yang dikonstruksikan Hafied Cangar. 10 kanal komunikasi yang diatur SE Menkes yakni: 1. Website sebagai rujukan pertama. Website resmi Kemenkes khusus untuk Covid-19 sebagai rujukan; 2. Televisi; 3. Media Cetak; 4. Media online; 5. Radio; 6. SMS gateway; 7. Media Sosial; 8. Jaringan sekolah; 9. Jaringan organisasi kepemudaan/agama/politik, dan 10. Jaringan informasi lainnya.

1. Website sebagai rujukan pertama. Website resmi Kemenkes khusus untuk Covid-19 sebagai rujukan.



<https://covid19.go.id/> diakses 29 Agustus 2021.

Beragam informasi dan data hingga panduan bagi masyarakat tersedia di situs covid19.go.id, seperti Gambar 1.



Gambar 1

Sementara di daerah, khususnya di provinsi, dari 34 provinsi hanya 4 provinsi yang tidak menyediakan situs khusus Covid-19. (Tabel 2).

Tabel 2 : Alamat Situs Covid-19 di Provinsi se Indonesia

No.	Provinsi	Alamat Situs	No.	Provinsi	Alamat Situs
1	Aceh	covid19.acehprov.go.id	18	NTB	corona.ntbprov.go.id
2	Sumut	covid19.sumutprov.go.id	19	NTT	covid19.nttprov.go.id
3	Sumbar	corona.sumbarprov.go.id	20	Kalbar	dinkes.kalbarprov.go.id
4	Jambi	corona. jambiprov.go.id	21	Kalteng	mmc.kalteng.go.id
5	Riau	corona.riau.go.id	22	Kalsel	corona.kalselprov.go.id
6	Kep. Riau	corona.kepriprov.go.id	23	Kaltim	covid19.kaltimprov.go.id
7	Bengkulu	covid19.bengkuluprov.go.id	24	Kaltara	coronainfo.kaltaraprov.go.id/
8	Sumsel	corona.sumselprov.go.id	25	Sulut	corona.sulutprov.go.id
9	Kep. Babel	covid19.babelprov.go.id	26	Gorontalo	dinkes.gorontaloprov.go.id
10	Lampung	covid19.lampungprov.go.id	27	Sulawesi Tengah	corona.sultengprov.go.id
11	DKI Jakarta	corona.jakarta.go.id	28	Sulsel	covid19.sulselprov.go.id
12	Jawa Barat	pikobar.jabarprov.go.id	29	Sulawesi Tenggara	corona.sultraprov.go.id
13	Banten	bantenprov.go.id/ covid-19	30	Sulbar	covid19.sulbarprov.go.id
14	Jateng	corona.jatengprov.go.go.id	31	Maluku	corona.malukuprov.go.id
15	DIY	corona.jogjaprov.go.id	32	Malut	www.malutprov.go.id
16	Jawa Timur	infocovid19. jatimprov.go.id	33	Papua	covid19.papua.go.is
17	Bali	infocorona.baliprov.go.id	34	Papua Barat	dinkes.papuabaraprov.go.id

Sumber: situs 34 provinsi se Indonesia, observasi, 26 Agustus 2021.

Meskipun, berdasarkan observasi, cukup banyak kabupaten/kota se Indonesia yang mengikuti anjuran SE Menkes untuk menyediakan situs khusus Covid-19. Biasanya informasi yang disediakan dalam konteks kabupaten/kota seperti yang tercantum di catatan kaki 34.

2. Televisi;



<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210512152007-8-245246/satgas-covid-ada-7-provinsi-masuk-zona-merah-jelang-lebaran>, diakses 29 Agustus 2021.

3. Media Cetak;

jumlah kepesertaan masyarakat untuk program vaksinasi covid-19.

“Vaksinasi memang belum sempurna yang dijalankan di Indonesia, tetapi sebagai informasi, kemarin Indonesia menduduki peringkat keenam dunia dalam hal jumlah rakyat di negara tersebut yang sudah berhasil mendapatkan akses ke vaksinasi,” kata Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin dalam rapat kerja bersama Komisi IX DPR, kemarin.

“Hari ini sudah ada 58 juta dan hampir 59 juta orang yang



Media Indonesia, 26 Agustus 2021, hal. 1

Kompas 28 Agustus 2021, hal. 2

4. Radio;



<https://m.tribunnews.com/corona/2021/06/28/1251-persen-anak-terinfeksi-covid-19-dr-reisa-ini-berarti-235000-kasus-lebih-gejalanya-ini>, diakses 29 Agustus 2021.

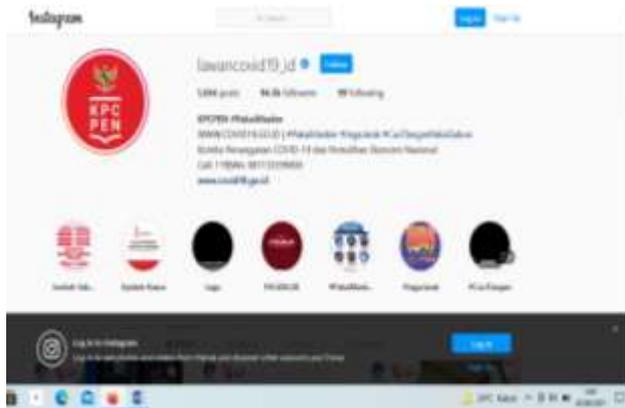
5. SMS gateway;

SMS gateway guna menyampaikan pesan/himbaun ke masyarakat dilakukan salah satunya melalui nama **LAWAN COVID**. Isi pesan antara lain

Tetap patuhi prokes 3M:
Memakai masker dgn near,
Menjaga jarak dan jauhi kerumuna,
Mencuci tangan pakai sabun.
Siap divaksin saat vaksin siap! C
Covid19.go.id

11 Januari 2021, pukul 13.04

6. Media Online dan Media Sosial;



Hal yang sama dilakukan Presiden Jokowi juga melalui akun Instagram



Manusia boleh berencana, tapi Tuhan jualah penentunya. Seperti tahun kemarin, pandemi membuat begitu banyak rencana yang tertinggal, impian yang tak menjadi nyata, dan keinginan yang tak terwujudkan.

Mari memasuki tahun 2021 ini dengan rencana, langkah, dan semangat yang baru. Kita masih punya waktu. Kita selalu punya harapan.

Ig, 1 Januari 2021



Pada hari kerja pertama tahun 2021, inilah yang saya lakukan: meluncurkan program Bantuan Tunai Tahun 2021 se-Indonesia sebagai jaring pengaman sosial di tengah pandemi Covid-19. Dari Istana Negara, Jakarta, saya meluncurkan bantuan tunai berupa Program Keluarga Harapan, Program Sembako, dan Bantuan Sosial Tunai kepada 24 perwakilan dan diikuti pula secara virtual keluarga-keluarga penerima di 34 provinsi. Saya berharap bantuan ini dapat meringankan beban keluarga yang terdampak pandemi Covid-19 sekaligus membantu perekonomian nasional untuk bangkit dan bergerak.

4 Januari 2021

7. Jaringan informasi lainnya. Seperti melalui media luar ruang (*outdoor media*);



polresbrebesnews.com/gelorakan-gerakan-pakai-masker-sejumlah-poster-himbauan-jokowi-ayo-pakai-masker-terpasang-di-kota-brebes/

<https://radarindonesiaonline.com/dandim-pasuruan-intruksikan-jajaran-koramil-pasang-baliho-ajakan-pakai-masker/>

Penutup

Komunikasi politik di masa pandemi Covid-19 ini yang dilakukan Pemerintah mengalami perubahan seiring tuntutan pemanfaatan teknologi informasi dan pemanfaatan saluran komunikasi politik. Termasuk juga tuntutan keterpaduan antar pemangku kepentingan dalam hal ini Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.

Tujuan meningkatkan dukungan dan kerjasama lintas sektor dan Pemerintah Daerah pada pelaksanaan komunikasi kepada masyarakat dalam menghadapi ancaman wabah Covid-19, sehingga masyarakat tenang dan mendapatkan pemahaman mengenai hal-hal yang harus dilakukan abgi lingkungan terdekatnya, memang dipandang begitu maksimal. Buktinya, sekelompok masyarakat masih percaya akan informasi dan data yang sifatnya hoaks. Untuk itu, maksimalisasi saluran komunikasi politik yang inisiatif dari sisi komunikatornya dan responsif menjadi kebutuhan saat ini dan di masa yang datang menjadi kebutuhan dasar.

Pustaka

- Giansante, Gianluca. 2015, *Online Political Communication*, Cham: Springer International Publishing Switzerland.
- Agus Sudibyo, 2019, *Jagat Digital-Pembebasan dan Penguasaan*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Lynda Lee Kaid, 2015, *Handbook Penelitian Komunikasi Politik*, Bandung: Nusa Media.
- Hafied Cangar, 2016, *Komunikasi Politik-Konsep, Teori dan Strategi*, edisi revisi, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Brian McNair, 2015, *Pengantar Komunikasi Politik*, Bandung: Nusa Media.