POTRET PPKM

Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia

Buku ini merupakan produk dari Pusat Kajian Perubahan Sosial dan Media Baru, FISH, Universitas Negeri Surabaya. Berawal dari pembahasan dalam Webinar yang dilakukan **PK-PSM** merespon perkembangan kehidupan sosial dan media yang berkembang di masyarakat. Pada kesempatan ini yang diangkat berhubungan dengan fenomena sosial dalam suasana pandemic covid-19.

Berawal dari Kelompok Diskusi "Madzab Ketintang" yang concern membahas permasalahan sosial, selanjutnya menjelma menjadi **PK-PSM FISH UNESA**. Dengan mempunyai ciri pengembangan wacana dan intelektual, mendasarkan keilmuan di Universitas Negeri Surabaya.

Partisipasi **PK-PSM** mempunyai harapan yaitu membantu negara dan agama mengatasi berbagai permasalahan yang sedang hot, sehingga mengahadirkan sesuatu solusi positif bagi masyarakat.

Mengundang para penulis untuk berpartisipasi dalam sebuah karya, merupakan cara kreatif melibatkan para intelektual berpartisipasi aktif sehingga menghadirkan banyak perspektif terhadap suatu topik pembahasan.

Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si. Ketua Pusat Kajian Perubahan Sosial dan Media Baru FISH Universitas Negeri Surabaya.

PENERBIT LAKEISHA
Jl. Jalmori Bagelen,
Sikatan, RL003, Rw.001,
Pucangmiran, Tulung,
Klaten, Jateng, Indonesia 57462
Email : penerbit_lakeisha@yahoo.com
HP/WA : 085692362463
Website : http://www.penerbitlakeisha.com/

ISBN 978-623-5536-80-4
9 786235 536804

POTRET PPKM Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia

Pusat Kajian Perubahan Sosial Dan Media Baru
Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya

POTRET PPKM

Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia

Editor: Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si.

Kata Pengantar
Prof. Dr. Nurhasan, M.Kes.
Rektor Universitas Negeri Surabaya

Penerbit
LAKEISHA

POTRET PPKM

DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT INDONESIA

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Pasal 1:

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Pasal 9:

2. Pencipta atau Pengarang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan a. Penerbitan Ciptaan; b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan Ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemen, atau pentransformasian Ciptaan; e. Pendistribusian Ciptaan atau salinan; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman Ciptaan; h. Komunikasi Ciptaan; dan i. Penyewaan Ciptaan.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100. 000. 000, 00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak C ipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500. 000. 000, 00 (lima ratus juta rupiah).

Editor:
Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si.

POTRET PPKM

DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT INDONESIA

Penerbit Lakeisha
2021

POTRET PPKM DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT INDONESIA

Editor:
Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si.

Layout: Yusuf Deni Kristanto, S.Pd.
Desain Cover: Tim Lakeisha
Cetak I November 2021
15,5 cm × 23 cm, 328 Halaman
ISBN: 978-623-5536-80-4

Diterbitkan oleh Penerbit Lakeisha
(**Anggota IKAPI No.181/JTE/2019**)

Redaksi
Srikaton, RT 003, RW 001, Pucangmiliran,
Tulung, Klaten, Jawa Tengah
Hp. 08989880852, Email: penerbit_lakeisha@yahoo.com
Website: www.penerbitlakeisha.com

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR REKTOR
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Potret PPKM dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia

Pandemi Covid-19 tidak hanya menjadi salah satu penyakit dengan angka kematian tertinggi di belahan dunia, namun juga turut mempengaruhi laju roda perekonomian internasional, mengistirahatkan berbagai elemen pariwisata dan membuat berbagai industri memutar cara untuk dapat *survive* dalam menghadapi masa sulit ini. Dari pemerintah, sejumlah kebijakan juga telah dikeluarkan, termasuk menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang terdiri dari 4 tahap, menyesuaikan dengan keadaan tiap wilayah.

Bagaikan dua mata pisau, pelaksanaan PPKM ini bagaikan dua mata pisau, di satu sisi PPKM dapat dikatakan cukup berhasil untuk mengurangi mobilisasi masyarakat sehingga angka penularan Covid-19 perlahan namun pasti dapat menurun. Di sisi yang lain, masih banyak evaluasi yang perlu dilakukan karena kurangnya kepatuhan masyarakat juga terdampaknya berbagai sektor industri.

Dalam buku ini, kami berbagi perspektif mengenai penerapan PPKM, mengabadikan isu-isu dalam PPKM yang harapannya dapat dijadikan bahan analisis kebijakan sehingga dapat menjadi sarana mengevaluasi untuk implementasi peraturan

yang lebih baik lagi, begitupula sebagai sarana mitigasi dalam menghadapi berbagai persoalan kebencanaan lainnya dari sudut pandang para penulis yang juga merupakan akademisi.

Para penulis berhasil merangkumnya dan menyajikannya dalam narasi yang menarik untuk dibaca dan ditelaah bersama. Gambaran mengenai PPKM dibahas secara rinci berdasarkan riset dan studi kasus untuk dapat kita jadikan pelajaran hidup bersama.

Semoga, pembahasan dalam buku ini dapat menginspirasi para pembaca untuk bersama belajar dari masa-masa sulit dalam pandemi yang telah kita alami bersama, serta kembali bersemangat bangkit untuk mencapai berbagai pencapaian baru.

Akhir kata, Saya beserta seluruh penulis mengucapkan selamat membaca.

Surabaya, November 2021

Prof. Dr. Nurhasan, M.Kes.
Rektor Universitas Negeri Surabaya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA..... v
DAFTAR ISI..... vii

PENGARUH MEDIA DALAM MEMBERITAKAN COVID-19 TERHADAP KECEMASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
Shafira Rizky Amallia Putri Utomo,[1] Adhinda Zahro Haania[2] 1

"ANALISIS TREN OLAHRAGA TENNIS LAPANGAN DI MASA PANDEMI PADA KOMUNITAS SHANKARA"
Erio Fariza Nasution,[1] Rozi Maulana Widjaya[2]..... 17

KOMUNIKASI SATIRE SEBAGAI KRITIK SOSIAL KEBIJAKAN PUBLIK TERKAIT PPKM DALAM PERSPEKTIF DIGITAL ETHICS
Nuning Indah Pratiwi,[1] Sukma Saeful Akbar[2]..... 33

REPRESENTASI MEDIA BARAT TERHADAP ASIA TENGGARA DALAM LIPUTAN BERITA COVID-19
Morissan[1]..... 55

DAMPAK PEMBERITAAN MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI WARGA PAMEKASAN TENTANG VIRUS CORONA
Muharram Sholehuddin,[1] I Gede Bagoes Pramudya Ardika[2] 90

LITERASI MEDIA: PEREMPUAN DAN HOAKS DI MASA PANDEMI *COVID-19*
Yoga Martilova,[1] Fatmawati Moekahar,[2] Dyah Pithaloka[3] *114*

KETEGASAN NEGARA KORELASINYA DENGAN HUKUM ALAM DAN HUKUM TERTULIS
Tomy Michael[1] *127*

PPKM DAN ORANG DENGAN GANGGUAN JIWA (ODGJ) SEBUAH PERSPEKTIF SOSIOLOGI MEDIA
Astrida Fitri Nuryani,[1] Taajmehru Muhammad Tegar Kusuma[2] *146*

PEMILIHAN 2020 VS COVID 19
Nunung Nurazizah[1] *172*

RAGAM HARAPAN PADA ADAPTASI KEBIASAAN PADA MASA MENDATANG
Marthin Robert Sihotang[1] *190*

STRATEGI PERENCANAAN KEUANGAN PARA PELAKU EKONOMI KREATIF UNTUK BERTAHAN PASCA PPKM
Maya Macia Sari,[1] Pipit Buana Sari[2] *211*

TRANSFORMASI MASYARAKAT MEMBELI MAKANAN MINUMAN SECARA ONLINE MENINGKAT SEMASA PANDEMI
Farhan Risqy Pratama,[1] Hanayan Al Firdous[2] *221*

EKSISTENSI NONGKRONG DI MASA PANDEMI
Villa Rohmatur R,[1] Moch Deny Setiawan[2] *239*

KOMUNIKASI DALAM PPKM UNTUK PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN
Dyaloka Puspita Ningrum[1] *255*
PPKM : TERBANTAHNYA MAKNA FILOSOFI JAWA "MANGAN ORA MANGAN SING PENTING NGUMPUL"
Anam Miftakhul Huda[1] *274*

PPKM MENUJU NEW NORMAL DALAM BERBAGAI PERSPEKTIF (*Tantangan Terhadap Pengelolaan Destinasi Wisata di Kota Langsa*)
Baihaqi,[1] *Adi Bejo Suwardi*[2] *284*

PENGARUH MEDIA DALAM MEMBERITAKAN COVID-19 TERHADAP KECEMASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Shafira Rizky Amallia Putri Utomo,[1] Adhinda Zahro Haania[2]
Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi,
email: shafira.21020@mhs.unesa.ac.id[1]
email: adhinda.21021@mhs.unesa.ac.id[2]

Pendahuluan

Di awal tahun 2020, dunia mulai diresahkan oleh menyebarnya satu virus yang berasal dari satu negara. Virus Covid-19 merupakan satu virus yang mulai merebak ke seluruh dunia. Virus ini berasal dari Wuhan yang merupakan Ibukota Provinsi Hubei, China. Terhitung Desember 2019, sudah dikonfirmasi adanya satu orang yang terdeteksi gangguan anosmia yang tidak biasa. Awalnya, diyakini bahwa virus itu disebabkan oleh adanya kontak dengan Pasar Grosir Makanan Laut Huanan yang menjual banyak spesies hewan hidup. Penyakit ini kemudian menyebar dengan cepat secara nasional ke bagian Cina yang lain (Dong et al., 2020). Nyatanya, Wabah ini telah mengguncang seluruh dunia, karena hampir 200 negara di dunia telah terkena virus ini, termasuk Indonesia.

Pada 30 Januari, WHO menyatakan Covid-19 sebagai darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional (Dong et al., 2020). Kemudian, pada 12 Maret 2020, COVID19 dinyatakan sebagai pandemi oleh WHO. Disusul dengan adanya jumlah kasus di Indonesia yang terus meningkat pesat, hingga Juni 2020 terdapat 31.186 kasus terkonfirmasi dan 1.851 meninggal (PHEOC Kemenkes RI, 2020). Munculnya wabah Covid-19 menimbulkan kepanikan bagi

masyarakat, karena untuk mengantisipasi virus ini sekaligus diharuskan untuk berhadapan dengan berbagai aspek kehidupan (Muchtar et al., 2020).

Pandemi tak hanya membawa satu dampak pada aspek kehidupan manusia. Dampak yang ditimbulkan membuat banyak manusia beradaptasi dengan banyak perubahan baru yang saat ini sebagian dapat dirasakan. Beberapa masyarakat merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan lingkungan 'baru' ini. Kecemasan adalah salah satu contoh dampak yang ditimbulkan. Hal ini didukung dengan adanya beberapa data yang menunjukkan angka kecemasan saat pandemi meningkat dari tahun yang sebelumnya. Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) mengadakan survei perihal kesehatan mental melalui swaperiksa yang dilakukan secara daring melalui website PDSKJI. Swaperiksa dilakukan oleh 4.010 responden (71% perempuan dan 29% laki-laki) selama lima bulan (April-Agustus 2020). Hasil swaperiksa tersebut mencapai 64,8% responden mengalami kecemasan saat pandemi berlangsung.

Kecemasan yang timbul tidak hanya menghasilkan satu perilaku, tetapi juga membuat timbulnya perilaku yang lain selama pandemi. Kecemasan dapat ditandai dengan munculnya perasaan takut dan kehati-hatian atau kewaspadaan yang tidak jelas dan tidak menyenangkan. Kecemasan ini juga merupakan respon terhadap apapun yang terjadi. Menurut Kaplan, Sadock & Greb menyatakaan bahwa dua emosi yang berfungsi sebagai alarm tanda akan adanya bahaya adalah takut dan cemas. Ancaman yang terlihat di depan mata memicu datangnya rasa takut yang berasal dari lingkungan dan tidak menimbulkan konflik bagi individu. Sedangkan kecemasan datang berasal dari dalam diri, tidak jelas atau menyebabkan konflik bagi individu. Kecemasan adalah respon terhadap situasi tertentu yang dianggap mengancam dan merupakan hal yang normal terjadi menyertai perkembangan ataupun perubahan pengalaman baru atau yang belum pernah dilakukan.

Pandemi COVID-19 telah mengubah perilaku pengguna media sosial. Masyarakat mulai mengikuti setiap perkembangan terkait

Covid-19 melalui berbagai media, jejaring sosial, televisi dan online. Berita tentang virus corona kemudian menjadi hal yang dapat menimbulkan ketakutan bahkan kecemasan secara berlebih. Seringkali masyarakat dibuat takut dengan adanya headline berita yang memberi informasi bagaimana COVID-19 masuk ke Indonesia untuk pertama kali. Hal ini kemungkinan besar dapat memicu kecemasan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui bagaimana media dapat memicu kecemasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya serta berita seputar Covid-19 yang seperti apa yang dapat menjadi pemicu kecemasan mereka.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan data diambil dari hasil kuesioner yang telah dibagikan sekaligus dengan memperhitungkan persentase jawaban dari responden yang mengalami kecemasan akibat pemberitaan Covid-19 yang dilakukan media. Peneliti mengambil 32 jumlah data sample dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya dengan memperhatikan variable seperti apakah mereka sering mengikuti pemberitaan Covid-19 yang ada di TV atau tidak, serta berita seperti apa yang dapat memicu rasa cemas.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan media dari masa ke masa terus mengalami perubahan. Hal ini dapat terjadi karena semakin berkembangnya penemuan-penemuan yang mempermudah manusia dalam berkomunikasi. Kemajuan media dalam perkembangan teknologi saat ini membawa khalayak pada informasi yang dapat diakses dengan mudah. Jika diurutkan berdasarkan era yang paling lama, media terbagi menjadi empat: 1) era lisan. Era ini adalah era dimana manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya. Menurut Nurudin, manusia pada era ini memiliki kemampuan berbicara dan berbahasa meskipun masih terbata-bata dalam kelompok tertentu. Era ini diperkirakan terjadi pada 300.000 th – 200.000 th SM; 2) era tulisan. Era dimana

ditemukannya lukisan tangan, cap-cap tangan, serta tulisan di sebuah tanah liat yang dibentuk dengan tujuan yang diinginkan oleh penulis. Menurut Everet M. Rogers, tujuan dari penemuan yang ditemukan adalah untuk memberikan sebuah pernyataan yang dapat dilakukan pada saat itu. Era ini ada pada tahun 1041 SM; 3) era percetakan. Era yang menjadi pelengkap dari era-era yang sebelumnya. Hal ini ditunjukkan Cina yang menemukan bahan baku pembuatan kertas, serta dengan adanya penemuan mesin cetak oleh Johann Gutenberg yang kemudian dikembangkan oleh Penny Press. Era ini terjadi pada tahun 1450; 4) era teknologi. Penemuan Alexander Graham Bell, Samuel Morse, dan Guglielmo Marconi adalah penanda era ini. Setelah adanya penemuan-penemuan ini, inovasi dalam teknologi mulai muncul ke permukaan. Inovasi-inovasi tersebut dapat diketahui seperti televisi, computer, internet, dan lain-lain.

Media sebagai salah satu unsur komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan pola komunikasi yaitu sistem komunikasi media massa. Menurut Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada khalayak dan melalui media cetak atau elektronik. Media massa merupakan sumber kekuatan dalam mengontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat.

Berdasarkan kategori, media massa dibagi menjadi dua yaitu, media massa cetak dan media massa elektronik. Surat kabar dan majalah adalah media cetak yang memenuhi kriteria sebagai media massa. Sedangkan untuk media elektronik adalah radio siaran, televisi, film, dan media online (internet). Berbagai cara dan media dapat digunakan dalam konsep komunikasi massa. Bagian yang paling penting adalah tersampaikannya pesan dan dapat diterima dengan baik oleh penerima informasi. Komunikasi massa memiliki banyak massa dikarenakan agar informasi yang diberikan segera diterima dan dapat diterapkan. Terlebih lagi pada situasi sulit, yang membutuhkan kecepatan informasi bagi masyarakat. Dalam hal ini, jika dikaitkan dengan keadaan sekarang yaitu adanya virus Covid-19, masyarakat sangat memerlukan informasi yang cepat.

Kebutuhan untuk mengedukasi masyarakat pada masa pandemi adalah sesuatu yang harus dilakukan. Melalui komunikasi massa akan didapatkan komunikasi yang luas dengan menyasar banyak orang dalam satu waktu. Tidak hanya membutuhkan kecepatan informasi, tetapi juga tingkat akurasi informasi adalah hal penting yang harus diperhatikan oleh pemberi informasi. Komunikasi yang diberikan sudah seharusnya menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat.

Efektifitas komunikasi massa merupakan bagian penting untuk tercapainya tujuan penyampaian informasi kepada masyarakat. Tujuan akan dapat dicapai jika proses penyampaian dilakukan dengan gamblang. Dalam situasi sult, komunikasi yang efektif menjadi sangat penting dan tidak dapat dipisahkan untuk saling memberikan edukasi. Dengan efetifitas yang tingg, suatu proses penyampaian informasi akan dapat berjalan dengan baik dan dapat menyampaikan infromasi dengan benar.

Pandemi yang berlangsung sejak tahun 2020, belum dapat diprediksi kapan berakhirnya turut menjadi perhatian masyarakat. Komunikasi berperan dalam aspek kehidupan. Dalam hal ini penanganan Covid-19 da komunikasi adalah satu bagian yang penting.

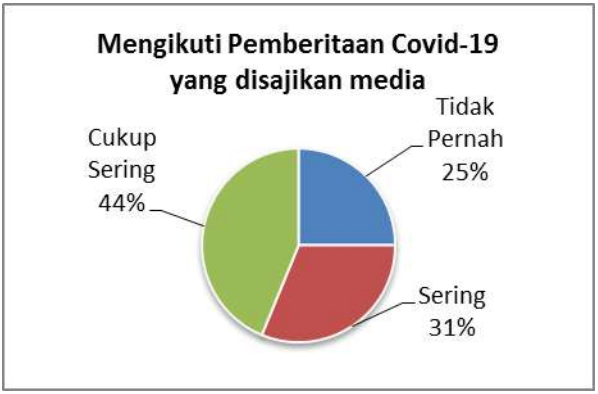
Proses terjadinya komunikasi adalah sebagai berikut: 1) berkaitan dengan sumber informasi. Sumber adalah penciptaan awal suatu gagasan yang hendak dikomunikasikan. Idention ini, menjadi pesan yang akan disampaikan ataub dapat menjadi landasan; 2) berkaitan dengan penciptaan suatu pesan. Penciptaan sebuah pesan merupakan encoding, yaitu berasal dari sumber informasi yang berproses dalam menerjemahkan informasi yang berwujud dalam bentuk kata, tanda tau lambang yang sengaja dimunculkan untuk menyampaikan informasi dengan harapan memiliki efek terhadap penerima pesan. Sedangkan, pesan memiliki makna sebuah alat yang dipergunakan sebagai sumber dalam mengekspresikan gagasan seseorang yang dapat berbentuk bahasa lisan, bahasa tertulis hingga perilaku nonverbal atau gestur seperti bahsa isyarat, ekspresi wajah atau dapat berupa gambar; 3) berkaitan dengan proses komunikasi.

Sumber penyampaian pesan pada penerima dapat dengan berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui suatu gestur (gerak tubuh). Proses komunikasi, juga berkaitan dengan istilah channel atau media, yaitu suatu alat untuk menyampaikan pesan, saluran komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon dan saluran tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi kata-kata tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi kata-kata tertulis seperti televisi, kaset video; 4) berkaitan dengan perhatian bagi penerima pesan. Jika pesan bersifat lisan, maka penerima harus menjadi seorang pendengar yang baik agar pesan yang dikirim diterima dengan baik, karena jika penerima pesan tidak dapat mendengar pesan dengan baik maka informasi akan hilang. Proses ini, melakukan penafsiran atau terhadap pesan yang diterimanya. Untuk itu diperlukan pemahaman (understanding), yang merupakan kunci dalam proses ini; 5) berkaitan dengan umpan balik. Respon atau umpan balik dari penerima pesan terhadap pesan yang disampaikan oleh sumber, dapat berupa kata-kata atau suatu tindakan-tindakan tertentu. Dalam prosesnya, penerima pesan dapat mengabaikan pesan yang dikirm ataupun memilih menyimpannya, maka dari itu peran umpan balik dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap aktivitas komunikasi yang terjadi. Apakaah isi pesan dapat tersampaikan atau bahkan belim tercerna oleh penerima pesan. Dengan penjelasan di atas, hasil akhir atau inti dari proses komunikasi yang diharapkan yaitu informasi yang dikirimkan oleh pengirim pesan dapat diterima atau dicerna dengan baik oleh penerima pesan. Adapun dalam komunikasi massa memiliki tujuan utama untuk memberikan pemahaman kepada banyak orang sekaligus dalam satu atau dua kesempatan saja. Sehingga dalam proses tukar menukar informasi, waktu yang dibutuhkan berlangsung dengan cepat, efektif dan efisien. Dalam hal ini, poin penting yang menjadi perhatian bagi pengirim pesan adalah kepekaan masyarakat dalam menanggapi informasi yang diperoleh melalui komunikasi massa. Sehingga diperlukan bahasa yang sederhana dan dapat dipahami harus menjadi pertimbangan ketika pesan tersebut dikirim kepada massa karena menyesuaikan

setiap individu dalam massa yang memiliki karakternya masing-masing. Dalam menerjemahkan informasi yang hendak dikirim, pengirim pesan harus mengetahui tingkat kepekaan suatu massa yang disasar sebagai penerima pesan yang hendak dikirimnya.

Jika dikaitkan dengan pandemi yang terjadi saat ini, penyampaian pesan dari media untuk memberitakan tentang Covid-19 kepada masyarakat luas belum mendapatkan tujuan sepenuhnya. Media yang mengedukasi masyarakat, memberikan informasi terkait Covid-19, belum dapat membuat masyarakat paham dengan tujuan media. Sebagian masyarakat justru dilanda kecemasan dalam memantau perkembangan berita tentang Covid-19. Dalam hal ini, mahasiswa Universitas Negeri Surabaya yang menjadi objek penelitian terhadap topik yang diambil oleh peneliti.

Dari hasil kuesioner yang telah dibagikan, telah menunjukkan 44% responden cukup sering mengikuti pemberitaan Covid-19 yang dilakukan oleh media, 31% sering, dan 25% lainnya bahkan tidak pernah mengikuti pemberitaan Covid-19.



Semenjak Covid-19 merebak ke seluruh dunia, media menjadi gencar memberitakan perkembangan terkini Covid19 dari berbagai sudut dengan akses cepat dan mudah, termasuk bagaimana kebijakan pemerintah beserta dampaknya terhadap masyarakat. Hal ini berhubungan dengan adanya pembatasan terhadap masyarakat untuk

berpergian ke luar rumah. Mengingat pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan terkait penanggulangan Covid-19, antara lain: himbauan social distancing, physical distancing, pembatasan sosial berskala besar (PSSB) dan himbauan untuk tetap di rumah yang memungkinkan masyarakat masyarakat kurang mendapatkan informasi dari luar rumah. Kebijakan pemerintah tersebut merupakan langkah awal yang diambil dengan mengacu pada negara lain yang telah terjangkit Covid19. Maka dari itu, masyarakat masih memerlukan informasi mengenai perkembangan terkait Covid-19. Biasanya masyarakat memperoleh informasi dari televisi maupun internet. Adanya media interet dan *physial distancing* ini dapat dikaitkan dengan teori *uses and gratitification* yang menyatakan masyarakat secara aktif mengevaluasi dan memilih media yang menurutnya dapat bermanfaat untuk tujuan komunikasi. Teori ini memberikan penjelasan bahwa ada masanya individu untuk terlibat secara aktif maupun kurang aktif terhadap penggunaan media. Yang mana saat ini telah memasuki era masyarakat informasi yang media paling banyak digunakan adalah media baru, media internet.

Selain itu, berdasarkan diagram di atas, sebagian besar mahasiwa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya merasakan kecemasan saat setelah melihat ataupun mendengar pemberitaan media mengenai Covid-19. Kecemasan yang mereka alami diantaranya terjadi ketika melonjaknya kasus Covid-19. Data Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID19 di Indonesia per 31 Oktober 2020, jumlah suspek COVID19 sebanyak 67.900 orang, spesimen

yang diuji 29.001, kasus terkonfirmasi COVID19 10.088, sembuh 337.801, dan jumlah yang meninggal menjadi 13.869. Sedangkan data dari WHO per 31 Oktober 2020 menunjukkan bahwa secara global, jumlah kasus terkonfirmasi infeksi COVID-19 adalah 5.523.063 dan kematian 1.186.596. Untuk Asia Tenggara, sebanyak 9.196.38 kasus terinveksi Covid-19. Lonjakan kasus terjadi mulai Juni 2021 hingga Juli 2021. Lonjakan terjadi dalam kurun waktu satu bulan secara signifikan dengan jumlah lonjakan sebanyak 38.000 kasus serta banyaknya kurang lebih 1000 kasus per hari. Puncak lonjakan terjadi pada 18 Juli 2021.

Melonjaknya kasus covid tersebut menimbulkan adanya kecemasan untuk keluar rumah dan berada di tempat yang berpotensi menimbulkan kerumunan dan berpergian jauh. Sebagian dari mereka juga merasa cemas apabila mereka keluar rumah, maka akan ada salah satu anggota keluarga atau bahkan dirinya sendiri terpapar covid-19. Kecemasan tersebut cukup menimbulkan kondisi *panic attack*. Namun, beberapa dari mereka yang tidak merasa cemas dan menganggap pemberitaan Covid-19 tersebut hanya sebagai berita yang memiliki tujuan memberikan informasi kepada *audience* dan baru akan merasa cemas apabila mendengar kabar seseorang di lingkungan sekitar yang wafat karena terpapar covid-19.

Bagi 78% responden yang merasakan kecemasan, berita tingginya angka kematian akibat Covid-19 dapat memicu rasa cemas tersebut. Mengingat intensitas penularan Covid-19 yang begitu cepat. Virus ini menyebar selama ada kontak dekat, seringkali oleh tetesan kecil (droplet) yang dihasilkan selama batuk, bersin, atau berbicara. Tetesan ditularkan, dan menyebabkan infeksi baru, ketika dihirup oleh orang-orang dalam kontak dekat (1 hingga 2 meter, 3 hingga 6 kaki). Virus ini bisa masuk ke tubuh lewat hidung, mulut, bahkan rongga mata. Menurut WHO, lontaran droplet diperkirakan mencapai 1 meter. Karena itu, 2 meter menjadi jarak aman yang dianjurkan antara satu orang dan orang lain.

Selain itu, adanya pemberitaan mengenai varian baru Covid-19 juga menjadi penyebab lain yang dapat memicu kecemasan mereka.

Varian B.1.17 merupakan salah satu varian virus Covid-19. Varian ini pertama kali muncul di daerah Kent, UK. Kemudian menyebar pada bulan September 2020 dan berubah menjadi strain SARS-CoV-2 yang dominan di Inggris (Davies NG, et all, 2021). Di Afrika Selatan, ditemukan juga varian lain dari virus Covid-19, yaitu B.1.351. Varian ini dianggap 20 kali lebih kuat dari varian SARSCoV2 yang endemik di Wuhan, China. Selain itu, muncul varian lain yaitu varian B.1.429 yang teridentifikasi di California, Amerika Serikat. Varian ini memiliki intensitas penyebaran yang cepat di Amerika Serikat. Di Brazil Utara juga ditemukan varian P.1 (B.1.1.28). Berdasarkan tingkat penyebarannya yang tinggi baik di negara asal maupun secara global, varian B.1.1.7, B.1.351 dan P.1 menginfeksi hampir seluruh kalangan, terutama pada kelompok paruh baya. Selain itu terdapat peningkatan risiko rawat inap dan perawatan intensif terkait dengan varian B.1.1.7, B.1.351 dan P.1. dari SARS-CoV-2.

Berdasarkan teori jarum suntik bahwa apapun pesan yang disampaikan oleh komunikator politik (politisi, professional, dan aktivis) selalu memandang bahwa pesan dapat menimbulkan efek positif berupa citra yang baik, penerimaan atau dukungan tidak bisa dikatakan benar. Jika dikaitkan dengan pandemi Covid-19 yang saat ini terjadi, melalui media massa pemerintah dapat menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk beraktifitas di rumah saja sebagai upaya memutus rantai penyebaran Covid-19.

Himbauan yang diberikan pemerintah melalui media massa tidak berdampak positif sesuai tujuan komunikasi yang diinginkan. Terdapat dampak positif dan negatif dari physical distancing, lockdown, work from home menjadi anjuran jalan keluar yang harus dilakukan agar penyebaran virus ini tidak menambah kasus orang terkena Covid-19. Berikut dampak positif, yaitu: (1) Memiliki hubungan yang erat dengan keluarga karena berada di rumah dalam waktu yang lebih lama dari biasanya; (2) Menjadikan anak perantauan dapat meningkatkan kemampuan memasak; (3) Meningkatkan gaya hidup yang tidak boros; (4) Meningkatkan kegiatan hidup sehat karena dituntut untuk selalu menjaga kebersihan dan juga kekebalan tubuh.

Selain dampak positif, pandemi Covid-19 juga menimbulkan dampak negatif, yaitu: (1) Memiliki sifat individualis karen minimnya sosialisasi terhadap orang lain; (2) Gangguan emosional individu karena merasa jenuh berada di rumah; (3) Sikap takut, gugup meningkat saat ingin bersosialisaasi; (4) Segala bentuk aktifitas membutuhkan handphone atau laptop yang dapat memengaruhi kesehatan mata.

Segala permasalahan yang terjadi selalu memiliki dua sisi, yaitu yang berdampak positif dan berdampak negatif. Pemberitaan yang disampaikan terkait jumlah pasien Covid-19 mulai dari positif, ODP, PDP, dan meninggal, semua memiliki tujuan agar masyarakat dapat lebih berhati-hati apabila harus melakukan aktifitas di luar rumah.

Adapun faktor lain yang membuat masyarakat cemas adalah dengan adanya berita bohong pada masa pandemi. Berdasarkan data dari laman kominfo, terdapat 850 hoax terkait berita covid-19 sejak 23 Januari 2020 hingga 15 Juni 2020 yang beredar melalui media sosial maupun aplikasi pesan instan. Dalam rentang waktu yang tidak lama, juga dengan keadaan yang dapat dikatakan berbahaya ini, hoax masih berkeliaran dimana-mana. Adapun beberapa kasus hoax yang mengaitkan dengan ‘obat penyembuh Covid-19’ dengan produk susu kaleng. Masyarakat yang percaya akan hal ini kemudian membuat stok produk susu kaleng menjadi sulit ditemukan atau mengalami kelangkaan. Minimarket, supermarket, bahkan toko kelontong diserbu warga untuk mendapatkan obat penyembuh Covid-19 ini. Harganya bertambah naik seiring dengan kelangkaan produk ini. Hal ini kemudian menjadikan munculnya fenomena *panic buying* atau pembelian secara berlebihan atau penimbunan suatu barang karena didasari rasa panik dan takut berlebih.

Menurut Dosen Komunikasi Universitas Medan Area, Ressi Dwiyana: “Setiap *hoax* pastinya dibuat untuk merugikan pihak lain, baik secara langsung ataupun tidak. *Hoax* menjadi cara untuk mengekspresikan kebencian, permusuhan, dan pertenttangan. Ini bisa dengan mudah didapat dilihat dari apa yang mereka posting di social media. Ada yang isi media sosialnya semua hal *hoax* yang

menyudutkan satu pihak, agama lain, dan sebagainya. (Dwiyanan, 2017)

Pendapat David Harley dalam buku “Common Hoaxes and Chain Letters” (2008), yang mengidentifikasikan *hoax* secara umum. Pertama, informasi *hoax* biasanya memiliki karakteristik dengan menyertakan kalimat seperti “Sebarkan pada semua orang, jika tidak, maka..” biasanya dilanjutkan dengan berbagai peristiwa tidak menyenangkan. Kedua, informasi *hoax* biasanya tidak menyantumkan tanggal kejadian yang diberitakan atau dengan pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan kejelasan dari suatu berita. Kemudian yang ketiga, informasi *hoax* biasanya tidak memiliki tanggal kadaluwarsa, meskipun sebenarnya jika diberi tanggal kadaluarsa pun tidak berpengaruh apa-apa, tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan. Keempat, tidak ada organisasi atau lembaga yang dapat diidentifikasi dengan dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi.

Jenis-jenis Informasi *Hoax* yaitu: (1) *fake news* atau berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita dengan memasukkan beberapa data tambahan atau bahkan mengurangi esensi dari berita itu sendiri. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar atau tidak biasa dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik; (2) *clickbait* disebut juga tautan yang bertujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca; (3) *confirmation bias* atau bias konfirmasi disebut juga dengan kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi dengan bukti dari kepercayaan yang sudah ada; (4) *misinformation* atau informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu; (5) *satire* atau sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengkomentari kejadian yang sedang hangat; (6) *post-truth* atau Pasca-kebenaran atau kejadian di mana emosi lebih berperan daripada

fakta untuk membentuk opini; (7) propaganda atau aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi atau bahkan menggiring opini seseorang.

Hal ini dapat didukung dengan Survey Mastel (2017) yang mengungkapkan bahwa dari 1.146 responden, 44,3% diantaranya menerima berita *hoax* setiap hari dan 17,2% menerima lebih dari satu kali dalam sehari. Bahkan mediaarus utama yang diandalkan sebagai media yang dapat dipercaya terkadang ikut terkontaminasi penyebaran *hoax*. Media arus utama juga menjadi saluran penyebaran informasi/berita *hoax*, masing masing sebesar 1,20% (radio), 5% (media cetak) dan 8,70% (televisi). Tidak saja oleh media arus utama,kini *hoax* sangat banyak beredar di masyarakat melalui media *online*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mastel (2017) menyebutkan bahwa saluran yang banyak digunakan dalam penyebaran *hoax* adalah situs web, sebesar 34,90%, aplikasi *chatting* (Whatsapp, Line, Telegram) sebesar 62,80%, dan melalui media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dan Path) yang merupakan media terbanyak digunakan yaitu mencapai 92,40%. Sementara itu, data yang dipaparkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar *hoax* dan ujaran kebencian (Pratama, 2016). Fenomena *hoax* di Indonesia ini dipandang menimbulkan beragam masalah.

Simpulan

Komunikasi massa melalui media massa yang dilakukan saat pandemi Covid-19 memiliki tujuan menghimbau masyarakat untuk berhati-hati. Adapun respon dari beberapa masyarakat yang dapat ditunjukkan dengan data dari mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Dalam hal ini, efek media dalam memberitakan Covid-19 terhadap individu dapat memiliki respon yang berbeda karena memiliki tingkat kepekaan yang berbeda dalam menerima pesan yang masuk. Sebagai pengirim pesan diharapkan mampu memberikan informasi dengan

bahasa yang mudah dipahami serta disampaikan dengan sejelas-jelasnya sehingga penerima pesan dapat mengetahui tujuan komunikasi dari pengirim pesan. Dan dapat menjadi pelajaran untuk dapat mendeteksi berita yang memberitakan berita palsu.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, D. P. R., & Kadir, N. (2020). Analisis Peran Media dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Virus Corona (Covid-19) di Indonesia. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *4*(1).

Aeni, N. (2021). Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, & Sosial. Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK, 17(1), 17-34.

Ameliola, S., & Nugraha, H. D. (2013, June). Perkembangan media informasi dan teknologi terhadap anak dalam era globalisasi. In Prosiding In International Conference On Indonesian Studies" Ethnicity And Globalization.

Archika, N. D. (2020). Makalah Corona Virus Disease-19.

AS, A. B. (2014). Periode perkembangan media massa. Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 18(1), 119-132.

Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis framing pemberitaan generasi milenial dan pemerintah terkait Covid-19 di media online. Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1), 85-104.

Fauziyyah, R., Awinda, R. C., & Besral, B. (2021). Dampak Pembelajaran Jarak Jauh terhadap Tingkat Stres dan Kecemasan Mahasiswa selama Pandemi COVID-19. Jurnal Biostatistik, Kependudukan, dan Informatika Kesehatan, 1(2), 113-123.

Hartono, H., & Yusuf, Y. (2021). Tinjauan Molekuler dan Epidemiologi Mutasi pada Virus SARS-CoV-2. bionature, 22(1).

Hendraswari, H. (2016). Citizen Journalism dalam Penyebaran Informasi Lalu Lintas Kota Bandung (Doctoral dissertation, Perpustakaan).

Indriani. (2020) Kominfo: Hingga Juni terdapat 850 hoaks terkait Covid-19. Kominfo. https://kominfo.go.id/content/detail/27755/kominfo-hingga-juni-terdapat-850-hoaks-terkait-covid-19/0/sorotan_media

Istiqomah, E. (2017) Sejarah Perkembangan Media. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/ellaisti/58f8873cab9273ba1e1c31dc/sejarah-perkembangan-media

Juditha, C. (2018). Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya). *Pekommas*, *3*(1).

Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. Jurnal Benefita, 5(2), 212-224. ovid19.go.id [Internet]. 2020. Available from:https://www.covid19.go.id/

Parwanto, M. E. (2021). Virus Corona (SARS-CoV-2) penyebab COVID-19 kini telah bermutasi. Jurnal Biomedika dan Kesehatan, 4(2), 47-49.

Pratiwi, W. R., & Sukarta, A. (2020). HUBUNGAN PEMBERITAAN MEDIA SOSIAL TERHDAP TINGKAT KECEMASAN PEREMPUAN PADA MASA PANDEMI COVID-19. In Prosiding Seminar Nasional Kesehatan Masyarakat 2020 (Vol. 1, No. 1, pp. 111-120).

Putri, R. N. (2020). Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 20(2), 705-709.

Rayani, D., & Purqoti, D. N. S. (2020). Kecemasan Keluarga Lansia Terhadap Berita Hoax Dimasa Pandemi Covid-19. Realita: Jurnal Bimbingan dan Konseling, 5(1).

Rondonuwu, J., Kawengian, D. D., & Himpong, M. D. (2020). Peran Komunikasi Pemerintah dalam Menyosialisasi Prosedur Tetap

(Protap) Kesehatan Pandemi Covid-19 di Masyarakat Dumoga Timur. Acta Diurna Komunikasi. 2(4)

Rosfiantika, E., Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2020). Program live update pemberitaan risiko Covid-19 di televisi nasional Indonesia. ProTVF, 4(2), 247-269.

Setiya, S. (2020) Analisis Hypodermic Needle Theory terhadap Covid-19 menjadi Pandemik.

Setiyaningsih, L. A. (2020). MEDIA PANICS IBU RUMAH TANGGA SETELAH MENGAKSES BERITA COVID-19. Jurnal Nomosleca, 6(2).

Setyaningrum, W., & Yanuarita, H. A. (2020). Pengaruh covid-19 terhadap kesehatan mental masyarakat di Kota Malang. JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan), 4(4).

Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19. *Kalijaga Journal of Communication*, *2*(1), 14-34.

Utami, Y. P. D., Pinzon, R. T., & Meliala, A. (2021). Evaluasi Kesiapan Rumah Sakit Menghadapi Bencana Non-Alam: Studi Kasus COVID-19 di Rumah Sakit Bethesda Yogyakarta. Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia: JKKI, 10(2), 100-106.

"ANALISIS TREN OLAHRAGA TENNIS LAPANGAN DI MASA PANDEMI PADA KOMUNITAS SHANKARA"

Erio Fariza Nasution,[1] Rozi Maulana Widjaya[2]
Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi,
Email: eriofarizanasution@gmail.com[1]
Email: rozimaulanawidjaya@gmail.com[2]

Pendahuluan

Awal tahun 2020, dunia diguncangkan dengan wabah global. World Healthy Organisasion (WHO) menetapkan pada tanggal 2 Maret 2020 sebagai pandemi global, wabah tersebut dikenal sebagai Virus Covid-19 dapat juga disebut dengan virus corona. Virus Covid-19 ditemukan pertama kali di Wuhan, China yang selanjutnya berhasil menyebar dan menginfeksi nyaris segala negeri di dunia. Musibah non alam ini bukan awal kalinya dialami seluruh negara di dunia.

Pada Maret 2020, pemerintah mengumumkan dua pasien positif COVID 19 untuk pertama kalinya di Indonesia. Jumlah pasien positif COVID-19 terus terjadi dan meningkat setiap harinya. Penyakit virus COVID-19 adalah nama baru yang diberikan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Penyakit ini dikenal sebagai pandemic karena semua warga dunia dapat terinfeksi infeksi COVID-19. Sementara itu, Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit AS (CDC) menjelaskan bahwa virus corona COVID-19 biasanya menyebar melalui tetesan udara dan benda yang terinfeksi ketika orang yang terinfeksi bersin atau batuk. Dalam situasi pandemi COVID19 saat ini, berdampak serius bagi semua sektor, terutama sektor kesehatan. Tidak hanya dari faktor kesehatan melainkan banyak

perubahan dari segi manapun, entah itu dari pola kehidupan bermasyarakat, bergaul, bersosialisasi antar masyarakat, dan lain-lain. Secara sosiologis pandemi Covid-19 telah mengakibatkan perubahan sosial yang tidak direncanakan, suatu perubahan sosial yang terjadi secara sporadis dan tidak diinginkan kehadirannya oleh masyarakat (Soekanto dan Sulistyowati, 2012). Bahkan, pada keadaan tertentu dapat memicu masalah kehidupan dan terjadinya kekacauan. Dampak dari ketidaksiapan masyarakat dalam menghadapi pandemi covid-19 ini telah menyebabkan disorganisasi sosial di segala aspek kehidupan masyarakat. Meskipun demikian, masyarakat pada dasarnya memang bersifat dinamis dan akan selalu mengalami perubahan. Masyarakat tidak bisa dibayangkan sebagai keadaan yang tetap atau statis, melainkan proses yang senantiasa berubah dengan derajat kecepatan, intensitas, irama, dan tempo yang berbeda (Sztompka,2017).

Situasi sosial yang belum siap dengan cepatnya perubahan akibat pandemi Covid-19 serta situasi dan tatanan baru "new normal" tentunya dapat menggerus nilai-nilai dan normanorma sosial yang berkembang dan dianut masyarakat selama ini. Beberapa nilai dan norma lama harus ditata ulang atau diciptakan kembali untuk menciptakan sistem sosial yang baru. Salah satu aturan baru tersebut ditandai dengan himbauan pemerintah untuk belajar, bekerja dan beribadah dari rumah secara online sejak merebaknya virus COVID-19 di Indonesia. Demikian pula kebiasaan masyarakat untuk bersosialisasi, senang bertemu dan bersosialisasi saat ini diperlukan untuk membiasakan diri dengan pemberlakuan pembatasan sosial. Kebijakan physical/social distancing telah mengubah berbagai bentuk perilaku masyarakat yang kemudian mengharuskan adanya physical distancing selama interaksi sosial. Perilaku dan kebiasaan masyarakat yang biasa di era praCOVID-19 kemudian dimodifikasi dan ditransformasikan dengan model interaksi virtual.

Setiap orang memiliki kewajiban untuk melindungi diri sendiri dan orang lain dengan menetapkan protokol kesehatan yang sehat dan benar. Selain itu, untuk menjaga kesehatan tubuh, Anda perlu mengikuti nutrisi, istirahat yang baik, dan gaya hidup sehat, seperti

kota-kota aktivitas fisik di Indonesia, terutama masyarakat. Bagi mereka yang saat ini terlibat dalam berbagai kegiatan olahraga, ini adalah perubahan sosial yang besar di era pandemi. Dimasa pandemi Covid-19 kebugaran dan daya tahan tubuh sangat dibutuhkan agar imun tubuh kita lebih kuat, salah satunya kita harus melakukan aktivitas olahraga yang rutin. Olahraga di tengah Pandemi Covid-19 tidak mustahil dilakukan. Bahkan semestinya olahraga kian digiatkan untuk lebih menjaga kebugaran tubuh. Tubuh yang bugar dan sehat akan lebih sulit dimasuki virus karena daya tahan tubuh yang lebih kuat, dibarengi dengan kedisplinan menerapkan protokol kesehatan, olahraga bisa memberikan manfaat besar bagi setiap orang. Menurut Munandar (2004:26) motivasi merupakan suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah kepada tercapainya suatu tujuan. Sementara berdasarkan usia umumnya yang aktif sebagai anggota-anggota pusat kebugaran sekitar usia dewasa muda hal ini disebabkan karena fase ini merupakan fase dimana aspekaspek perkembangan fisik telah mencapai puncak kekuatan dan energi, ketekunan, dan kemauan yang luar biasa Dariyo, (2003:33)

Olahraga merupakan aktivitas yang bermanfaat untuk menjaga stamina dan kesehatan tubuh. Aktivitas ini dapat juga menjadi hiburan bagi yang melakukannya. Namun, di masa pandemi ini masyarakat yang biasanya berolahraga bersama dapat menjalaninya secara terbatas. Tetap berolahraga di rumah adalah cara terbaik untuk sehat dan tidak terpapar COVID-19.

Masyarakat yang ingin berolahraga bersama tetap dapat melakukan dengan berbagai syarat. Pemerintah melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga mengeluarkan surat edaran dengan Nomor 6.11.1 Tahun 2020 Tentang Protokol Kesehatan Pencegahan Penularanan COVID-19 pada kegiatan Kepemudaan dan Keolahragaan. Pada surat edaran tersebut, beberapa kegiatan olahraga di tempat umum sudah dapat dilakukan kembali, tentunya dengan berbagai syarat. Hal serupa juga diterapkan para atlet profesional seperti di bidang sepak bola untuk terus menjaga stamina dan mengasah kemampuan.

Dulu kegiatan olahraga jarang dilakukan, namun sekarang tidak bisa dihindari untuk tetap di rumah dan tetap produktif. Menurut Johns Hobskin University 2020 bahwa orang-orang yang sebelum pandemi sudah memiliki lingkaran sosial yang terbatas lebih rentan terhadap masalah psikis. Sebab jumlah teman atau keluarga yang bisa diajak berkomunikasi saat pandemi lebih terbatas. Setelah itu, fenomena olahraga yang digandrungi mayoritas masyarakat juga diharapkan dapat membantu kesehatan tubuh dan mental di masa pandemi. Karena tren olahraga ini tidak hanya mencakup satu olahraga saja tetapi banyak olahraga yang berbeda, seperti lari atau jogging, bersepeda, tennis lapangan, bulu tangkis, dan lainlain. Sebagian besar masyarakat memilih olahraga yang memungkinkan orang untuk tetap berjauhan dan menjaga jarak satu sama lain menyusul larangan pemerintah terhadap protokol kesehatan, salah satunya physical distancing. Akan tetapi, orang orang dewasa ini banyak bermunculan komunitas atau kelompok masyarakat yang berbeda, yang justru menyebabkan berkumpulnya anggota masyarakat.

Tren seperti itu mengubah gaya hidup. Karena sebelum pandemi, orang yang jarang berolahraga, bersepeda, sekarang mulai turun ke jalan dengan bersepeda, dan banyak orang sering menunjukkan aktivitas olahraganya selama pandemi melalui akun media sosialnya. Meski terlihat aktif memamerkan aktivitas olahraganya melalui akun media sosialnya, kebanyakan orang melakukannya bukan hanya karena mengikuti tren, tetapi juga berusaha memanfaatkan waktu untuk meningkatkan performa di berbagai cabang olahraga. Namun, tren olahraga ini juga masuk ke media sosial. Kita bisa melihat banyak orang berlomba-lomba memamerkan aktivitas bersepedanya di akun media sosial masing-masing. Akhirnya seiring dengan berjalannya waktu, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran jasmani, pilihan olahraga juga tidak boleh keluar rumah, bahkan banyak olahraga yang bisa dilakukan di rumah. Selain lebih nyaman tanpa gangguan orang lain, berolahraga di rumah juga bisa dilakukan dengan lebih leluasa

dengan jadwal yang lebih fleksibel. Selain itu, unsur kebersihan dan keamanan juga lebih terjaga.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Mengingat kualitatif adalah studi tentang makna (interpretasi), sangat tergantung pada intuisi dan pemahaman, yang berbeda dari setiap individu. Oleh karena itu, peneliti diminta untuk langsung ke sana, tanpa menggunakan penyidik atau asisten, karena khawatir hal ini dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda tentang makna fenomena data antara peneliti dan asistennya. Sehingga penelitian kualitatif akan mengacu pada konsep dari makna, definisi, karakteristik, metafora, simbol dan hal lain berkaitan dengan deskripsi. Kualitatif mengasumsikan pengetahuan menjadi output konstruksi pemahaman, bersumber berdasarkan komunikasi & interaksi, sebagai akibatnya pengetahuan bukan "*out there*" namun pada pada persepsi & intepretasi berdasarkan individu. Pendek kata, pengetahuan dikonstruksikan atau dikreasikan kepada masyarakat, sebagai akibatnya dianggap *social construction of reality* (Vainderstoep & Johnston, 2009).

Teknik identifikasi informan dalam penelitian ini menggunakan metode direct sampling. Data yang dihasilkan selanjutnya akan dianalisis dengan teknik reduksi data, memvisualisasikan data, dan menarik kesimpulan. Oleh karena itu, hasil data yang diperoleh kemudian dapat menjawab permasalahan yang ada.

Dampak Perubahan Sosial Masyarakat Pada Olahraga Tennis

Fenomena yang marak terjadi saat ini tentunya berpengaruh pada masyarakat modern untuk mengkonsumsi trend tersebut dalam bentuk konsumsi masyarakat modern. Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern hidup dalam budaya, khususnya budaya konsumtif, dimana konsumsi mempengaruhi kehidupan masyarakat sehari-hari. Dalam kehidupan sosial masyarakat, nilai, makna, dan harga dari semua yang

dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman setiap individu. Padahal, praktik konsumsi dalam masyarakat modern dapat dilihat dan ditunjukkan dengan bagaimana rasionalitas konsumsi bekerja dalam masyarakat konsumtif yang berbudaya. Setiap hari, sering menghabiskan banyak waktu untuk makan, memikirkan apa yang akan dimakan dan menyiapkan apa yang akan dimakan. Kebanyakan orang akan merasa membutuhkan pekerjaan untuk dapat mengkonsumsi, bersekolah untuk dapat mengkonsumsi lebih baik, untuk menilai orang lain atas apa yang mereka konsumsi, untuk mengungkapkan identitas mereka kepada orang lain, objek konsumen, serta segala sesuatu yang lain. ini mempengaruhi orang lain sesuai dengan keterikatan mereka pada objek yang dikonsumsi dan lain-lain. Dalam kehidupan sosial masyarakat, nilai, makna, dan harga dari semua yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman setiap individu. Padahal, praktik konsumsi dalam masyarakat modern dapat dilihat dan ditunjukkan dengan bagaimana rasionalitas konsumsi bekerja dalam masyarakat konsumtif yang berbudaya. Setiap hari, sering menghabiskan banyak waktu untuk makan, memikirkan apa yang akan dimakan dan menyiapkan apa yang akan dimakan. Kebanyakan orang akan merasa membutuhkan pekerjaan untuk dapat mengkonsumsi, bersekolah untuk dapat mengonsumsi lebih baik, untuk menilai orang lain atas apa yang mereka konsumsi, untuk mengungkapkan identitas mereka kepada orang lain, objek konsumen, serta segala sesuatu yang lain. ini mempengaruhi orang lain sesuai dengan keterikatan mereka pada objek yang dikonsumsi dan lain-lain. Dalam kehidupan sosial saat ini, masyarakat hidup dalam budaya yang menekankan pada gaya hidup, dimana masyarakat modern mengkonsumsi hal-hal baru yang sering disebut budaya populer. selama tren tersebut masih populer dan menjadi fenomena di kalangan masyarakat, salah satunya tren yang populer di masa pandemi saat ini, yaitu tren berolahraga.

Alasan Tennis Banyak Digemari Pada Shankara Community di Masa Pandemi COVID-19

Meningkatnya trend berolahraga khususnya di cabang olahraga tennis lapangan di masa pandemi juga disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya peran komunitas. Salah satu komunitas tennis yang menarik untuk diteliti oleh peneliti yaitu Shankara tennis Community Surabaya yang terbentuk pada masa pandemi di bulan November 2020, yang mulanya diawali hanya beranggotakan 5 orang dan terus bertambah hingga saat ini sudah mencapai 20 orang dengan jumlah laki-laki sebanyak 16 orang dan 4 perempuan orang. Pekerjaan anggota dari komunitas ini pun beragam tidak hanya berada pada satu instansi saja, sebagian dari mereka ada yang bekerja sebagai dosen, karyawan swasta, mahasiswa dan mayoritas pekerja kontrak. Usia anggota komunitas yang tergabung pun beragam dari usia 18-30 tahun dengan etnis dan juga agama yang berbeda. Pada komunitas Shankara ini pun memiliki sistem perekrutan anggota hanya dengan cara mengikuti tennis bersama para anggota selama 3 kali dan kemudian sudah dapat bergabung pada komunitas tersebut. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas yang terbentuk di masa pandemi ini yaitu Latihan rutin tennis bersama sebanyak 2-3 kali dalam seminggu. Selain bertennis bersama para anggota komunitas Shankara mereka juga sering Latihan bersama dengan antar intansi lainnya seperti PJB, Polisi, dan lain-lain.

Berdasarkan penjelasan dasar di atas, peneliti ingin melakukan kajian tentang fenomena trend olahraga pada masa pandemi di Komunitas Tennis Shankara dan faktorfaktor yang mempengaruhi individu yang berpartisipasi dalam komunitas tersebut. Memang, sesuai dengan perkembangan zaman dan juga dalam situasi pandemi saat ini, tren yang muncul mau tidak mau akan mengubah perilaku konsumsi masyarakat modern. Sebagian besar masyarakat memilih olahraga yang jauh dari kerumunan dan tidak masalah untuk tidak menggunakan masker, karena ketika berolahraga disarankan untuk tidak menggunakan masker karena demi keselamatan dalam berolahraga.

Kebanyakan memilih olahraga seperti Tennis lapangan, berkuda, workout, jogging, bulu tangkis, dan olahraga lainnya yang tidak perlu berkerumun dan memakai masker untuk melakukannya. Dan untuk melakukan aktivitas olahraga tersebut rata-rata masyarakat melakukannya dalam 3-6 kali dalam seminggu dengan intesitas rata-rata 30120 menit dalam sehari. Banyak sekali perbedaan dan perubahaan sosial masyarakat dalam berolahraga di masa sebelum dan selama pandemi. Tidak hanya yang berprofesi sebagai atlet yang wajib berolahraga, masyaralat non-atlet juga wajib berolahraga setidaknya melakukan aktivitas yang dapat mengeluarkan keringat, karena kita juga harus menjaga kebugaran dan imun di masa pandemi seperti ini. Dari pandangan seseorang yang berprofesi sebagai atlet perubahan dan perbedaan sebelum dan selama pandemic sangat berpengaruh, contohnya seperti beberapa fasilitas untuk Latihan banyak yang ditutup, event pertandingan olahraga juga banyak yang ditunda dengan waktu yang lama sehingga mengganggu program Latihan dan pertandingan mereka. Untuk halangan aktivitas berolahraga bagi masyarakat nonatlet adalah ditutupnya fasilitas umum seperti taman kota dan fasilitas olahraga lainnya, mereka tidak bisa berolahraga Bersama dengan komunitasnya dan terpaksa harus berolahraga secara mandiri dirumah.

Tennis menjadi Inovasi dalam Menjaga Kesehatan di Masa Pandemi

Salah satu bentuk upaya untuk meningkatkan stamina dan kesehatan di masa pandemi adalah dengan melakukan perubahan gaya hidup. Hal inilah yang akhirnya menyebabkan individu mulai menyadari betapa pentingnya menjaga daya tahan tubuh agar terbebas dari virus COVID-19 dengan melakukan perubahan gaya hidup sehat.

Tren tennis lapangan di masa pandemi saat ini menjadi pilihan masyarakat modern untuk mengubah gaya hidup menjadi lebih sehat dengan bertennis. Artikel tersebut berpendapat bahwa bertennis dianggap sebagai olahraga yang dapat dimainkan selama pandemi karena bersepeda dengan sendirinya tidak memicu interaksi

interpersonal. Namun, yang terjadi saat ini, bersepeda di masa pandemi justru menjelma menjadi komunitas nyata yang memungkinkan terjadinya interaksi interpersonal.

Fenomena Tennis Shankara Community di Masa Pandemi

Di masa pandemi seperti sekarang ini tentunya berdampak besar bagi kehidupan masyarakat, karena saat ini masyarakat harus bisa menjaga kesehatan diri sendiri dan orang lain. Beberapa hal yang dilakukan seperti berolahraga untuk menjaga stamina dan juga mengikuti protokol kesehatan dengan mencuci tangan yang baik dan memakai masker dengan benar. Dalam hal ini, Tennis lapangan dianggap sebagai olahraga yang tepat untuk dimainkan di masa pandemi Covid-19. Memang hal ini ada kaitannya dengan himbauan pemerintah untuk tidak melakukan interaksi sosial dengan banyak orang atau tidak melakukan physical distancing, sehingga Tennis lapangan memungkinkan penggunanya untuk menjauhi orang lain. Dengan adanya hal tersebut, kebutuhan peminat Tennis lapangan di masa pandemi semakin meningkat dalam rangka adaptasi kenormalan baru (new normal) pandemi Covid19. Olahraga Tennis Lapangan saat ini sangat ramai digemari oleh masyarakat luas saat masa pandemi seperti ini. Karena olahraga Tennis lapangan tidak perlu berkerumun dan memakai masker untuk memainkannya. Bukan hanya seru untuk memainkannya, tennis lapangan cukup sehat untuk dimainkan. Di masa pandemi seperti ini masyarakat juga bermain tennis lapangan bukan hanya untuk berolahraga namun juga untuk berjemur di pagi hari. Tennis Shankara Community terbentuk dari beberapa atlet maupun mantan atlet. Anggota dari Shankara Sebagian besarnya awalnya sudah saling mengenal sejak menjadi atlet junior, mereka saling kenal karena saling bertemu jika ada event pertandingan. Dan sejak pandemi event pertandingan pun ditiadakan dengan waktu yang cukup lama, dan beberapa fasilitas lapangan tennis pun banyak yang ditutup, mereka pun jarang bertemu dan Latihan tennis. Saat ini pun profesi mereka bukan hanya seorang yang sepenuhnya menjadi atlet, ada yang menjadi pelatih tennis, dosen, aparat, pegawai sipil, maupun

mahasiswa. Awalnya mereka hanya berkumpul beberapa orang dengan cara yang tidak sengaja. Setelah itu salah satu dari mereka yang berprofesi sebagai pelatih Tennis berinisiatif untuk mengajak dan mengumpulkan massa yang dulunya aktif bermain tennis untuk kembali berkumpul dan bermain tennis Bersama. Bukan hanya itu, mereka terdiri dari anggota yang berusia 18-30 tahun. Beberapa dari mereka yang berumur 2530 tertarik untuk join ke komunitas Shankara karena mereka ingin bernostalgia kembali dengan teman tennis lamanya. Dan untuk yang berusia 18-24 mereka join dengan komunitas Shankara untuk menambah relasi dan menimba ilmu kepada seniornya.

Eksistensi

Ketertarikan anggota untuk bergabung dengan komunitas Shankara bukan hanya sebagai bentuk perubahan gaya hidup sehat di masa pandemi, tetapi juga sebagai wujud eksistensi diri. Hal ini terkait dengan konsep konsumerisme, dimana konsumsi tidak hanya dipahami sebagai proses pemenuhan kebutuhan dasar manusia, tetapi juga ditransformasikan sebagai sarana untuk mengekspresikan posisi dan identitas seseorang, budaya seseorang dalam masyarakat. Apalagi di era modern seperti sekarang ini, jejaring sosial memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat. Jejaring sosial kini menjadi bagian dari gaya hidup, di mana mereka digunakan sebagai tempat untuk mengekspresikan diri dan memanifestasikan keberadaan seseorang. Akses ke media penting bagi semua orang, dan kemajuan teknologi dan informasi membuat dunia semakin dekat. Perkembangan media memainkan peran yang sangat penting dalam mengubah gaya hidup. Seperti halnya dengan pandemi saat ini, pertumbuhan media berperan dalam ekspresi diri menjadi lebih terlihat.

Perilaku dan Motivasi Individu yang Terbentuk dalam Shankara Tennis Community di Masa Pandemi

Baudrillard berkata, "fungsi-fungsi utama objek konsumsi bukanlah pada kegunaan dan manfaatnya. Melainkan lebih kepada nilai tanda atau simbol yang disebarluaskan melalui media yang saat ini telah menjadi bagian gaya hidup dari masyarakat." Tahapan konsumsi yang dilakukan masyarakat modern saat ini didukung oleh teori Baudrillard. Tempat mengkonsumsi trend bersepeda di masa pandemi di Shankara Tennis Community berawal dari munculnya trend bermain Tennis di berbagai media sebagai olahraga populer yang diakui masyarakat saat ini yang dilakukan di masa pandemi. Awalnya, tren Tennis lapangan dibuat dengan tujuan menjaga kesehatan dengan melakukan perubahan gaya hidup sehat, Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang tren Tennis Lapangan selama pandemi di Shankara Tennis Community. Teori Jean Baudrillard dinilai cukup relevan untuk mengkaji fenomena tren Tennis lapangan saat pandemi di Shankara Tennis Community.

Di zaman yang sangat modern seperti sekarang ini, adalah zaman dimana orang membeli barang bukan karena seseorang membutuhkan barang tersebut karena nilai dan manfaat yang ada pada barang tersebut, tetapi sekarang karena zaman dimana kehidupan seseorang terbatas untuk barang-barang tersebut. Seperti bermain Tennis di masa pandemi saat ini raket, sepatu, dan outfit berolahraga tidak hanya digunakan sebagai sarana olahraga untuk menjaga kesehatan tubuh di masa pandemi, tetapi juga sebagai bentuk gaya hidup yang selalu dikaitkan dengan upaya untuk tetap eksis dan berbeda dari yang lain. Kelompok dari sebuah citra yang diorientasikan dan dibentuk melalui apa yang disajikan oleh media, tidak hanya nilai guna yang ada pada Tennis. Namun, citra dan gayanya bergabung dengan komunitas Tennis Shankara dan mengikuti tren yang berkembang saat ini. Jadi yang dikonsumsi adalah artinya dalam tren yang berkembang ini.

Dalam budaya masa, Baudrillard dalam (Lubis, 2014:174) menunjukan bagaimana sesungguhnya pergeseran yang terjadi pada nilai-nilai dari media kedalam kesadaran masyarakat massa yang telah

memaksakan kesadarannya untuk mengikuti perkembangan zaman yang terjadi saat ini. Hal ini dikatakan oleh Baudrillard, Bahkan dijelaskan bahwa masyarakat modern telah terpikat oleh citra yang disajikan oleh media. Seperti fenomena trend Tennis saat pandemi di Shankara Tennis Community saat ini. Padahal, keberadaan sebuah citra dapat membentuk identitas sosial dengan bergabung dalam Komunitas Tennis Shankara dan mengikuti tren bermain tennis di masa pandemi. Menurut pemikiran Baudrillard, menjelaskan semua ketakutan dan kecemasan terburuk dari mereka yang melihat gaya hidup sebagai pola regulasi dan munculnya diskriminasi terhadap budaya didasarkan pada model ini. Hal ini dianggap Baudrillard sebagai bagian dari fenomena budaya, dimana gaya hidup merupakan ciri perkembangan zaman modern, menegaskan bahwa gaya hidup merupakan hasil interpretasi tertentu dalam pencarian identitasnya. Dengan demikian, cara hidup dinyatakan sebagai tindakan yang dibentuk oleh penggunaan barang-barang tertentu oleh masyarakat yang mempermainkan identitasnya. Seseorang dapat memilih tren yang sedang berkembang sebagai sesuatu yang akan mereka konsumsi dengan adanya ejekan. Simulakra adalah ruang realitas yang diisi dengan proses penciptaan kembali dan daur ulang berbagai fragmen kehidupan (dalam bentuk citra pasar, fakta, tanda dan kode silang yang semrawut), dalam dimensi dan waktu yang sama (Piliang dalam Hidayat, 2012: 75) Mengingat keberadaan simulakra sebagai ruang realitas yang menyediakan platform baru bagi anggota Komunitas Tennis Shankara yang ingin mengikuti trend bermain Tennis di masa pandemi. Reality Space tercipta karena merupakan kebutuhan masyarakat, dalam hal ini anggota Komunitas Tennis Shankara. Mereka memilih tren baru, tren bermain Tennis Lapangan yang menjadi keniscayaan di tengah fenomena pandemi saat ini. Dalam simulasi tutur, sesuatu diidentifikasi dengan tanda, gambar dan kode dimana identitas seseorang tidak lagi ditentukan oleh apa yang ada pada dirinya. Dimana manusia mengaktualisasikan keberadaannya dalam ruang realitas terdapat perbedaan antara benar dan salah.

Dalam hal ini permasalahan simulasi terletak pada individu itu sendiri, dalam fenomena ini penggunaan raket, sepatu, dan outfit dalam keterlibatan Komunitas Tennis Shankara. Hal ini memungkinkan seseorang untuk mendapatkan simulasi terbaik dalam mengekspresikan kepribadian dan jiwanya. Identitas seseorang tidak ditentukan oleh dirinya sendiri tetapi dibangun oleh tanda, gambar, kode dan telah menjadi perubahan nilai, dari yang awalnya menggunakan sepatu dan raket sebagai upaya untuk tetap sehat dengan berolahraga di tengah pandemi yang digunakan, nilai tersebut telah sekarang bergeser ke tanda atau simbol yang ada ketika tergabung dalam Komunitas Tennis Shankara. Hal ini terjadi karena bermain Tennis selama pandemi muncul sebagai gaya hidup yang dibentuk oleh simulasi dari media dan lingkungan sosial.

Dampak Inovasi Tennis lapangan terhadap keberadaan Komunitas Tennis Lapangan

Tennis Lapangan sudah menjadi trend di masa pandemi saat ini, antusiasme masyarakat juga tercermin dalam mulai belajar bermain Tennis Lapangan. Dimana olahraga tennis yang mereka mainkan saat ini bukan hanya tentang individu saja, karena banyak sekali komunitas Tennis Lapangan yang hadir di masa pandemi seperti sekarang ini. Namun Shankara sendiri mempunyai konsep dan inovasi sendiri, mereka ingin membuat olahraga Tennis menjadi populer kembali, dengan cara membuat wadah kepada para pemula untuk meningkatkan potensinya dan mengenalkan atmosfer pertandingan Tennis kepada mereka. Shankara sendiri berencana membuat pertandingan tennis khusus untuk para pemula, tujuan mereka mengadakan pertandingan tersebut bukan hanya untuk mengenalkan atmosfer kompetisi bermain tennis, namun juga untuk memberi wadah yang bertujuan meningkatkan relasi antar insan dan menyebarluaskan sensasi bermain Tennis di masa pandemi. Mereka mengadakan event pertandingan Tennis dengan ketentuan umur 20-40 tahun, maksud dan tujuan mereka memberi ketentuan umur ialah untuk mempermudah menjaring relasi. Mereka harap bisa menyebarluaskan olahraga Tennis

ini kepada kerabat terdekat maupun kepada putraputrinya. Dan target inovasi jangka Panjang mereka adalah menyebarkan minat Tennis kepada putra-putri mereka yang masih berusia 6-14 tahun. Mereka yang berminat dan serius dengan dunia Tennis dapat berpotensi besar untuk menjadi Atlet Jawa Timur maupun Indonesia. Jadi inovasi mereka bukan hanya mempopulerkan olahraga Tennis di masa pandemi seperti ini namun juga mempunyai inovasi jangka panjang terhadap prestasi olahraga Tennis lapangan di Indonesia.

Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, penelitian menganalisis fenomena tren olahraga tenis selama masa pandemi di Shankara community, hasil penelitian masyarakat konsumerisme oleh Jean Baudrillard. Awalnya tren tenis di masa pandemi di komunitas Shankara merupakan inovasi yang diperlukan untuk perubahan gaya hidup sehat di masa pandemi, bersepeda sendiri juga dipraktikkan untuk menjaga kesehatan, kesehatan dan daya tahan tubuh selama pandemi. Namun kini, inovasi sepeda telah muncul dengan hadirnya work bike, dimana sepeda dapat menggabungkan aktivitas olahraga dan kerja secara bersamaan, kemudian berkembang untuk kebutuhan lainnya. Awalnya karena alas an kesehatan, berkembang sebagai bentuk konsumsi baru yaitu konsumsi yang semakin trending, yang dapat membentuk identitas sosial dan menciptakan citra diri yang dipandang opsional. bersenangsenang menjadi bagian dari perkembangan tren. Meski hanya untuk iseng, karena bermain tenis di masa pandemi dan menjadi bagian dari sebuah komunitas hanyalah ajang jalan hidup mereka dan bisa menjadi passion mereka di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Aghitska Zainin Nisa, dkk. 2020. Stay Fit During the Pandemic

Baudrillard, Jean. (2018). Masyarakat Konsumsi. Bantul: Kreasi Wacana.

Dariyo. 2003. Psikologi Perkembangan Dewasa Muda. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia

Johns Hopkins University (2020). feedback about people having limited environment

Kunjung Ashadi, dkk. 2021. Tingkat Aktivitas Fisik dan Kualitas Tidur Masyarakat di Jawa Timur Selama Masa Pandemi COVID-19

Lubis, Akhyar Yusuf. (2014). Postmodernisme

M Widnyana, dkk. 2020. Pendekatan Target Heart Rate untuk Kenyamanan Berolahraga dalam Meningkatkan Imunitas Tubuh pada Masa Pandemi Covid-19

M. Perdana Airlangga. 2021. Berolahraga Aman Di Masa Pandemi COVID-19

Munandar. 2004. Mengembangkan Bakat Dan Kreativitas Anak Sekolah. Gramedia :Jakarta

Nurlinda. 2021. Gizi Seimbang Di Masa Pandemi COVID-19

Piliang, Y.A. (2012). Semiotika dan Hipersemiotika. Bandung: Matahari

Rizal Afrelian P. dan Nining W. K. 2021. Aktivitas Latihan Fisik Mahasiswa PKO Unesa pada Masa Pandemi COVID-19

S Sepriadi - Jurnal Penjakora, 2017. Pengaruh Motivasi Berolahraga dan Status GIzi Terhadap Tingkat Kebugaran Jasmani

Sasmarianto, dkk. 2021. Membudayakan Olahraga Pada Masyarakat di Masa Pandemi di Desa Sialang sakti

Soekanto, dkk. (2013). Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Press.

Soni Nopembri. 2021. Sosialisai Olahraga sambal Berjemur untuk Meningkatkan Imunitas dalam Masa Pandemi COVID-19

Sztompka, Piotr. (2014). Sosiologi Perubahan Sosial. Jakarta : Kencana prenada media group.

Teori dan Metode. Jakarta: Rajawali Pers Vainderstoep, S W dan Johanston, D (2009). Research Method Of Every Day Life: Blending Qualitative And Quantitative Approach. Sanfransisco: John Willey And Sons.

Y. Prasetyo, 2013. Kesadaran Masyarakat Berolahraga untuk Peningkatan Kesehatan dan Pembangungan Nasional. Medikora

Yuliana. 2021. Olahraga yang Aman di Masa Pandemi COVID-19 untuk Meningkatkan Imunitas Tubuh.

KOMUNIKASI SATIRE SEBAGAI KRITIK SOSIAL KEBIJAKAN PUBLIK TERKAIT PPKM DALAM PERSPEKTIF DIGITAL ETHICS

Nuning Indah Pratiwi,[1] Sukma Saeful Akbar[2]

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Pendidikan Nasional

email: nuningindahpratiwi@undiknas.ac.id

Pendahuluan

Perkembangan Covid-19 di Indonesia memasuki babak baru di setiap harinya. Laman daring Satuan Tugas Penanganan COVID-19 menunjukkan pada akhir Januari 2021 lalu mencatatkan kasus positif harian tertinggi di Indonesia, yakni 12.000 kasus. Ini merupakan kasus tertinggi yang pernah dicatat Indonesia semenjak ditemukannya Covid-19 pada awal 2020 lalu. Namun, mendekati pertengahan tahun 2021 tepatnya setelah libur lebaran, angka kasus harian melonjak tajam, yakni 56.000 kasus. Hal ini memaksa pemerintah untuk melakukan skema pengendalian atau pembatasan kegiatan masyarakat guna menurunkan kasus positif harian di Indonesia. Pembatasan kegiatan masyarakat ini terlebih dahulu diinisiasi oleh pemerintah daerah lalu harus disetujui oleh pemerintah pusat, dalam hal ini oleh Kementerian Kesehatan. Kementerian Kesehatan perlu menilai apakah pembatasan yang ketat harus dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek vital lainnya, contohnya pada sektor ekonomi, distribusi (logistik) dan pendidikan.

Sejak pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat tahun 2020 lalu, penggunaan istilah lockdown sering kali berubah-ubah.

Pemerintah pertama kali memilih PSBB atau kepanjangan dari Pembatasan Sosial Berskala Besar yang penerapannya dimulai di DKI Jakarta pada awal April 2020 dan diikuti beberapa provinsi lain seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Bali pada beberapa minggu setelahnya. Memasuki beberapa bulan selanjutnya, tepatnya setelah melewati momen libur natal dan tahun baru 2020, di mana tingkat kasus positif harian dirasa meningkat, pemerintah pusat menggunakan istilah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Jawa-Bali. Pemerintah memulai lockdown pada 11 Januari 2021 di beberapa titik provinsi Jawa dan Bali, yang dirasa memiliki kasus positif harian yang tinggi. Yang berbeda dari PSBB, ialah pemerintah meminta sektor perkantoran untuk melakukan Kerja Dari Rumah atau *Work From Home* sebesar 75% dari jumlah karyawan di setiap institusi swasta atau negeri. Memasuki akhir Februari 2021 ketika kasus positif harian dirasa menurun dibanding beberapa minggu sebelumnya, pemerintah pusat mulai memberlakukan PPKM Mikro, di mana pembatasan kegiatan masyarakat difokuskan pada tingkat komunitas masyarakat hingga unit RT/RW. Lalu pemerintah memutuskan untuk memperpanjang PPKM berskala mikro namun dengan adanya penebalan mulai 22 Juni 2021 saat kasus covid-19 melonjak pasca libur lebaran. Sesuai dengan prediksi epidemiolog dari Griffith University, Dicky Budiman pada Juni 2021 lalu, memasuki 1 Juli 2021 kasus harian terus meningkat lebih dari 20.000 kasus, yang mengakibatkan pemerintah memberlakukan PPKM Darurat mulai 3 Juli hingga 20 Juli 2021. Fasilitas umum ditutup, restoran dan cafe hanya melayani take-away atau bawa pulang, dan sektor non-esensial bekerja dari rumah 100%.

Dimulai dari PSBB, lalu PPKM Jawa-Bali, lalu PPKM Mikro, lalu Penebalan PPKM Mikro, kemudian PPKM Darurat, hingga PPKM Berlevel, membuat istilah PPKM di mata masyarakat menjadi istilah yang kurang menyenangkan. Dikutip dari CNN Indonesia bahwa banyak masyarakat yang merasa penggunaan istilah PPKM yang sering berubah-ubah ini kurang bermanfaat. Terutama ketika pemberlakuannya yang terus diperpanjang tanpa adanya kejelasan

kapan akan berakhir dan juga kurangnya peningkatan penertiban pelaksanaan dari pemerintah. Setidaknya pemberlakuan sanksi yang berbeda-beda di setiap daerahnya membuat masyarakat merasa efek jera dari sanksi yang diberikan kurang efektif. Pelaksanaan PPKM yang terus berlanjut hingga Agustus 2021, membuat warga umum termasuk mahasiswa dan para pengusaha menggunakan media sosial di internet untuk menunjukkan kritik sosialnya terhadap kebijakan publik dalam pelaksanaan pembatasan kegiatan masyarakat. Warga melakukan kritik sosial menggunakan poster, spanduk hingga papan yang berisikan pesan-pesan bernada *satire* lalu diunggah ke akun media sosial. Pemilihan tulisan atau pesan bernada *satire* yang unik dan cenderung tidak formal, memiliki daya tarik bagi pembaca pesan.

Pesan yang ingin disampaikan terasa tidak menggurui dan tidak bernada sarkasme, namun dibalik pesan tersebut, tetap terdapat makna yang sangat kuat dalam mengkritisi kebijakan publik. Begitu juga di beberapa media sosial lain, seperti Twitter dan Facebook. Banyak warga yang melakukan kritik sosial melalui cuitan (*tweet*) mereka di Twitter, juga warganet di Facebook yang acap kali berkomentar di berbagai postingan mengenai pemberlakuan PPKM dengan pesan-pesan kritik. Keragaman platform media sosial seperti *Twitter*, *Facebook* dan *Instagram* tidak menjadi penghalang dalam memberikan kritik sosial, karena unggahan yang sama bisa dibagikan di beberapa media sosial secara bersamaan. Contohnya, unggahan foto, video, bahkan *Instagram story* kini juga bisa dibagikan secara langsung di *Facebook*. Video-video singkat dari *TikTok* acap kali juga dibagikan ulang di *Instagram*, *Twitter* dan *Facebook*. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian kritik sosial lintas media sangatlah mungkin. Yang perlu diperhatikan adalah isi dari kritik sosial itu sendiri. Apakah pesannya bernada sarkasme atau pesann yang dibalut dengan gaya bahasa *satire* yang konstruktif dan masih dalam perspektif *digital ethics* yang menjadi pilar literasi digital nasional.

Selama pandemi Covid-19 transformasi digital berlangsung lebih cepat. Empat pilar literasi bantu tingkatkan pemahaman masyarakat di ruang digital untuk mendukung transformasi digital tersebut. Literasi

digital mampu mengatasi masalah yang timbul karena tidak memahami apa itu ruang digital dan bagaimana beraktivitas di ruang ini. Keempat pilar literasi digital ini, yaitu: Digital *skills* berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras, perangkat lunak serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Digital *culture* merupakan bentuk aktivitas masyarakat di ruang digital dengan tetap memiliki wawasan kebangsaan, nilai-nilai Pancasila, dan kebhinekaan. Digital *ethics* adalah kemampuan menyadari mempertimbangkan dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, digital *safety merupakan* kemampuan masyarakat untuk mengenali, menerapkan, meningkatkan kesadaran perlindungan data pribadi dan keamanan digital. Perspektif digital ethics sangat penting dipahami oleh para netizen sebagai pengguna media sosial yang berinteraksi dan berkomunikasi secara digital dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Penyampaian kritik sosial kepada pemerintah terkait dengan kebijakan publik, khususnya penerapan PPKM dapat dilakukan tetapi dengan menitikberatkan pada perspektif *digital ethics* terutama penggunaan komunikasi *satire* dalam bermedia sosial. Berikut ini beberapa gambar penggunaan komunikasi *satire* dalam *platfrom* media sosial di bawah ini:

Gambar 1. Seorang Mahasiswi Memprotes PPKM

Sumber: Akun Instagram @anakgundardotco

Satire dan sarkasme merupakan dua hal yang berbeda. Menurut Krisnawati pada laman daring Tirto.id. *satire* adalah gaya bahasa yang menertawakan atau menolak sesuatu. Bentuknya tidak harus bersifat ironis, dan mengandung kritik tentang kelemahan manusia. *Satire* dapat diungkapkan dalam beberapa cara diantaranya:

1) dengan nada ramah;
2) dengan nada keras; dan
3) dengan nada menusuk.

Dahulu *satire* memunculkan alasan historis dan teoretis untuk represi doctrinal terhadap karya *satire* ini yang mengatur tentang tugas Panjang untuk memperbaiki pengecualian sindiran dari analisis hukum (Goodrich, 2005). Selain itu digunakan untuk sindiran politik telah menjadi objek studi para peneliti komunikasi selama lebih dari satu generasi. Berfokus terutama pada efek politik dari paparan satire pada sikap dan pendapat, perolehan dan pembelajaran pengetahuan, dan kemanjuran dan keterlibatan lembaga besar (Becker, 2005). Sedangkan sarkasme adalah gaya bahasa yang mengandung olok-olok atau sindiran pedas dan menyakiti hati, dengan ciri utamanya mengandung kepahitan dan celaan yang getir, menyakiti hati, dan kurang enak didengar. Dapat disimpulkan, jika tujuan dari penyampaian kritik terhadap sebuah kebijakan adalah adanya perubahan yang berarti, atau penyampaian pendapat di mana makna dari pesan dapat dengan mudah dipahami, pemilihan tulisan atau pesan bernada *satire* sepatutnya lebih cocok dibandingkan dengan sarkasme.

Salah satu akun *Instagram* yang menggunakan laman media sosialnya untuk memberikan kritik sosial kepada pemerintah menggunakan poster berisikan pesan *satire* adalah Majalaya.id. Majalaya.id atau @majalayaid adalah media independen berwawasan lokal-global (*Glocal*) di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, yang bergerak bersama publik mengumpulkan ide inspiratif lokal berwawasan global (*Glocal Ideas*) dan menciptakan kanal interaksi dan ruang-ruang kreatif di berbagai

bidang (*Glocal Movement*). Pada pelaksanaan PPKM Level 4 di bulan Juli 2021, tim Majalaya.id turun ke jalan yang ramai dilalui warga Majalaya untuk menyuarakan kritik sosialnya kepada pemerintah menggunakan pesan *satire*. Berikut salah satu pesan satire dalam akun *Instagram* @majalayaid di bawah ini:

Gambar 2. Tim Majalaya.id Memprotes PPKM Menggunakan Pesan Satire dalam Media Sosial

Sumber: Akun Instagram @majalayaid

Melalui kegiatan penyampaian kritik sosial menggunakan poster dengan pesan bernada *satire*, lalu dibagikan ke laman media sosial Instagram, tidak sedikit dari pengikut akun Majalaya.id yang sependapat atas kritik sosial yang ditunjukkan di jalan. Banyak dari pengikut yang membagikan arti dari kepanjangan PPKM menggunakan tulisan atau pesan bernada *satire* versinya masing masing di kolom komentar. Selain itu, pemilihan kata atau kalimat menggunakan bahasa sunda dapat lebih menarik perhatian warga Indonesia yang memahami bahasa sunda, tidak hanya mereka yang bermukim di sekitar Kecamatan Majalaya, namun juga mereka yang bermukim di dalam dan luar Jawa Barat namun dapat mengakses tulisan *satire* ini melalui media sosial Instagram. Tidak sedikit dari pengguna *Instagram* yang bahkan bukanlah pengikut akun *Instagram* Majalaya.id yang turut membagikan atau mengunggah kembali

(*repost*) unggahan dengan tulisan *satire* ini di laman sosial media *Instagram* masing-masing.

Pengertian Satire

Menurut Wadipalapa (2015) *satire* adalah penggabungan antara unsur ironi dan sarkasme, dan biasanya dikemas dalam bentuk humor. *Satire* memiliki tujuan dalam mengekspos dan mengkritik kesalahan orang, sehingga sebuah satire selalu mempunyai fungsi kritik. Dengan kata lain, satire terkesan seperti sarkasme namun karena adanya penggunaan bentuk humor atau komedi, sehinggadapat diterima secara lebih santai dan halus oleh masyarakat luas, utamanya jika *satire* digunakan sebagai medium dalam penyampaian kritik terhadap kesalahan atau kinerja seseorang. Zaman Pencerahan menyebar di Eropa Barat, Inggris dan koloni Amerika pada abad kedelapan belas. Periode ini menekankan pada ide-ide ilmiah, skeptisisme, dan kritik tentang penyalahgunaan kekuasaan yang dilakukan oleh pemerintah. Karya sastra pada periode ini mengandung kritik klasik, seperti penggunaan sindiran, diksi dan bait yang baik (Dewi, 2017).

Elemen Satire

Menurut Caron (2020: p. 4) satire memiliki 4 elemen, yakni *play, judgement, aggression* dan *laughter*: Berikut penjelasan dari masing-masing elemen di bawah ini:

1. *"Play, a cue or cues for playfulness always exist, something within a text or something that frames the speech or event or behaviour to signal playful quality separating comic speech from serious or earnest speech.", (*adanya unsur atau elemen permainan, di mana isyarat untuk keceriaan selalu ada, sesuatu dalam teks atau sesuatu yang membingkai pidato atau peristiwa atau perilaku untuk menunjukkan kualitas keceriaan memisahkan pidato komik dari pidato serius atau sungguh-sungguh);
2. *"Judgment, marks satire's connection to the public sphere and distinguishes it most sharply from other instances of The Comic."*

(penilaian menandai koneksi *satire* ke ruang publik dan membedakannya paling tajam dari contoh lain dari komik). Caron juga menambahkan bahwa ia ingin mengubah *judgement* menjadi kritik agar lebih jelas tentang sifat elemen ini dan untuk memanfaatkan beberapa makna filosofis kritik sebagai langkah negatif dalam permainan bahasa yang selalu menyiratkan semacam penegasan;

3. *"Aggression is the third element, what in classic terms is usually called ridicule and/ or mockery; mockery and ridicule are always built into satire as a comic mode of communication."* (agresi adalah elemen ketiga, yang dalam istilah klasik biasanya disebut ejekan dan/atau ejekan; ejekan dan ejekan selalu dibangun menjadi sindiran sebagai model komunikasi komik);
4. *"Play must be understood as entailing cues about playfulness; critique must reference social or political issues germane to the society; aggression must be the mock aggression of comic ridicule; and laughter must be specified as comic laughter to distinguish it from pathological forms.",* (unsur permainan harus dipahami sebagai isyarat tentang keceriaan; kritik harus mengacu pada isu-isu sosial atau politik yang berhubungan dengan masyarakat; agresi harus menjadi agresi tiruan dari ejekan komik; dan tawa harus ditentukan sebagai tawa komik untuk membedakannya dari bentuk patologis).

Tipe dan Teknik Penyampaian Satire

Adapun tipe penyampaian *satire* beragam sebagai media komunikasi. Menurut Wijana dalam Ali (2019) dari tipe penyampaiannya, satire dapat dibagi menjadi tiga:

1. *Satire* dapat dibawakan secara non monolog atau dengan *gesture* atau ekspresi yang mendukung bagaimana satire itu dibawakan;
2. *Satire* dengan tipe monolog sebuah bentuk di mana *satire* itu dibicarakan dengan model *story-telling* atau menceritakan suatu fenomena itu dengan berbicara sendiri dihadapan banyak orang;

3. *Satire* dengan dialog di mana penyampaiannya memerlukan lawan bicara untuk mendukung bagaimana teknik satire ini dibentuk.

Teknik *satire* seperti yang dikemukakan oleh Berger dalam Ali (2019) bahwa Teknik satire itu dapat diimplementasikan dalam empat kategori komedi:

1. *Language, the comedy is verbal*. Menjelaskan bagaimana komedi itu disampaikan dengan kata-kata melalui cara bicara atau makna kata yang diimprovisasi misalkan dengan perkataan satire tersebut;
2. *Logic, the comedy is ideational*. Komedi diciptakan dari sebuah ide hasil pemikiran, contohnya ketika seseorang berusaha untuk menjelaskan rasa kecewanya pada suatu kejadian ataupun menertawai kejadian yang sebenarnya adalah hal serius dan beberapa hal tersebut seringkali disampaikan secara tidak langsung dengan menggunakan ungkapan-ungkapan *satire*;
3. *Identity, the comedy is existential.* Menjelaskan bagaimana seseorang menyampaikan sebuah komedi yang seringkali menyindir secara tidak langsung berdasarkan identitas diri mereka, misalkan menyindir sesuatu masalah yang berasal dari daerah asal mereka atau identitas etnis mereka;
4. *Action, the comedy is physical or nonverbal.* Penyampaian sebuah komedi melalui gerakan fisik atau nonverbal atau dengan kata lain memainkan gestur atau ekspresi yang dapat mendukung jalannya komedi yang dibawakan.

Berdasarkan jabaran di atas, komunikasi satire merupakan kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk audien luas, di mana pesannya berbentuk humor atau komedi yang terdapat unsur keceriaan namun tetap memiliki unsur penegasan atas sebuah penilaian atau kritik. Biasanya penyampaian kritik sosial ini diunggah dalam media sosial yang bertujuan agar khalayak dapat melihat bentuk-bentuk kritik sosial tersebut.

Media Sosial dan Penyampaian Kritik Sosial Komunikasi Satire Terkait dengan Kebijakan Publik PPKM dalam perspektif *Digital Ethics*

Penggunaan media sosial sudah sangat massif bagi masyarakat digital di era disrupsi ini. Berbagai macam konten dan fitur dalam media sosial semakin bervariasi untuk digunakan masyarakat untuk berbagai tujuan. Menurut Ariel dan Avidar (2015: p. 19) *"at present, popular mainstream online platforms are uniformly tagged as "social media"—from social network sites like Facebook, Twitter, and Google Plus to Wikipedia and YouTube." (*dewasa ini, *platform online* arus utama yang populer secara seragam ditandai sebagai "media sosial"—dari situs jejaring sosial seperti *Facebook, Twitter*, dan *Google Plus* hingga *Wikipedia* dan *YouTube*. Menurut Kaplan dan Haenlein dalam Ariel dan Avidar (2015: p. 19) "*Frequently, social media is considered an inherent element of Web 2.0, a term coined by O'Reilly to describe the development of new platforms, features, and uses that build on users' participation in the form of user-generated content, decentralization, and rich user experience.",* (seringkali media sosial dianggap sebagai elemen yang melekat pada Web 2.0, sebuah istilah yang diciptakan oleh O'Reilly untuk menggambarkan pengembangan platform, fitur, dan penggunaan baru yang membangun partisipasi pengguna dalam bentuk konten buatan pengguna, desentralisasi, dan pengalaman pengguna yang kaya. Ariel dan Avidar (2015:20) menambahkan "*the term "social" has also various conceptualizations. According to Fuchs (2014), four criteria construct the meaning of social: (a) information (and consequently cognition), (b) communication involving a reciprocal interaction process between at least two participants, (c) community, and (d) collaboration and cooperative work.",* di mana disebutkan bahwa istilah "sosial" juga memiliki berbagai konseptualisasi. Menurut Fuchs (2014), empat kriteria yang membangun makna sosial, diantaranya:

1. Informasi (dan akibatnya kognisi);
2. Komunikasi yang melibatkan proses interaksi timbal;

3. Balik antara setidaknya dua peserta;
4. Komunitas; dan Kerja sama dan kerja kooperatif.

Kriteria ini menggarisbawahi kebutuhan untuk mempertimbangkan realisasi dari apa yang disebut "sosial" dari pada mengasumsikan atribut teknologi dalam platform yang secara inheren bersifat sosial. Menurut Walther dalam Ariel dan Avidar (2015), yang membuat platform menjadi sosial bukan semata-mata fitur teknologinya. Oleh karena itu, bahwa tidak adanya isyarat verbal dan kontekstual (misalnya, bahasa tubuh, ekspresi wajah, atau nada) di lingkungan yang dimediasi online dapat dikompensasi oleh keakraban dan pengalaman pengguna dengan *platform*. Hal ini perlu dicermati bahwa teknologi yang berkembang dari waktu ke waktu membuat seseorang menjadi lebih aktif dalam menggunakan media sosial.Perusahaan telepon seluler pun mengembangkan beragam layanan (3G, 4G, HSDPA, EVDO dan lain-lain) untuk mendukung kebutuhan tersebut. Media sosial menjadi hal yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari di mana dapat berbagi informasi atau melakukan hal-hal lain untuk bersenang-senang (Prihatiningsih, 2017).

Kebijakan publik yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di masa pandemik Covid 19 ini tentu saja menjadi polemik yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat. Terdapat pro dan kontra dalam menyikapi kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah terkait dengan PPKM ini. Kritik sosial yang terjadi di era digital ini lebih massif dilakukan pada media sosial dengan menggunakan komunikasi satire yang mengkritisi dengan visual dan diksi sindiran. Menurut Sawardi dalam Sugiwardana (2014) kritik berarti menyodorkan kenyataan secara penuh tanggung jawab dengan tujuan agar orang yang bersangkutan mengadakan perbaikan diri. Menurut Abar dalam Kurniawan (2011) kritik sosial adalah suatu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan atau berfungsi sebagai kontrol terhadap jalannya sebuah sistem sosial atau proses bermasyarakat. Dalam konteks inilah kritik sosial merupakan salah satu bagian penting dalam memelihara sistem sosial. Berbagai tindakan sosial maupun individual yang menyimpang

secara sosial maupun nilai moral dalam masyarakat dapat dicegah dengan memfungsikan kritik sosial. Dengan kata lain, kritik sosial dalam hal ini berfungsi sebagai wahana untuk konservasi dan reproduksi sebuah sistem sosial.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa kritik sosial merupakan bentuk kontrol sosial terhadap masyarakat. Bentuk control sosial relatif beragam dan cara pengendalian sosial dapat dijalankan dengan cara persuasif atau dengan koersif. Cara persuasif merupakan pengendalian sosial yang ditekankan pada usaha untuk mengajak atau membimbing, sedangkan cara koersif tekanan diletakkan pada kekerasan atau ancaman fisik. Menurut Soekanto dalam Kurniawan (2011) cara mana yang lebih baik senantiasa tergantung pada situasi yang dihadapi, tujuan yang hendak dicapai, dan jangka waktu yang dikehendaki. Kritik sosial juga dapat berarti sebuah inovasi sosial. Dalam arti bahwa kritik sosial menjadi sarana komunikasi gagasan-gagasan baru, sembari menilai gagasan-gagasan lama, untuk perubahan sosial. Kritik sosial dalam kerangka yang demikian berfungsi untuk membongkar berbagai sikap konservatif, *status quo* dan *vested interest* dalam masyarakat untuk perubahan sosial. Kritik sosial dalam pengertian ini muncul ketika masyarakat, sejumlah orang, atau kelompok sosial dalam masyarakat menginginkan suasana baru, suasana yang lebih baik dan lebih maju, atau secara politis, suasana yang lebih demokratis dan terbuka.

Pengertian kritik sosial tersebut menganggap bahwa kritik sosial adalah wahana komunikatif untuk suatu tujuan perubahan sosial. Menurut Milana (2021) pada laman daring revolusimental.go.id Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia, sejak dahulu orang merasa perlu melakukan kritik sosial, baik ditujukan kepada masyarakat itu sendiri atau kepada pemerintah yang berkuasa. Tujuannya bukan untuk menghancurkan masyarakat atau melengserkan pemerintah, melainkan untuk memurnikan (*purify*) atau menebus (*redeem*) segala nilai, kebijakan dan aturan-aturan yang dianggap telah menyimpang. Artinya secara sederhana kritik sosial adalah kontrol terhadap jalannya

sebuah system sosial yang muncul ketika masyarakat menginginkan adanya perubahan suasana yang lebih baik, demokratis dan terbuka. Kritik sosial yang disampaikan terkait dengan kebijakan publik yang diterapkan oleh pemerintah. Seperti yang diketahui bahwa kebijakan adalah sebuah keputusan-keputusan yang dilakukan oleh pejabat yang berwenang untuk kepentingan-kepentingan publik yang diatur sedemikian rupa untuk dilaksanakan dan dipertanggungjawabkan sebagai konsekuensi logis dalam Tindakan. Hal ini menandakan bahwa metode analisis sosial kritis sebagai alat instruksional sangat diperlukan (Martin, 2003). Gaya satire dipilih untuk mengungkapkan sindiran dan kritik secara eksplisit. Dalam gaya berkomunikasi di media sosial, sindiran juga digunakan dalam pembuatan meme (Suciartini, 2020).

Pernyataan oleh pemerintah. Hugwood & Gunn dalam Hayat (2018) berpendapat bahwa kebijakan publik terdiri dari sepuluh definisi yaitu:

1. Kebijakan sebagai merek bagi suatu bidang kegiatan tertentu (*as label for a field activity*). Merek atau label dari kebijakan akan menjadi sebuah kebersinambungan dan menjadi program rutin yang diselenggarakan serta melekat dalam diri kebijakan tersebut. Seperti kebijakan Bantuan Langsung Tunai Ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menjadi presiden. Label atau merek kebijakan akan menjadi program bagi pemerintah yang bisa ditandai sebagai bagian dari bentuk kebijakan publik. Label atau merek itulah yang akan dikenal dan mengena bagi masyarakat tentang kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, sehingga memberikan kesan dan pesan yang memberikan dorongan partisipatoris aktif bagi masyarakat;
2. Kebijakan sebagai suatu pernyataan mengenai tujuan umum atau keadaan tertentu yang dikehendaki (*as an expression of general purpose or desired state of affairs*). Pernyataan pemerintah tentang sebuah keputusan yang berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingan umum dan/ atau kepentingan masyarakat, baik untuk menyelesaikan persoalan yang dihadapi atau hal lain yang

bermanfaat bagi masyarakat. pemerintah melakukan kebijakan secara umum untuk kebaikan dan kepentingan bagi masyarakat sehingga perlu dilakukan kebijakan tersebut;

3. Kebijakan sebagai usulan-usulan khusus (*as specific proposals*). Usulan-usulan khusus yang muncul secara *bottom-up* atau *topdown* yang berhubungan secara langsung dengan kepentingan dan kebutuhan masyarakat. misalnya yang menyangkut masalah kehidupan masyarakat yang dipandang perlu untuk diambil langkah konkret pengambilan keputusan yang melahirkan kebijakan dari pemerintah. Hal *urgent* yang datangnya dari masyarakat langsung atau dari pemerintah langsung dan bersifat penting, bisa dijadikan sebagai kebijakan publik;
4. Kebijakan sebagai keputusan pemerintah (*as decision of government*). apapun langkah yang dilakukan oleh pemerintah dalam pengambilan keputusannya adalah kebijakan publik. Sekalipun keputusan pemerintah terhadap sesuatu itu adalah diam, maka diamnya pemerintah adalah kebijakan publik sebagai keputusan pemerintah;
5. Kebijakan sebagai bentuk pengesahan formal (*as formal authorization*). Kebijakan sebagai bentuk pengesahan formal adalah seperti kebijakan yang berbentuk regulasi dari pemerintah yang berupa peraturan perundang-undangan sebagai legitimasi untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab serta menjalankan tugas pokok dan fungsinya, yang dilakukan melalui pengesahan secara formal. Kebijakan-kebijakan yang bersifat formal biasanya mengikat bagi stakeholder dalam kebijakan serta konsekuensi yang mengikutinya. Misalnya keberadaan Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Gubernur dan peraturan-peraturan lainnya yang mengikat secara formal;
6. Kebijakan sebagai program (*as programme*). Program-program pemerintah adalah bagian dari kebijakan publik. Setiap program yang dilakukan oleh pemerintah, baik program yang bersifat formal ataupun nonformal, dapat dikatakan sebagai kebijakan.

Program kerja yang dihasilkan dari rencana kerja adalah bentuk kinerja untuk pembangunan pemerintah dalam jangka waktu yang sudah ditentukan untuk kepentingan masyarakat dan membangun sinergi dalam tata kelola pemerintahan yang baik;

7. Kebijakan sebagai keluaran (*as output*). Kebijakan sebagai keluaran berarti setiap kebijakan publik pasti mempunyai keluaran yang diharapkan. keluaran yang dihasilkan dari program kerja menjadi bagian dari kebijakan publik. misalnya pembuatan peraturan pemerintah yang berkaitan dengan penanganan sampah, maka *output* peraturan yang dihasilkan menjadi keputusan dalam penanganan sampah. keputusan peraturan tersebut masuk dalam kategori kebijakan publik;
8. Kebijakan sebagai hasil akhir (*as outcome*). Begitu juga dengan *outcome* sebagai bagian dari kebijakan yang merupakan hasil akhir dari program program kerja yang sudah dilakukan. Hasil akhir dari program atau pekerjaan dari pemerintah itu adalah bagian dari kebijakan;
9. Kebijakan sebagai suatu teori atau model (*as a theory or model*). Dalam suatu pemerintahan, berbagai kajian dan analisis terhadap berbagai persoalan yang dihadapi oleh pemerintahan yang menghasilkan berbagai *output* atau *outcome* untuk dijadikan sebagai suatu kebijakan bagi pemerintah. Di samping itu, dalam penelitian, pengkajian, maupun analisis yang menghasilkan teori baru atau model baru atau temuan baru dapat dijadikan sebagai kebijakan untuk diterapkan dan dilaksanakan.
10. Kebijakan sebagai proses (*as process*). Sebagai proses, kebijakan akan mempunyai keterkaitan antara kebijakan yang satu dengan kebijakan yang lainnya. Setiap keputusan atau peraturan mempunyai sifat hirarki antara satu peraturan dengan peraturan yang lainnya, sehingga membentuk sebuah kolaborasi kolektif yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Pemerintah secara berkelanjutan melakukan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan, keadilan, dan kebaikan bagi

masyarakat. Proses yang terus berkesinambungan, yang membentuk sebuah keputusan atau kebijakan, adalah termasuk juga kebijakan publik.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan lokus penelitian dalam media sosial. Moleong (2010) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah data penelitian yang diperoleh akan dikumpulkan dan diwujudkan secara langsung dalam bentuk deskripsi atau gambaran tentang suasana atau keadaan objek secara menyeluruh dan apa adanya berupa kata-kata lisan atau tertulis dari orang atau perilaku yang diamati. Berbagai fakta dan fenomena yang ditemukan nantinya akan dideskripsikan dan dihubungkan dengan satu dan lainnya. Di samping itu juga bisa lebih menggambarkan sifat dan perbuatan individu, peristiwa di lapangan serta fenomena lain secara mendalam dan terperinci. Dengan teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi adalah pengumpulan data yang melibatkan interaksi sosial antara peneliti dengan informan dalam suatu latar penelitian (pengamatan objek penelitian di lapangan). Observasi dilakukan dengan mengamati dan mencatat semua peristiwa. Cara ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran atau fakta yang ada di lapangan. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan dari runtutan poster yang berisikan tulisan atau pesan *satire* pada media sosial;
2. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Pada penelitian ini wawancara dilakukan langsung kepada narasumber yakni para pengguna media sosial yang tertarik pada penggunaan komunikasi *satire* sebagai kritik sosial kebijakan publik terkait dengan kebijakan PPKM dengan menggunakan pedoman wawancara;
3. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi digunakan sebagai

pelengkap dari metode wawancara dan observasi pada penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, dokumentasi berbentuk pengumpulan data tertulis, baik dari sumber teoritis hingga berupa gambar hasil dari kegiatan wawancara dengan narasumber atau informan penelitian.

Teknik Penentuan Informan menggunakan *purposive sampling*, di mana menurut Sugiyono (2017) *purposive sampling* adalah adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, pertimbangan yang peneliti tentukan agar informan dikatakan layak untuk mengikuti kegiatan wawancara diantaranya: 1) mengerti atau memahami pesan satire sebagai kritik sosial kebijakan publik terkait PPKM dalam perspektif *digital ethics*, 2) memahami istilah PPKM. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat di lapangan dapat dikaji bahwa Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etikan dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik (Cahyono, 2016).

Informasi ini juga dilakukan dalam menyampaikan kebijakan-kebijakan publik pemerintah kepada masyarakat. Kebijakan PPKM dan yang mengatur keseluruhan aspek pada masa pandemi sangat beragam, seperti munculnya kebutuhan yang tingkat pemenuhannya menyerupai kebutuhan pokok yang selama ini masyarakat kenal, yakni masker. Masker diyakini ampuh untuk menangkal virus Covid-19 masuk ke dalam tubuh melalui sistem pernapasan. Sehingga, pemerintah mewajibkan warga yang hendak melakukan aktivitas di luar rumah untuk menggunakan masker. Tidak tanggung-tanggung, pemerintah juga memberi sanksi kepada masyarakat yang melanggar kewajiban ini. Hal ini memaksa masyarakat untuk mengalokasikan

sebagian uangnya untuk membeli masker yang bisa digunakan setiap hari. *Hand sanitizer* bukanlah hal yang wajib dimiliki, namun penting bagi masyarakat yang berada di luar rumah dan tidak memiliki akses air bersih untuk mencuci tangan agar bisa menggunakan *hand sanitizer* sebagai substitusi. Keduanya menjadi produk yang akhirnya perlu dimiliki oleh masyarakat untuk terhindar dari virus Covid-19.

Seiring dengan berkembangnya kasus Covid-19 di belahan dunia, kata positif menjadi memiliki makna konotasi yang berbeda. "Positif Covid-19" menjadi momok yang menakutkan bagi seluruh warga dunia. Lonjakan kasus positif Covid-19 harian di beberapa kota besar di Indonesia memaksa pemerintah untuk memberlakukan dan terus memperpanjang PPKM. Dengan diperpanjangnya PPKM, diharapkan dapat menurunkan jumlah harian kasus positif Covid-19. Namun, kebijakan PPKM ini dirasa masyarakat sangat membebani perekonomian mereka, karena mobilitas warga di luar rumah menjadi dibatasi. Hal ini menjadi masalah serius bagi warga yang mata pencahariannya harus berada di luar rumah. Sebut saja pedagang keliling dan penjual bahan pokok di pasar yang tidak dapat bekerja karena PPKM. Sehingga, hal ini membuat masyarakat menyalahkan pemerintah atas kebijakan yang tidak memperimbangkan faktor ekonomi mereka. Di lain sisi, pemerintah juga menyalahkan masyarakat yang tidak patuh dalam melaksanakan protokol kesehatan yang ketat dan sering berkerumun, yang diyakini dapat berkontribusi pada lonjakan kasus positif Covid-19 harian. Sehingga timbullah kontradiksi masyarakat dengan pemerintah terhadap PPKM. Kebijakan publik yang dikritisi oleh masyarakat disampaikan pada *platform* media sosial dengan komunikasi satire dan penggunaan visual yang bertujuan agar pemerintah memberikan *feedback* dari setiap kritik sosial ini. Penggunaan media sosial di era digital ini tetap harus memperhatikan bentuk etika komunikasi yang biasa dilakukan secara langsung dan seyogyanya dilakukan pula dalam komuikasi digital. Pemerintah telah mengeluarkan Gerakan Literasi Nasional dengan 4 (empat) pilar literasi digital, yang salah satunya adalah digital *ethics* agar masyarakat yang menjadi pengguna media sosial

dapat mengimplementasikannya dengan konten yang santun beretika dalam menggunakan media sosial yang notabenenya digital kerapkali dianggap bebas dalam mengungkapkan hal-hal tertentu tanpa memperhatikan rambu-rambu etika komunikasi dengan alasan tidak berkomunikasi secara langsung (*offline*), sehingga terkadang orang merasa tidak menyinggung perasaan atau psikologi orang lainnya. Dengan pemahaman literasi dalam perspektif digital *ethics* diharapkan dapat meningkatkan paradigma berpikir terkait dengan pemahaman masyarakat pengguna media sosial untuk lebih bijak menggunakan media sosial yang mengedukasi masyarakat bahwa berpikir kritis sangat baik untuk mengontrol setiap kebijakan yang diterapkan pemerintah, khususnya pemberlakuan PPKM pada masa pandemi, tetapi tetap dengan penggunaan komunikasi satire bukan komunikasi sarkasme atau penghinaan sebagai wujud masyarakat yang menerapkan digital *ethics* dalam menggunakan media sosial.

Simpulan

Melalui kegiatan penyampaian kritik sosial menggunakan poster atau visual dengan pesan diksi bernada *satire*, lalu dibagikan ke laman media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*. *Instagram*, sebagian besar para pengguna media sosial atau netizen sependapat atas kritik sosial yang ditunjukkan di jalan. Banyak dari pengikut yang membagikan arti dari kepanjangan PPKM menggunakan tulisan atau pesan bernada satire versinya masing-masing di kolom komentar platform media sosial. Critical thinking atau pemikiran kritis dengan berpendapat kritis sangat diperlukan di jaman sekarang untuk mengawasi dan mengkontrol setiap kebijakan-kebijakan publik yang diterapkan oleh pemerintah, khususnya kebijakan penggunaan masker dan lain sebagainya, hingga kebijakan penerapan PPKM yang tentunya menimbulkan pro kontra dan polemik dalam masyarakat karena penurunan ekonomi yang sangat dirasakan oleh masyarakat. Kritik sosial dalam bentuk komunikasi *satire* dapat disampaikan melalui media masa, tetapi diperhatikan dari visual dan diksi atau bahasa serta kalimat yang tidak tendensius kearah sarkasme bahkan penghinaan

secara pribadi maupun kelompok manapun, apalagi Ketika pemerintah menglaunching Gerakan Literasi Nasional yang mengimplementasikan 4 (empat) literasi digital, yaitu etika digital (digital *ethics*), budaya digital (digital *culture*), kemampuan digital (digital *skills*), dan keamanan digital (digital *safety*). Perspektif etika digital (digital ethic) dalam menggunakan media sosial artinya masyarakat memahami menggunakan media sosial yang beretika terutama dalam mengkritisi suatu kebijakan pemerintah yang telah diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ariel, Y., & Avidar, R. (2015). Information, Interactivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication, 23(1), 19–30.* doi:10.1080/ 15456870.2015.972404.

Becker, A. B. (2020). Applying mass communication frameworks to study humor's impact: advancing the study of political satire. *Annals of the International Communication Association, 1–16.* doi:10.1080/ 23808985.2020.1794925.

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana, 9(1), 140-157.* https://journal.unita.ac.id/ index.php/publiciana/ article/view/79.

Caron, J. E. (2020). Satire and the problem of comic laughter. *Comedy Studies, 1–12*. doi:10.1080/2040610x.2020.1729.

CNN Indonesia. (2021). *Gonta-Ganti Istilah Pembatasan Kegiatan Masyarakat.* Dikutip dari https://www.cnnindonesia.com /nasional/20210722070140 - 20-670613/gonta-ganti-istilah-pembatasan-kegiatan-masyarakat.

Dewi, M.K. (2017). Satire Politik Dan Agama Dalam Novel Gulliver's Travels Oleh Jonathan Swift. *LITE: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya, Vol 13, No 1*. doi: 10.33633/ lite.v13i1.1555.

Goodrich, P. (2005). The Importance of Being Earnest: Satire and the Criticism of Law. *Social Semiotics, 15(1), 43–58.* doi:10.1080/10350330500059122.

Hayat. (2018). *KEBIJAKAN PUBLIK: Evaluasi, Reformasi, dan Formulasi.* Malang: Intrans Publishing.

Kurniawan, M. A. (2011). Kritik Sosial Dalam Novel Menunggu Matahari Melbourne Karya Remy Sylado: Tinjauan Sosiologi Sastra. *Bahastra Vol 26, No 1.* doi:10.26555/bahastra. v26i1.2180.

Martin, E. J. (2003). Critical Social Analysis, Service Learning, and Urban Affairs: A Course Application in Public Policy and Administration* * This paper is in part derived from "The Role of Critical Social Analysis in Public Policy and Administration: A Service Learning Course Application in Race, Inequality, and Public Policy," Contemporary Justice Review 5:4 (2002), pp. 351-369, by Edward J. Martin. *New Political Science, 25(3), 407–431.* doi:10.1080/ 07393140307185.

Moleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Communication 8(1):51.* doi:10.36080/comm.v8i1.651.

Revolusi Mental Kemenko PMK. (2021). *Etika Menyampaikan Kritik Sosial Melalui Media Sosial*. Dikutip dari https://revolusimental.go.id/kabar-revolusi-mental/detail-berita-dan-artikel?url=etika-menyampaikan-kritik-sosial-melalui-media-sosial.

Suciartini, N. N. A. (2020). Bahasa Satire Dalam Meme Media Sosial. *Pustaka Jurnal Ilmu - Ilmu Budaya. Vol. Xx No. 1.* doi:10.24843/PJIIB.2020.v20.i01.p01.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tirto.id. (2021). *Apa Itu Satire & Sarkasme: Contoh dan Perbedaannya*. Dikutip dari https://tirto.id/apa-itu-satire-sarkasme-contoh-dan-perbedaannyaghPG.

REPRESENTASI MEDIA BARAT TERHADAP ASIA TENGGARA DALAM LIPUTAN BERITA COVID-19

Morissan[1]
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta
Email : morissan@mercubuana.ac.id

Pendahuluan

Dalam produksi dan distribusi berita, media dan para jurnalis yang bekerja di dalamnya tidak sekadar menyajikan informasi kepada publik tetapi juga membangun realitas. Cara media membangun realitas adalah dengan mendefinisikan dan menginterpretasikan realitas dan memilih bagian-bagian tertentu dari suatu peristiwa sebagai bukti untuk melegitimasi interpretasi dan definisi mereka (Brookes, Lewis, & Wahl-Jorgensen, 2004; Entman, 2007). Dengan menciptakan realitas dan membangun gambaran (*image*) dan identitas, yang biasanya melekat pada simbol-simbol tertentu, media berita menetapkan norma dan akal sehat versi mereka terhadap orang, komunitas, institusi, dan dunia sekitar untuk mempromosikan pandangan atau ideologi mereka (Fürsich, 2010). Representasi media menciptakan dan mendistribusikan ideologi dengan menghubungkan atau mengaitkan berbagai simbol dan gambar tertentu dengan berbagai kelompok masyarakat tertentu (Ahmed & Matthes, 2016).

Dengan memberikan gambaran tertentu terhadap suatu komunitas dan negara maka media memberikan pengaruh sangat kuat dalam mempromosikan, menegaskan dan memperkuat identitas yang hendak dibangun (*constructed identities*) (Iwashita, 2006). Persepsi tertentu yang dibangun terhadap suatu kelompok, dalam banyak kasus,

bergantung pada cara media mengonstruksikan konsep tentang kelompok tersebut (Wright, 2002). Kelompok dan komunitas yang dianggap 'Orang Lain' (*Others*) paling sering mengalami misrepresentasi oleh media barat karena mereka berbeda dengan kelompok dominan barat dalam hal warna kulit, agama, budaya, bahasa, asal, kebangsaan, orientasi sosial, afiliasi politik, dll. (Ahmed & Matthes, 2016; Saeed, 2007). Huang dan Leung (2005, p. 302) berpendapat bahwa media Barat cenderung bias terhadap negara-negara dunia ketiga dan negara-negara dengan ideologi berbeda dengan menggambarkan mereka sebagai pihak lain yang buruk (*bad other*).

Salah satu kekuatan utama di balik representasi media adalah penentuan narasumber informasi (*media sourcing*) yang memiliki peran penting dalam memengaruhi berita yang disebarluaskan organisasi media (Hermida, Lewis, & Zamith, 2014). Melalui penentuan narasumber, media menyediakan individu tertentu untuk menyampaikan penjelasan versinya dan memberikan bukti argumen dan mengecualikan penjelasan dari sumber lain. Dengan memberikan keistimewaan pada satu sumber informasi tertentu maka media menentukan bagaimana realitas didefinisikan, bagaimana masyarakat digambarkan, bagaimana cara pandang disajikan, bagaimana bingkai dibentuk, dan dengan konten apa berita itu dikonstruksikan (Carlson, 2009).

Teknik media lain yang menentukan representasi adalah melalui pembingkaian (*framing*). *Framing* menjelaskan bahwa gambaran dan representasi realitas merupakan hasil dari proses seleksi dan penyajian realitas oleh media. Persepsi, representasi, dan konstruksi realitas bergantung pada media karena individu memahami dan menjelaskan masalah dengan cara yang sama seperti yang disajikan dalam berita (Iyengar, 1987). Dengan kata lain, penciptaan gambaran realitas dalam pikiran publik membutuhkan informasi dan informasi tersebut disediakan oleh media secara selektif (Lecheler & de Vreese, 2010).

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana media Barat memilih narasumber peristiwa dan isu dalam penanggulangan

pandemi COVID-19 di Asia Tenggara yang diwakili oleh Indonesia dan Malaysia. Studi ini juga mengkaji framing dan *tone* yang dipilih media barat dalam merepresentasikan cara Indonesia dan Malaysia dalam menangani pandemik Covid-19. CNN dari AS dan BBC dari Inggris dipilih untuk mewakili media barat. Studi empiris ini melakukan analisis isi liputan media Barat tentang penanggulangan pandemi COVID-19 di Asia Tenggara. Pertama, konsep-konsep mengenai representasi media, sumber (*sourcing*) dan pembingkaian (*framing*) akan dijelaskan terlebih dahulu, dan pertanyaan penelitian dirumuskan berdasarkan diskusi teoritis. Kemudian, pertanyaan penelitian dijawab dengan mengkaji dan membandingkan dua liputan media Barat, CNN dan BBC, terhadap penanggulangan pandemi COVID-19 di Asia Tenggara melalui analisis isi kuantitatif sumber informasi, pembingkaian dan nada berita (*tone*) kedua media tersebut. Akhirnya, kesimpulan diambil setelah mempresentasikan hasil dan mendiskusikan temuan. Sumber berita dalam penelitian ini adalah sumber dari Indonesia dan Malaysia yang mewakili Asia Tenggara.

Berdasarkan pembahasan di atas maka tiga pertanyaan penelitian dapat dirumuskan pertanyaan penelitian (RQ) sebagai berikut: (1) Apakah terdapat perbedaan penentuan sumber berita antara CNN dan BBC dalam liputan mengenai penanggulangan Covid-19 di Indonesia dan Malaysia?; (2) Bagaimanakah CNN dan BBC membingkai penanggulangan Covid-19 di Indonesia dan Malaysia? Apakah terdapat perbedaan di antara keduanya? (3) Apakah terdapat perbedaan nada berita antara CNN dan BBC?

Representasi media mengacu pada bagaimana media menciptakan gambaran dan konsep tertentu terhadap suatu negara, tempat, komunitas, atau individu sehingga menghasilkan suatu konstruksi identitas (*constructed identity*), dan kemudian menyampaikan identitas itu secara berulang-ulang (Gabore, 2020). Dalam praktiknya, representasi media memberikan definisi dan interpretasi atas suatu peristiwa yang disertai dengan bukti dengan tujuan untuk mempromosikan, memperkuat, dan melegitimasi interpretasi yang diberikan (Erjavec, 2001; Gamson et al., 1992). Media melakukan

konstruksi gambaran (*construction of images)* suatu peristiwa dengan menggunakan asumsi ideologis mereka dengan tujuan untuk mempopulerkan dan memperkuat hegemoni interpretasi dalam bidang sosial dan politik (Brookes et al., 2004).

Organisasi media barat dengan hegemoni interpretasinya sering menciptakan gambaran negatif dan stereotipe terhadap mereka yang dianggap masyarakat luar atau 'Others' (Saeed, 2007). Misalnya, media global barat cenderung bias terhadap negara berkembang dan memberitakan negara berkembang sebagai *others* secara negatif (Huang & Leung, 2005). Ruang redaksi media sering kali tanpa sadar bersikap rasis, dan jurnalis yang baik dan jujur yang meliput masalah ras berpotensi menyebarkan pesan yang menyiratkan masyarakat luar sebagai sumber masalah (Gabore, 2020; Hall, 1990). Menurut Tuchman (1978), hal ini disebabkan berita mengalami proses konstruksi sosial di ruang redaksi, dan ditafsirkan serta disimpulkan berdasarkan perspektif sosial dan budaya tertentu (Berger & Luckmann, 1991).

Dalam praktik representasi media, *others* sering disebut sebagai masalah, ketidaknormalan, atau keanehan (Ahmed & Matthes, 2016). Representasi media tentang *others* paling sering dilakukan dengan mengonstruksikan suatu gambaran yang disertai dengan konotasi ideologis dan kemudian mendistribusikannya dengan stereotip tertentu (Fürsich, 2010). Misalnya, Alghamdi (2015) menemukan bahwa media barat, secara tidak akurat dan tidak adil, menganggap Muslim dan kelompok Islam bertanggung jawab atas serangan teroris di Norwegia pada tahun 2011. Dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis (CDA), studinya memastikan bagaimana media memanipulasi bahasa dalam liputan serangan teroris untuk menunjukkan prasangka buta terhadap Islam dan Muslim. Nada tuduhan dalam artikel dan laporan menunjukkan perbedaan secara dramatis dari satu artikel ke artikel lainnya, mulai dari nada kecurigaan hingga tuduhan terbuka.

Representasi media yang membangun, mempromosikan, menegaskan dan memperkuat citra dan identitas tertentu ini tentunya mempengaruhi publik dalam memandang dunia (Iwashita, 2006).

Dengan alasan ini maka studi ini hendak melakukan analisis komparatif representasi media Barat terhadap Asia Tenggara yang diwakili Indonesia dan Malaysia terkait dengan sumber, pembingkaian, dan nada berita (*news tone*) dalam penanggulangan pandemik Covid-19.

Sumber berita (*Sourcing*)

Jurnalis mengumpulkan informasi tentang peristiwa dan isu dari narasumber untuk menghasilkan berita. Dalam penentuan aspek yang hendak ditonjolkan dari suatu peristiwa atau isu dan juga dalam mengonstruksikan dan menyampaikan pesan maka narasumber akan menentukan realitas (Reich, 2011). Hal ini disebabkan 'berita bukanlah apa yang terjadi, tetapi apa yang dikatakan seseorang telah terjadi atau akan terjadi' Sigal (1986, p. 15). Dalam prakteknya, reporter dan editor selain memilih aspek yang hendak ditonjolkan dari suatu peristiwa atau isu, mengonstruksikan dan menyajikannya sebagai berita, mereka juga memutuskan siapa yang akan dilibatkan atau dikeluarkan sebagai sumber informasi berdasarkan kredensial yang mereka miliki seperti keahliannya, segmen masyarakat yang diwakili, dan kedudukannya (Hermida et al, 2014). Media dan jurnalis memiliki preferensi terhadap narasumber sehingga tidak semua organisasi, komunitas, kelompok dan individu diperlakukan sama sebagai narasumber berita.

Carlson (2009) berpandangan bahwa penentuan narasumber bukanlah sekedar upaya untuk mencari dan mendapatkan informasi karena individu atau kelompok tertentu lebih diistimewakan dalam memberikan informasi. Media memberikan otoritas dan legitimasi kepada sumber tertentu dalam menentukan peristiwa dan memberikan bukti dengan mengecualikan sumber lainnya. Sumber berita berperan penting dalam menentukan isi pesan yang diproduksi dan disajikan media. Penelitian menunjukkan bahwa sumber dapat mempengaruhi berita lebih kuat dari pada jurnalis (Berkowitz & Beach, 1993). Hal ini disebabkan sumber dapat membentuk informasi, menentukan bagaimana peristiwa dan isu dilaporkan, dan menentukan pemahaman

publik tentang dunia (Hermida et al., 2014). Selain itu, narasumber memiliki efek langsung pada cara bagaimana sesuatu direpresentasikan dan bagaimana citra masyarakat disajikan. Pemilihan narasumber akan menentukan penjelasan dan realitas versi siapa yang hendak disampaikan (Carlson, 2009). Tidak diragukan lagi, narasumber adalah kekuatan paling menentukan dalam proses representasi, pembingkaian, manipulasi, pengaruh, dan kredibilitas media (Cozma, 2015).

Dalam penelitian ini, sumber berita diklasifikasikan menjadi dua kategori: (1) resmi dan (2) tidak resmi. Sumber resmi adalah para elit di bidang politik, ekonomi, sosial, atau budaya termasuk pejabat pemerintah, kepala hubungan masyarakat, konferensi pers, rilis pers dll. Sumber non-resmi adalah orang biasa yang tidak menjabat di lembaga mapan atau kelompok yang diakui (Brown et al, 1987; Sigal, 1986). Tenaga ahli yang tidak berkantor di lembaga formal juga dianggap sebagai narasumber tidak resmi.

Pembingkaian

Dalam pemberitaan oleh media, pembingkaian atau *framing* berfungsi sebagaimana sebuah bingkai di sekitar gambar yang mana perhatian orang terfokus pada apa yang ada di dalam bingkai yaitu hal-hal yang dipandang yang penting dan relevan sedangkan hal-hal lain diabaikan karena berada di luar bidang pandang (Noakes & Johnston, 2005, hlm. 2). Pembingkaian mengacu pada fenomena yang menjelaskan bagaimana media memilih, menekankan, mengelola dan menyajikan pesan kepada audien. Dalam proses ini jurnalis memilih bagian-bagian tertentu dari suatu realitas, memberikan fokus perhatian pada bagian yang dipilih, memilih kata-kata (bahasa) dan nada (*tone*) berita yang diinginkan, mengatur penempatan fakta dan bukti pendukung, serta memberikan nilai dan norma dalam berita (Ford & King, 2015).

Melalui pembingkaian, media mengatur informasi ke dalam laporan berita yang memuat alur cerita yang diinginkan (Gamson & Modigliani, 1989) yang menafsirkan suatu isu atau peristiwa

(Scheufele, 1999; Schuck & de Vreese, 2006). Dalam hal ini, pembingkaian digunakan untuk menjelaskan dua hal: pertama, menjelaskan pengelolaan dan penyajian pesan oleh media dan; kedua, proses berpikir audien dalam mempersepsikan dan menafsirkan situasi tertentu (Chong & Druckman, 2007).

Pola pembingkaian yang berbeda dapat menunjukkan peristiwa yang sama secara berbeda. Hal ini disebabkan media memilih, menekankan, menafsirkan, mengecualikan, mengatur, dan menyajikan bagian-bagian dari suatu peristiwa secara berbeda (Borah, 2011; Semetko & Valkenburg, 2000). Media melakukan berbagai teknik dalam melakukan pembingkaian antara lain: memberikan petunjuk, interpretasi dan evaluasi tertentu atau menyarankan keputusan tertentu (Scheufele, 2006); memberikan pertimbangan tertentu atau menekankan bagian tertentu dari suatu masalah (Schuck & de Vreese, 2006); mengeluarkan atau mendiamkan bagian tertentu dari suatu realitas (Stauffacher, Muggli, Scolobig, & Moser, 2015) dan; mendukung satu segi dibandingkan segi lainnya (Entman, 2007, 2010). Dengan menyampaikan pentingnya aspek tertentu dari suatu realitas maka pembingkaian memengaruhi persepsi audien (Stauffacher et al., 2015) dan, sebagai akibatnya, menyebabkan perubahan penilaian (Iyengar, 1987).

Pembingkaian berfungsi menunjukkan keyakinan dan preferensi ideologis aktor ketiga seperti pemerintah (Larcinese, Puglisi, & Snyder, 2011) dan kelompok berpengaruh seperti pemangku kepentingan atau gerakan sosial (Stauffacher et al., 2015). Ideologi yang tertanam dalam pembingkaian konten media dapat diidentifikasi melalui penggunaan metafora, contoh, slogan, dan gambaran visual (Xie & Ding, 2016). Pembingkaian berdiri di atas dua fondasi, sosiologis dan psikologis (Gabore, 2020). Penelitian pembingkaian yang berdiri di atas fondasi sosiologis memberikan perhatian pada kata, gambar, frasa, dan gaya presentasi yang digunakan untuk mengonstruksikan berita dan proses yang menghasilkan konstruksi ini (Entman, 1991; Gamson & Modigliani, 1987; Gitlin, 1980 ; Goffman, 1974); sedangkan pembingkaian dengan fondasi psikologis

mempelajari proses yang terlibat dalam pembentukan bingkai pada diri penonton (Borah, 2011; Pan & Kosicki, 1993).

Sebagai konsep komunikasi, pembingkaian dapat dilakukan terhadap tiga kelompok: 1. media atau jurnalis, 2. audien atau masyarakat, dan 3. Para elit yang terdiri dari para tokoh politik, ekonomi, budaya dan organisasi (Scheufele, 2006). Karenanya pembingkaian memandu bagaimana elit membangun realitas, memengaruhi bagaimana jurnalis memilih informasi, dan memengaruhi kognisi dan sikap audien karena mereka adalah bagian dari budaya dan masyarakat (Matthes, 2012).

Analisis penelitian sejenis

Penelitian terdahulu yang dimuat dalam sejumlah jurnal bereputasi dan literatur hingga saat ini telah mengidentifikasi beberapa bingkai (*frame*) yang biasa digunakan dalam pemberitaan, meski bingkai itu tidak harus digunakan bersamaan. Sebagian besar studi berfokus pada upaya mengidentifikasi keberadaan satu atau beberapa bingkai dalam berita dan konsekuensinya bagi opini publik seperti bingkai konflik (*conflict frame*) (Patterson, 1993; Cappella & Jamieson, 1997), serta bingkai tanggung jawab (*responsibility frame*) dalam berita (Iyengar, 1991). Studi lain mengidentifikasi sejumlah bingkai yang digunakan dalam liputan berita di Amerika yang mencakup bingkai konflik, konsekuensi ekonomi (*economic consequences frame*), daya tarik manusia (*human interest frame*), dan bingkai moralitas (*morality frame*) (Neuman et al, 1992).

Sametko dan Valkenburg (2000) dalam studinya menggabungkan berbagai bingkai yang telah dibahas dalam literatur sebelumnya terutama studi oleh Neuman et al, (2000) dan Iyengar (1991) dan mengonfirmasikan keberadaan lima bingkai berita (konflik, tanggung jawab, konsekuensi ekonomi, daya tarik manusia, dan bingkai moralitas) dalam studinya terhadap berita politik di media Eropa. Mereka menganalisis 2.601 berita surat kabar dan 1.522 berita televisi selama pertemuan Amsterdam para kepala negara Eropa pada tahun 1997. Hasil studi mereka menunjukkan bahwa, secara keseluruhan,

bingkai tanggung jawab adalah bingkai yang paling umum digunakan dalam berita, diikuti oleh bingkai konflik, konsekuensi ekonomi, daya tarik manusia, dan bingkai moralitas. Mereka juga menemukan bahwa penggunaan bingkai berita tergantung pada jenis media dan jenis topiknya. Perbedaan yang paling signifikan bukanlah antara jenis media (televisi atau media cetak) tetapi antara jenis media sensasional atau media serius. Surat kabar dan program berita televisi kategori serius lebih sering menggunakan bingkai tanggung jawab dan konflik dalam beritanya, sedangkan media sensasional lebih sering menggunakan bingkai daya tarik manusia. Studi ini hendak menggunakan kelima bingkai berita dari Semetko dan Valkenburg (2000) tersebut yang mana masing-masing bingkai dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bingkai konflik. Bingkai ini menekankan pada konflik antar individu, kelompok, atau lembaga sebagai cara untuk menarik perhatian audiens. Neuman et al. (1992, hlm. 61-62) menemukan konflik sebagai bingkai yang paling umum digunakan media di AS. Media sering kali mereduksi dan terlalu menyederhanakan perbincangan mengenai isu substantif dan kompleks dan mengangkat perbedaan pandangan antar elit politik mengenai suatu isu sebagai suatu konflik. Berita kampanye pemilihan presiden, misalnya, sebagian besar dibingkai dalam konteks konflik (Patterson, 1993). Karena penekanan pada konflik, media berita telah dikritik karena menimbulkan sinisme publik dan ketidakpercayaan terhadap pemimpin politik (Cappella & Jamieson, 1997). Kami tertarik untuk mengetahui seberapa besar bingkai konflik ini dalam pemberitaan media relatif terhadap bingkai umum lainnya.

Bingkai daya tarik manusia. Bingkai ini menghadirkan wajah manusia atau sudut pandang emosional dalam pemberitaan suatu peristiwa, isu, atau masalah. Neuman et al. (1992) menggambarkan ini sebagai bingkai "daya tarik manusia" (*human interest frame*) yang menjadi bingkai yang paling umum digunakan setelah bingkai konflik. Persaingan antar media berita mendorong para jurnalis dan editor berusaha keras untuk menghasilkan berita dengan *human interest* guna

menarik dan mempertahankan minat audien (Bennett, 1995). Bingkai daya tarik manusia merupakan upaya untuk mempersonalisasi berita, mendramatisasi, atau membangkitkan emosi penonton guna menarik dan mempertahankan minat audien.

Bingkai konsekuensi ekonomi. Bingkai ini melaporkan suatu peristiwa, masalah, atau isu dalam kaitannya dengan konsekuensi yang akan ditimbulkannya secara ekonomi pada negara, wilayah, lembaga, kelompok atau individu. Neuman et al. (1992) mengidentifikasi konsekuensi ekonomi sebagai bingkai umum dalam berita. Suatu peristiwa sering kali menimbulkan dampak luas dan merupakan nilai berita yang penting, dan pengaruh suatu peristiwa terhadap ekonomi seringkali cukup besar (Graber, 1993).

Bingkai moralitas. Kerangka ini menempatkan peristiwa, masalah, atau isu dalam konteks ajaran agama atau aturan moral. Jurnalis sering kali merujuk pada kerangka moral secara tidak langsung dengan meminta komentar tokoh agama atau tokoh masyarakat lainnya mengenai suatu peristiwa atau isu (Neuman et al., 1992). Media, misalnya, meminta pandangan tokoh agama mengenai suatu wabah penyakit dan menggunakan pandangan tersebut sebagai bingkai berita. Berita semacam itu berisi pesan moral yang bertujuan untuk mengingatkan masyarakat dan terkadang disertai dengan petunjuk sosial khusus tentang bagaimana berperilaku.

Bingkai tanggung jawab. Kerangka ini menyajikan suatu isu atau masalah sedemikian rupa dan menyiratkan tanggung jawab atas penyebab atau solusinya kepada pemerintah, individu atau kelompok. Media berita sering kali dihargai atau dipersalahkan karena membentuk pemahaman publik tentang siapa yang bertanggung jawab sebagai penyebab atau bertanggungjawab untuk menyelesaikan suatu masalah sosial, seperti kemiskinan, pengangguran, ketidakadilan sosial dll (Iyengar, 1987).

Nada berita

Bingkai juga memiliki nada berita (*news tone*) karena sering kali disertai dengan penggunaan kata-kata dan metafora yang menakutkan, atau sebaliknya, menimbulkan optimisme dan ketenangan (Lakoff, 2004; Vasterman dan Ruigrok, 2013). Nada berita mengacu pada komponen afektif (suka atau tidak suka) dari konstruksi pesan media dan penyajian suatu peristiwa atau isu sebagai positif/baik, netral, atau negatif/buruk (Newhagen, 1994). Nada berita menunjukkan jurnalis dan sumber informasinya memiliki sikap (positif atau negatif) terhadap suatu peristiwa dan mereka yang terlibat di dalamnya. Media dapat mengenakan suatu nada tertentu ketika mengonstruksikan berita. Nada sebagai atribut afektif dapat dikenakan pada isu-isu, peristiwa, komunitas, organisasi, kelompok dan individu, dan nada berita akan memengaruhi bagaimana publik memandand dunia (Sheafer, 2007). Akibatnya, publik mendukung atau menolak sesuatu bukan berdasarkan apa adanya, tetapi tergantung pada jenis nada (positif atau negatif) yang diberikan media (Abney et al., 2011).

Dibandingkan berita bencana lainnya, wabah penyakit merupakan berita istimewa, karena adanya kekhawatiran tertular penyakit mematikan. Penggunaan kata-kata dan metafora yang menakutkan membawa konsekuensi bahwa liputan media tentang epidemi bisa sangat mengkhawatirkan. Sejumlah studi menunjukkan bahwa liputan berita tentang virus biasanya menggunakan metafora militer karena virus dipandang sebagai musuh yang harus diperangi sebagaimana tentara berperang melawan musuh (Chiang dan Duann, 2007; De la Rosa, 2007; Larson et al., 2005; Williams Camus, 2009).

Analisis penelitian sejenis

Penelitian terdahulu yang dimuat dalam sejumlah jurnal bereputasi dan literatur terhadap liputan media tentang pandemi H1N1 di media Belanda dapat dikemukakan antara lain studi oleh Vasterman dan Ruigrok (2013) menggunakan tiga jenis nada berita: (1) berita yang disajikan dalam nada menakut-nakuti atau mengkhawatirkan (*alarming*); (2) nada netral, dan; (3) nada yang menentramkan,

menimbulkan optimisme dan keyakinan (*reassuring*). Secara umum, sebuah laporan memiliki nada mengkhawatirkan ketika situasinya didefinisikan dalam istilah risiko dan bahaya. Misalnya: 'WHO meningkatkan tingkat kewaspadaan terhadap pandemi'; 'Dikhawatirkan akan muncul lebih banyak kasus flu Meksiko'. Suatu berita disebut juga memberikan nada mengkhawatirkan jika penyampaian data terbaru tentang pandemi lebih menenkankan pada peningkatan jumlah pasien yang terinfeksi, jumlah kematian atau jumlah mereka yang dirawat inap. Hal yang sama berlaku untuk berita yang medeskripsikan virus sebagai 'sangat menular' atau 'mematikan'.

Suatu berita disebut memiliki nada yang menentramkan, menimbulkan optimisme dan keyakinan ketika risiko pandemi diletakkan dalam perspektif yang lebih luas dengan mengecilkan risiko khususnya karena didukung kesiapan otoritas kesehatan. Misalnya: 'Pemerintah menyediakan cukup fasilitas kesehatan'; 'Covid-19 seperti flu biasa.' Suatu pernyataan bernada netral jika mengandung kedua nada tersebut sekaligus, atau jika nadanya ragu-ragu. Vasterman dan Ruigrok (2013) menemukan bahwa liputan berita tentang pandemi di media Belanda sangat mengkhawatirkan dengan 74% pesan yang disampaikan media menggunakan nada kehawatiran.

Liputan media terhadap wabah flu burung dan SARS lebih dominan menunjukkan nada mengkhawatirkan dan sensasional, dengan fokus pada skenario terburuk dan penuh dengan bahasa emosional (Berry et al., 2007; Dudo et al., 2007; Washer, 2004). Sejumlah studi tentang liputan media terhadap pandemi A/H1N1 menunjukkan hasil yang beragam. Studi terhadap program berita TV Brasil menunjukkan bahwa televisi menggambarkan pandemi telah menimbulkan kepanikan (Da Silva Medeiros dan Massarani, 2010). Studi terhadap surat kabar di Inggris menunjukkan bahwa secara keseluruhan surat kabar memberitakan pandemi dalam nada netral dan tidak 'mengkhawatirkan' dan surat kabar memberikan perhatian penuh pada wabah tersebut.

Studi terhadap liputan TV Australia terhadap epidemi A/H1NI pada umumnya tidak mengkhawatirkan (*non-alarmist*), tetapi 63,4%

dari semua pernyataan yang terkandung dalam berita televisi menunjukkan keseriusan penyakit sehingga menimbulkan kesan ancaman yang serius (Fogarty et al., 2011). Di sisi lain, analisis liputan surat kabar tentang flu babi di Australia menunjukkan digunakannya narasi 'flu babi sebagai penyakit yang mematikan' dengan kombinasi pesan antara nada mengkhawatirkan dan menentramkan (Holland and Blood, 2010).

Metode penelitian

Studi ini menganalisis representasi media Barat mengenai penanggulangan pandemik Covid-19 di Indonesia dan Malaysia. COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus korona paling baru yang ditemukan. Virus dan penyakit baru ini tidak diketahui sebelum munculnya wabah pada Desember 2019 di Wuhan, China. Pandemi COVID-19 telah menyebar dengan cepat ke seluruh dunia dan membuat jutaan orang sakit serta menyebabkan 1.1 juta kematian di seluruh dunia ketika artikel ini ditulis.

Sebagaimana banyak negara lain, Indonesia dan Malaysia telah melakukan kesiapsiagaan untuk mencegah penyebaran COVID-19 seperti meningkatkan kesadaran masyarakat melalui pesan media, melakukan pengawasan atau deteksi dan pengujian dini, melakukan repatriasi warga negara, menutup sekolah, fasilitas publik dan pembatasan kegiatan di perkantoran, melakukan karantina, perawatan dan pengobatan klinis dan berbagai tindakan lainnya.

Studi ini menggunakan asumsi paradigma penelitian positivistik dengan pendekatan kuantitatif karena mengacu pada proses deduktif dengan terlebih dahulu mempersiapkan kategori sebelum studi berdasarkan teori atau penelitian terdahulu yaitu analisis pembingkaian berita dan penentuan nada berita. Pada studi ini, analisa dilakukan dengan berfokus pada bagaimana media barat menentukan narasumber berita mereka dan bagaimana mereka membingkai berita mengenai penanggulangan pandemi COVID-19 di Indonesia dan Malaysia. Teknik atau metode analisa isi dilakukan dengan tujuan: (1) untuk menguji strategi penentuan narasumber yang digunakan media

Barat dalam merepresentasikan Asia Tenggara; dan (2) untuk memeriksa pembingkaian media Barat atas peristiwa dan isu di Asia Tenggara terkait dengan pandemi Covid-19.

Dalam analisa penanggulangan COVID-19 di Indonesia dan Malaysia, sejumlah berita yang diterbitkan antara bulan Maret 2020 hingga Januari 2021 dianalisa. Pengumpulan data dilakukan mulai bulan Maret karena Indonesia mengumumkan kasus pertama Covid-19 pada bulan Maret 2020. Diantara ketiga negara Asia Tenggara yang menjadi anggota sampel penelitian ini, Indonesia adalah negara yang paling terakhir mengumumkan kasus pertama. Penentuan periode pengumpulan artikel berita hingga Januari 2021 berdasarkan alasan bahwa penyebaran virus Covid-19 yang mewakili periode lebih kurang satu tahun sejak pertama kali ditemukan di Cina pada Desember 2019.

Sebanyak 40 artikel berita diambil dari situs resmi BBC dan CNN. Kedua media Barat ini dipilih karena keduanya telah dikenal luas oleh audien di Indonesia, Malaysia dan Singapura khususnya, dan Asia Tenggara pada umumnya sehingga dapat dianggap sebagai representasi media barat. Kedua media tersebut telah memiliki kantor perwakilan di Jakarta dan telah memiliki situs berita khusus mengenai Indonesia pada link https://www.bbc.com/indonesia dan https://www.cnnindonesia.com/

Pada penelitian ini, unit analisanya adalah artikel berita. Penelitian ini menggunakan lima instrumen koding (*coding instrument*) yang terdiri dari sumber berita, pembingkaian, nada berita, dan nama media. Sumber berita terdiri dari 5 kategori (saluran resmi Barat, saluran non-resmi Barat, saluran resmi Asia Tenggara, saluran tidak resmi Asia Tenggara, dan sumber lainnya); Pembingkaian terdiri dari lima kategori sebagaimana dikemukakan Semetko dan Valkenburg (2000) yang terdiri dari: tanggung jawab, konflik, daya tarik manusia, konsekuensi ekonomi dan moralitas; Nada berita memiliki tiga kategori (nada positif, negatif, dan netral) dan; Nama media yang terdiri dari dua ketegori (CNN dan BBC).

Untuk memastikan instrumen koding seperti sumber berita, bingkai berita, nada berita, memang betul-betul digunakan ataukah tidak oleh media maka masing-masing diberi kode. Misal, kode 0 yang berarti sumber tidak digunakan serta kode 1 – 5 untuk setiap kategori sumber yang digunakan. Untuk menentukan kemunculan bingkai dalam berita, tidak adanya *frame* diberi kode 0 yang berarti bingkai tidak ada, dan kode 1 – 5 untuk setiap kehadiran kategori bingkai yang digunakan. Untuk mengukur keberadaan setiap nada berita maka kode 0 berarti nada tidak ada dan kode 1 – 3 mewakili setiap kategori nada berita. Dalam studi ini, setiap pelaporan jumlah kasus positif dan kematian yang dikonfirmasi juga diberi kode sebagai nada negatif karena kenaikan atau penurunan jumlah kasus COVID-19 yang dikonfirmasi adalah faktor penting untuk menimbulkan ketakutan di kalangan masyarakat.

Untuk melakukan koding artikel berita, dipilih tiga mahasiswa pasca sarjana sebagai koder. Untuk memastikan keandalan koder, pelatihan mengenai aturan kategori pengkodean diberikan kepada semua koder. Dengan mengacu pada penelitian sebelumnya oleh Gronemeyer & Porath (2017) sejumlah indikator dalam bentuk pertanyaan yang mewakili masing-masing bingkai digunakan sebagai acuan (Lihat tabel 4.1). Setelah koder membaca artikel berita selanjutnya ia harus menjawab pertanyaan indikator dengan jawaban 'Ya' atau 'Tidak'. Jawaban 'Ya' terhadap salah satu pertanyaan berarti kehadiran bingkai berita dapat diidentifikasi, jawaban 'Tidak' berarti bingkai tidak dapat diidentifikasi.

Tabel 4.1: Bingkai dan Pertanyaan Indikator

Bingkai	Pertanyaan indikator
Tanggung jawab	Apakah berita menunjukkan bahwa pemerintah bertanggung jawab atas suatu isu/masalah? Apakah berita tersebut menunjukkan bahwa pemerintahan memiliki kemampuan untuk

	mengatasi masalah? Apakah berita tersebut menyarankan solusi untuk isu?
Daya tarik manusia (Human interest)	Apakah berita memberikan contoh manusiawi atau "wajah manusia" ? Apakah berita menggunakan kata sifat atau sketsa pribadi yang menimbulkan perasaan marah, empati, simpati, atau kasih sayang? Apakah berita menekankan bagaimana individu dan kelompok dipengaruhi oleh isu/masalah?
Konflik	Apakah berita mencerminkan ketidaksepakatan antara individu, kelompok, negara? Apakah ada celaan oleh satu partai, individu, kelompok, negara kepada pihak lain? Apakah berita mengacu pada pemenang dan pecundang?
Moralitas	Apakah berita mengandung pesan moral? Apakah berita mengacu pada moralitas, Tuhan, dan ajaran agama? Apakah berita menawarkan pandangan tentang bagaimana berperilaku?
Konsekuensi ekonomi	Apakah ada penyebutan kerugian atau keuntungan finansial sekarang atau di masa depan Apakah ada menyebutkan biaya / tingkat pengeluaran Apakah ada referensi untuk konsekuensi ekonomi dari mengejar atau tidak mengejar suatu tindakan?

Dalam hal reliabilitas antar koder, penelitian ini menggunakan teknik analisis isi kualitatif yang tidak mengandalkan pada suatu koefisien reliabilitas seperti Krippendorff's alpha (KALPHA) untuk mengukur kesepakatan di antara koder sebagaimana yang diterapkan dalam teknik analisis isi kuantitatif. Dalam teknik analisis isi kualitatif, ketiga koder membaca dan mengkodekan setiap artikel berita secara terpisah (independen) dan kemudian membandingkan hasil yang mereka peroleh, dan dalam hal terjadi perbedaan pandangan maka mereka secara terus menerus mendiskusikan penyebab perbedaan itu untuk menghasilkan konsensus. Dalam hal tidak terjadi kesepakatan, keputusan diambil berdasarkan suara terbanyak. Jenis pemeriksaan semacam ini dalam analisis isi kualitatif memiliki fungsi yang sama sebagaimana reliabilitas antar-koder dalam analisis isi kuantitatif (Coman & Cmeciu, 2014)[1] dan reliabilitas antar-koder merupakan faktor penting untuk memenuhi kriteria kesesuaian (*conformability*) dan kredibilitas koding (Baxter & Babbie, 2004).

Pada tahap selanjutnya untuk mengetahui bagaimana penggunaan sumber, bingkai dan nada berita di BBC dan CNN dan bagaimana strategi kedua media tersebut dalam penggunaan sumber, bingkai dan nada berita di masing-masing negara maka digunakan analisa tabulasi silang. Sedangkan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan ($p<0.05$) antara BBC dan CNN dalam penggunaan sumber berita, bingkai berita dan nada berita serta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan strategi kedua media tersebut dalam penggunaan sumber, bingkai dan nada berita di masing-masing negara yang diteliti digunakan uji Chi Square dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) Versi 20.

Uji Chi Square adalah salah satu jenis uji komparatif non parametris yang dilakukan terhadap dua variabel, di mana skala data kedua variabel adalah nominal. Teknik ini digunakan untuk menganalisis perbedaan dalam pembingkaian, sumber dan nada berita antara BBC dan CNN. Data nominal adalah jenis data penelitian yang

[1] https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814049350

senantiasa dipergunakan untuk melabeli variabel penelitian dengan angka namun tanpa memberikan nilai kuantitatif. Misalnya, pada penelitian ini: berita tanpa sumber dilabel angka 1, sumber pemerintah Barat (*western official*) dilabel 2, atau bingkai konflik dilabel 1 dan moralitas dilabel 4 dan seterusnya.

Pembahasan

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pencarian artikel berita secara online dengan menggunakan kata kunci 'COVID-19, Indonesia, Malaysia, Singapore' di situs-web bbc.com atau cnn.com atau menggunakan Google search engine dengan menambahkan kata kuci BBC dan CNN. Hasil pencarian menghasilkan 40 artikel berita untuk berita yang diterbitkan dari tanggal 26 Maret 2020 hingga 27 Januari 2021 (Lihat tabel 6.1). BBC dan CNN memiliki situs web khusus dalam bahasa Indonesia untuk laporan mengenai Indonesia (https://www.bbc.com/indonesia dan https://www.cnnindonesia.com/) sedangkan untuk laporan mengenai Malaysia dan Singapura harus diakses melalui situs web utama kedua media tersebut (https://www.bbc.com/ atau https://edition.cnn.com/) dan hanya tersedia dalam bahasa Inggris.

Keberadaan situs web khusus dalam bahasa Indonesia ini bisa diartikan sebagai perhatian besar kedua media Barat itu kepada Indonesia. CNN bahkan telah bekerjasama dengan stasiun TV Indonesia, Trans Media, mendirikan saluran berita CNN Indonesia yang bersiaran selama 24 jam sehari dalam bahasa Indonesia sejak 17 Agustus 2015 dan menyajikan berita dengan konten lokal dan internasional, dengan fokus pada berita umum, bisnis, olahraga, teknologi dan hiburan.

Hasil pencarian dan pengumpulan berita yang ditayangkan kedua media Barat itu menunjukkan CNN secara kumulatif memproduksi sebanyak 21 artikel berita (52.5%) mengenai COVID-19 di ketiga negara Asia tenggara tersebut sedangkan BBC memproduksi sebanyak 19 artikel (47.5%). Kedua media Barat tersebut secara kumulatif

menghasilkan berita mengenai Indonesia sebanyak 21 artikel (52.5%), Malaysia sebanyak 10 artikel (25%) dan Singapura 9 artikel (22.5%).

Hasil analisa dengan menggunakan tabulasi silang terhadap sumber berita yang terdiri dari lima kategori (sumber resmi Barat, sumber tidak resmi Barat, sumber resmi Asia Tenggara, sumber tidak resmi Asia Tenggara, dan sumber lainnya) menunjukkan hasil bahwa kedua media Barat tersebut sebagian besar menggunakan sumber Asia Tenggara (53.6%) yaitu sumber yang berasal dari Indonesia, Malaysia dan Singapura, baik sumber resmi (34.1%) atau tidak resmi (19.5%). Selain itu, kedua media juga menggunakan sumber lain (29.3%). Dengan demikian dalam liputan COVID-19 kedua media Barat tersebut pada umumnya mengutamakan sumber Asia Tenggara dan bukan dari sumber Barat. Hasil analisis dengan menggunakan tabel tabulasi silang menunjukkan bahwa baik BBC dan CNN menggunakan sumber Asia Tenggara dalam jumlah yang sama banyak (27%), perbedaan terletak pada komposisi antara sumber resmi dan tidak resmi. CNN lebih banyak menggunakan sumber resmi (22%) dibandingkan BBC (12,2%). Sebaliknya BBC lebih banyak menggunakan sumber tidak resmi (14,6%) dibandingkan CNN (4,9%). Selain itu CNN lebih sering melaporkan berita mengenai Covid-19 tanpa sumber (9,8%) dibandingkan BBC (2,4%). Hasil uji Chi-Square ($\chi 2$ = 6,92 df = 4, p >0.05) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan secara statistik dalam hal penentuan sumber berita antara BBC dan CNN dalam pemberitaan penanggulangan COVID-19 di Asia Tenggara.

Table 6.1: Comparison of media sourcing, framing and tone (%)

Source		No source	Western official	Western non-official	Asian official	Asian non-official	Other sources	Total
Media	CNN	9,8	0,0	0,0	22,0	4,9	14,6	51,2
	BBC	2,4	0,0	4,9	12,2	14,6	14,6	48,8
Total		12,2	0,0	4,9	34,1	19,5	29,3	100,0

Chi-Square test result: $\chi 2$ = 6,92 df = 4, p >0.05

Frame		No frame	Conflict	Human int.	Responsibility	Eco. cons.	Morality	Total
Media	CNN	46,3	2,4	0,0	2,4	0,0	0,0	51,2
	BBC	19,5	4,9	12,2	12,2	0,0	0,0	48,8
Total		65,9	7,3	12,2	14,6	0,0	0,0	100,0
Chi-Square test result: $\chi 2 = 12{,}46$ df = 3, $p > 0.05$								

Tone		No tone	Positve	Negative	Neutral	Total
Media	CNN	4,9	2,4	26,8	17,1	51,2
	BBC	2,4	7,3	26,8	12,2	48,8
Total		7,3	9,8	53,7	29,3	100,0
Chi-Square test result: $\chi 2 = 1.64$ df = 3, $p > 0.05$						

Di luar perkiraan sebelumnya, kedua media Barat tersebut ternyata tidak memberitakan peristiwa COVID-19 di Asia tenggara dengan menggunakan *frame* tertentu seperti konflik, daya tarik manusia (*human interest*), konsekuensi ekonomi, moralitas dan tanggung jawab. Hasil analisa tabulasi silang menunjukkan bahwa sebagian besar peristiwa terkait COVID-19 tidak dilaporkan dengan menggunakan pembingkaian tertentu atau dengan kata lain informasi COVID-19 diberitakan tanpa bingkai (65.8%), sedangkan pemberitaan yang menggunakan bingkai mencakup bingkai tanggung jawab (14,6%) dan human interest (12,2%). Hasil analisis dengan menggunakan tabel tabulasi silang menunjukkan bahwa CNN lebih banyak menulis berita tanpa bingkai (46,3%) dibandingkan BBC (19.5%). Hasil uji Chi-Square ($\chi 2 = 12{,}46$ df = 3, $p > 0.05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan secara statistik dalam hal pembingkaian berita penanggulangan COVID-19 di Asia Tenggara antara BBC dan CNN.

Dalam hal nada berita, analisa tabulasi silang menunjukkan bahwa berita mengenai penanggulangan pandemi Covid-19 di Asia Tenggara yang dipublikasi oleh kedua media Barat tersebut adalah lebih banyak bernada negatif (53.7%), nada netral (29.3%), positif (9.8%). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kedua media sama-sama memiliki jumlah berita negatif yang sama banyak (26.8%). Hasil uji Chi-Square ($\chi 2 = 1.64$ df = 3, $p > 0.05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat

perbedaan signifikan secara statistik dalam hal penentuan nada berita antara BBC dan CNN dalam pemberitaan pencegahan COVID-19 di Asia Tenggara. Hasil keseluruhan koding dapat dilihat pada tabel 6.1.

Tabel 6.2: Penggunaan sumber, bingkai dan nada berita untuk setiap negara (%)

Source Countries	No source	Western official	Western non-official	Asian official	Asian non-official	Other sources	Total
Indonesia	4,9	0	2,4	26,8	14,6	4,9	53,7
Malaysia	4,9	0	0	4,9	2,4	14,6	26,8
Singapore	2,4	0	2,4	2,4	2,4	9,8	19,5
Total	12,2	0	4,9	34,1	19,5	29,3	100
Chi-Square test result: $\chi 2 = 13{,}66$ df = 8, $p > 0.05$							
Frame	No frame	Conflict	Human int.	Responsibility	Eco. Cons	Morality	Total
Indonesia	41,5	0	2,4	9,8	0	0	53,7
Malaysia	12,2	7,3	4,9	2,4	0	0	26,8
Singapore	12,2	0	4,9	2,4	0	0	19,5
Total	65,9	7,3	12,2	14,6	0	0	100
Chi-Square test result: $\chi 2 = 12{,}23$ df = 6, $p > 0.05$							
Tone	No tone	Positve	Negative	Neutral	Total		
Indonesia	4,9	2,4	36,6	9,8	53,7		
Malaysia	2,4	2,4	12,2	9,8	26,8		
Singapore	0	4,9	4,9	9,8	19,5		
Total	7,3	9,8	53,7	29,3	100		
Chi-Square test result: $\chi 2 = 7{,}76$ df = 6, $p > 0.05$							

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan ($p<0.05$) di antara ketiga negara (Indonesia, Malaysia dan Singapura) dalam penggunaan sumber berita, bingkai berita dan nada berita oleh kedua media Barat dalam liputan mereka mengenai pandemi Covid-19 di Asia Tenggara dilakukan analisa dengan menggunakan tabulasi silang dan dilanjutkan dengan uji Chi-Square.

Hasil analisa dengan menggunakan tabulasi silang terhadap sumber berita dan negara menunjukkan hasil bahwa sumber Asia Tenggara adalah yang paling banyak digunakan dalam pemberitaan mengenai pandemi Covid-19 di mana sumber resmi Asia Tenggara (*Asian official*) digunakan dua kali lebih banyak dibandingkan sumber tidak resmi yang ditemukan di Indonesia (26.8% : 14.6%) dan Malaysia (4.9% : 2.4%) kecuali Singapura yang menunjukkan penggunaan sumber resmi dan tidak resmi adalah sama banyak (2.4%). Hasil uji Chi-Square ($\chi 2$ = 13,66 df = 8, p >0.05) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan secara statistik dalam penggunaan sumber berita di ketiga negara tersebut (Lihat Tabel 6.2).

Hasil tabulasi silang bingkai berita dan negara menunjukkan bahwa kedua media Barat paling banyak memberitakan pandemi Covid-19 tanpa bingkai di tiga negara dengan jumlah berita tanpa bingkai terbesar berasal dari Indonesia (41,5%). Hasil uji Chi-Square pada news frame ($\chi 2$ = 12,23 df = 6, p>0,05) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik dalam penggunaan bingkai di ketiga negara tersebut. Dalam hal nada berita, BBC dan CNN kebanyakan memberitakan pandemi Covid-19 dengan nada negatif, khususnya di Indonesia (36,6%). Uji Chi-Square nada berita ($\chi 2$ = 7,76 df = 6, p>0,05) menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik dalam penggunaan nada berita di ketiga negara.

Pembahasan

Studi ini tidak menemukan perbedaan signifikan penggunaan sumber informasi antara BBC dan CNN dalam pemberitaan pandemi COVID-19 di Asia Tenggara. Kedua media tersebut sama-sama lebih banyak menggunakan sumber Asia Tenggara yang terdiri dari sumber resmi dan sumber non-resmi dan juga sumber lainnya. Media Barat merepresentasikan Asia Tenggara sebagaimana yang digambarkan para pejabat pemerintah dan warga negara Asia Tenggara. Kedua media Barat tersebut terutama menggunakan sumber informasi resmi

pemerintah dengan fokus pada keterlibatan dan pencapaian oleh pemerintah dalam penanggulangan pandemi Covid-19. Hal ini menciptakan gambaran mengenai Asia Tenggara yang lebih banyak berdasarkan sudut pandang pejabat pemerintah dan perangkat pendukungnya seperti hubungan masyarakat (Humas), konferensi pers, dan siaran pers (Gabore, 2020).

Studi ini menemukan bahwa sebagian besar pemberitaan mengenai Covid-19 di Asia Tenggara yang ditayangkan BBC dan CNN adalah tanpa bingkai (65.8%) namun lebih banyak disampaikan dengan nada berita negatif (53.7%) walaupun jumlahnya tidak dominan. Pemberitaan tanpa bingkai berarti hanya menyampaikan seluruh fakta yang diterima apa adanya dari narasumber. Pemberitaan tanpa bingkai ini terjadi dalam hal artikel berita yang pendek dan sepenuhnya faktual yang hanya menyampaikan informasi terpenting saja disebut sebagai 5W1H (what, where, when, who, why, and how).

Alasan mengapa media Barat yang diwakili BBC dan CNN memberitakan pandemi Covid-19 di Asia tenggara tanpa bingkai adalah karena pandemi Covid-19 merupakan peristiwa baru yang belum pernah terjadi sebelumnya di manapun. Semuan negara di dunia adalah pemula dalam menghadap wabah ini. Belum terdapat pola yang bisa dilihat dan diikuti dari peristiwa yang baru berlangsung satu tahun ini sedangkan pembingkaian terhadap suatu peristiwa bernilai berita merupakan hasil dari proses yang cukup lama.

De Vreese (2005: 51) mengindikasikan bahwa “The potential of the framing concept lies in the focus on communicative processes. Communication is not static, but rather a dynamic process that involves frame-building (how frames emerge) and frame-setting (the interplay between media frames and audience predispositions). Frame-building refers to the factors that influence the structural qualities of news frames while frame-setting refers to the interaction between media frames and individuals’ prior knowledge and predispositions”.

Faktor internal menentukan bagaimana jurnalis dan organisasi media membingkai isu (Shoemaker & Reese, 1996). Namun, yang tak

kalah penting adalah faktor-faktor di luar jurnalisme. Proses pembingkaian terjadi dalam interaksi berkelanjutan antara jurnalis dan elite (Gans, 1979; Tuchman, 1978) dan gerakan sosial (misalnya, Cooper, 2002; Snow & Benford, 1992). Hasil dari proses pembangunan bingkai adalah manifestasi bingkai dalam teks.

Pandangan ini menunjukkan bahwa terjadinya framing merupakan akibat dari proses komunikasi yang mencakup *frame-building* dan *frame-setting*. Proses ini membutuhkan waktu yang relatif lama. Media tidak mungkin membangun frame terhadap suatu peristiwa baru seperti pandemi Covid-19. Karena alasan ini, BBC dan CNN memberitakan Covid-19 di Asia Tenggara tanpa harus melakukan framing. Namun hal ini tidak berlaku untuk nada berita.

Hasil pengumpulan dan analisis data menunjukkan bahwa BBC dan CNN secara kumulatif lebih banyak melaporkan pemberitaan COVID-19 di Asia Tenggara dengan nada negatif walaupun tidak dominan. Nada berita paling negatif sebagian besar ditujukan kepada Indonesia, sedangkan nada kurang negatif diterima Malaysia. Sementara itu, negara maju Singapura diberitakan secara lebih positif karena dinilai melakukan penanganan Covid-19 secara lebih baik.

Tidak hanya BBC dan CNN tetapi kebanyakan media Barat pada umumnya cenderung memberitakan dalam nada negatif kepada Indonesia hanya karena Indonesia tidak mengikuti tindakan atau cara-cara yang dilakukan negara-negara Barat. Misalnya, pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 dinilai terlambat oleh media Barat. Hal ini disebabkan sudah banyak negara lain, khususnya Barat, yang telah jauh lebih dahulu mengumumkan kasus pertama. Surat kabar Inggris, The Guardian, memberitakan dengan judul “First coronavirus cases confirmed in Indonesia amid fears nation is ill-prepared for outbreak” (Ratcliffe, 2020)[2]. Koran ini memberitakan dalam nada negatif dengan menunjukkan ketidakpercayaannya bahwa Indonesia belum memiliki

[2] https://www.theguardian.com/world/2020/mar/02/first-coronavirus-cases-confirmed-in-indonesia-amid-fears-nation-is-ill-prepared-for-outbreak

kasus pertama hingga Maret 2020 dan juga atas kemampuan untuk menanggulangi pandemi Covid-19. Hal senada juga disampaikan media asal Australia, The Sydney Morning Herald, yang memberitakan dengan nada negatif mengenai Indonesia dengan judul ‘Indonesia confirms first cases of coronavirus amid warnings over testing’. Surat kabar ini mengkritisi masih sedikitnya jumlah orang yang dites ketika itu dibandingkan jumlah penduduk.

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa liputan BBC dan CNN mengenai pandemi Covid-19 di Asia Tenggara sepanjang tahun 2020 lebih banyak menggunakan nada negatif walaupun tidak dominan. Temuan ini mendukung studi sebelumnya bahwa media barat dengan hegemoni interpretasinya sering menciptakan gambaran negatif dan stereotipe terhadap negara berkembang karena dianggap sebagai masyarakat luar atau 'Others' (Saeed, 2007). Suatu negara yang mencoba mengambil langkah berbeda dengan negara Barat dalam penanganan pandemi Covid-19 akan dipandang sebagai ‘other’ yang dipandang sebagai masalah, ketidaknormalan, atau keanehan (Ahmed & Matthes, 2016). Hal ini mendorong media Barat cenderung bias terhadap negara berkembang dan memberitakan negara berkembang sebagai *others* secara negatif (Huang & Leung, 2005).

Persepsi negatif terhadap negara berkembang merupakan proses sosialisasi yang panjang dengan agen sosialisasi utama adalah media barat (Wang & Lamb,1983; Avraham & Ketter, 2016). Ada kecenderungan untuk menggeneralisasi citra negatif negara berkembang sebagai hasil dari representasi media yang bias terhadap negara berkembang atau ketidakpedulian geografis (Taylor, 2006; Avraham & Ketter, 2016).

Namun secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa liputan media Barat tentang pandemi Covid-19 di Asia Tenggara tidak terlalu negatif.[3] Hal ini disebabkan Asia Tenggara

[3] https://sci-hub.se/https://link.springer.com/chapter/10.1057%2F9781137342157_2

tidak hanya terdiri dari negara berkembang seperti Indonesia dan Malaysia tetapi juga negara maju seperti Singapora. Kombinasi ini menghasilkan pandangan yang cenderung moderat. Penemuan ini juga menunjukkan bahwa sumber berita akan membentuk nada dan representasi 'other' oleh media. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa saat ini media Barat masih memilih untuk meliput peristiwa kurang positif dari Asia Tenggara dengan fokus pada bencana dan konflik karena ‘bad news is good news’.

Sebagai kesimpulan, penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa kedua media Barat kebanyakan menggunakan sumber berita dari Asia Tenggara namun berita mengenai Covid-19 ditampilkan dalam nada negatif meski tidak dominan. Selain itu, kebanyakan berita Covid-19 disajikan tanpa bingkai (65.8%) karena pandemi Covid-19 merupakan peristiwa baru sedangkan pemberitaan yang menggunakan bingkai mencakup bingkai tanggung jawab (14,6%) dan *human interest* (12,2%). Uji Chi-Square menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan di antara kedua media dalam penggunaan sumber berita, pembingkaian, dan nada berita begitu pula penerapan ketiga hal tersebut untuk masing-masing negara.

Saran yang dapat dikemukakan, liputan media Barat akan lebih dapat mencerminkan kenyataan jika mereka membuat keputusan pemilihan berita lebih berdasarkan pada nilai-nilai berita dan lebih mendiversifikasi sumber informasinya. Studi ini juga memberikan saran bagi penelitian masa depan yaitu dengan memperluas jumlah dan jenis media Barat yang menjadi objek penelitian yang tidak hanya terbatas pada BBC dan CNN yang lebih dikenal sebagai media televisi walaupun kedua media ini juga memiliki portal berita mereka sendiri yang membuat berita dalam bentuk teks dan foto. Pada akhirnya, kelemahan studi ini adalah pada analisis teks berita BBC dan CNN yang diambil dari websites mereka karena analisis terhadap teks boleh jadi berbeda dengan analisis terhadap berita BBC dan CNN sebagai media televisi yang menampilkan video dan audio.

Simpulan

Hasil koding terhadap sumber berita yang terdiri dari 5 kategori (saluran resmi Barat, saluran non-resmi Barat, saluran resmi Indonesia/Malaysia, saluran non-resmi Indonesia/Malaysia, dan sumber lainnya) maka diperoleh hasil bahwa pada umumnya mengutamakan sumber dari negara Asia tenggara dan bukan dari sumber Barat. BBC dan CNN tidak memberitakan peristiwa COVID-19 di ketiga negara Asia tenggara dengan menggunakan *frame* tertentu karena berita tanpa bingkai mencapai 65.8%, sedangkan pemberitaan yang menggunakan pembingkaian mencakup bingkai tanggung jawab (14,6%), human interest (12,2%) dan konsekuensi ekonomi (7.3%). Hasil koding terhadap nada berita (news tone) menunjukkan bahwa sebagian besar berita yang dibuat oleh kedua media Barat tersebut adalah bernada negatif (53.7%), nada netral (29.3%), positif (10%). Nada berita paling negatif kebanyakan ditujukan ke Indonesia sedangkan negara yang paling sedikit nada negatif dalam pemberitaan COVID-19 adalah Singapura. Sebagai saran pemerintah diimbau menunjuk juru bicara yang khusus menangani media Barat dalam pemberitaan mengenai pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

Abney, R., Adams, J., Clark, M., Easton, M., Ezrow, L., Kosmidis, S., & Neundorf, A. (2011). When does valence matter? Heightened valence effects for governing parties during election campaigns. Party Politics, 19(1), 61–82. doi:10.1177/1354068810395057

Ahmed, S., & Matthes, J. (2016). Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis. International Communication Gazette, 79(3), 219–244. doi:10.1177/1748048516656305

An, S., & Gower, K. (2009). How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage. Public Relations Review, 35(2), 107–112. doi:10.1016/j.pubrev.2009.01.010

Awondo, P., Geschiere, P., & Reid, G. (2012). Homophobic Africa? Toward a more nuanced view. African Studies Review, 55(03), 145–168. doi:10.1017/s0002020600007241

Bednarek, M., & Caple, H. (2012). “Value added”: Language, image and news values.Discourse, Context and Media, 1(2-3), 103–113. doi:10.1016/j.dcm.2012.05.006

Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade’s literature. Journal of Communication, 61(2), 246–263. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x 1987). The changing culture of affirmative action. In R. G. Braungart & M. M. Braungart (Eds.), Research in political sociology (pp. 137–177). Greenwich, CT: JAI Press.

Brüggemann, M. (2014). Between frame setting and frame sending: How journalists contribute to news frames. Communication Theory, 24, 61–82. doi:10.1111/comt.12027

Bunce, M. (2014). International news and the image of Africa: New storytellers, new narratives? In J. Gallagher (Ed.), Images of Africa: Creation, negotiation and subversion (pp. 42–62). Manchester: Manchester University Press.14 S. M. GABORE

Bunce, M. (2016). Framing Africa. The international news coverage of Africa: Beyond the “single story”. In M. Bunce, S. Franks, & C. Paterson (Eds.), Africa’s media image in the 21st century: From the “heart of darkness” to “Africa rising” (pp. 17–29). London: Routledge.

Bunce, M., Franks, S., & Paterson, C. (Eds.). (2016). Africa’s media image in the 21st century: From the “heart of darkness” to “Africa rising”. London: Routledge.

Carlson, M. (2009). Dueling, dancing, or dominating? Journalists and their sources. Sociology Compass, 3(4), 526–542. doi:10.1111/j.1751-9020.2009.00219.x

Carmody, P. R., & Owusu, F. Y. (2007). Competing hegemons? Chinese versus American geo-economic strategies in Africa.

Political Geography, 26, 504–524. doi:10.1016/j.polgeo. 2007.03.005

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments. Journal of Communication, 57(1), 99–118. doi:10.1111/j.1460-2466.2006. 00331.x

Cozma, R. (2015). Were the murrow boys warmongers? The relationship between sourcing, framing, and propaganda in war journalism. Journalism Studies, 16(3), 433–448. doi:10.1080/ 1461670X.2014.882098

Delgado, D. R. L. (2016). Opening ceremonies of international sports events: The other face of Chinese soft power. The International Journal of the History of Sport, 33(5), 607–623. doi:10.1080/09523367.2016.1159200

de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. Information Design Journal, 13(1),51–62. doi:10.1075 /idjdd.13.1.06vre

de Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: Across-national comparative study of frames in the news. Political Communication, 18(2), 107–122. doi:10.1080/105846001750322934

Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. Journal of Communication, 57, 163–173. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x

Entman, R. M. (2010). Media framing biases and political power: Explaining slant in news of campaign 2008. Journalism, 11(4), 389–408. doi:10.1177/1464884910367587

Erjavec, K. (2001). Media representation of the discrimination against the Roma in Eastern Europe: The case of Slovenia. Discourse and Society, 12(6), 699–727. doi:10.1177/0957926501012006001

Ford, J. D., & King, D. (2015). Coverage and framing of climate change adaptation in the media: A review of influential North

American newspapers during 1993–2013. Environmental Science and Policy, 48, 137–146. doi:10.1016/j.envsci.2014.12.003

Franks, S. (2010). The neglect of Africa and the power of aid. International Communication Gazette, 72(1), 71–84. doi:10.1177/1748048509350339

Franks, S., & Ribet, K. (2009). China-Africa media relations. Global Media and Communication, 5(1), 129–136. doi:10.1177/1742766508101318

Fürsich, E. (2010). Media and the representation of others. International Social Science Journal, 61(199), 113–130. doi:10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x

Gabore, S. M., & Xiujun, D. (2018). Do national and international media cover the same event differently? The online media framing of Irreecha festival tragedy. Communicatio, 44(1), 55–70. doi:10.1080/02500167.2018.1441889

Gagliardone, I. (2013). China as a persuader: CCTV Africa's first steps in the African media sphere. Ecquid Novi: African Journalism Studies, 34(3), 25–40. doi:10.1080/02560054.2013.834835

Golan, G. J. (2008). Where in the world is Africa? International Communication Gazette, 70(1), 41–57. doi:10.1177/1748048507084577

Hammett, D. (2013). Tourism images and British media representations of South Africa. Tourism Geographies, 16(2), 221–236. doi:10.1080/14616688.2012.762688

Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. Journalism Studies, 2 (2), 261–280. doi:10.1080/14616700118449

Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab spring: A case study of Andy Carvin's sources on twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions. Journal of Computer-

Mediated Communication, 19(3), 479–499. doi:10.1111/jcc4.12074

Huang, Y., & Leung, C. C. M. (2005). Western-led press coverage of Mainland China and Vietnam during the SARS crisis: Reassessing the concept of "media representation of the other". Asian Journal of Communication, 15(3), 302–318. doi:10.1080/01292980500261621

Iwashita, C. (2006). Media representation of the UK as a destination for Japanese tourists: Popular culture and tourism. Tourist Studies, 6(1), 59–77. doi:10.1177/1468797606071477

Jacobs, S. (2015). Journalism and "the African story". African Journalism Studies, 36(1), 73–76. doi:10.1080/23743670.2015.1008161

James, E. K., & Boukes, M. (2017). Framing the economy of the East African community: A decade of disparities and similarities found in Chinese and Western news media's reporting on the East African community. International Communication Gazette, 79(5), 511–532. doi:10.1177/1748048516688130

Kalyango, Y. (2011). Critical discourse analysis of CNN international's coverage of Africa. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 55(2), 160–179. doi:10.1080/08838151.2011.566087

Larcinese, V., Puglisi, R., & SnyderJr.J. M. (2011). Partisan bias in economic news: Evidence on the agenda-setting behavior of U. S. newspapers. Journal of Public Economics, 95, 1178–1189. doi:10.1016/j.jpubeco.2011.04.006

Lecheler, S., & de Vreese, C. H. (2010). Framing Serbia: The effects of news framing on public support for EU enlargement. European Political Science Review, 2(1), 73–93. doi:10.1017/S1755773909990233

Lee, S. T., Maslog, C. C., & Kim, H. S. (2006). Asian conflicts and the Iraq War – a comparative framing analysis. The International

Communication Gazette, 68(5–6), 499–518. doi:10.1177/ 17480 48506068727

Li, S. (2016). Covering Ebola: A comparative analysis of CCTV Africa's Talk Africa and Al Jazeera English's inside story. Journal of African Cultural Studies, 29(1), 114–130. doi:10.1080/13696815.2016.1188687

Li, S., & Rønning, H. (2013). Half-orchestrated, half freestyle: Soft power and reporting Africa in China. Ecquid Novi: African Journalism Studies, 34(3), 102–124. doi:10.1080/02560054. 2013.845591

Madrid-Morales, D. (2016). Why are Chinese media in Africa? Evidence from three decades of Xinhua's news coverage of Africa. In X. Zhang, H. Wasserman, & W. Mano (Eds.), China's media and soft power in Africa: Promotion and perceptions (pp. 79–92). New York: Palgrave Macmillan.

Madrid-Morales, D., & Gorfinkel, L. (2018). Narratives of contemporary Africa on China global television network's documentary series faces of Africa. Journal of Asian and African Studies, 53(6), 917–931. doi:10.1177/002190961876249916 S. M. GABORE

Magombe, V. (2006). "Africa lives on the BBC" – watershed or blip? Global Media and Communication, 2(1), 119–123. doi:10.1177/1742766506061844

Marsh, V. (2015). Mixed messages, partial pictures? Discourses under construction in CCTV's Africa live compared with the BBC. Chinese Journal of Communication, 9(1), 56–70. doi:10.1080/17544750.2015.1105269

Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990–2005. Journalism and Mass Communication Quarterly, 86(2), 349–367. doi:10.1177/107769900908600206

Matthes, J. (2012). Framing politics: An integrative approach. American Behavioral Scientist, 56(3), 247–259. doi:10.1177/0002764211426324

Myers, G. A. (2001). Introductory human geography textbook representations of Africa. The Professional Geographer, 53(4), 522–532. doi:10.1111/0033-0124.00302

Nothias, T. (2014). “Rising”, “hopeful”, “new”: visualizing Africa in the age of globalization. Visual Communication, 13(3), 323–339. doi:10.1177/1470357214530063

Nothias, T. (2016). How Western journalists actually write about Africa. Journalism Studies, 19(8), 1138–1159. doi:10.1080/1461670x.2016.1262748

Obijiofor, L., & MacKinnon, M. (2016). Africa in the Australian press: Does distance matter? African Journalism Studies, 37, 3. doi:10.1080/23743670.2016.1210017

Ogunyemi, O. (2011). Representation of Africa online: Sourcing practice and frames of reference. Journal of Black Studies, 42(3), 457–478. doi:10.1177/0021934710378747

Ojo, T. (2014). Africa in the Canadian media: The Globe and Mail’s coverage of Africa from 2003 to 2012. Ecquid Novi: African Journalism Studies, 35(1), 43–57. doi:10.1080/02560054.2014.886660

Olsson, E. (2009). Responsibility framing in a ‘climate change induced’ compounded crisis: Facing tragic choices in the Murray-Darling basin. Environmental Hazards, 8(3), 226–240. doi:10.3763/ehaz.2009.0019

Puppin, G. (2017). Making space for emotions: Exploring China-Africa “mediated relationships” through CCTV-9’s documentary African chronicles (Feizhou jishi 非洲纪事). Journal of African Cultural Studies, 29(1), 131–147. doi:10.1080/13696815.2016.1268952

Reich, Z. (2011). Source credibility and journalism. Journalism Practice, 5(1), 51–67. doi:10.1080/17512781003760519

Saeed, A. (2007). Media, racism and islamophobia: The representation of Islam and Muslims in the media. Sociology Compass, 1(2), 443–462. doi:10.1111/j.1751-9020.2007.00039.x

Scheufele, B. (2006). Frames, schemata, and news reporting. Communications, 31(1), 65–83. doi:10.1515/COMMUN.2006.005

Schuck, A. R. T., & de Vreese, C. H. (2006). Between risk and opportunity. News framing and its effects on public support for EU enlargement. European Journal of Communication, 21(1), 5–32. doi:10.1177/0267323106060987

Schwalbe, C. B., & Dougherty, S. M. (2015). Visual coverage of the 2006 Lebanon War: Framing conflict in three US news magazines. Media, War and Conflict, 8(1), 141–162. doi:10.1177/1750635215571204

Scott, M. (2009). Marginalized, negative or trivial? Coverage of Africa in the UK press. Media, Culture & Society, 31(4), 533–557. doi:10.1177/0163443709335179

Scott, M. (2015). The myth of representations of Africa. Journalism Studies, 18(2), 191–210. doi:10.1080/1461670x.2015.1044557 ASIAN JOURNAL OF COMMUNICATION 17

Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. Journal of Communication, 50(3), 93–109. doi:10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x

Sheafer, T. (2007). How to evaluate it: The role of story-evaluative tone in Agenda setting and priming. Journal of Communication, 57(1), 21–39. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00327.x

Stauffacher, M., Muggli, N., Scolobig, A., & Moser, C. (2015). Framing deep geothermal energy in mass media: The case of Switzerland. Technological Forecasting and Social Change, 98, 60–70. doi:10.1016/j.techfore.2015.05.018

Wright, T. (2002). Moving images: The media representation of refugees. Visual Studies, 17(1), 53–66. doi:10.1080/14725 86022000005053

Wu, Y. (2016). China's media and public diplomacy approach in Africa: Illustrations from South Africa. Chinese Journal of Communication, 9(1), 81–97. doi:10.1080/17544750.2016. 1139606

Xie, X., & Ding, Y. (2016). Framing IPhone consumption by Chinese mainlanders: Critical discourse analysis on news coverage of China daily and South China morning Post. Procedia–Social and Behavioral Sciences, 236, 39–45. doi:10.1016/j.sbspro.2016. 12.014

Zhang, Y., & Matingwina, S. (2016). A new representation of Africa? The use of constructive journalism in the narration of Ebola by China daily and the BBC. African Journalism Studies, 37(3), 19–40. doi:10.1080/23743670.2016.1209224

Zhang, X., Wasserman, H., & Mano, W. (2016). China's expanding influence in Africa: Projection, perception and prospects in Southern African countries. Communicatio, 42(1), 1–22. doi:10.1080/02500167.2016.1143853

DAMPAK PEMBERITAAN MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI WARGA PAMEKASAN TENTANG VIRUS CORONA

[1]Muharram Sholehuddin,[1] I Gede Bagoes Pramudya Ardika[2]
Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi,
email: muharram.21083@mhs.unesa.ac.id[1]
email: igedebagoes.21065@mhs.unesa.ac.id[2]

Pendahuluan

Di bulan Januari 2020, global dikejutkan memakai informasi tanggal adanya virus baru yang dari Wuhan, Cina. Virus tadi dikenal dengan nama Virus Corona atau CoVid-19. melalui kontak fisik, benda dan udara, virus tadi kini menyerang kurang lebih 195 negara dengan jumlah 781.485 masalah, 37,578 mangkat dan 164.726 sembuh.

Pada Indonesia sendiri, pasien pertama yang pengumuman bernyanyi presiden Joko Widodo yang musibah membuka balik 2 orang berasal berasal daerah Depok, Jakarta. Pada kurung saat kurang berasal seminggu sehabis terdapat pasien positif Corona, pemberitaan pada media dipenuhi menggunakan isu tanggal virus perkembangan tersebut, upaya pencegahan serta kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi baik secara kesehatan, ekonomi dan sosial. Pada akhirnya Indonesia sebagai keliru satu negara memakai jumlah 1528 masalah menggunakan 136 pasien mati. Kenaikan jumlah pasien poking nomor 750x lipat.

Masifnya isu yang beredar membuat masyarakat menyadari begitu gentingnya masalah virus tadi. Sebagai akibat banyak sekali reaksi

ditunjukkan bernyanyi masyarakat negara Indonesia, keliru hanya penonton melalui halaman media umum. Aneka macam pemberitaan pada media membentuk rakyat negara mendesak Indonesia juga melakukan penguncian. Friksi semakin bertenaga disuarakan bernyanyi rakyat baik melalui pendapat pada media cetak maupun pada media awam. Tanggapan tadi sesuai penyebaran virus yg semakin meluas pada Indonesia. isu serta virus pembahasan yang terus menerus di media massa baik cetak, elektronika serta media online serta secara sosial tidak eksklusif mempengaruhi rakyat, menghasilkan kepanikan dan serta rakyat.

Isu yang keluar masuk melalui halaman media umum mampu bercampur antara info hukum serta gosip itu, jadi isu tanggal Virus Corona mendominasi mampu dikatakan isu wacana Virus Corona tersebut memopoli info pada Indonesia di kurung ketika sepanjang akhir Februari-Maret 2020. Informasi-berita yang lain seolah tenggelam. Dalam hal ini, memaklumkan sebuah teori bahwa Jika berita yg sama terus menerus di pemikiran/hidangan maka akan menjadikan konstruksi media berupa tabrakan pena atau kabar bisa menghasilkan/mengkonstruksi realitas pada mayarakat relevan menggunakan isi media telah ada. Jika media meliput gawatnya Virus Corona maka yg akan terkonstruksi pada pemikiran rakyat telah ada keadaan daruratnya sekarang jadi pada syarat yang gawat ini apa yang harus siap.

Galat satu pengaruh yang signifikan akan virus sudah ada memakai pemborongan barang sembako serta bahan kuliner lain, contoh mi dan kuliner yang lain instan. Rak toko-toko kelontong dan minimarket terutama didaerah yaitu DKI serta Jawa Barat tampak kosong berasal dagangan bahan kuliner serta indera kesehatan sederhana yaitu hand sanitizer, masker sertasarung tangan.

Tanggapan warga pada menanggapi pemberitaan tentang Virus Corona dapat dikatakan cenderung cenderung cenderung “kalap”. beberapa pesta yang kurang bertanggung jawab malah melakukan pemborongan/penimbunan barang-barang jadi kelangkaan terjadi. Barang barang yang dibutuhkan di kegiatan sehari hari langka

sertabahkan Jika tersedia maka harganya mahal berpuluh kali lipat asal harga normal. Disebutkan bahwa harga perbox masker merk “Sensi” dibandrol Rp.350.000 per bungkus hingga dua. 500.000, dimana harga normalnya berkisar Rp. 45.000-60.000.

Disinilah tampak kuatnya imbas media. Media menjadi kekuatan yang mampu memberi dorongan buat melakukan sesuatu. Dampak konsumsi media menyebabkan konsumen media mengkonstruksi realitas sesuai memakai media konstruksi mirip selain itu yang terjadi padahal lain pada awal Maret terkait paparan media. Masih di bulan yang sama, yaitu Maret 2020, seseorang remaja berumur 14 tahun yang membunuh menggunakan sengaja seseorang anak di di sini sangat viral di bulan tersebut. pada pemeriksaan yang dilakukan bernyanyi Kepolisian, ditemukan bahwa harapan; galat salah satunya oleh media yang ditontonnya, khususnya film. Diambil asal Tribunnews.com tanggal 10 Maret 2020 disebutkan bahwaan film horor sekaligus tokoh film yang mempengaruhinya jadi ingin mempraktikkan adegan di film pada kehidupan konkret. Terlepas dari asal kompleknya faktor-faktor penyebab pembunuhan, hal tersebut merupakan keliru satu asal deret duduk perkara yang terjadi dampak terpaan media. Hal sebelumnya yang terjadipula didominasi media musik terpan, seperti hal engkau dan kekerasan pada sahabat sekolah.

Adapun Pamekasan, dia telah terdapat keliru satu Kabupaten pada Pulau Madura Provinsi Jawa Timur yang menjadi galatsatu kota pengiriman Virus Corona. bahkan, pada doa minggu semenjak virus persebaran yang cepat di Kota Surabaya, Pamekasan sebagai kabupaten menggunakan status satu pasien meninggal positif Corona, Orang pada Pemantauan (ODP) tertinggi memakai jumlah 115 orang, Iklan-iklan sementara pasien di Pemantauan (PDP) balik membuka satu orang. Saat ini per 29 Maret 2020 ditetapkan menjadi zona merah. menjadi kota dengan label kota pendidikan, maka arus kemudian lalang keluar masuk Pamekasan relatif masif sebagai galatsatu faktor sebaran lebih poli dibandingkan kabupaten lainnya. Bangga juga memakai kedatangan pekerjapula pelajar yang pulang asal kota lain buat #DirumahAja. Adapun kebijakan manajemen senior yang

menetapkan buat menetapkan Bupati Pamekasan, Baddrut Tamam sudah terdapat pembentukan satuan pencegahan sebaran Virus Corona yg terdiri dari tidak percaya diri pemda, TNI dan Polri termasuk penyemprotan desinfektan di wilayah-wilayah publik, penyiapan fasilitas kesehatan serta tenaga medis, himbauan biologis bersih, penyiapan sarana cuci tangan pada perusahaan atau institusi dan minimalisir program yang melibatkan banyak massa.

Relevansi imbas media serta Kota Pamekasan bisa dicermati dari jajak Sistem Komunikasi Indonesia. Segi geografis membagi Sistem Komunikasi Indonesia menjadi Sistem Komunikasi Pedesaan Perkotaan. Daerah perkotaan memiliki realitas komunikasi yang tidak sama menggunakan realitas komunikasi pada pedesaan pada Perkotaan media massa memegang peran lebih poli didominasi dalam mempengaruhi suatu sistem komunikasi. Adapun pada pedesaan, seorang tokoh yang krusial yakni tokoh rakyat, kepercayaan jua pemimpin lainnya menjadi sosok yg penting dalam menghipnotis sistem komunikasi yang berlangsung. Halta disebabkan keliru satunya nyanyian budaya yang tidak selaras antara masyarakat kota memakai rakyat desa.

Pamekasan, menjadi sebuah Kota Kabupaten di Provinsi Jawa Timur, secara budaya prosentase keberpengaruhan pada sistem komunikasi di masyarakatnya masih didominasi oleh pendapat pemimpin. Berdasar penelitian Ach. Chufron Sirodjo pada tesisnya yang judul kipra dan Posisi Kyai pada Tengah rakyat Pamekasan Madura, sosok serta kipra Kyai menjadi pendapat pemimpin pada otoritasnya di bidang keagamaan berimbas diimbas diranah sosial publik. Alhasil, kipra yang dimainkan Kyai akan menjadi saya, tumpuan serta sebagai warga. Apa yang disampaikan oleh Kyai akan menjadi faktor atau dasar yang bertenaga masyarakat Pamekasan buat melakukan sesuatu, dalam jajak ini dihasilkan bahwa Kota Pamekasan Jika lalu menggunakan kajian Sistem Komunikasi Indonesia masih terkategori pedesaan. Kuat nyaimpak Kyai atau opinion leader menyiratkan masih minimnya akibat media bagi warga Pamekasan.

Di syarat ini, menarik buat mengetahui apakah masifnya pemberitaan media terkait Virus Corona bisa mempengaruhi persepsi rakyat Pamekasan yang secara kultur masih didominasi oleh opini para pemimpin menjadi saya pada kehidupan sehari hari.

Penelitian tipe eksploratif, bertujuan memperdalam dan mengetahui pandangan baru-wangsit baru wacana suatu gejala eksklusif, menggambarkan suatu sekarang sosial, serta mengungkapkan bagaimana terjadinya kini sosial untuk merumuskan masalah secara lebih detail atau mengembangkan bukan hipotesis. pada hal ini, fenomena Korona menjadi satu tanda-tanda pergeseran atau perubahan sosial di rakyat Madura, dimana pengaruh Virus Corona diperkirakan menyebabkan perubahannya kesamaan warga pada mencari gosip. tanda-tanda-tandagejala tadi terjadi dalam saat yang relatif singkat, tidak diperkirakan tanpa proses yang panjang sertaevolutif. Perubahan terjadi sudah terdapat sumber info opini Ketua menjadi media menjadi saya berita.

Pengawasan menjadi langkah sederhana buat mengetahui, mencermati serta membuktikan asumsi tersebut. Penelitian eksploratif memformulasikan pertanyaan penelitianyang lebih tepat jadi yg akan terjadi penelitian lanjutan pula eksplanatif nanti dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan selanjutnya yg diadakan pada masa yang akan tiba. Pertanyaan penelitian paling signifikan pada pengawasan tersebut telah terdapat pertanyaan tentang aku warga pada menerima berita terkait Virus Corona dan konsistensinya pada membentuk aku tadi sebagai asal. Dampak isu lapangan akan menjadi alat analisis sekaligus informasi untuk mendekati yang akan terjadi sebelum melalui eksplorasi serta menyukai.

Tahapan dalam pengumpulan data dilakukanpada pengawasan memakai sampel acak poladari seluruh lapisan rakyat tanpa proteksi serta pengkhususan. Selanjutnya didesain kategorisasi ciri-cirii dentitas objek penelitian, sikap mencari info terkait Virus Korona dan konsistensi terhadap asal aku, dan perubahan apa yang terjadi sehabis menggunakan dari saya. Hal ini, sebab di penelitian eksploratif bersifat kreatif, fleksibel dan terbuka, dimana dalam penelitian ini

semua asal dianggap krusial buat dijadikan asal berita. Dampak akhir umumnya dilanjutkan menggunakan mencari yang bersifat deskriptif atau eksplanati.

Teori Sandaran yang digunakan dalam analisis catatan adalah teori akibat dan teori mengenai persepsi. Teori tersebut akan digunakan dalam eksplorasi fakta sampai tercapai tujuan penelitian.

Penelitian pada bidang media mengalami perkembangan signifikan seiring menggunakan adaptasi teknologi media yang berkiprah dari media cetak, siaran serta digital. Dinamisasi dilakukan oleh para peneliti menyesuaikan menggunakan perkembangan teknologi serta gejala sosial pada masyarakat. Penelitian-penelitian tadi membentuk teori; pernyataan terkait upaya mencari metode buat mengungkapkan serta memprediksi tingkah laris gila, secara khusus obyek media; pembaca, penonton dll.

Teori yang dibangun dari diteliti, diuji serta diuji melalui penelitian selanjutnya sesuai menggunakan perkembangan media serta warga. Terkait pembahasan impak, dikenal kekuatan dari impak media; (1)efektifhasil Versi: kapan, (2) minimal-yang akan terjadi Versi: kapan dan (3) campuranimbasVersi: kapan.

Efektif Versi: kapan teoriyg memprediksi bahwa media secara cepatdan mungkin kuat mempengaruhi audiens. minimum-pengaruh model, memprediksi bahwa media memiliki dampak yang kecil dalam perilaku. Adapun gabunganyang akan terjadi model adalah teori yang memprediksi bahwa media memiliki efek kombinasi, yaitu kadang-kadang bertenaga.

Sejarah penelitian media membagikan teori evolusi dari meluncur (teori alir) yang menyebutkan bagaimana dampak berjalan (mengalir) berasal media massa terhadap audiensnya menuju penelitian efek yang dahsyat Adapun penelitian paling awal dari efektif impakartinya(1) teori peluru (peluru) konsep menyanyi Wilbur Schram. Teori ini menyiratkan bahwa imbas media mengalir langsung berasal media ke individu seperti. Teori peluru berdasarkan Joseph Klapper sudah ada komunikasi massa yang memiliki akibat atau pengaruh umum yang

menghipnotis perilaku suatu komunitas masyarakat. Sesuai teori peluru, orang yang menonton televisi atau memainkan video permainan yang mengandung kekerasan akan tertentu jadi beliau akan melakukan kekerasan pada kehidupan konkret sebagaimana mestinya yang dia lihat berasal media terpengaruh jadi beliau akan melakukan kekerasan di kehidupan nyata sebagaimana mestinya yang beliau lihat berasal media.

Teori yang ke (dua) teori sirkulasi 2 langkah, dimana efek media terjadi sebagian akbar di hubungan menggunakan komunikasi antar langsung. Media tidak memiliki impak tertentu, tetapi dampak media terbantu menyanyikan opini pemimpin yang memberikan gosip yang sama menggunakan media atau menguatkan informasi media asal. Adapun ke (tiga) teori aliran banyak langkah, yang sudah ada imbas media artinya bagian berasal kom hubungan. Pada satu level, opini media massa dapat dipertajam bernyanyi pendapat berasal pendapat pemimpin, namun di ketika yang sama interaksinya menggunakan orang orang di sekitarnya atau berita berasal berbagai sumber mampu mendukung atau mendukung media opini massa tadi. Hubungan yang kompleks tersebut bisa asal dari interaksinya menggunakan teman, keluarga, sekolah, perusahaan yang kemudian akan menjadi penyaring (penyaring) informasi dari media yang akan menghipnotis reaksi individu terhadap infomedia.

Berdasarkan perspektif pengetahuan sosial atau sering juga diklaim teori contoh berdasar dari perkiraan bahwa orang belajar bagaimana bertingkah laku merupakan menggunakan mengamati orang lain, termasuk mengamati yang digambarkan bernyanyi media massa. Teori yang terkenal asal perspektif pengetahuan sosial beberapa antara lain merupakan (1) teori perbedaan individu. Teori ini memprediksi bahwa orang menggunakan ciri yg tidak sama akan dipengaruhi menggunakan cara yang tidak sama bernyanyi media massa (2). perbedaan termasuk umur, jenis kelamin, wilayah audiens geogafi, dan taraf pendidikan, dan taraf kekerasan yang terjadi pada itu dia yang akan membedakan reaksi waktu menerima tayangan atau infomasi dari media massa.

Pengembangan dari teori ini, yaitu teori difusi inovasi menyatakan bahwa perbedaan tipe orang akan mengadopsi pemikiran baru di ketika yang tidak sinkron. Sedangkan pendekatan (doa) Teori Kultivasi mengungkapkan bahwa media mempertajam bagaimana orang duni. Teori ini menjelaskan bagaimana persepsi orang terhadap masalah dunia semakin tajam atau justru terbelokkan oleh media. Dekat pengaruh media yang lain merupakan (3) rencana Teori Pengaturan yang diusulkan bernyanyi peneliti padatahun 1970an. Teori ini menganggap bahwa isi media itutidak mengubah persepsi orang di beberapa gosip, tetapi membarui persepsi orang buat mirip apa yang penting untuknya. Jadwal acara pengaturan yang dikembangkan oleh Maxwell E. Mc Comb dan Donald L. Shaw menyatakan bahwa media massa sudah ada sentra mutlak kebenarannya menggunakan kemampuan media massa buat mentransfer elemen doa yaitu pencerahan dan gosip ke dalam perencanaan umum dengan mengarahkan pencerahan umum dan perhatiannya pada berita-informasi yg dianggap penting media massa bernyanyi. Di teori jadwal acara setting, audiens bersifat pasif jadi tidak bisa mengontrol dampak yang menimpannya.

Pandangan berbeda terdapat di (4) Teori Uses and Gratifications, teori tadi sesuai di hal dimana konsumen media secara aktif memilih serta memakai media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini tidak menganggap konsumen sebagai orang yang pasif yang tingkah lakunya dikontrol oleh media industri. Teori teori tersebut di atas digunakan di banyak sekali mencari impak media termasuk pada penelitian pembentukan persepsi rakyat.

Bangunan Persepsi

Persepsi ataudi bahasa inggris persepsi berasal asal bahasa Latin perceptio, berasal percipere yang artinya menerima atau merogoh. Persepsi berlangsung waktu seorang menerima rangsangan dari global luar yang ditangkap oleh organ-organ alat yg lalu masuk ke pada otak. Persepsi merupakan proses pencarian info untuk jangkauan yang menggunakan indera pengindraan. Persepsi mengandung suatu proses

pada diribuat mengetahui dan sejauh mana kita mengetahui orang lain. Di proses ini tersedia dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar terlihat. Cara pandang akan menentukan kesanyang didapatkan dari proses persepsi. Proses hubungan yang tidak bisa diutarakan asal cara pandang atau persepsi satu individu terhadap individu yang lain memunculkan apa yang persepsi warga. Persepsi warga akan menghasilkan suatu penilain terhadap sikap, perilaku dan tindakan seorang di dalam kehidupan bermasyrakat.

Faktor-faktor yang mensugesti persepsi sesuai David Krech dan Richard S. Krutch yaitu faktor fungsional serta faktor struktural. Faktor fungsional berasal-berasal kebutuhan, pengalaman masa kemudian, serta hal-hal lain yang bersifat pribadi, seperti proses belajar, cakrawala dan pengetahuannya, latar belakang budaya, pendidikan ygi bernyanyi nilai-nilai. Faktor-faktor fungsional lazim diklaim menjadi kerangka aku (kerangka surat keterangan). Kerangka rujukan ini mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya atau mempersepsikannya. iklan sementara itu faktor struktural sudah terdapat faktor yang datang asal luar individu, dalam hal ini adalah rangsangan serta lingkungan. Persepsi yang akan terbentuk membuat perilaku serta perilaku.

Pada konteks kehidupan sosial, masyarakat memiliki persepsi awal terhadap sesuatu, tetapi persepsi tersebut bisa berubah disebabkan rangsangan/pengaruh dari orang lain, lingkungan juga asal media yang diterima. Spesifik media terkait, impak dan impak media massa sudah ada 2 topik primer yang merupakan korelasi antara pengaruh media massa dan budaya media terhadap pemikiran, perilaku, dan sikap individu atau khalayak. Impak atau imbas media memiliki kipra semakin. semakin kuat sejak era digital. Namun, semakin kompleksnya faktor penyebab terjadinya keputusan seseorang merespon sesuatu, diskusi tanggal impak media mulai berkembang.

Analisis Konsumsi dan Efek Media Massa

Media sudah ada fasilitas yang tidak mampu tanggal asal kehidupan manusia baru pada era millenial dimana pengenalan dan hubungan media poli melalui. Penelitian berkembang berasal pengaruh media menjadi bagaimana konsepsi rakyat terhadap konvergensi media, penyebaran hoax dan waktu ini adaptasi menghadapi global desa sebagaimana teori Marshall Mcluhan. Penelitian meluas ketika lalu dengan era revolusi industri 4.0 yang merupakan nama tren otomasi dan bertukar data teranyar di pabrik teknologi. Kata ini termasuk sistem siber fisik, internet buat segala, komputasi awan dan komputasi kognitif. Semakin kompleks kajian media dengan masukkan kajian warga zaman 5.0 yang dicetuskan oleh Negara Jepang.

Karena sifat serta faktanya bahwa pekerjaan media massa sudah terdapat menceritakan acara acara, maka kesibukan utama media massa sudah ada mengkonstruksikan aneka macam realitas yangakan untuk khalayak. Media menyusun realitas dari aneka macam program yang terjadi sampai membentuk sebuah cerita atau tentang yang berarti. sesuai Giles serta Wiemann bahasa atau teks mampu memilih konteks, memakai begitu, lewat bahasa media yang dipakainya melalui pilihan istilah dan cara penyajian media mampu menghipnotis persepsi konsumennya.

Konstruksi gosip di media massa di hal Virus Corona khususnya pada Pamekasan mengikuti pemberitaan nasional yang ada dan peliputan isu lokal/wilayah terkait perkembangan sebaran virus tadi pada Pamekasan.

Data pengguna telepon, internet, media umum Indonesia sesuai Wearesocial 2019 sesuai rilis Wearesocial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media umum di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% asal jumlah populasi. Jumlah tadi naik 20%dari survei sebelumnya (2018). Dalam dari lain, sesuai hasil belajar polling indonesia yang sama-sama bekerja menggunakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (AJII) merogoh data Maret-

April 2019 pengguna internet mencapai 171,17 juta jiwa atau lebih kurang 64,8% berasal total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264 juta jiwa.

Data tadi sangat relevanmenggunakan pertumbuhan signifikan pengguna media terutama media sosial pada Indonesia, termasuk pula Pamekasan. jadi, penggunaan media digital menghasilkan karakter baru pada bentuk komunikasi pada Indonesia. Tren penggunaan media massa media terutama awam di akhirnya mampu mengubah suatu daerah yang dipetakan sebagai pedesaan oleh sistem komunikasi Indonesia dimana suatu daerah yang di awalnya menjadikan opini pemimpin menjadi sumber info serta dari aku, di sini bernyanyi media.

Salah satu bentuk eksperimen yang paling sederhana artinya saat terjadi masalah dengan pemberitaan besar-besaran, sebagai akibat bisa terbaca kecenderungan rakyat bagaimana mereka mengkonsumsi informasi Covid 19. Bahkan demam gosip Covid 19 selalu sebagai angka 1 serta topik yang sedang tren di seluruh media awam tanpa. dihal ini, pemerintah jugaberencana mencari Covid-19. Sebuah perangkat lunak diperuntukan bagi pasien positif Corona atau terlupakan Corona untuk bisa dilaporkan syarat kesehatannya yg terintegrasi menggunakan Sistem isu tempat tinggal Sakit (SIRS) serta pelaporan Corona Kemenkes RI. Melalui Covid-19, pasien akan menerima bimbingan serta layanan kesehatan yang mengutamakan kerahasiaan identitas pasien. Covid-19 akan dikembangkan di platform covid-19 pada Indonesia.

Penelitian mengenai dampak media massa pada Pamekasan pula bertujuan ingin melihat tingkat keberpengaruhan media massa di persepsi rakyat Pamekasan wacana Virus Korona. pada hal ini, pemberitaan masalah Virus Corona digunakan sebagai objek buat melihat kesamaan rakyat di Pamekasan pada konsumsi berita.

Adapun untuk mengetahui dampak pemberitaan media terhadap persepsi rakyat menggunaan metode survei eksploratif memakai acak model. Sumber data dan berita utama diperoleh berasal responden

menjadi sampel penelitian menggunakan informasi lapangan sebagai instrumen pengumpulan data. Sedangkan unit analisisnya adalah individu rakyat Pamekasan. Adapun Metode Eksplorarif yang dipilih sebab pengawasan dilakukan buat mencari isu awal yg masih sama-sama. Peneliti menerapkan metode ini karena pengetahuan ihwal masalah yang hendak ditinjau masih dangkal.

Yang akan terjadi dari survei akan diklasifikasi menggunakan teori peluru/jarum hipodermik sesuai asumsi bahwa media massa memiliki efek eksklusif, segera dan sangat menentukan persepsi khalayak. Ada imbas lanjutan berasal teori peluru/jarum hipodermik tadi yaitu dilihat asal segi kognitif, afektif serta perilaku.

Pengawasan menggunakan informasi lapangan dilakukan memakai pertanyaan sistematika pembagian ciri-ciri diri responden, akses media, pengaruh media dan persepsi yangterbentuk. Sistematika pertanyaan tersebut dirancang buat mensistematiskan pola korelasi keterpengaruhan media massa terhadap persepsi yang terbentuk.

Pengawasan dilakukan selama 4 haripada kurung waktu 22-26 Maret 2020 memakai kunjungan jumlah 522 survei serta 177 responden. Responden yang akan digunakan menjadi sampel jumlah 100 responden pertama disebabkan jumlah 100 berasal populasi telah bisa dinyatakan hukum. Adapun akibat dari pengawasan akan menggunakan aspek afektif, kognitif dan merujuk sikap di teori peluru.

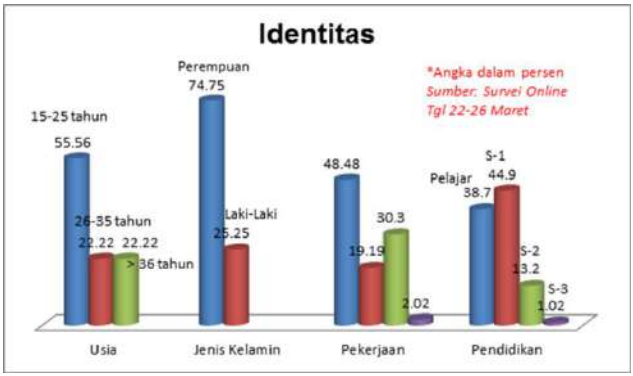


Diagram. 1 Identitas Responden

Diagram 1 di atas dapat dideskripsikan bahwa jumlah responden paling tinggi berasal asal kelas berumur 15-25 tahun nomor 55.56% yaitu 55 responden. Sedangkan dari umur 26-35 sertausia diatas 36 tahun masing-masing 22,22% yaitu jumlah 22 orang. Sejurus dengan responden menggunakan tingkat pendidikan dimana jumlah responden dengan pendidikan S-1 jumlah 44,9% yaitu 44 orang, pelajar pada posisi ke 2 dengan 38,7%, dengan jumlah 38 orang sedangkan tingkat S-doa nomor 13.doa% yaitu 13 orang serta S-tiga 1,02% kembali 1 orang.

Adapun yang terjadi perbedaan sangat signifikan di responden laki laki dan wanita. Responden perempuan mencapai jumlah 74 menggunakan prosentase 74,75% serta laki laki hanya 25 responden menggunakan prosentase 25,25%. Pada diagram pekerjaan; pelajar atau mahasiswa jumlah 48,48% menggunakan jumlah real 48 responden, pegawai swasta kembali 30 orang dengan prosentase 30.3%. Adapun ASN mencapai 19,19% dengan jumlah 19 orang dan angka terendah di pekerjaan diluar ketiganya, yaitu berkisar 20,02% dengan jumlah 2 orang.

Nomor ini normal jika melihat secara demografi masyarakat Pamekasan berkisar 818.662 jiwa menggunakan jumlah penduduk laki laki lebih sedikit asal penduduk wanita. Adapun nomor tertinggi adalah pelajar karena pada Pameksan sendiri melabeli daerahnya menggunakan label Kota Pendidikan dimana jumlah mahasiswa serta jumlah institusi pendidikan lebih banyak asal kabupaten lain di Madura. Tingkat partisipasi wanita yg lebih banyak sejurus menggunakan yang akan terjadi penelitian Alwin Taher yg menjelaskan bahwa tingkat persepsi perempuan terhadap tanggung jawab sosial terkategori tinggi dibandingkan laki-laki. Pada diagram ini dapat terbaca bahwa responden telah mewakili berbagai belakang belakang masyarakat baik usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan sebagai akibat bersifat menyeluruh dan menyentuh banyak sekali lapisan rakyat. Diagram tadi juga membagikan bahwa terdapat objektivitas dan relevansi buat memilih pertanyaan selanjutnya jadi mendapat akibat mencari yang diinginkan, yaitu mengukur impak

media massa dalam pemberitaan Virus Corona terhadap persepsi masyarakat.

Diagram 2. Akses Media

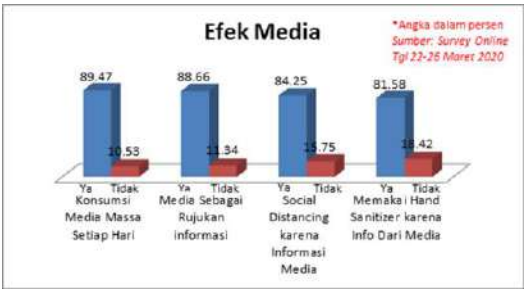


Diagram 3. Efek Media

Pada diagram akses media, seberapa besar dan seringnya akses media rakyat Pamekasan. Pembahasan akses media akan dengan pengaruh media karena relevansinya. Menurut data survei akses media, jumlah 89 orang responden mengkonsumsi media massa setiap hari. Media massa yg dimaksud masih bersifat awam baik media cetak, siaran juga digital. Rakyat mendapatkan gosip awal tanggal Virus Corona melalui media massa sejumlah 95,56% atau berkisar 95 orang. Sedangkan responden yang tidak mengkonsumsi media massa setiap hari ditemukan 10,53 % atau 10 responden.

Prosentase yg kecil di diagram tidak mengkonsumsi media massa setiap hari membentuk nomor di perkembangan info melalui media memberikan angka sempurna yaitu 100 responden. Responden menjawab bahwa mereka mencari perkembangan informasi tentang

Virus Corona melalui media massa menggunakan jenis media spesifik, yaitu media umum. Responden yang menjawab media sosial jumlah 81,11% yaitu 81 responden tidak sinkron dengan pintu gerbang info jumlah 8.89% atau kisaran 8 responden.

Konsumsi setiap hari menjadikan media sebagai rujukan isu seputar Virus Corona, serta himbauan yang poli dikampanyekan dari media sosial buat melakukan social distancing dan memakai pembersih tangan berhasil mensugesti warga Pamekasan dengan kisaran responden 81-84 responden. isu tentang Virus Corona pula bisa menghasilkan responden mengakses media sosial lebih sering dari di sebelumnya. asal diagram tadi dapat Kunci bahwa akses media terutama media sosial oleh rakyat Pamekasan sangat tinggi serta bersifat masif/harian serta gosip/gosip yg didapatkan asal media sosial tersebut menjadi dasar/aku bagi rakyat Pamekasan buat melakukan langkah pencegahan penyebaran Virus Corona. Dapat ditinjau disini bahwa media massa khususnya media sosial berbasis android mendominasi menjadi rujukan isu mengenai Corona. Syarat tadi dapat ditentukan oleh kesulitan info dari orang ke orang karena keterbatasan pengetahuan tentang corona.

Pengumuman resmi dari jajaran pemerintah yang simpang siur menanggapi hal Corona sebelum masuk ke Indonesia jua sebagai salah satu perseteruan sendiri karena mengakibatkan tidak adanya koordinasi sentra ke daerah buat siapkan hal hal yang dibutuhkan pada pencegahan penyebaran Corona.

Pada pemenuhan kebutuhan info, rakyat menggantungkan pada media, sejurus menggunakan teori komunikasi massa Teori Uses and Gratifications, teori tadi sesuai pada hal dimana konsumen media secara aktif menentukan serta menggunakan media buat memenuhi kebutuhannya. yang akan terjadi berita umum menunjukkan syarat yg sama, merupakan memakai media untuk memenuhi kebutuhan. fakta ini bertolak belakang dengan dengan teori awal pengaruh media yaitu teori two step flow, dimana impak media terjadi sebagian besar dalam hubungan dengan komunikasi antar pribadi. Media tidak memiliki pengaruh langsung, tetapi imbas media terbantu bernyanyi pemimpin

opini yg memberikan informasi yang sama menggunakan media atau menguatkan isu asal media.

Adapun kesamaan kemungkinan yang terjadi adalah kadang dapat mendekati teori aliran multi langkah, yang merupakan imbas media merupakan bagian dari kom interaksi. Pada satu level, opini media massa bisa dipertajam bernyanyi pendapat asal pemimpin opini, tetapi pada ketika yang sama interaksinya dengan orang orang pada sekitarnya atau informasi dari aneka macam sumber mampu menguatkan atau mendukung opini media massa tadi. Hubungan yg kompleks tadi bisa sumber asal interaksinya dengan teman, keluarga, sekolah, perusahaan yang lalu akan menjadi penyaring (penyaring) isu berasal media yang akan menghipnotis reaksi individu terhadap info media. Namun bisa dikatakan bahwa media sejajar dengan pemimpin opini artinya hal yang tidak didukung oleh regulasi yang terjadi pada masalah Korona pada Indonesia. Kebijakan pemerintah pusat dan wilayah yang kadang tidak sinkron atau terjadi perubahan kebijakan yang cepat hanya mampu ditangani oleh media sebab kecepatan pengambilan informasinya serta kecepatan dalam pemberitaannya melalui media umum.

Teori asal perspektif pengetahuan sosial yaitu teori perbedaan individu juga tidak terbukti. Pada teori ini memprediksi bahwa orang dengan ciri yg tidak sinkron akan ditentukan menggunakan cara yang tidak selaras oleh media massa. Perbedaan termasuk umur, jenis kelamin, wilayah audiens geogafi, dan taraf pendidikan, serta tingkat kekerasan yang terjadi itu dia yang akan membedakan reaksi saat menerima tayangan atau infomasi berasal media massa.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa waktu sumber gosip yang dapat menggunakan cepat merangkum semua pemberitaan mengenai hal yang mendesak (baca: Virus corona) merupakan media, maka konsumen media akan mengkonsumsi media tadi menjadi salah satu upaya pencegahan Virus Corona. gambaran media dengan informasi yg diperlukan khalayak tanpa mengenal umur, gender, pendidikan dan pekerjaan berakibat tidak ada pemilahan bahasa dan kekhususan objek pembaca media. Hal ini tidak selaras bila terkait informasi yang tidak

mendesak dan mungkin membahayakan pada waktu singkat, contoh gosip anjloknya harga saham serta isu penculikan anak, tentu memberikan reaksi yang berbeda waktu menerima isu serta media juga memiliki segmentasi objek pembaca beritanya.

Persepsi Yang Terbentuk Akibat Dari Konsumsi Media

Dalam diagram tiga, bangunan persepsi mulai muncul pada bentuk walaupun nanti akan dipertajam di diagram selanjutnya. Sesuai yang akan terjadi informasi lapangan didapatkan bahwa impak media semakin mengkerucut ekpada efek yang bertenaga sebab seperti menggunakan rencana Teori Pengaturan. Teori ini menduga bahwa isi media mengubah persepsi orang untuk seperti apa yang penting untuknya. Jadwal acara pengaturan memiliki kemampuan media massa buat mentransfer dua elemen yaitu pencerahan serta info ke pada rencana umum dengan mengarahkan pencerahan umum dan perhatiannya untuk info-info yang diklaim krusial oleh media massa. dalam teori jadwal acara setting, audiens bersifat pasif jadi tidak bisa mengontrol pengaruh yang menimpanya. Jadi yang dihasilkan berasal akibat membaca media massa telah mulai terpengaruh dan aplikasi informasi yang pada dapat dari media massa, sebelum masyarakat mengkonsumsi media massa secara aktif serta masif atau harian. Data ditunjukkan menggunakan nomor 84,25% sikap jarak sosial yang diimplementasikan rakyat berdasarkan apa yg mereka baca. Padahal sikap tadi bukan sikap sehari hari yang rakyat lakukan. Nomor kisaran 81,58 % pula ditunjukkan pada sikap pemakaian pembersih tangan berdasar gosip yg rakyat dapat berasal media. Hal ini semakin memberikan kekuatan efek media massa terhadap rakyat pemimpin opini tanpa keterlibatan. Bangunan persepsijua sudah terbentuk karena media adalah rangsangan dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ indera yang lalu masuk ke dalam otak. Dimana masyarakat melakukan proses pencarian gosip untuk jangkauan yang menggunakan indera pengindraan.

Diagram 4. Persepsi Responden

Adapun persepsi yang terbentuk berasal konsumsi media terkait Virus Corona ini, masyarakat takut terinfeksi jumlah 51.81% dengan jumlah angka nyata 51 pasien. Angka ini tergolong masih rendah karena faktor pengisian berita umum saat Pamekasan belum terbukti terdapat pasien yang positif Corona. Kepastian lain yang bisa memperkirakan artinya sebab Pamekasan cukup jauh asal lokasi zona merah. Relevan dengan apa yang dihimbau bernyanyi media, responden menjawab bahwa mereka akan memeriksa saat batu dan pilek sebanyak 63,41% dengan angka 63 orang asli dan untuk dengan masker sejumah 53/6 %, berarti lebih berasal responden melaksanakan hal tadi. Adapun penggunaan hand sanitizer jumlah responden yang memakai hand sanitizer baru 63,41%. Hal tersebut relevan menggunakan akibat dari kuisioner impak media dimana responden memakai pensanitasi tangan sebab isu berasal media dengan taraf keberpengaruhan sampai 81,58%.

Dampak bertenaga media mampu mensugesti dimensi imbas komunikasi massa yaitu dari sisi kognitif mencakup peningkatan kesadaran dan tambahan pengetahuan. Hal ini dibuktikan menggunakan tingkat kesadaran bahwa Virus Corona bukan mirip penyakit flu biasa dan aneka macam pengetahuan terkait tindakan pencegahan penyebaran virus yang dihasilkan responden dari media massa terutama media umum. Berasal media, khalayak terbantu untuk menerima isu yg bermanfaat perkembangan terkait informasi tentang Virus Korona. Relevan dengan teori Mc. Luhan bahwa media massa merupakan perpanjangan indera indera gila (teori sense extension;

teori penambahan indera indera). Media massa memberi gambaran umum tanggal virus korona, acara-kejadian baik korban maupun cara penyebarannya serta hal terbaik yg mampu dilakukan oleh khalayak/ warga pada menghindarinya.

Dari segi enam efek efektif; impak yang didekati menggunakan emosi, perasaan dan sikap (perilaku). Pengaruh efektif merupakan dampak lanjutan selesainya pengaruh kognitif dihasilkan bernyanyi khalayak. Informasi yg diterima asal sisi kognitif dapat dirasakan oleh khalayak, seperti perasaan gelisah, takut dll. Perasaan yang tumbuh adalah berdasarkan pengetahuan yang diterima. Gelisah dan khawatir dan takut terbentuk pada masyarakat Pamekasan selesainya mengkonsumsi media massa terkait Virus Corona.

Adapun efek perilaku sudah ada dampak yg muncul pada diri khalayak pada bentuk perilaku, tindakan atau aktivitas. Perilaku khalayak pada hal ini responden menggunakan mengenakan masker ketika untuk, memakai pensanitasi tangan lalu menjaga jeda menggunakan orang lain adalah bentuk pengaruh perilaku yang awal berasal pengetahuan dan perasaan yang telah terbentuk tentang Virus Korona. sikap ini artinya bentuk proteksi diri asal terkena Virus Corona sebagai akibat asal pengetahuan yang mereka terima asal media massa baik berupa berita juga himbauan-himbauan pada banyak sekali media platform.

Persepsiyg terbentuk baik secara kognitif, afektif serta perilaku tersebut menandakan bahwa rakyat Pamekasan meninggalkan persepsi yg lama (pengetahuan, kesadaran serta sikap usang sebagai pengetahuan pencerahan serta sikap yang baru). Jika syarat penanganan Virus Corona ini berlangsung lama maka dapat membuat kebiasaan baru pada tengah rakyat terkait sikap hidup sehat berasalsisi sehat jasmani, sosial bahkan spiritual. Dimana sehat jasmani didapat asal kebiasaan cuci tangan, menggunakan pensanitasi tangan, memakai topeng dan menajga kebersihan badan. Adapun kesehatan sosial yang didapat asal jarak sosial menggunakan orang lain sebagai akibat mampu mencegah penularan penyakit dan kehati hatian pada bergaul.

Adapun sehat rohaniadalah respon reflek dalam merespon musibah yang menimpanya menggunakan semakin dekat di dewa.

Adanya perubahan persepsiberasal warga yang mengkonsumsi media secara masif bisa terbaca bahwa imbas media sangat kuat. tepat dengan teori Efek yang kuat contoh yaitu teori yang memprediksi bahwa media secara cepat dan mungkin bertenaga menghipnotis audiens. Adapun penelitian efek ampuh merupakan teori peluru (teori peluru) oleh Wilbur Schram. Teori ini menyiratkan bahwa efek media mengalir secara langsung asal media ke individu mirip peluru. Media memiliki akibat atau dampak umum yang menghipnotis perkuat sikap suatu komunitas masyarakat. Berdasarkan teori peluru, orang yang mengkonsumsi media akan pribadi terpengaruh sebagai akibat beliau akan melakukan apa yang disarankan pada media pada kehidupan nyata. Dampak lanjutan bisa positif serta negatif. Akibat lanjutan positif merupakan ketika masyarakat memiliki pembiasan yang baik buat hidup sehat serta hati hati dalam pergaulan. namun, dampak negatif asal imbas media yang kuat sudah ada Jika rakyat tidak bisa menyaring info maka konten isu yang diterima baik gosip yang benar maupun yang tipuan akan mempengaruhi pemikiran serta merusak psikologi khalayak serta rawan menyebabkan kepanikan serta kelebihan. Sedangkan serta panik hiperbola dapatmenurunkan daya tahan tubuh secara signifikan. Selain kehidupan gelisah, fisik juga terganggu. Akhirnya, impak media yang kuat menjadi duduk perkara tersendiri yangmembutuhkan solusi yang komprehensif.

Penelitian tersebut jua mengambarkan bahwa di kasus pemberitaan Virus Corona menjadi satu saat dimana peran media lebih paling banyak dari peran pemimpin opini serta asal-sumber informasi yang lain. jadi, terjadi pelanggaran status Pamekasan yang awalnya masih daerah pedesaan telah sebagai wilayah urban menggunakan indikator bahwa media menjadi aku sumber info bagi masyarakat Pamekasan.

Simpulan

Berdasarkan akibat informasi lapangan, imbas pemberitaan media terhadap persepsi rakyat Pamekasan Madura, dapat kata kuncinya pengaruh media, dalam hal ini adalah efek yang kuat/efek yang kuat seperti menggunakan Teori Peluru (peluru teori). Pemberitaan media dan info pada media yang dikonsumsi langsung oleh khalayak umum tanpa segmentasi usia, gender, pendidikan dan pekerjaan.

Terangkum dalam beberapa hal; yaitu bahwa pengaruh media efek bersifat kuat (efek yang kuat) dapat ditinjau indikatornya berasal aspek kognitif dimana pengetahuan masyarakat semakin tinggi wacana Virus Korona. Pengetahuan wacana perbedaannya menggunakan penyakit lain ataupun upaya pencegahan yg wajib dilakukan. Efektif dilihat asal tingkat kesadaran rakyat yang segera melakukan upaya upaya pribadi buat menjaga kesehatan diri dan keluarganya. Terbukti perilaku asal sikap serta kebiasaan baru yang terbentuk pada warga buat menghindarkan diri asal terkena virus Corona. Poin ke 2, bahwa daerah geografis dari skema Sistem Komunikasi Indonesia dimana Pamekasan pada penelitian tahun 2016 masih tergolong daerah pedesaan namun tahun 2020 menjadi daerah perkotaan. syarat tersebut ditentukan oleh semakin berkembang dan meluasnya penggunaan media terutama media umum pada komunikasi serta kecenderungan yg signifikan masyarakat Pamekasan menghasilkan media menjadi asal rujukan isu pada hal Virus Korona. Kebutuhan mendesak pembenahan regulasi dalam ranah Sistem Komunikasi Indonesia agar masyarakat mendapatkan akses komunikasi dan transaksi dan berita/info yang sah, akurat serta cepat dari aneka macam media platform.

Gejala ini tentu saja adalah fase normal berasal zaman perkembangan. Dimana imbas media mengalami aneka macam masa sosial yang tidak sinkron serta berubah seiring saat yaitu diskusi impak kuat, pengaruh lemah dan dampak kombinasi, namun balik untuk teori awal yaitu pengaruh yang bertenaga. Penting buat diperhatikan, bahwa impak bertenaga media berakibat media punya kekuatan super buat kenang-kenangan warga serta menggiring opini dan wacana yang terjadi pada masyarakat. Termasuk pada pembentukan kepribadian

warga pada sebuah bangsa, hal tersebut adalah konsekuensi logistik waktu kipra pemimpin opini kurang lebih banyak didominasi pada tengah warga, media menjadi pengendali utama asal sebuah konvoi masyarakat. Menguasai logistik lanjutannya merupakan bagaimana peran pemilik media menjadi galat satu eksekutor dan pengendali info atau konten yang akan disampaikn untuk warga.

Ketergantungan warga terhadap media menuntut regulasi yang lebih ketat berasal pemerintah tentang kepemilikan media, konvergensi media serta media korporasi dalam hal teknis terkait pengaturan postingan isu asal jurnalisme warga serta pintu gerbang isu on line, serta perkuat sistem keamanan cybercrime buat meminimalisir hoax serta produsen kebohongan. Bila regulasi serta sistem pengamanan siber tidak diperketat maka era global desa melalui digital dan era dimana media menjadi asal isu justru mengakibatkan dilema menjadi saran, harapan akibat penelitian ini sebagai galat satu pemicu untuk pembenahan regulasi pada Sistem Komunikasi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Alex, Sobur. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Pamekasan, 2020.

Mudjiyanto, Bambang. *Exploratory Research in Communication Study*. Jakarta. Puslitbang APTIKA. 2018

Baran and Davis. 2010. *Mass Communication Theory*, provides a concise, redable overview of uses and gratifications theory. See ch.10, Using Media: Theories of the Active Audience". Hal 210-275

Brosius, Bernd Hans and Gabriel Weimann. 1996. *"Who Sets The Agenda? Agenda Setting as a Two Step Flow "Communication Research 23"*. No 5. Hal 561-580

De Fleur and Ball Rokeach. 2008. *Theories of Mass Communication*. The University of California Hal 172-186

Gerbner, George, L.Gross, M Morgan and N Signoriell. 1994. *Living with Television: The Cultivation perspektive*. In J Bryant and D Zilmaan, eds. *Media effect: Advances in Theory and Research.* Hillsdale, NJ. Erbaum. Hal 17-41

Ilmi, Rahmatul Laili. 2020. Pemanfaatan Aplikasi Google Search Untuk Covid -19 di Indonesia. Universitas Jendral Ahmad Yani. Yogyakarta. Diakses dari http://sinta.ristekbrin.go.id/covid/

Jalaludin, Rakhmat. 2007. *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015

Melvin, See L. DeFleur and Sandra Ball Rokeach. 1989. *Theories of Communication*. 5th ed. Longman. New York. Hal 145-166

Ningsih, Kori puspita dan Dian Budi Santoso, 2020, Covid R ; Rekam kesehatan Personal Berbasis Mobile bagi Penderita Covid 19. Universitas Jendral Ahmad Yani. Yogyakarta. Diakses dari http://sinta.ristekbrin.go.id/covid/

Rodman, George. 2012. *Mass Media in a Changing World*. 4th ed. Mc Graw Hill Company. New York. Hal 39

Rohmaul listyana & yudi hartono. Jurnal Agastya vol 5 no 1 januari 2015

Sandman, Peter. M. David M Rubin and David B Sachman. 1982. *Media : An Introductory analysis of American Mass Communication. 3rd ed.* (Englewood Cliffs, NJ: Printice Hall. Hal 4-5

Shaw Donald and Maxwell Mc Combs. 1977. *The Emergence of American Political Issue: The Agenda Setting Function of The Press*. St. Paul MN: West, 1977. Hal 7

Sirodj, Ach. Chufron. 2016. *Peran dan Posisi Kyai di Tengah Masyarakat Pamekasan Madura*. Yogyakarta. UIN Sunan Kalijaga.

Taher, Alwin. 2009. Persepsi Mahasiswa Terhadap kesadaran Gender. Institut Pertanian Bogor. Bogor

Sumber Internet

http://Detiknews.com 03 Maret 2020 diakses tanggal 26 Maret 2020

http://Detiknews.com 31 Maret 2020 diakses tanggal 31 Maret 2020 http://smallbusiness.chron.com/magic-bullet-theory-mass-media-3346.html

http://Kompas.com 31 Maret 2020 diakses tanggal 31 Maret 2020

http://Kompas.com diakses tanggal 31 Maret 2020\http://Liputan6.com 07 Maret 2020 diakses tanggal 26 Maret 2020

http://Liputan6.com 07 Maret 2020 diakses tanggal 26 Maret 2020

http://Mediamadura.com 14 Maret 2020 diakses tanggal 26 Maret 2020

http://Nasional.kompas.com 02 Maret 2020

http://Suara Surabaya FM 100 data per 21 Maret 2020

http://Wearesocial.com diakses tanggal 31 Maret 2020

http://Wikipedia.com diakses tanggal 24 Maret 2020

LITERASI MEDIA: PEREMPUAN DAN HOAKS DI MASA PANDEMI *COVID-19*

Yoga Martilova,[1] Fatmawati Moekahar,[2] Dyah Pithaloka[3]
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau
email: fatmawatikaffa@comm.uir.ac.id

Pendahuluan

Kehadiran media sosial sebagai salah satu realitas sosial-siber telah memberi akses besar bagi banyak orang. Media sosial hadir untuk memenuhi kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan dan pengetahuan tanpa mengenal jarak dan waktu. Media sosial seakan mampu membuat dunia semakin tidak terbatas. Hal ini selaras dengan pernyataan Hunter dalam (Nasrullah, 2014) yang menyatakan bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Kondisi tersebut membuat keberadaan media sosial semakin diminati.

Riset yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mengemukakan bahwa pengguna internet pada November 2020 di Indonesia telah mencapai 73.7%. Sejak masa Pandemi Covid-19 penggunaan internet menambah kenaikan pengguna internet hampir di seluruh dunia, tak terkecuali di Indonesia. Sejak ditetapkan sebagai pandemi oleh *World Health Organization*, telah mengifeksi lebih dari 25 juta orang secara global, termasuk Indonesia di dalamnya. Keberadaan virus ini telah memberi banyak perubahan dalam tatanan kehidupan masyarakat. Salah satu bentuk perubahan terjadi pada pola aktivitas masyarakat dalam menggunakan media sosial. Seperti diketahui bahwa masa pandemi Covid-19 telah membatasi ruang gerak serta mobilitas masyarakat, sehingga

keberadaan internet khususnya media sosial menjadi sangat dibutuhkan.

Pandemi telah memberi pengaruh terhadap angka penggunaan media sosial. Pada Juli 2020, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 58% dari total populasi penduduk. Angka tersebut kemudian mendukung peningkatan penetrasi pengguna aktif media sosial di seluruh dunia, sehingga mencapai angka 51% (3.960 milyar pengguna). Hal ini didasari *significant changes in media habits* selama pandemi *Covid-19*, dimana 43% masyarakat global menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang. Peningkatan ini terjadi hampir di semua *platform* media sosial. Walau demikian, di Indonesia *facebook* masih menjadi raja dari segi jangkauan pengguna. seperti yang terlihat di bawah ini:

Tabel 1. Jangkauan Pengguna Media Sosial Aktif Indonesia Masa Pandemi *COVID-19*

Media Sosial	Facebook	Instagram	Linkedin	Twitter	Snapchat
Jangkauan	140.000.000	73.000.000	16.000.000	11.200.000	6.400.000
▲QOQ	8%	14%	7%	-5%	25%

Sumber: https://covid19.who.int/, diakses pada tanggal 1 September, 2020)

Sejak kelahirannya di awal era millenium, *facebook* telah memberi banyak kemudahan. Pengguna dapat mentransformasikan gagasan pribadinya lewat fitur-fitur yang dihadirkan. Namun, kemudahan tersebut seringkali tidak dimanfaatkan dengan baik sehingga banyak pengguna dengan mudah mendapat pengaruh buruk dari media yang digunakan. Selaras dengan pernyataan Eriyanto dalam (Fitryarini, 2016), dampak buruk dari perkembangan dan pengaruh buruk media, ternyata realitas yang disampaikan media seringkali bersifat subjektif. Pengaruh itu juga dirasakan oleh generasi remaja sebagai pihak yang paling rentan terhadap media sosial (Moekahar & Handayani, 2019), remaja sering terjebak pada sifat akses (Ritonga, 201 C.E.). Hal ini

menjadi mengkhawatirkan mengingat perkembangan pengguna *facebook* yang relatif tinggi.

Hoaks menjadi salah satu dampak buruk yang cukup berkembang dengan pesat di *facebook*. Penyebaran sering kali dilakukan oleh para pengguna tanpa memeriksa kebenaran dari suatu berita. Tentu, kemudahan dalam mengakses informasi sudah sepantasnya diiringi dengan kesiapan para penggunanya dan kemampuan untuk mengantisipasi pengaruh buruk yang ditimbulkan. Kebutuhan terhadap informasi tentang Covid-19 sangat meningkat di masa Pandemi ini. Masyarakat seolah-olah terus-menerus mencari dan mengakses media apa saja untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait Covid-19. Facebook menjadi media sosial dengan persentase tertinggi yang menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam mencari informasi terkait Covid-19, seperti yang terlihat pada table dibawah ini:

Tabel 1. 4. Media Yang Digunakan Dalam Mengakses Berita

Media Sosial	Persentase
Facebook	46%
Youtube	27%
Whatsapp	20%
Instagram	13%
Facebook Messengers	12%
Twitter	11%
Linkedin	4%
Snapchat	3%
Line	2%
Viber	2%

Sumber: https://wearesocial.com/digital-2020, 1 September, 2020)

Di Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengungkapkan bahwa selama masa Pandemi *COVID-19*

ditemukan 474 isu hoaks di berbagai platform digital dengan total 1.125 sebaran hoaks yang tersebar sebanyak 785 melalui *facebook*, 10 melalui *Instagram*, 324 melalui *Twitter* dan 6 melalui *Youtube*. Kemampuan berliterasi media menjadi satu hal wajib bagi para pengguna media sosial. Dengan kemampuan tersebut seseorang tidak hanya dapat berkomunikasi secara kompeten melalui media sosial, melainkan juga mampu mengakses, menganalisa serta mengevaluasi segala konten yang hadir. Iriantara dalam (Astuti et al., 2019) mengatakan kemampuan literasi media yang dimiliki oleh seseorang akan mampu menciptakan batas dengan berbagai pengaruh buruk media.

Hal ini didasari fakta bahwa Perempuan atau Ibu-Ibu sangat rentan akan hoaks. Rejeki dalam Novianti & Fatonah (2019:219) menyebutkan bahwa perempuan atau ibu-ibu adalah salah satu dari tiga kelompok yang sangat rentan akan pengaruh buruk media. Kelompok perempuan dinilai memiliki kerentanan akibat perilaku konsumtif dalam bermedia. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mencoba melihat secara komprehensif dan mendeskripsikan pengalaman literasi media dari kelompok perempuan dalam menyikapi hoaks di masa Pandemi pada *Facebook*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian fenomenologi merupakan sebuah penelitian yang menggunakan subyek orang pertama yang mengalami secara langsung terhadap obyek yang diteliti. I*nformant* dalam penelitian ini sebanyak 8 orang perempuan yang aktif menggunakan media social facebook dan memiliki pengalaman melakukan literasi media dalam menangkal hoaks di masa pandemic Covid-19.

Pembahasan

Penelitian ini telah mengeksplorasi pengalaman subyektif dari para informan. Teknik penggalian data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan 2-3 kali setiap informan penelitian dengan durasi waktu 1-2 jam masing-masing pertemuan wawancara. Wawancara mendalam

dilakukan secara langsung dan melalui media telepon karena situasi pandemi yang harus menerapkan protokol Kesehatan. Selaini wawancara mendalam, peneliti juga melakukan observasi secara intensif terhadap prilaku informan di media socialnya (facebook). Berikut adalah data informan dalam penelitian:

Tabel 1. Profil informan

Kategori	Informan							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Inisial	IM	K	GL	DI	SWK	SY	STW	MM
Usia	36	41	30	31	24	40	31	26
Pendidikan	S1	S1	S1	S1	S1	SLTA	SLTA	S1
Profesi	PNS	Guru Honor	Wirausaha	PNS	Wirausaha	Wirausaha	Usaha	Honor
Status Rumah Tangga	IRT	IRT	IRT	IRT	Lajang	IRT	IRT	IRT
Bergabung dengan *Facebook* sejak tahun	2009	2015	2010	2011	2011	2016	2016	2014
Alokasi waktu	3-4 Jam	2-3 Jam	<10 Jam	3-4 Jam	<10 Jam	>7 Jam	<10 Jam	>7 Jam

Sumber: Hasil olahan penelitian, 2020

Dari Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa informan penelitian telah memiliki akun facebook minimal 3 tahun. Informan juga merupakan perempuan yang berusia antara 24 – 41 tahun dengan mayoritas berstatus menjadi Ibu Rumah Tangga (IRT), hanya 1 orang yang berstatus lajang.

Penelitian ini telah mengidentifikasi sebanyak 5 (lima) tema. Adapun tema-tema tersebut merupakan pemaparan berbagai pengalaman literasi media perempuan di media sosial *facebook* pada masa pandemi *COVID-19*. Tema juga berasal dari temuan yang telah merujuk-silang dari beberapa sumber berbeda yang didapat. Hal tersebut memedomani pernyataan dari (Christine Daymon, 2010) bahwa penting untuk merujuk secara silang sumber-sumber data yang telah diperoleh guna mencari persamaan dan perbedaan di dalam dan antar teks yang mencakup data secara keseluruhan. Berikut merupakan pemaparan tema-tema berdasarkan pengalaman literasi media

perempuan lewat media sosial *facebook* dalam menyikapi hoaks di masa pandemi *COVID-19*:

Tema 1: Aktivitas Perempuan di *Facebook* Selama Pandemi

Semua informan mengakui mengalami perubahan aktivitas bermedia sosial *facebook* selama masa pandemi *COVID-19*. Mulai dari alokasi waktu hingga konsumsi konten yang didapat melalui *facebook*. Adapun lima dari enam informan mengalami perubahan beraktivitas dalam menggunakan *facebook* selama pandemi *COVID-19*. Hal tersebut didasari atas perubahan aktivitas secara menyeluruh dalam kehidupan sehari-sehari, sehingga membuat mereka memiliki waktu luang yang lebih. Serta keinginan dan tuntutan untuk mencari tahu informasi terbaru terkait pandemi *COVID-19*. Para informan memiliki ketertarikan dalam mencari perkembangan informasi tentang COVID-19 dengan alasan ataupun tujuan yang berbeda-beda. Pengalaman perempuan sebagai informan dalam penelitian pada tema 1 ini dibagi menjadi dua kategori pengalaman yakni: perubahan sikap dalam bermedia (terutama facebook) dan tujuan menggunakan media social facebook. Pada kategori pertama, perubahan dirasakan pada aspek: perubahan waktu senggang, perubahan aktivitas, perubahan intensitas. Sedangkan pada kategori kedua terbagi menjadi beberapa aspek yakni: merasa perlu update informasi terkait Covid-19, facebook sebagai *warning system*, dan sebagai media eksistensi diri. Bahkan pemenuhan kebutuhan akan informasi mengenai perkembangan COVID-19 di Indonesia dilakukan oleh para informan dalam berbagai aspek, diantaranya: kesehatan (IM, K, DI dan STW), ekonomi (GI, SWK, SY), sosial (semua informan) bahkan politik (DI dan MM).

Aktivitas *Facebook* perempuan selama pandemi COVID-19 memperlihatkan bahwa keberadaan media menjadikan mereka sebagai individu yang aktif dan ingin memenuhi keinginan dalam konteks bermedia dan sosial. Aktivitas-aktivitas tersebut muncul karena perubahan sebagai implikasi dari merebaknya COVID-19 di Indonesia serta menuntut para perempuan melakukan aktivitas baru yang memiliki tujuan yang lahir dengan sendirinya berdasarkan kemauan

dan kebutuhan pribadi. Belum lagi posisi *facebook* yang mengharuskan para pengguna bertanggung jawab atas aktivitas yang dapat dilakukan secara pribadi. Hal serupa disampaikan berdasarkan pernyataan *"It is critical that all substance totaled on a user's Timeline is in connection to that client, so in a sense, a user's character as depicted on Facebook is the "author" of the data on the Timeline, either straightforwardly or by implication*". Witek & Grettano (2012: 245)

Alasan-alasan lainnya juga beorientasi pada hubungan pribadi antara pengguna dan media yang digunakan. Antara lain: (1) Pemenuhan informasi, (2) Identifikasi dan pemenuhan identitas pribadi, (3) menemukan dan memperoleh integrasi dan interaksi sosial dan (4) Sarana hiburan (Mcquail, 2011).

Tema 2: Pengetahuan Perempuan Tentang Hoaks COVID-19

Pada tema kedua ini informan menggambarkan pengetahuan mereka tentang hoaks Covid-19. Pengalaman informan terkait Hoaks Covid dibedakan menjadi dua kategori yakni: kemampuan informan menjelaskan tentang karakteristik informasi/berita dianggap hoaks dan faktor penyebab informasi tersebut dikatakan hoaks. Kategori pertama terdiri dari aspek: judul provokatif, sumber tidak kredibel, tidak disertai gambar, tidak sesuai fakta, narasi bersifat opini, dan link berita tidak jelas. Sedangkan kategori kedua terdiri atas aspek: kecanggihan media, penyalahgunaan media, publik menyukai berita yang sensasional, ketidakmampuan masyarakat mengenali berita hoaks, kampanye hitam, dan rendahnya literasi masyarakat.

Pengalaman-pengalaman selama pandemi COVID-19 pada aktivitas perempuan dalam menggunakan *Facebook* juga membawa mereka berinteraksi dengan berita bohong (hoaks). Para perempuan dalam penelitian ini secara umum dapat memberikan pemahamannya tentang informasi hoaks. Terlihat bahwa perempuan dalam penelitian ini memiliki pengetahuan dasar atas proses identifikasi hoaks, sehingga diyakini dapat mengidentifikasi berita yang akan dikonsumsi terkait pandemi COVID-19. Adapun para perempuan juga

mendekrispsikan mengenai faktor penyebab dan tersebarnya informasi hoaks selama pandemi COVID-19 di *facebook*. Para perempuan menganggap kecanggihan media dan perkembangan media sosial menjadi faktor utama penyebab lahirnya hoaks yang didasari atas penyalahgunaan media oleh para oknum yang memproduksi hoaks. Lebih lanjut, para perempuan memandang masyarakat Indonesia menyukai sensasi dan konten sensasional namun tidak iringi minat baca dan kemampuan pemahaman atas informasi yang dikonsumsi. Serta kampanye hitam diyakini juga menjadi alasan hoaks diproduksi secara masif. Selaras dengan penelitian terdahulu dari Vibriza Jiliswara yang berjudul "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (*Hoaks*) di Media Sosial", yang menyebutkan bahwa faktor utama yang menyebabkan hoaks dapat dengan sangat mudah tersebar di Indonesia adalah karena karakter masyarakat Indonesia yang dianggap belum terbiasa berpendapat dan berdemokrasi secara sehat (Juliswara, 2017). Hoaks yang paling banyak muncul diakui oleh para informan adalah tentang: Data perkembangan pasien terpapar Covid-19, Isu politisasi Covid dan Vaksin Covid-19.

Lahirnya hoaks adalah sebagai bentuk perkembangan dari internet dan kemudahan dalam mengakses *cyberworld*. Dimana di dalamnya berisi berbagai konten negatif, berupa hoaks, ujaran kebencian bahkan radikalisme hingga penipuan (Sulianta, 2020). Permasalahan di atas berbanding terbalik dengan keberadaan hoaks yang sudah cukup menjadi perhatian, yang mana seharusnya setiap orang yang menggunakan media dapat memperhatikan mengenai hoaks dan detail-detailnya secara ilmiah untuk dapat dipelajari. Rojecki and Meraz dalam (Giglietto, 2012). menyatakan *"Among the different sorts of tricky data, gossip has gotten the foremost orderly scholarly consideration".*

Tema 3: Respon Perempuan Terhadap Hoaks *COVID-19*

Seluruh informan mengatakan bahwa pernah terpapar hoaks *COVID-19*. Para informan merasa sering tidak sengaja menjumpai

atau mengakses informasi hoaks karena ‘terjebak’ dari *link* yang dibagikan oleh teman-teman. Sehingga dari pengalaman tersebut membuat para informan harus meluruskan informasi bohong yang telah mereka konsumsi dengan membagikan informasi yang benar menurut mereka dengan tujuan mengklarifikasi hoaks kepada jaringan pertemanan yang ada di facebook informan.

Langkah lainnya adalah dengan menjadikan berita hoaks sebagai bahan diskusi guna mendapatkan kebenaran dari berbagai versi. Namun ada juga yang memiliki kecenderungan individualis dengan mengkonsumsi informasi secara pribadi tanpa berupaya meluruskan atau membenarkan, hal ini diakui oleh informan sebagai langkah cerdas bermedia. Namun sebagian informan melakukan konfirmasi untuk memastikan kebenaran dari berita yang telah dibaca baik dengan teman yang ada di facebook maupun dengan keluarga. Pengalaman perempuan dalam menerima informasi Hoaks Covid-19 (sebagai bentuk respon) adalah: menyangkal, bernegosiasi, klarifikasi, dan konsumsi pribadi.

Tema 4: Kemampuan Literasi Media Di Masa Pandemi

Seluruh informan penelitian mengaku telah melakukan validasi berita yang diduga mengandung hoaks secara sederhana, misalnya dengan kroscek pada relasi di sekitarnya (teman kerja, tetangga dan bahkan keluarga kecilnya). Prilaku ini disadari sebagai bagian dari upaya melakukan cerdas bermedia di media sosial, khususnya facebook. Upaya ini sering dilakukan karena menyadari bahaya penyebaran hoaks yang sangat masif di media sosial, tak terkecuali facebook.

Memiliki pengetahuan, pemahaman dan kemampuan yang beragam tidak menutup mata para informan dalam memandang istilah literasi media secara positif. Para informan memandang bahwa literasi media adalah sebuah hal yang baik dan memiliki tujuan yang positif bagi para pengguna media. Kehadiran istilah literasi media dipercaya berperan penting dalam keberlangsungan penggunaan media khususnya *facebook* dan di masa pandemi COVID-19. Informan

menjelaskan bahwa bahaya terbesar dari situasi pandemic ini adalah Hoaks yang terus dikonsumsi oleh masyarakat.

Literasi media diyakini membawa perubahan yang signifikan bagi setiap pengguna media sosial. Senada dengan pernyataan Darmanto dalam (Ramayanti, 2017) yang mengungkapkan bahwa literasi media merupakan sebuah upaya sadar yang akan membantu seseorang untuk dapat selektif dalam mengakses media baru, menganalisis, kritis, kemampuan mengevaluasi dan responsif dan optimalisasi pemanfataan dari informasi yang diperoleh bagi kehidupannya.

Untuk itu, kemampuan literasi media sangat diperlukan untuk dapat menyikapi maraknya konten hoaks yang bertebaran di masa pandemi COVID-19. Sehingga mampu bertanggungjawab atas seluruh tindakan konsumtif melalui media sosial *Facebook.* Namun berbicara mengenai bagaimana literasi media berperan bagi seseorang ketika telah dimiliki, sebagai bagian dari digital media mencakup dua aspek pada proses pendekatannya. Yaitu pendekatan konseptual dan operasional. Yang masing-masing berfokus pada aspek pengembangan kognitif dan sosial emosional serta kemampuan teknis pada penggunaan media yang tidak terabaikan.

Di Indonesia, hukuman bagi para penyebar hoaks dimana pasal yang diatur dalam Undang-Undang telah diterapkan dalam beberapa tahun terakhir. Terkait berita hoaks atau berita bohong. Pada Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomo 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana yang telah di ubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU19/2006) yang mengatur mengenai penyebaran berita bohong di media elektronik (termasuk sosial media) menyatakan: “Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Pelanggaran yang dilakukan terhadap pasal 28 UU ITE diatas dapat dikenakan sanksi sebagaimana diatur dalamPasal 45A ayat (1) UU 19/2016, yakni: “Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak

menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1 Miliar. Informan berharap literasi media juga berkorelasi terhadap pengetahuan masyarakat tentang sanksi berat yang harus diterima jika berhubungan dengan hoaks. Aturan tersebut layak diterapkan dengan tegas sebagai upaya untuk menutup akses bagi para penyebar hoaks dalam memproduksi berita bohong dan menebar kecemasan, ketakutan, kebencian dan permusahan. Informan juga mengatakan bahwa peran besar perempuan dalam memutus mata rantai hoaks di masa pandemic berkaitan erat dengan posisi perempuan sebagai bagian dari sebuah system social terkecil yakni keluarga. Bahwa keluarga harus berperan besar untuk memberikan Pendidikan literasi media yang baik kepada anak-anak dan anggota keluarga lainnya.

Simpulan

Pengalaman Literasi Media Perempuan dalam menyikapi Hoaks di Masa Pandemi COVID-19 pada Media Sosial *Facebook* adalah:

1. Pandemi COVID-19 telah mengubah aktivitas informan dalam menggunakan *facebook* sebagai media yang memberikan kepuasan dalam mengalihkan situasi selama pandemi.
2. Pengetahuan informan tentang informasi Hoaks COVID-19 dapat dilihat dari bagaimana para informan mampu mengenal informasi hoaks dan penyebabnya. Langkah tersebut sebagai upaya *system warning* bagi informan.
3. Respon perempuan terhadap informasi Hoaks COVID-19 menjadikan informan sebagai pihak yang berupaya memutus mata rantai hoaks. Langkah itu ditempuh dengan melakukan: menyangkal, bernegosiasi, klarifikasi, dan konsumsi pribadi informasi yang berbau hoaks.
4. Kemampuan informan dalam melakukan Literasi Media di era pandemi adalah dengan sikap sederhana yakni berusaha kroscek

pada *reference group* dan melakukan edukasi pada keluarga masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, H., Unggul, U. E., Jeruk, K., Komunikasi, F. I., Jaya, U. B., & Mulya, M. (2019). Kritis melihat tayangan televisi yang layak dikonsumsi (Literasi media TV pada ibu-ibu rumah tangga di Taruma Jaya, Bekasi). *Jurnal Abdimas*, *5*(2).

Christine Daymon, I. H. (2010). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications* (2nd Editio). https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203846544

Fitryarini, I. (2016). Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. *Komunikasi*, *8*(November), 51–67.

Giglietto, F. L. I. (2012). A New Taxonomy for the Study of Misleading Information within the Hybrid Media System. *Jm*, *iv*, 1–55.

Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, *4*(2), 142. https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586

Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika. https://doi.org/Nahkoda Leadership dalam organisasi konservasi

Moekahar, F., & Handayani, B. (2019). Fenomenologi Literasi Media Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Ranah Komunikasi*, *3*, 12–22. https://doi.org/https://doi.org/10.25077/rk.3.1.12-22.2019

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenada Media Group.

Ramayanti, R. (2017). Peranan Literasi Media Digital Dalam Mencegah Penyebaran Hoaks Rory. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi 1*, *1*, 1–15.

Ritonga, N. J. (201 C.E.). Analisis Literasi Media Ibu Rumah Tangga

Dalam Media Parenting Pada Anak Usia Dini Menonton Televisi Di Kecamatan Karang Baru Kabupaten Aceh Tengah Nur. *Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Al Washiliyah Labuhanbatu*, *1*(1), 1–12.

Sulianta, F. (2020). *Literasi Digital, Riset, Perkembangannya & Perspektif Social Studies*. Bandung.

Witek, D., & Grettano, T. (2012). Information Literacy on facebook: an Analysis. RSR, 40 (2) 242-257.

KETEGASAN NEGARA KORELASINYA DENGAN HUKUM ALAM DAN HUKUM TERTULIS

Tomy Michael[1]
Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : tomy@untag-sby.ac.id

Pendahuluan

Semenjak Covid-19 mewabah di sejumlah negara, kata "Corona" atau "Covid-19" kian sering terdengar di telinga masyarakat. Sejauh ini Covid-19 masih menjadi perbincangan di sejumlah negara lantaran kasusnya yang kian meningkat hingga WHO menetapkan virus tersebut menjadi pandemi. Covid-19 merupakan wabah penyakit menular yang sedang melanda berbagai negara tidak terkecuali Negara Indonesia, penularan wabah dari kota hingga desa tidak terlepas dari sasaran untuk penularannya, Covid-19 sendiri pertama kali muncul di Wuhan, Cina pada tanggal 31 Desember 2019 yang mana wabah tersebut merambah dengan cepat ke berbagai negara tidak terkecuali Negara Indonesia. Wabah ini sudah banyak merenggut nyawa manusia di berbagai negara, orang yang terpapar virus tersebut akan mengalami beberapa gejala diantaraya suhu tubuh diatas 38°C, demam, hingga sesak nafas. Lanjut usia menjadi sasaran empuk bagi Covid-19, karena imunitas tubuh yang sudah tidak kuat.(Riyadi, n.d.)

Wuhan adalah kota terbesar ketujuh di Tiongkok, dengan populasi lebih dari 11.000.000a orang. Kota ini merupakan pusat transportasi utama di Tiongkok bagian tengah, yang terletak sekitar 700 mil (1.100 km) di sebelah Selatan Beijing, 500 mil (800 km) di sebelah Barat Shanghai, dan 600 mil (970 km) di sebelah Utara Hong Kong. Bandar

Udara Wuhan memiliki penerbangan langsung ke berbagai kota besar di Eropa: enam kali penerbangan mingguan ke Paris, tiga kali ke London, dan lima kali ke Roma.

Pada bulan Desember 2019, terjadi sekelompok kasus "radang paru-paru (pneumonia) yang tidak diketahui penyebabnya" yang dihubungkan dengan Pasar Grosir Makanan Laut Huanan. Pasar ini memiliki ribuan kios yang menjual berbagai hewan, seperti ikan, ayam, burung pegar, kelelawar, marmut, ular berbisa, rusa bintik, dan binatang liar lainnya. Setelah virus corona diketahui sebagai penyebab penyakit ini, kecurigaan pun muncul bahwa virus corona baru ini bersumber dari hewan. Sebagian besar virus corona bersirkulasi di antara hewan, tetapi enam spesies di antaranya berevolusi dan mampu menginfeksi manusia, seperti yang terlihat pada Sindrom Pernapasan Akut Berat (SARS), Sindrom Pernapasan Timur Tengah (MERS), dan empat virus corona lain yang menyebabkan gejala pernapasan ringan seperti pilek.

Corona virus termasuk virus yang menyerang saluran pernapasan. Virus yang berhubungan dengan infeksi pada saluran pernapasan akan menggunakan sel *epitel* dan mukosa saluran napas sebagai target awal dan menyebabkan infeksi pada saluran pernapasan atau kerusakan organ. Virus corona merupakan virus RNA rantai tunggal dan rantai positif yang masuk keluarga *coronaviridae* yang dibagi menjadi subfamili menurut serotip dan genotip karakteristik yang meliputi a, β, γ dan δ.(WHO, 2020)

Corona virus pada umumnya menyerang hewan khususnya kelelawar dan unta. Corona virus mempunyai sampul (*enveloped*), dengan partikel bulat dan seringkali berbentuk *pleomorfik*. Dinding corona virus dilapisi oleh protein S sebagai protein antigenik utama yang dapat berikatan dengan reseptor yang ada di tubuh hostnya. Terdapat enam jenis corona virus yang ditemukan di saluran napas pada manusia yaitu 229E, NL63 dari genus Polygonum, OC43 dan HPU dari genus beta, Middle East Respiratory Syndrome-associated Corona virus (MERSCoV), and Severe Acute Respiratory Syndrome-associated Corona virus (SARS-CoV). Corona virus jenis baru atau

SARS-CoV2 penyebab Covid-19 dapat diklasifikasikan dalam kelompok beta corona virus yang menyerupai SARS-CoV dan MERS-CoV tetapi tidak sama persis.(Wang et al., 2020)

Corona virus pada kelelawar merupakan sumber utama yang menyebabkan Middle East Respiratory Syndrome-associated Corona virus (MERS-CoV) dan Severe Acute Respiratory Syndrome-associated Corona virus. Corona virus sensitif terhadap panas, dengan suhu 56°C selama 30 menit dinding lipid dapat dihancurkan.(Indonesia, 2020) Alkohol 75%, klorin mengandung desinfektan, asam peroksiasetat dan klorform juga dapat melarutkan lipid corona virus. Menurut Van Doremalen menyebutkan bahwa corona virus lebih stabil pada plastik dan *stainless steel* >72 jam dibandingkan tembaga (4 jam) dan kardus (24 jam).(van Doremalen et al., 2020) Keenamnya dapat menular dari manusia ke manusia. Pada tahun 2002, dengan musang sebagai sumber virus, wabah SARS dimulai di Daratan Tiongkok dan menjalar hingga ke Kanada dan Amerika Serikat dengan bantuan beberapa penular super dan adanya penerbangan internasional. Akibatnya, lebih dari 700 orang meninggal di seluruh dunia. Kasus SARS terakhir dilaporkan pada tahun 2004. Pada saat itu, pemerintah Tiongkok dikritik oleh WHO karena bersikap lamban dalam menangani virus tersebut.

Sepuluh tahun setelah SARS, penyakit virus corona terkait unta Arab, yaitu MERS, mengakibatkan lebih dari 850 orang meninggal di 27 negara. Wabah virus corona dari Wuhan dikaitkan dengan pasar yang menjual hewan untuk dikonsumsi, sehingga penyakit tersebut diduga berasal dari hewan. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa wabah virus corona baru akan mirip dengan wabah SARS. Kekhawatiran tersebut diperburuk oleh adanya perkiraan bahwa sejumlah besar wisatawan akan berlibur pada Tahun Baru Imlek, yang dimulai pada 25 Januari 2020.

Hal itu disebut sebagai efek dalam jangka panjang dari infeksi Covid-19 dan penderita akan menurun fungsi paru-parunya sebanyak 20% sampai 30% setelah melewati serangkaian pemulihan. Selain paru-paru ternyata ginjal juga bisa terdampak, penderita Covid-19

dengan persentase 25% sampai 50% mengalami gangguan pada ginjal. Penyebabnya adalah protein dan juga sel darah merah akan cenderung lebih banyak. Dengan persentase 15% juga pasien Covid-19 cenderung turun fungsi penyaringan pada ginjalnya, serta penyakit ginjal akut juga bisa saja menjadi masalah lain yang akan diderita oleh orang yang terinfeksi Covid-19.

Dengan terdapatnya pandemi tersebut, negara sudah memberi himbauan-himbauan pada warga untuk menghindari penularan virus tersebut. Himbauan dikeluarkan oleh segala tingkatan mulai dari pemerintah pusat, kepolisian sampai pemerintah desa. Himbauan yang berbentuk larangan, anjuran serta lain-lain diterbitkan dengan tujuan supaya warga mematuhinya. Himbauan yang ada semacam larangan beribadah di tempat ibadah ataupun keramaian, larangan buat tidak keluar rumah, larangan mengumpulkan massa, anjuran mengenakan masker, anjuran selalu cuci tangan, pemberlakuan *physical distancing* serta sebagainya. Tetapi fakta hukumnya, banyak warga yang tidak mematuhi ataupun melanggar himbauan tersebut. Menjadi pertanyaan tersendiri ketika himbauan dalam penegakan hukum dibandingkan dengan norma dalam peraturan perundang-undangan.

Pembahasan

Petunjuk hidup bernegara merupakan ideologi yang harus diikuti seluruh warga negara didalamnya dan siapapun yang terkait dengannya. Pertentangan yang muncul yaitu tidak seluruhnya berkenan mengikuti ideologi bangsa namun cenderung menjadikan ideologi sebagai batasan bertindak penuh kebaikan bagi masyarakat atau melanggengkan kekuasaan. Ideologi diartikan sebagai ruang "pemberontakan" bagi apa yang sudah dinormakan negara. Artinya pemegang kekuasaan adalah kekuasaan eksekutif yang bisa berupa raja, ratu, presiden ataupun panglima perang. Hal ini akan menjadikan perubahan mendasar akan hakikat dari ideologi sendiri. Dikatakan Sergey Viktorovich Korolev bahwa beberapa positivis hukum terkejut karena adanya dukungan hukum untuk digunakan sebenarnya dalam "rule of law". Hal ini menjadikan peran sosial prerogatif pembuatan

undang-undang dari sebuah badan legislatif nasional lebih aktif. (Korolev et al., 2021) Apabila dikaitkan dengan keadaan Indonesia saat ini dalam melakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berasal dari kebijakan negara, mengacu pada Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 01 Tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Untuk Pengendalian Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) bahwa

> "Menindaklanjuti penjelasan kebijakan Pemerintah dalam rangka pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) yang bertujuan untuk keselamatan rakyat, diantaranya melalui konsistensi kepatuhan protokol kesehatan Covid-19 dan pengaturan pemberlakuan pembatasan kegaiatn masyarakat. Mencermati perkembangan pandemi Covid-19 yang terjadi akhir-akhir ini, dimana beberapa negara di dunia telah melakukan pembatasan mobilitas masyarakat, dan dengan adanya varian baru virus Covid-19, diperlukan langkah-langkah pengendalian pandemi Covid-19. Langkah-langkah pengendalian pandemi Covid-19. Langkah-langkah yang telah dilakukan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dengan menerbitkan sejumlah peraturan yang berdasarkan Pasal 7 dan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, termasuk dalam kategori "peraturan perundang-undangan" baik berupa Peraturan Pemerintah, Peraturan Presiden, Peraturan Menteri, Peraturan Daerah, Peraturan Kepala Daerah, dan sejumlah kebijakan baik dalam bentuk Instruksi maupun Surat Edaran dalam rangka penanganan pandemi Covid-19."

Melihat argumen diatas bahwa PPKM dilaksanakan tanpa adanya keinginan negara secara tegas dalam mengurangi Covid-19 artinya hanya sebatas awal pengendalian yang lebih mengutamakan identitas peraturan perundang-undangannya. Tokoh aliran studi hukum kritis

mengatakan bahwa komunikasi harus menjadi kesadaran tersendiri karena ada perbedaan makna komunikasi secara umum dan komunikasi hukum. Komunikasi umum adalah tindakan dengan konsekuensi, dan terdiri dari ujaran performatif dengan efek pada akhirnya menghalangi beberapa kesalahpahaman umum tentang hak atas kebebasan berbicara dan penerapan prinsip-prinsip kerugian atau pelanggaran.(Mazzola, 2020) Jika ini berlaku untuk hukum secara umum, maka harus lebih berpegang pada prinsip abstrak dan fundamental seperti kebebasan berekspresi atau kebebasan berbicara (mengingat kesulitan dalam membedakan ucapan dari ekspresi). Kejelasan demikian akan berlaku baik ketika masyarakat bisa memahami mana yang termasuk komunikasi umum dan mana yang termasuk komunikasi hukum.

Komunikasi di tahun sebelum reformasi dan sesudah reformasi mengalami perubahan signifikan karena adanya pergeseran kekuasaan dari eksekutif ke legislatif. Memberi ruang kepada Dewan Perwalikan Rakyat (DPR) sebagai lembaga legislatif dan Presiden sebagai eksekutif untuk merumuskan undang-undang. Dengan demikian, berarti peraturan perundang-undangan yang dirumuskan merupakan manifestasi dari interaksi dan persaingan di antara beberapa kepentingan politik. Hal ini juga menunjukkan supremasi hukum dibentuk sebagai kontes kekuatan politik yang menyebabkan tidak tercerminnya unsur keadilan, kebenaran, dan moralitas dalam undang-undang tersebut dan ketidakefektifan dalam penerapannya. Hukum digambarkan sebagai teks-teks normatif yang disusun dalam tanda-tanda linguistik teknis dan khas yang diakui berbeda. Namun, itu berisi pesan untuk memuaskan kepentingan pelobi lebih dari masyarakat umum.(Hangabei et al., 2020) Selain itu, teks perundang-undangan dengan posisi dominannya dalam sistem hukum nasional ditafsirkan menurut doktrin positivis dalam tubuh peradilan semantik untuk mengasingkan keinginan masyarakat umum untuk interpretasi yang lebih substantif dari segala bentuk proses pemberdayaan hukum.

Dalam menanggulangi virus tersebut, pemerintah seolah- olah kewalahan. Dari segi warga yang tidak sering masih banyak

melangsungkan interaksi diluar rumah, menyelenggarakan perkumpulan, dan tidak mengenakan masker sesuai himbauan pemerintah mengharuskan pemerintah untuk memberikan sanksi kepada warga yang melanggar, dengan tidak tanggung-tanggung sanksi yang diberikan merupakan sanksi pidana, semacam halnya. tujuan daripada pemberian sanksi merupakan memberikan rasa jera pada pelanggarnya.

Dalam Pasal 93 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan (UU No. 6-2018) disebutkan jika para pelanggar kekarantinaan kesehatan dipidana penjara paling lama satu tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah). Alasan ini, penerapan sanksi tak sesuai dengan asas *ultimum remedium* (hukum pidana menjadi upaya terakhir penegakan hukum).(*Penjara 1 Tahun Bagi Pelanggar PSBB Saat Corona Dinilai Berlebihan - Tirto.ID*, n.d.)(*Penjara 1 Tahun Bagi Pelanggar PSBB Saat Corona Dinilai Berlebihan - Tirto.ID*, n.d.)

> *"As a Latin terminology, (though some say that it does not have historical relation with Romanic law), in Dutch, ultimum remedium means het laatste redmiddel or Last resort. It is said that the concept of ultimum remedium was at the first time appeared in Dutch Parliament hearing in 1880 when Modderman, Justice Minister answering member of parliament about Dutch Criminal Code. He said that criminal law had to be the last resort in anticipating various problems in society. In Indonesia, the ultimum remedium always appears in discussing the function of criminal law. There are some former Indonesia criminal law scholars that had discussed the ultimum remedium such as Soedarto and Ruslan Saleh in their books. They seems to agree that the ultimum remedium was as the guidance in law making process that criminal law should be the last choice in responding to wrongful Conduct. However, current criminal law scholars perceive that the ultimum remedium is not only limited to the law making process but also in law enforcement.*

Even though it is accepted that the ultimum remedium become one of principle in criminal, in practice it seems that in legislation it does not fully considered. It is proved from the increasing number of special criminal law enacted. The second classification is that laws that also contain special procedure or criminal law agencies. There are also regulations regarding civil or administration measures. In custom and duty violation for example, the official give priority to take administrative procedure before criminal procedures. Some investigators even may terminate the investigation as long as the offenders are willing compensation to states loss due to violation."(Yoserwan et al., 2019)

Maklumat Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor Mak/2/III/2020 tentang Kepatuhan Terhadap Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Penyebaran Virus Corona (Covid-19) (Maklumat Polri No. 2 Tahun 2020) yang diterbitkan 19 Maret 2020 dengan alasan "*salus populi suprema lex esto*" yakni "keselamatan rakyat merupakan hukum tertinggi" merupakan himbauan untuk masyarakat agar tidak melakukan kegiatan yang mengumpulkan orang dalam jumlah banyak, baik ditempat umum maupun di lingkungan sendiri, yang mana himbauan tersebut juga merupakan tangan panjang dari kebijakan Pemerintah yang ada. Namun, apabila masyarakat tetap melanggar dengan tidak mengindahkan himbauan dari Kepolisian/ aparat untuk tidak berkerumun atau berkumpul bisa dikenakan sanksi pidana dengan pasal berlapis mulai Pasal 212, Pasal 216, dan Pasal 218 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) hingga Pasal 14 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular (UU No. 4 Tahun 1984) dan Pasal 93 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan (UU No. 6 Tahun 2018). Dengan adanya sanksi yang diberikan tersebut, maka akan mengikat masyarakat sebagai pelanggar himbauan tersebut, dan itu dirasa kurang efektif dengan keadaan atau situasi yang sedang terjadi.

Makna Hukum Alam Dalam Bernegara

Seringkali adat menjadi cara masuk untuk memahami hukum, di Indonesia sendiri, adat adalah bagian dari hukum yang menunjukkan identitas bangsa. Pertanyaan yang muncul apakah hukum adat bersifat tegas? Pada perkembangannya, adat adalah perpaduan antara fakta hukum yang telah dinormakan eksistensinya mendahului hukum tertulis. Hukum tertulis yang muncul adalah uraian mendalam dari adat di Indonesia dan ketika hukum tertulis sudah diundangkan maka adat didalamnya dan bisa juga berjalan sendiri. Artinya tidak seluruh keputusan berdasarkan hukum tertulis namun bisa dialihkan ke adat. Tokoh David Hume, Edmund Burke, Friedrich C. von Savigny, Henry S. Maine, James C. Carter dan Friedrich Hayek menegaskan bahwa hukum "lebih tua dari undang-undang" dan bahwa hukum dalam beberapa hal "setara dengan masyarakat." Bagi Hayek, hukum hanyalah “aturan yang mengatur perilaku manusia”. Konsep “hukum adat” itu sendiri terkadang terlalu berlebihan. Lebih jauh, bertentangan dengan kesan yang diberikan oleh Hayek (1973) dan lainnya, sistem hukum *common law* lebih dari sekadar kebiasaan, tentu melibatkan peradilan yang dilembagakan. Umumnya, mekanisme adat tidak cukup untuk menjelaskan kepatuhan terhadap sistem hukum nasional yang kompleks. Di mana “hukum adat” lazim, sering dikaitkan dengan keterbelakangan politik-ekonomi dan kegagalan atau keterpencilan sistem hukum negara. Ketika berhadapan dengan kapitalisme modern, hukum adalah masalah kekuasaan negara; hukum adat tersendiri hanya mendominasi di bagian-bagian yang tidak terjangkau oleh negara, seperti di daerah-daerah terpencil. Pelebaran dan perkembangan kapitalisme telah membantu proses yang meliputi ini. Pihak-pihak dalam kontrak merasa lebih mudah untuk tunduk pada otoritas hukum tunggal yang berkuasa.(Deakin et al., 2017)

Pada faktanya eksistensi adat menjadi beban negara dalam menerapkan norma hukumnya seperti peniadaan hutan adat untuk konservasi, pelegalan perkawinan dengan adanya paksaan mahar ataupun penyelesaian tindak pidana yang cenderung pada Kitab Undang-Undang Hukum Pidana misalnya. Dalam pemahaman

demikian, adat sebetulnya bermula dari hukum alam. Terdapat dualisme pengertian hukum alam dan hukum kodrat. Dimana hukum alam mengarah pada akhir dari hukum kodrat karena ia berasal dari *eternal law* yang abadi. Sementara hukum kodrat adalah kerelatifan hukum alam yang sebetulnya alam yang menentukan bagaimana manusia memiliki kodrat.

> *"there was no such thing as a New Spirit of Capitalism in the sense that people would have had to acquire a new way of thinking in order to be able to transform a feudal economic world into a wholly different capi-talist one"* (Santori, 2021)

Tetapi aturan moral memperoleh kepastiannya secara alamiah, bahkan jika hal tersebut tidak pernah dimasukkan dalam norma hukum. Saat ini ada tiga tingkatan: untuk beberapa yang paling pasti, dan begitu jelas sehingga tidak perlu diumumkan; seperti perintah-perintah kasih Allah dan sesama kita, dan yang lainnya seperti tujuan dari perintah-perintah itu; karenanya tidak seorang pun dapat memiliki penilaian yang salah tentang hukum alam.(Smith, 2020)

Beberapa kritikus hukum kodrat berpendapat bahwa hukum kodrat melakukan apa yang kadang-kadang disebut "kekeliruan naturalistik", bahwa para pendukungnya secara keliru mencoba menurunkan "keharusan" dari "adalah," kesimpulan anormatif dari premis faktual. Artinya ketika negara bernalar akan memberlakukan PKKM dengan harapan Covid-19 maka hal tersebut menjadi otokritik. Dalam pemahaman demikian, hukum kodrat cenderung pada kesimpulan bahwa seseorang tidak boleh dengan sengaja bertindak bertentangan dengan mereka. Meskipun memang benar bahwa kadang-kadang keliru untuk mencoba menarik kesimpulan anormatif. dari premis faktual — misalnya, tidak memakai masker adalah legal di beberapa negara oleh karena itu kita menolak memakai masker — ini tidak selalu terjadi. Untuk satu hal, "fakta" yang digunakan oleh ahli teori hukum alam tertanam dalam pandangan dunia teleologis, di mana semua makhluk hidup memiliki kodrat yang memberi tahu kita apa yang baik untuk mereka serta kecenderungan yang menggerakkan makhluk-makhluk ini ke tujuan yang baik itu. Pohon muda di halaman

belakang Anda, misalnya, diperintahkan untuk menjadi pohon ek dan dengan demikian ia memiliki kecenderungan untuk melakukan fotosintesis dan menyerap mineral dari tanah untuk tujuan itu. Karena kita tahu sifat pohon muda itu, kita tahu bahwa menjadi pohon ek adalah kesempurnaan sifatnya dan karenanya baik untuk itu.(Beckwith, 2021)

Perspektif lain, hukum kodrat berpendapat bahwa kehidupan manusia diarahkan pada hal intrinsik tertentu yang sesuai dengan kodrat kita. Keterlibatan kita dengan hal ini diatur oleh kapasitas manusiawi kita untuk refleksi dan dengan demikian oleh apa yang oleh 'para ahli teori hukum alam baru', seperti Germain Grisez dan John Finnis, sebut sebagai 'prinsip-prinsip kewajaran praktis'. Oleh karena itu, pertanyaan sentral yang dihadapi teori hukum kodrat adalah dari mana asal mula dan prinsip ini. Ini sering muncul, pada pembacaan santai para ahli teori hukum alam klasik dan kontemporer, seolah-olah mereka muncul entah dari mana. Hukum alam disajikan seolah-olah turun dari langit —satu set prinsip abadi dan tidak berubah yang diterima sepenuhnya terbentuk dari atas. Hukum alam secara historis diperluas yang mana manusia sebagai makhluk sejarah menemukan cara terbaik untuk hidup berkembang dan memenuhi kehidupan dalam berbagai lingkungan yang berbeda—dan kurang lebih menantang—alam, sosial dan ekonomi.(Crowe, 2021) Proses demikian tidak bisa diperoleh secara instan tetapi adanya komunitas yang memiliki kontrak sosial sama. Dalam waktu ke waktu, aturan hukum alam merupakan produk dari proses evolusi sosial dan penemuan manusia yang berlangsung selama beberapa generasi.

Dalam teori hukum alam baru yang bertahan terus akhirnya mencapai pencapaian signifikan dalam domain etika dasar,etika terapan, filsafat politik dan hukum, filsafat tindakan, dan penafsiran ulang atas pemikiran St. Thomas Aquinas. Ketika domain etika menjadi ranah publik maka segala kepentingan akan menjadi wacana yang harus diselesaikan. Negara tidak lagi berhak mengatur sebetulnya. Namun ketika melihat penerapan PPKM terdapat peraturan perundang-undangan yang mengatur cara penggunaan

masker. Ketika penggunaan masker menjadi ranah publik maka kegiatan itu mencerminkan ketidaktegasan negara dalam bertindak karena masker adalah kebutuhan individu. Membedakan cara penggunaan masker dan kewajiban menggunakan masker adalah domain berbeda.

Kewajiban menggunakan masker adalah bagaimana sikap negara dalam bertindak agar warganya tidak terkena Covid-19 dan cara penggunaan masker adalah kebiasaan universal yang telah diketahui secara baik oleh setiap orang. Pemahaman demikian menimbulkan kritik karena muncul pemisahan hukum alam tradisional mengenai masker dan teori hukum alam baru. Keduanya hanya terkait praktis atau tidak praktis dimana negara seolah-olah hanya berpikir praktis bahwa mengatur cara penggunaan masker bisa melepaskan diri dari Covid-19. Sebaliknya ketika hukum alam dimaknai sebagai kebebasan individu maka negara bisa menyelesaikan kasus tersebut dan negara hanya bertugas secara normatif agar masker tepat digunakan. Banyak pemikir percaya bahwa teori hukum alam baru meremehkan atau mengabaikan peran yang dimainkan Tuhan dalam etika.

Mempertimbangkan bentuk pemerintahan adalah hal terbaik sebelum mempertimbangkan hukum yang berlaku. Dalam kebanyakan kasus, perbedaan muncul sebagai konsekuensi dari sejarah dan tradisi suatu bangsa. Beberapa negara, seperti Amerika Serikat, memiliki konstitusi yang menolak monarki. Contoh lainnya negara Jerman yang melarang "simbol ekstremis". Di beberapa masyarakat, hukuman mati diperbolehkan. Di semua masyarakat, pembunuhan, pencurian, pemerkosaan, dan pemberontakan adalah pelanggaran hukum pidana, meskipun ada ketidaksepakatan tentang definisi dan derajat yang tepat serta apa yang merupakan hukuman yang tepat. Intinya adalah bahwa semua hukum manusia yang sah—bahkan dalam keragamannya yang luas—mencerminkan hukum kodrat sejauh ini merupakan upaya untuk mengakui dan melindungi barang-barang yang diperintahkan kepada kita. Pertimbangkan sekarang masalah aborsi yang diperebutkan. Seringkali terpikirkan bahwa sisi-sisi yang berbeda dalam perdebatan ini memiliki pandangan moral yang sangat berbeda.

Contohnya Fulvio Di Blasi menyatakan, “Tidak ada peran Tuhan dalam teori hukum alam yang baru” dan Stephen Long menulis tentang teori hukum alam baru yang melibatkan "negasi dari karakter teonomis yang esensial dari hukum kodrat". Kritik semacam itu sering dipicu oleh klaim tajam John Finnis dalam hukum alam dan hak alam bahwa niatnya untuk menawarkan "sketsa yang agak rumit tentang teori hukum alam tanpa perlu mengiklankan pertanyaan tentang keberadaan atau sifat atau kehendak Tuhan". Namun Finnis terus menawarkan refleksi filosofis tentang topik-topik itu, dan dia yakin refleksi itu jauh dari mubazir. Secara khusus, kekhawatiran tentang makna tertinggi dan poin moralitas lebih lanjut memerlukan penyelidikan tentang keberadaan penyebab yang tidak disebabkan yang sifatnya sangat pribadi, dan yang oleh karena itu mungkin telah menyampaikan undangan kepada manusia untuk masuk ke dalam hubungan pribadi dengan makhluk itu.

Teori hukum alam barumengabaikan atau "tidak memiliki peran untuk" Tuhan tentu saja tidak beralasan. Jika norma ini harus sepenuhnya menjadi pedoman tindakan, tetap harus mengidentifikasi jenis tindakan di mana kerusakan pada contoh barang dasar dimaksudkan. Misalnya bermaksud membunuh orang lain berarti bermaksud merusak kemaslahatan hidup manusia; oleh karena itu, merencanakan kematian manusia lain selalu dan di mana-mana salah. Para ahli teori hukum alam baru telah membuat kasus serupa untuk kesalahan mutlak dari kebohongan, penyiksaan, pemerkosaan, dan perbudakan. Dalam setiap kasus, jika benar-benar salah bahwa perbuatan itu dilakukan kepada orang lain, maka orang lain itu mempunyai hak mutlak bahwa perbuatan itu tidak dilakukan kepadanya. Hak-hak mutlak tersebut, khususnya, tidak mencakup tuntutan terhadap setiap dan semua bentuk kerugian yang ditimbulkan sebagai akibat implikasi hukum.(Tollefsen, 2021).

Ketegasan Negara Dalam PPKM

Mengacu pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 bahwa Indonesia adalah negara

hukum. Definisi demikian jika diartikan secara lugas berarti Indonesia adalah negara hukum. Artinya apakah segala sesuatunya berdasarkan hukum? Ketika segala sesuatunya berdasarkan hukum maka hukum yang dibuat penguasa tanpa memperhatikan masyarakatnya juga termasuk di bagian dalamnya. Kecenderungan ini juga selaras dengan apa yang diinginkan masyarakat bawha terjadi sikap homo homini lupus, mereka juga ingin menjadikan negara berdasarkan hukum mereka sendiri. Dalam konsep demikian seringkali negara Indonesia adalah negara hukum bisa bermakna sangat bias. Kekerasan dalam masyarakat sering muncul sebagai upaya menunjukkan sikap ketidakpuasan mereka dengan cara-cara tertentu sebagai bagian dari ketidakadilan yang dilakukan oleh penguasa, baik itu pejabat ataupun sekelas kepala negara (Presiden). Hal ini dapat terjadi karena kebuntuan yang timbul dari lemahnya sistem demokrasi pada suatu negara akibat terlalu kuatnya kekuasaan penguasa atau kepala negara.

Mengacu pemikiran Harvey Walker dan Richard E Neustadt bahwa menjadi presiden merupakan pencarian jati diri seseorang sehingga seorang presiden hanya terletak pada kapasitas pribadinya. Kemampuan presiden ini menjadi kuat ketika dalam sistem pemerintahan suatu negara didukung oleh orang-orang yang sejalan dengan tindakannya (Walker & Neustadt, 1960) Kekuasaan eksekutif dalam konstitusi dibiarkan ambigu dan kurang didefinisikan. Para pihak lawan mempertanyakan klaim presiden atas kekuasaan eksekutif dan perang yang melekat. Sudahkah presiden dan bawahannya mentaati konstitusi dan berpegang teguh pada hukum dan hukum? Sudahkah masyarakat anti hukum dan pengadilan menafsirkan dengan tepat klausul konstitusional, terutama yang berhubungan dengan kekuatan perang? Gagasan bahwa konstitusi adalah basis kekuasaan bagi pejabat pemerintah dan bahwa menafsirkan konstitusi adalah tindakan politik (PIOUS, 2007)

Ketegasan negara tidak selalu dengan pidana namun cenderung pada sikap personal pemimpin. Sikap ini juga terkait dengan adanya perilaku korupsi dalam mengatasi permasalahan Covid-19. Dikatakan Marcus Mietzner bahwa ketika ada klaim untuk rakyat biasa melawan

elit korup, dan menyatakan tidak memerlukan lembaga perantara untuk mengidentifikasi kebutuhan rakyat. Secara ideologis, mereka dapat ditempatkan di ujung kiri atau kanan spektrum politik, tetapi di negara-negara yang tidak memiliki spektrum seperti itu, mereka sering menggunakan pengidentifikasi agama, kelas, atau regional juga untuk membangun merek spesifik mereka.(Mietzner, 2020) Pemahaman demikian akan menjadikan ketegasan cenderung mengarah pada penyelesaian yang menegasikan hal lainnya.

Suatu hukum dapat dikatakan efektif jika memenuhi beberapa kriteria sebagaimana yang telah banyak dirumuskan oleh para sosiolog dan pakar hukum. Diantaranya apa yang telah dirumuskan oleh Lon Fuller, antara lain

a. Harus ada iperaturannya terlebih idahulu;
b. Peraturan itu harus diumumkan;
c. Peraturan itu tidak boleh berlaku surut;
d. Perumusan peraturan harus dapat dimengerti oleh masyarakat luas;
e. Hukum tidak boleh meminta dijalankannya hal-hal yang tidak mungkin;
f. Diantara sesama peraturan tidak boleh terdapat pertentangan satu sama lain
g. Peraturan harus tetap dan tidak boleh sering diubah-ubah;
h. Harus terdapat kesesuaian iantara tindakan para pejabat hukum dengan peraturan yang itelah dibuat. Kendatipun demikian, sebaik iapapun hukum yang dibuat pada akhirnya sangat ditentukan oleh budaya hukum yang berupa nilai, pandangan serta sikap dari masyarakat yang bersangkutan. Jika budaya hukum diabaikan, maka dapat idipastikan iakan terjadi kegagalan dari sistem hukum modern yang ditandai dengan munculnya berbagai gejala seperti, kekeliruan informasi mengenai isi peraturan hukum yang ingin disampaikan kepada masyarakat, muncul perbedaan antara apa yang dikehendaki oleh undang-undang dengan praktek yang dijalankan oleh masyarakat. Masyarakat lebih memilih untuk tetap bertingkah laku sesuai dengan apa yang telah menjadi nilai-nilai dan pandangan dalam kehidupan mereka.

Daniel S.Lev kemudian menjelaskan tentang sistem hukum dan budaya hukum, dimana menurutnya sistem hukum itu menekankan pada prosedur, sedangkan budaya hukum sendiri terdiri dari 2 komponen yaitu:

a. Nilai-nilai hukum prosedural yang berupa cara-cara pengaturan masyarakat dan manajemen konflik;
b. Nilai-nilai hukum substansial yang berupa iasumsi-asumsi fundamental mengenai distribusi maupun penggunaan sumber-sumber di dalam masyarakat, terutama mengenai apa yang adil dan tidak adil menurut masyarakat. (W et al., 2020)

Nilai-nilai ini terkait juga kesejahteraan sosial adalah sistem terorganisir dari layanan dan institusi sosial, yang dirancang untuk membantu individu dan kelompok untuk mencapai standar hidup dan kesehatan yang memuaskan, dan hubungan pribadi dan sosial. yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan kapasitas mereka sepenuhnya dan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka selaras dengan kebutuhan keluarga mereka dan masyarakat yaitu bahwa kesejahteraan sosial adalah sistem terorganisir dari layanan dan lembaga sosial, yang dimaksudkan untuk membantu individu dan kelompok untuk mencapai taraf hidup dan kesehatan yang memuaskan, serta hubungan pribadi dan sosial yang memungkinkan mereka mengembangkan segala kemampuan dan meningkatkan kesejahteraan selaras dengan kebutuhan masyarakat.

Simpulan

Pada akhirnya ketegasan negara korelasinya dengan hukum alam dan hukum tertulis seringkali tidak konsisten artinya ketika negara tegas maka seharusnya ada pemberian sanksi yang rasional. Pemberian sanksi bukan menjadi penghalang namun lebih mengarahkan apa yang dikehendaki negara. Dalam hal ini keika ketegasan itu ada maka keadilan hukum dan kesehatan masyarakat akan tercapai dengan baik dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

Beckwith, F. J. (2021). Catholicism and the natural law: A response to four misunderstandings. *Religions*, *12*(6). https://doi.org/10.3390/rel12060379

Crowe, J. (2021). Is Natural Law Timeless? *Bond Law Review*. https://doi.org/10.53300/001c.18651

Deakin, S., Gindis, D., Hodgson, G. M., Huang, K., & Pistor, K. (2017). Legal institutionalism: Capitalism and the constitutive role of law. *Journal of Comparative Economics*, *45*(1), 188–200. https://doi.org/10.1016/j.jce.2016.04.005

Hangabei, S. M., Dimyati, K., Absori, A., & Surbakti, N. (2020). The Ideology of Law: Its Reflection in the Legal Products of Indonesia. *Varia Justicia*, *16*(1), 48–58. https://doi.org/10.31603/variajusticia.v16i1.3091

Indonesia, P. D. P. (2020). *Panduan Praktik Klinis Pneumonia COVID-19 Berat Tanpa Komplikasi*.

Korolev, S. V., Sangadzhiev, B. V., Sangadzhieva, K. V., Khalatyan, R. F., & Koroleva, L. A. (2021). The phenomenon of judge law or the "Hohfeld case" revisited. *SHS Web of Conferences*, *118*, 02014. https://doi.org/10.1051/shsconf/202111802014

Mazzola, D. (2020). Free Speech and Ideology: Society, Politics, Law. *Javnost*, *27*(4), 325–336. https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1843848

Mietzner, M. (2020). Populist Anti-Scientism, Religious Polarisation, and Institutionalised Corruption: How Indonesia's Democratic Decline Shaped Its COVID-19 Response. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, *39*(2), 227–249. https://doi.org/10.1177/1868103420935561

Penjara 1 Tahun bagi Pelanggar PSBB Saat Corona Dinilai Berlebihan - Tirto.ID. (n.d.). Retrieved July 18, 2021, from https://tirto.id/penjara-1-tahun-bagi-pelanggar-psbb-saat-corona-dinilai-berlebihan-eL4S

PIOUS, R. M. (2007). Inherent War and Executive Powers and Prerogative Politics. *Presidential Studies Quarterly*. https://doi.org/10.1111/j.1741-5705.2007.02585.x

Riyadi, R. (n.d.). Akibat Hukum Terjadinya Wabah Covid-19 Dengan Di Berlakukannya Pasal 28 Angka 8 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 Terkait Pengalokasian Anggaran Dana Desa. *Volume 27, Nomor 2, Januari 2021, Jurnal Dinamika, Universitas Islam Malang*.

Santori, P. (2021). Thomas aquinas and the civil economy tradition: The mediterranean spirit of capitalism. In *Thomas Aquinas and the Civil Economy Tradition: The Mediterranean Spirit of Capitalism*. Taylor and Francis. https://doi.org/10.4324/9780429355240

Smith, R. B. (2020). Thomas Aquinas and Irenaeus on the divine and natural law. In *Biblica et Patristica Thoruniensia* (Vol. 13, Issue 2, pp. 175–187). Uniwersytet Mikolaja Kopernika. https://doi.org/10.12775/BPTh.2020.007

Tollefsen, C. (2021). God, new natural law theory, and human rights. *Religions*, *12*(8). https://doi.org/10.3390/rel12080613

van Doremalen, N., Bushmaker, T., Morris, D. H., Holbrook, M. G., Gamble, A., Williamson, B. N., Tamin, A., Harcourt, J. L., Thornburg, N. J., Gerber, S. I., Lloyd-Smith, J. O., de Wit, E., & Munster, V. J. (2020). Aerosol and Surface Stability of SARS-CoV-2 as Compared with SARS-CoV-1. *New England Journal of Medicine*, *382*(16). https://doi.org/10.1056/nejmc2004973

W, D. B., Sudarsono, S., Safa'at, R., & Safa'at, M. A. (2020). Welfare Detection and Legal Effectiveness: Country Institutions Which the Authority is Regulated in Law in the Disputes of Authority. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, *3*(1), 227–238. https://doi.org/10.33258/birci.v3i1.739

Walker, H., & Neustadt, R. E. (1960). Presidential Power, The Politics of Leadership. *The Western Political Quarterly*.

https://doi.org/10.2307/443772

Wang, Z., Qiang, W., & Ke, H. (2020). A Handbook of 2019-nCoV Pneumonia Control and Prevention. *Hubei Science and Technology Press*.

WHO. (2020). *WHO Coronavirus (COVID-19) Disease Report*.

Yoserwan, Danil, E., Warman, K., & Yulfasni. (2019). The implementation of ultimum remedium principle in economic criminal law of Indonesia. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, *22*(2).

PPKM DAN ORANG DENGAN GANGGUAN JIWA (ODGJ) SEBUAH PERSPEKTIF SOSIOLOGI MEDIA

Astrida Fitri Nuryani,[1] Taajmehru Muhammad Tegar Kusuma[2]
Jurusan Sosiologi, Program Studi S1 Sosiologi, Universitas Brawijaya
Email: astridafn@ub.ac.id, tobitubi@student.ub.ac.id

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 menyebabkan krisis di berbagai bidang, termasuk di antaranya adalah kesehatan, ekonomi dan sosial. Serangan COVID-19 telah menyerang 220 negara dan teritori di dunia, menyebabkan 179 juta orang terkonfirmasi positif dan 3,89 juta orang meninggalSampai dengan 25 Juni 2021, telah tercatat jumlah kasus postif sebanyak 2,07 juta orang dengan tingkat kematian 2,7%. Kebijakan *lockdown*, *social distancing*, penutupan perbatasan, larangan penerbangan, dan kebijakan lainnya merupakan respon global atas penyebarluasan penyakit ini di berbagai belahan dunia. (Anas, 2021)

Di Indonesia, pemerintah pada tahun 2020 menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan PSBB Transisi. Untuk mencegah perluasan penyebaran COVID-19, Pemerintah menerapkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan PPKM Mikro. PSBB adalah "pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi (Undang-Undang RI Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Kekarantinaan Kesehatan)". PSSB dilakukan untuk mencegah penyebaran COVID-19 (Peraturan Pemerintah RINomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial

Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019(COVID-19)). Pada masa PSBB transisi, kemudian dilakukan berbagai penyesuaian kegiatan/aktivitas agar masyarakat dapat kembali produktif secara sehat (Anas, 2021)

Pelaksanaan PSBB dengan melakukan penyesuaian berbagai kegiatan/aktivitas masyarakat berdasarkan indikator kajian epidemologi, penilaian kondisi kesehatan publik dan penilaian kesiapan fasilitas kesehatan dan kewajiban masyarakat menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat pencegahan COVID-19 (Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 51 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Pada Masa Transisi Menuju Masyarakat Sehat,Aman Dan Produktif).PPKM memiliki empat kriteria, yaitu: tingkat kematian di atas rata-rata tingkat kematian nasional, tingkat kesembuhan di bawah rata-rata tingkat kesembuhan nasional, tingkat kasus aktif di atas rata-rata tingkat kasus aktif nasionaldan tingkat keterisiant empat tidur rumah sakit untuk Intensive Care Unitdan ruang isolasi di atas 70%(Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 01 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Untuk Pengendalian Penyebaran COVID-19). (Anas, 2021)

Tinjauan Umum Tentang PSBB, PSBB Transisi, PPKM dan PPKM Mikro

Pada PPKM Mikro terdapat ketentuan pembentukan posko penanganan COVID-19 di desa dan kelurahan untuk pengendalian penyebaran COVID-19.Persamaan kebijakan PSBB, PSBB Transisi, PPKM dan PPKM Mikro, diantaranya: pertama, kebijakan tersebut dibuat untuk mencegah penyebaran COVID-19. Pemerintah menjadikan aspek kesehatan dan upaya penanganan pandemi sebagai prioritas utama. Kebijakan 5M (memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menghindari kerumunan, mengurangi mobilitas) dan 3T (testing, tracing dan treatment) serta proses vaksinasi terus dilakukan. Kedua, terdapat pembatasan kegiatan masyarakat dan aktivitas ekonomi. Ketiga, pemerintah menjalankan kebijakan jaring

pengaman sosial dan upaya pemulihan ekonomi. Keempat, jangka waktu pelaksanaan PSBB danPPKM adalah 14 hari dan dapat diperpanjang jika belum ada penurunan kasus secara signifikan. Perbedaan antara kebijakan PSBB dan PPKM, di antaranya: pada PSBB sebagian besar sektor ekonomi dibatasi, kecuali 11 sektor. Kedua, PSBB diusulkan oleh Kepala Daerah kepada Menteri Kesehatan, kemudian Menteri Kesehatan menetapkan PSBB dengan pertimbangan Ketua Pelaksana Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19. Usulan dapat pula berasal dari Ketua Pelaksana Gugus Tugas kepada Menteri Kesehatan, bila Menteri Kesehatan setuju maka Kepala Daerah wajib melaksanakan PSBB. Sementara itu kebijakan PPKM ditetapkan Pemerintah Pusat, para Kepala Daerah diinstruksikan mengatur pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang berpotensi menimbulkan penularan virus COVID-19. (Anas, 2021)

Di samping itu, PSBB, PSBB Transisi, PPKM dan PPKM Mikro selalu dievaluasi setiap saat, dan peraturan berubah tergantung dari situasi dan kondisi. Misalnya, ojek daring pada awalnya dilarang beroperasi, namun di PSBB selanjutnya, ojek daring boleh beroperasi dengan menerapkan protokol kesehatan. Perbedaan lain, pada saat penerapan PPKM/PPKM Mikro, pusat perbelanjaan/*mall* pada periode Januari-Februari 2021 telah mengalami tiga kali perubahan waktu operasional. Berdasarkan cakupan wilayah, pada awal Januari 2021 PPKM hanya diterapkan di 7 Provinsi di Jawa Bali, namun hingga awal Juli 2021 cakupan wilayah PPKM Mikro diperluas menjadi 34 Provinsi. (Anas, 2021)

Dari dampak sosial maupun ekonomi (Lestari et al., 2021) yang besar tersebut maka tulisan ini akan mengungkap keterkaitan serta dampak PPKM terhadap penyandang disabilitas (Courtenay & Perera, 2020), utamanya ODGJ (Orang Dengan Gangguan Jiwa) dengan menggunakan perspektif sosiologi media yaitu analisis teks yang kemudian dihubungkan dengan kondisi masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Mietola & Ahonen, 2021) di mana narator penyandang disabilitas mengalami perubahan terkait dengan dirinya

atau pengalaman disabilitasnya pada masa dilakukannya *lockdown* selama pandemi. Ada yang mengungkapkan bahwa masa *lockdown* mengurangi dominasi narasi disabilitas, ada pula yang merasa sebaliknya, sehingga disparitas ini perlu ditinjau secara sosiologis, termasuk melalui kacamata sosiologi media. Sedangkan melalui penelitian (Shakespeare et al., 2021) Penyandang disabilitas telah terpengaruh secara berbeda oleh COVID-19 karena tiga faktor: peningkatan risiko tertulari, berkurangnya akses perawatan kesehatan rutin dan rehabilitasi, dan efek samping dampak sosial dari upaya mitigasi pandemi, terutama di negara-negara di mana pelanggaran kontrol pergerakan sangat ketat dan para penyandang disabilitas dapat dihukum jika melanggar.

Pada masa PPKM, ODGJ adalah salah satu kelompok terdampak karena Individu dengan disabilitas mobilitas dan/atau perawatan diri cenderung memiliki kesehatan mental yang lebih buruk dan berbeda lebih dipengaruhi oleh faktor risikonya, sehingga memerlukan intervensi ekstra di masa pandemi (Na & Yang, 2021).

Tinjauan Umum Terkait Kondisi ODGJ (Orang Dengan Gangguan Jiwa) Di Indonesia

Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) adalah orang yang memiliki masalah dalam kesehetan mental dan psikologisnya, dimana ini mengganggu aktivitas sehari-hari mereka. Penyakit mental yang lumrah dijumpai adalah skizofrenia, depresi berkepanjangan, PTSD (*Post-Traumatic Stress Disorder*), dan ADHD (*Attention Deficit Hyperactivity Disorder*). Orang yang menyandan status sebagai ODGJ tidak hanya menderita penyakit mentalnya saja, namun ada beberapa pandangan dan nilai dari masyarakat yang melekat pada mereka, yaitu stigma. Jadi, pada dasarnya ODGJ mendapatkan derita tambahan selain penyakit mentalnya, yaitu stigma negatif yang diberikan oleh masyarakat terhadap mereka.

Orang yang menderita penyakit mental umumnya akan terkena efek stigma dari masyarakat, entah itu marginalisasi, diskriminasi, dan

perlakuan eksklusi terhadap mereka(Flynn, 2008). Stigma adalah pandangan atau perspektif masyarakat yang mengandung nilai-nilai negatif terhadap individu atau sekelompok orang yang ada di masyarakat. Stigma mengundang perlakuan negatif terhadap komunitas atau individu yang terkena, contohnya seperti eksklusi, marginalisasi dan diskriminasi. Tindakan-tindakan tersebut yang menyebabkan ODGJ mengalami kesulitan bersosialisasi dan memenuhi kebutuhan sosial sehari-hari. Di Indonesia sendiri, orang-orang yang mengidap penyakit mental sudah mengalami tindakan eksklusi yang ekstrim—seperti dipasung dan dilecehkan—hanya karena mereka bertindak tidak "normal" seperti yang orang-orang harapkan.

Eksklusi sosial adalah tindakan masyarakat untuk menyingkirkan atau mengesampingkan individu atau komunitas dari sistem yang berlaku. Eksklusi dan marginalisasi kerap terjadi pada masyarakat yang dianggap melakukan deviasi atau penyimpangan. Tindakan eksklusi dari masyarakat ini tidak hanya berlaku pada kelas yang ada di masyarakat—seperti kelas buruh dan orang yang bermodal, kaya dan miskin—namun juga berlaku pada orang-orang yang sakit, termasuk ODGJ. Orang-orang yang mengidap penyakit mental kronis kerap mendapatkan tindakan eksklusi sebagai *feedback* dari masyarakat, hal ini terjadi karena stigma dari masyarakat yang menempel pada mereka.

Stigma akan berujung pada tindakan *labelling*, dimana hal ini tidak berdampak baik bagi korbannya. *Labelling* umumnya ditujukan pada masyarakat yang tidak memenuhi kriteria "normal" di masyarakat, dan umumnya *labelling* mengadung unsur serta nilai-nilai yang negatif. Dampak *labelling* bagi ODGJ adalah memperparah sikap diskriminatif oleh masyarakat lingkungan mereka, dan pada akhirnya berujung pada pengucilan dan pelecehan ODGJ di lingkungan yang tidak teredukasi dengan baik tentang masalah *mental health*.

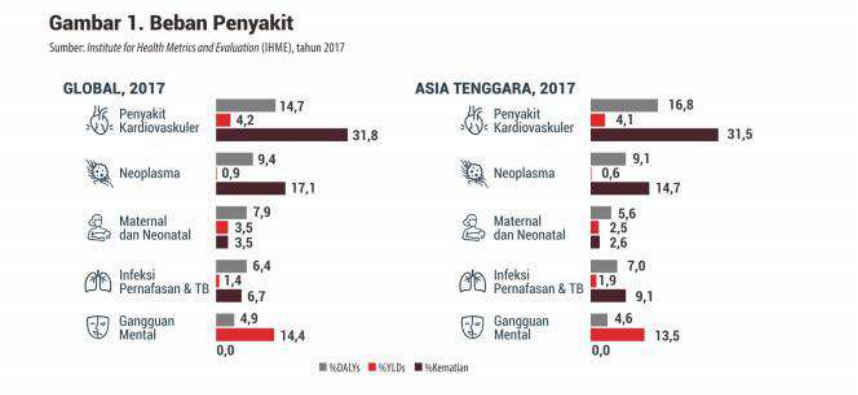
Diri sendiri bukanlah hal yang hanya dikhawatirkan oleh pengidap gangguan mental, namun lingkungan keluarga juga menjadi *concern*

bagi mereka. Apabila tindakan eksklusi dan diskriminasi terjadi secara terus-menerus terhadap ODGJ, maka lingkungan keluarganya akan terseret ke dalam rantai tindakan diskriminatif tersebut. Keluarganya akan dianggap gagal mendidik anggotanya dan terkena imbas dari korban utama eksklusi dan diskriminasi. Dan nampaknya, siklus diskriminasi terhadap ODGJ serta keluarganya masih berlaku di Indonesia, khususnya di wilayah yang belum sepenuhnya mengerti tentang kesehatan mental.

Dampak dari tindakan eksklusi dan diskriminasi terhadap ODGJ menyebabkan korban untuk berperilaku lebih tertutup dan cenderung menarik diri dari sistem atau bisa disebut dengan tindakan retritisme. Retritisme akan berujung kepada korban yang meminimalisir atau bahkan meniadakan aktivitas sosial dengan lingkungan sekitar, dan hal ini merupakan hal yang buruk bagi manusia karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial. kebutuhan untuk bersosialisasi tidak bisa diabaikan dan pada akhirnya manusia butuh bersosialisasi untuk bisa masuk ke dalam sistem masyarakat. Dengan ini, ODGJ yang melakukan retritisme secara ekstrim akan berujung kepada tindakan bunuh diri.

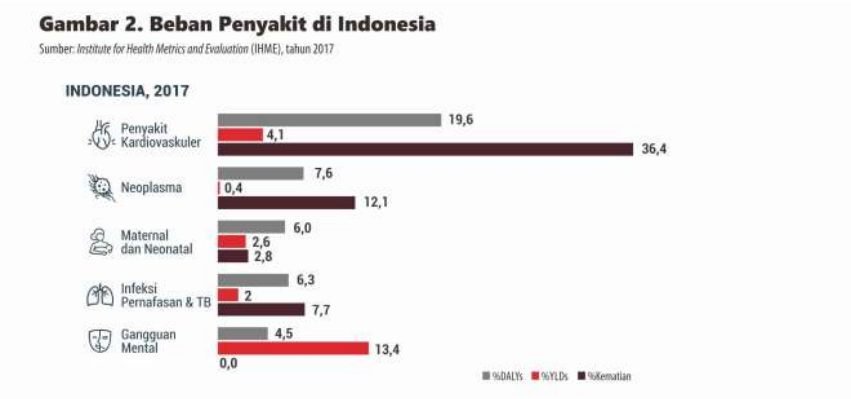
Data-Data Terkait ODGJ Di Indonesia

Menurut data InfoDatin, jurnal yang dikeluarkan oleh RISKESDAS (Riset Kesehatan Dasar), Indonesia mempunyai indeks lumayan besar di bidang ODGJ yaitu 13,4. Jika dibandingkan dengan indeks penyebab kecacatan (YLDs) penyakit mental asia tenggara, Indonesia hanya punya selisih 0,1 poin karena indeks penyebab kecacatan karena penyakit mental Asia Tenggara adalah 13,5 poin. Dan jika dibandingkan dengan indeks YLDs penyakit mental dunia, Indonesia memiliki selisih 1 poin, dimana indeks YLDs penyakit mental dunia berjumlah 14,4 poin, dimana ini angka yang tinggi.



Gambar 1. Beban Penyakit Global dan Asia Tenggara (2017)

Sumber: IHME (2017)



Gambar 2. Beban Penyakit di Indonesia

Sumber: IHME (2017)

Dari data-data diatas, bisa disimpulkan bahwa gangguan mental memegang YLDs atau penyebab kecacatan tertinggi dibanding penyakit-penyakit lain. Meskipun *lethality* dari gangguan mental berjumlah 0 poin, tidak menutup fakta bahwa penyakit mental merupakan hal yang harus dihadapi dengan serius oleh tenaga medis dan masyarakat juga.

Dilansir dari portal berita daring Radartasikmalaya, terdapat 901 kasus orang dengan gangguan jiwa yang ditemukan di kota Tasik

(Rizaldi, 2020). Menurut laporan artikel itu, 4 orang ODGJ di kota tasik dipasung di rumah masing-masing. Dinas Kesehatan mencatat bahwa kasus pemasungan ODGJ sudah menurun dari tahun ke tahun, bahkan tahun ini tercatat makin sedikit. Kadinkes kota Tasik, Uus, menjelaskan bahwa kasus pemasungan akan terus terjadi bila tidak ada kerjasama dari masyarakat sendiri. Uus memaparkan bahwa ada fase rehabilitasi secara psikososial terhadap ODGJ agar mereka dapat kembali melakukan aktivitas produktif secara sosial maupun ekonomi.

Di Tulungagung, tercatat ada tambahan 1057 kasus ODGJ baru pada tahun 2020 (Pamungkas, 2020). Total penyandang ODGJ pada tahun 2020 diperkirakan diatas 3000 pasien. Hal ini termasuk perubahan yang besar karena pada tahun 2019, Tulungagung hanya mencatat 1982 penyandang ODGJ yang dirawat oleh faskes lokal dan institusi kesehatan yang ada di wilayah tersebut. Kebanyakan dari kasus ODGJ yang ada di Tulungagung ini mengalami depresi berat dan skizofrenia, dimana penyakit-penyakit tersebut sudah masuk ke kategori ODGJ berat. Pasien-pasien yang terkategorisasi sebagai ODGJ berat rata-rata punya latar belakang yang parah, seperti korban kekerasan dan pelecehan di lingkungannya. Para ODGJ tersebut mengalami gejala halusinasi dan sedih yang berkepanjangan akibat gangguan mental yang dideritanya.

Lalu di wilayah Jakarta Barat, seorang imam masjid dihajar oleh warga yang mengidap gangguan jiwa menggunakan senjata tumpul kunci roda (Ramadhan, 2020). Pelaku yang masih belum diketahui identitasnya diduga merupakan ODGJ, dan menyerang warga desa sukabakti yang bernama Imam Endang sehingga babak belur dan terluka parah pada waktu subuh setempat. Pelaku sudah ditangkap oleh pihak berwajib dan mulai diproses sebagai pelaku penganiayaan. Cecep (33 Tahun), yang merupakan anak korban beranggapan bahwa hal ini harus dituntaskan dengan jalur hukum karena sudah membahayakan nyawa ayahnya. Masyarakat setempat juga menganggap bahwa pelaku yang diduga sebagai ODGJ adalah orang gila yang bisa membahayakan nyawa warga setempat jika dibiarkan berkeliaran.

Gangguan mental yang ada di Indonesia merupakan penyebab kecacatan tertinggi dengan indeks 13,4 dan mendekati indeks YLDs Asia Tenggara, yaitu 13,5. Hal ini menandakan bahwa ada banyak kasus yang menyangkut ODGJ di Indonesia, terlepas itu kasus ringan maupun berat. Penyakit dan gangguan mental menjadi sorotan terbesar penyebab kecacatan di Indonesia, namun tidak *lethal* atau mematikan. Penyumbang indeks kecacatan terbesar ini sudah menjadi sorotan profesional medis dan beberapa dari masyarakat sudah mulai sadar akan pentingnya penanganan ODGJ yang baik. Namun, hal ini tidak meniadakan stigma dari masyarakat.

Stigma dari masyarakat terhadap ODGJ akan menimbulkan tindakan ekstrim dari beberapa oknum, seperti kasus pemasungan di Kota Tasik. Masyarakat setempat menganggap bahwa gangguan mental adalah "kutukan" yang harus disingkirkan. Anggapan dan pandangan tentang "kutukan" terhadap ODGJ ini mengakibatkan masyarakat mengucilkan dan bahkan melakukan tindakan diskriminatif terhadap korban gangguan mental, seperti pemasungan. Hal tersebut bisa terjadi karena kurangnya sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat awam tentang pentingnya kesehatan mental dan informasi yang menyangkut tentang kesehatan spiritual dan jiwa (Cicilia, 2020).

Melihat dari perspektif Emile Durkheim tentang fakta sosial, ODGJ terlihat susah beradaptasi dengan fakta sosial yang ada di lingkungannya, sehingga tindakannya terbilang absurd dan tidak dianggap normal oleh masyarakat sekitar. Tindakan ODGJ yang dibilang tidak normal mengundang dianggap sebagai deviasi oleh masyarakat sekitar, sehingga mereka dikucilkan dan dimarginalisasi dari sistem yang ada. Salah satu bentuk dari marginalisasi dan eksklusi sosial terhadap ODGJ ini adalah pemasungan korban sehingga tindakan yang dilakukannya terbatas. Anggapan kolektif dari masyarakat bahwa ODGJ merupakan orang gila yang perilakunya tidak bisa dikontrol sudah terinstitusi ke dalam mereka dan hal ini menguatkan stigma terhadap ODGJ.

Kasus penganiayaan imam oleh pelaku yang diduga ODGJ juga dianggap sebagai penyimpangan atau deviasi. Perilaku menyimpang ini dianggap membahayakan karena perilaku pelaku yang merupakan ODGJ membahayakan nyawa. Pelaku sudah menganiaya imam masjid saat sebelum azan subuh dengan memukulnya di belakang kepala hingga tak sadarkan diri. Perilaku ini dianggap tidak normal oleh masyarakat setempat, sehingga mereka mengeksklusikan pelaku dengan cara menuntaskannya di jalur hukum, atau dalam kata lain memproses pelaku untuk ditahan di lapas. Tentu tindakan eksklusi dari masyarakat akan melihat *label* pelaku sebagai ODGJ, dan ini akan memperparah stigma ODGJ masyarakat wilayah tersebut. Pada akhirnya, stigma terhadap ODGJ menjadi hal yang terinstitusi pada masyarakat wilayah jakarta barat, khususnya pada desa kasus tersebut.

Dengan maraknya penambahan kasus gangguan mental di Tulungagung, dan gencarnya sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan setempat, stigma terhadap ODGJ yang ada di masyarakat lambat laun bisa diminimalisir. Hal ini terjadi karena beberapa dari masyarakat berupaya mengubah pola pikir yang ada di sistem menjadi lebih positif, dan hal ini merupakan upaya untuk merubah fakta sosial yang ada di masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan wilayah setempat lambat laun membangun kesadaran baru dalam masyarakat terhadap ODGJ, dan menunjukkan respon positif terhadap pengidap gangguan mental. Peralihan fakta sosial ini dapat terjadi karea kerjasama dari Dinas Kesehatan setempat dan masyarakat yang supportif terhadap isu ini, sehingga muncul anggapan baru dimana ODGJ adalah seorang insan menderita yang harus segera ditangani oleh profesional, psikiater atau psikolog. Anggapan yang muncul dari masyarakat ini adalah fakta sosial yang bersifat non materil, dan hanya ada di kesadaran masing-masing individu.

Kasus bunuh diri yang dilakukan oleh siswi di Sulawesi Selatan, tepatnya di kabupaten Gowa, punya latar belakang depresi yang diakibatkan oleh tugas-tugas daring yang diterimanya (Mashabi, 2020). Tekanan yang diberikan oleh lingkungan ini mendorong

korban berinisial MI (16 tahun) untuk melakukan bunuh diri dengan cara meminum racun rumput. Menurut perspektif Durkheim, bunuh diri yang dilakukan oleh MI merupakan bunuh diri egoistik anomik karena keinginan individu yang sangat kuat untuk meredakan tekanan dari lingkungan. Tekanan dari tugas-tugas daring yang diberikan oleh pihak sekolah menyebabkan siswi berinisial MI mengalami depresi. Selain itu, hilangnya nilai-nilai dan norma pada individu menyebabkan keinginan menghilangkan tekanan terealisasikan namun dengan cara yang ekstrim, yaitu bunuh diri.

Anggapan bahwa ODGJ adalah orang yang jauh dari Tuhan, butuh bimbingan spiritual lebih lanjut, dan manusia yang rusak adalah hasil dari stigma yang terbentuk (Septiarini et al., 2018). Gangguan jiwa dapat terjadi karena beberapa kebutuhan jiwa tidak terpenuhi, entah karena tekanan yang datang terus menerus atau tuntutan masyarakat yang semakin tinggi.

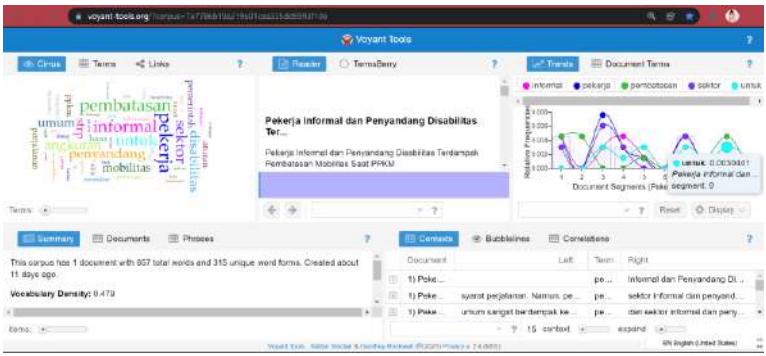
ODGJ memiliki tendensi tinggi untuk melakukan deviasi atau tindakan yang menyimpang karena ketidakstabilan mentalnya. Tindakan menyimpang inilah yang menguatkan stigma masyarakat terhadap ODGJ bahwa mereka adalah insan yang rusak dan jauh dari ajaran agama. Budaya dan norma juga menentukan cara pandang masyarakat terhadap ODGJ, dalam konteks ini, Indonesia yang mayoritas penduduknya memeluk agama melihat mereka sebagai orang yang sesat dan tidak mengimplementasikan ajaran agama di hidupnya. Lingkungan yang tidak mendukung ODGJ untuk berkembang akan merugikan penyandang gangguan jiwa untuk beraktivitas sehari-hari karena stigma yang menempel pada mereka. Padahal gangguan jiwa adalah penyakit yang bisa disembuhkan oleh tenaga medis profesional seperti psikolog dan psikiater.

Tinjauan Tekstual Terkait PPKM dan Disabilitas

Dari 16 contoh corpus teks dari portal berita digital maupun situs web pemerintah terkait PPKM dan disabilitas baik fisik maupun jiwa, sebagian besar berita berkisar mengenai kelonggaran yang dapat diperoleh oleh penyandang disabilitas, pelayanan dan/atau bantuan

sosial yang diterima, dan gangguan terhadap infrastruktur yang disinyalir dilakukan oleh ODGJ. Hanya ada 1 (satu) corpus berita yang memuat mengenai dampak PPKM terhadap penyandang disabilitas fisik, namun tidak ada berita mengenai dampak PPKM terhadap ODGJ selain fokus pada gangguan yang disinyalir mereka timbulkan secara publik.

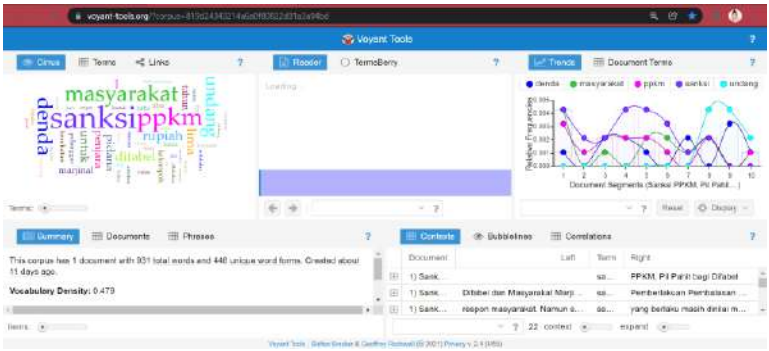
Berikut ini adalah tangkap layar ke-16 artikel berita dengan menggunakan Voyant Tools, sebuah aplikasi open source berbasis web untuk analisis teks.



Gambar 3. Tangkap Layar Corpus 1

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

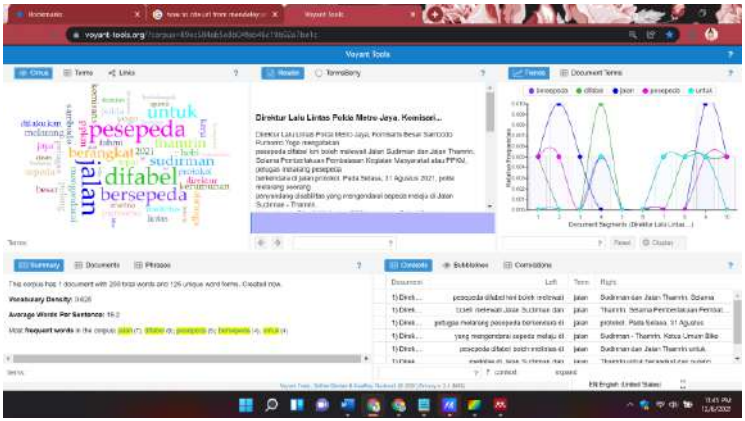
Pada corpus tersebut (Nababan, 2021) tampak bahwa istilah pekerja sektor informal mendominasi teks. Dengan demikian penyandang disabilitas bukan merupakan fokus utama teks terkait PPKM ini meskipun teks tersebut memuat disabilitas sebagai bagian dari judul. Hal ini disebabkan oleh pengut



Gambar 3. Tangkap Layar Corpus 2

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Pada corpus tersebut (Syamsi & Arief, 2021), tampak bahwa fokus dari teks adalah sanksi PPKM, denda, undang-undang. Sedangkan kata difabel dan marjinal tidak sebanyak itu disebutkan meskipun termasuk di dalam judul. Hal ini menunjukkan bahwa fokus dari teks tersebut lebih kepada dampak dari sanksi PPKM dan denda yang dikenakan, baik kepada penyandang disabilitas maupun non penyandang disabilitas.

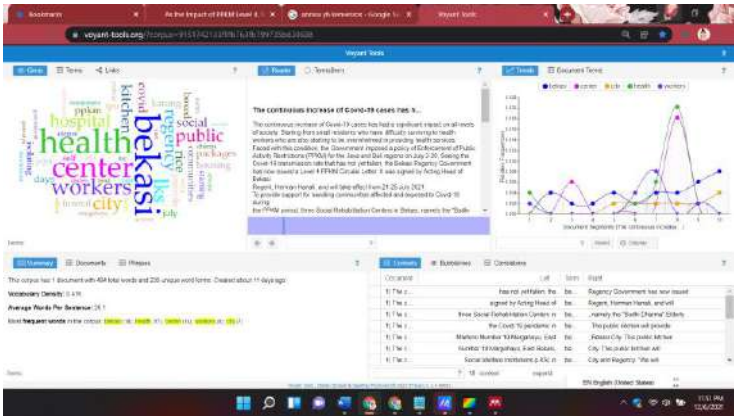


Gambar 4. Tangkap Layar Corpus 3

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Pada corpus ketiga (Kustiani, 2021) tampak bahwa difabel khususnya pesepeda merupakan fokus pada teks karena teks tersebut

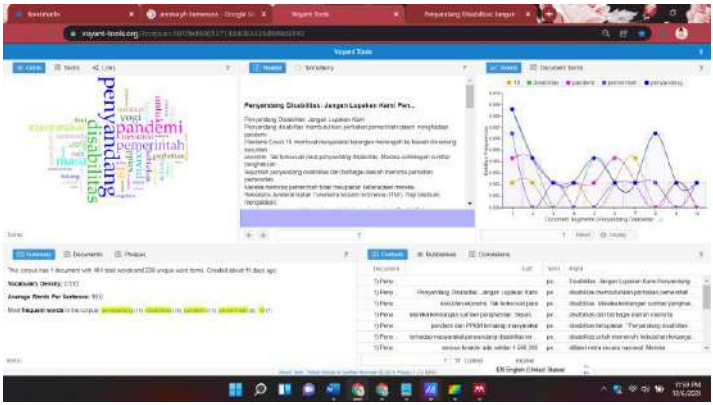
menjelaskan mengenai pesepeda yang dibatasi mobilitasnya selama PPKM. Difabel (penyandang disabilitas) pesepeda tetap boleh bersepeda, sedangkan mereka yang tidak menyandang disabilitas tidak diizinkan bersepeda.



Gambar 5. Tangkap Layar Corpus 4

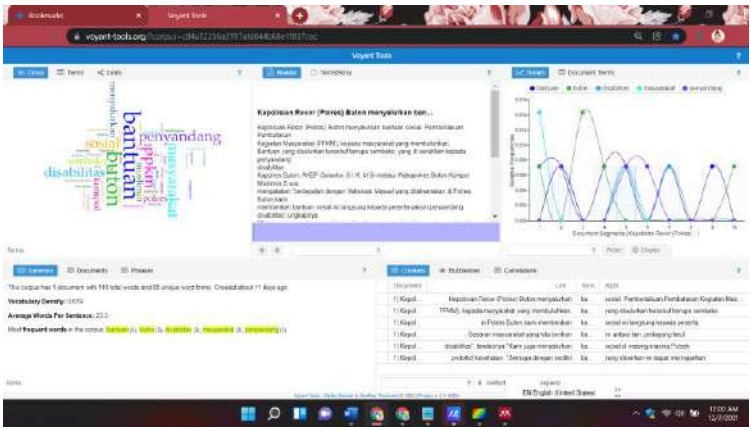
Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Pada corpus keempat (Handayani & Irsalyana, 2021), tampak bahwa teks terfokus pada Bekasi sebagai lokasi kegiatan Kemensos, pusat kesehatan, dan pekerja. Dengan demikian meskipun mungkin terdapat penyandang disabilitas fisik maupun jiwa yang termasuk ke dalam pekerja, hal ini bukan merupakan fokus utama dari teks mengenai kegiatan Kemensos ini.



Gambar 6. Tangkap Layar Corpus 4

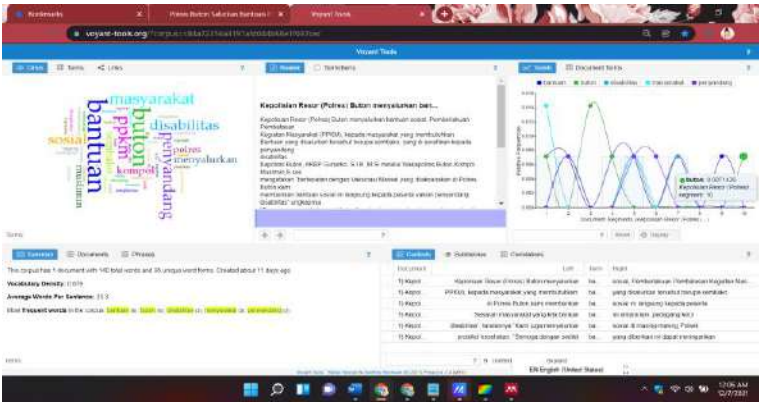
Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)



Gambar 5. Tangkap Layar Corpus 5

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

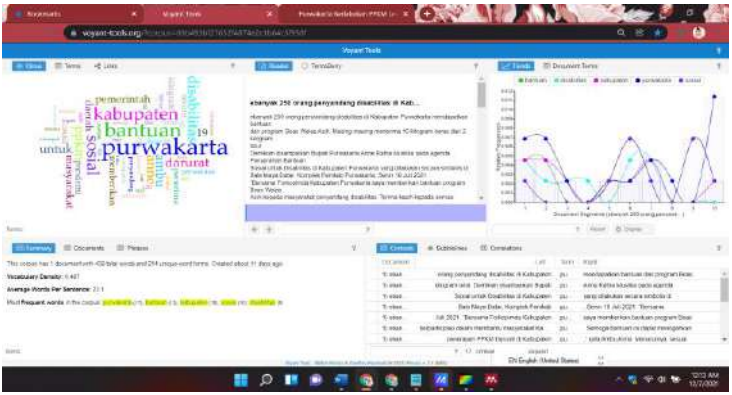
Teks kelima (Permana & Nasrul, 2021) menunjukkan bahwa penyandang disabilitas merupakan fokus dari teks ini, sebab teks ini ditulis dari sudut pandang penyandang disabilitas, salah satunya adalah disabilitas netra.



Gambar 7. Tangkap Layar Corpus 6

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Pada teks ke-6 (Tribratanews Buton, 2021)dapat dilihat bahwa penyandang disabilitas dan bantuan mendominasi teks, di samping nama daerah Buton, karena berita tersebut dipublikasikan di situs berita resmi Polres Buton. Sehingga fokusnya adalah penyandang disabilitas di Buton.

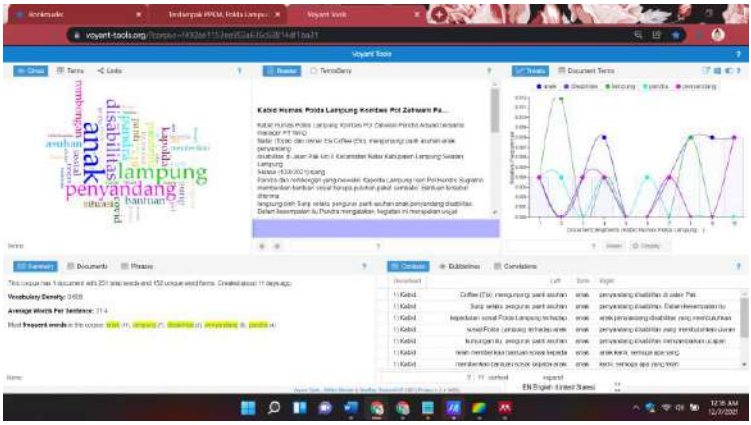


Gambar 8. Tangkap Layar Corpus 7

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Sedangkan pada teks ke-7 (Purwakartapedia, 2021) tampak bahwa teks tersebut lebih terfokus kepada program bantuan Kabupaten

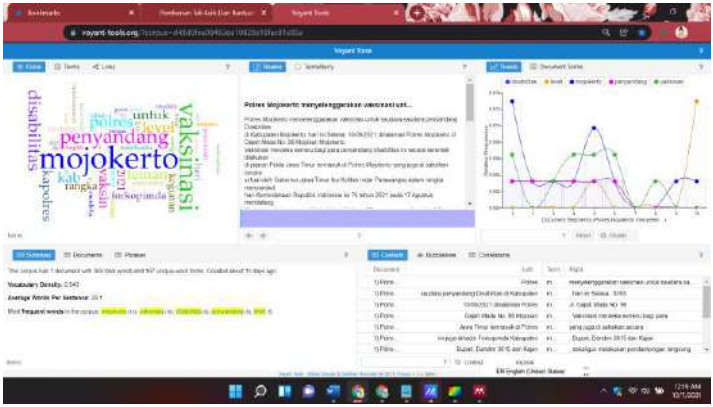
Purwakarta dibandingkan dengan penyandang disabilitas yang menjadi salah satu dari kelompok penerima bantuan.



Gambar 9. Tangkap Layar Corpus 8

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Teks ke 8 (Pranyoto & Zulfikri, 2021) menunjukkan fokus kepada penyandang disabilitas anak dan juga Lampung sebagai lokasi pemberian bantuan sosial COVID-19 yaitu di salah satu panti asuhan anak penyandang disabilitas.

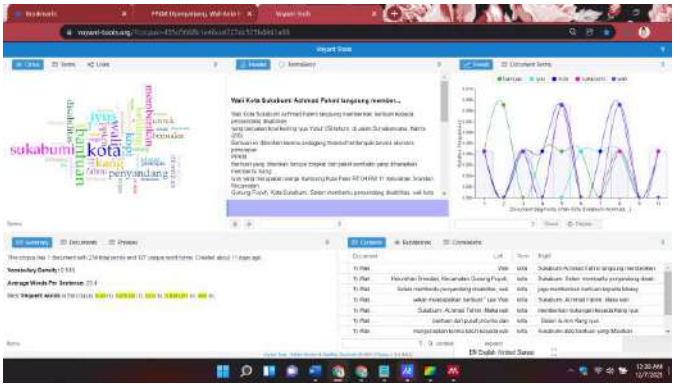


Gambar 10. Tangkap Layar Corpus 9

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Dari teks tersebut (Polres Mojokerto, 2021) tampak bahwa penyandang disabilitas, vaksinasi, dan Mojokerto merupakan kata-

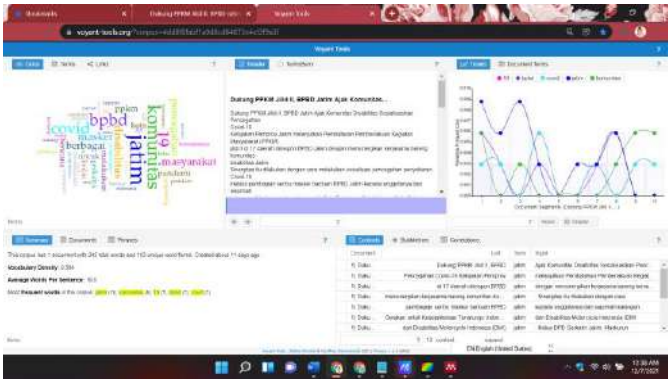
kata utama di dalam teks karena teks tersebut merupakan berita terkait perlunya vaksinasi bagi penyandang disabilitas serta keamanan dari vaksin.



Gambar 11. Tangkap Layar Corpus 10

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Teks ke-10 (Iman & Muhammad, 2021) terfokus pada salah satu penyandang disabilitas bernama Iyus di Sukabumi, serta walikota, dan bantuan sosial. Hal ini disebabkan oleh penerimaan bantuan oleh Iyus dari walikota.



Gambar 12. Tangkap Layar Corpus 11

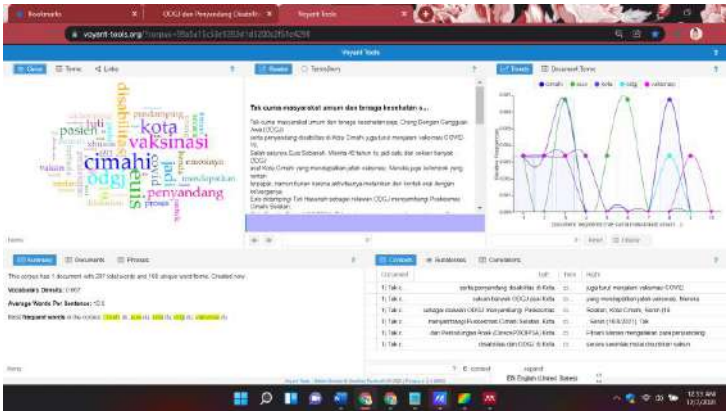
Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Pada teks ke-11 (Yusron, 2021), BPBD Jatim mengajak komunitas penyandang disabilitas Jawa Timur untuk mensosialisasikan pencegahan COVID-19 salah satunya dengan penggunaan masker.

Gambar 13. Tangkap Layar Corpus 12

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

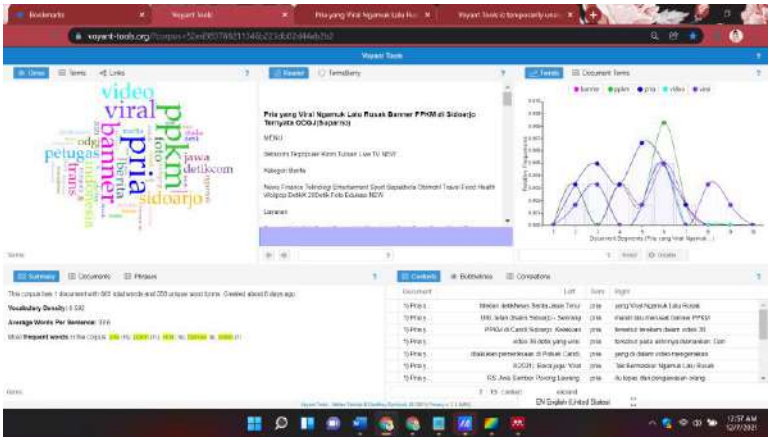
Teks ke-12 (Solehuddin, 2021) menekankan pada vaksinasi bagi penyandang disabilitas, sehingga kata-kata yang mendominasi teks adalah vaksinasi untuk penyandang disabilitas.



Gambar 14. Tangkap Layar Corpus 13

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Pada teks ke-13 (Pradana, 2021), narasi vaksinasi terhadap Euis, seorang ODGJ, menjadi fokus sehingga kata-kata utama dalam teks tersebut adalah nama Euis, ODGJ dan vaksinasi selama masa PPKM.

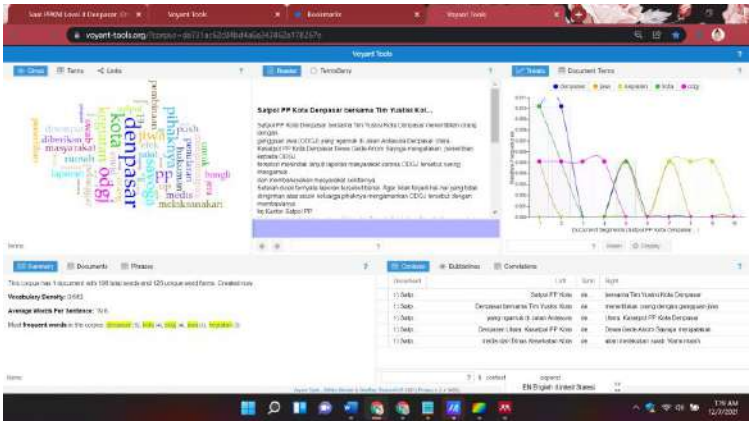


Gambar 15. Tangkap Layar Corpus 14

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

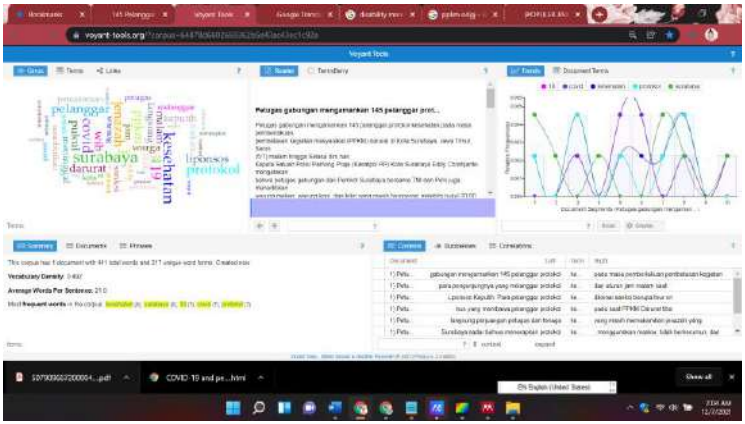
Teks ke-14 (Suparno, 2021) mengenai perusakan *banner* PPKM yang viral oleh seorang pria di Sidoarjo memiliki fokus utama berupa kata-kata pria,*banner*, video. Adapun fakta mengenai kondisinya sebagai ODGJ tidak menjadi perhatian utama melainkan pada tindakannya “mengamuk” di tempat umum.

Sementara teks ke-15 (Ade, 2021)menyebutkan mengenai pria ODGJ yang juga disebut “mengamuk” di tempat umum ketika diamankan di Denpasar semasa PPKM. Fokus dari teks ini adalah Denpasar, kesehatan jiwa, kegiatan, dan ODGJ.



Gambar 16. Tangkap Layar Corpus 15

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)



Gambar 17. Tangkap Layar Corpus 16

Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

Pada corpus ke-16 (Alam, 2021) ini tampak bahwa istilah desa mendominasi teks terkait PPKM dan ODGJ karena teks tersebut bertitiksentral pada hukuman kepada pelanggar PPKM di Kota Surabaya yang termasuk di antaranya adalah merawat ODGJ. Karena mereka menjadi obyek dari hukuman, maka teks didominasi oleh kata

dan frasa COVID, protokol kesehatan, dan Surabaya, sehingga tidak mengedepankan perspektif ODGJ.

Simpulan

Kondisi penyandang disabilitas secara umum, dan khususnya ODGJ di Indonesia masih memerlukan perhatian serius dari berbagai kalangan di Indonesia. Pada umumnya perspektif mengenai penyandang disabilitas di masa PPKM adalah terkait dengan ketidakberdayaan mereka sehingga memerlukan bantuan, perilaku mereka di ruang publik, layanan yang mereka dapatkan, maupun bagaimana mereka menjadi obyek dari hukuman pelanggaran PPKM. Tentunya hal ini mencerminkan realita sosial di masyarakat, yaitu melekatnya stigma atas penyandang disabilitas dan terutama ODGJ, sehingga narasi di media pun didominasi oleh subyek-subyek non ODGJ.

DAFTAR PUSTAKA

Ade, S. (2021, September 3). *Saat PPKM Level 4 Denpasar, Orang dengan Gangguan Jiwa Mengamuk Ketika Diamankan - IndoBali News*. Pikiran Rakyat. https://indobalinews.pikiran-rakyat.com/bali-nusra/pr-882518347/saat-ppkm-level-4-denpasar-orang-dengan-gangguan-jiwa-mengamuk-ketika-diamankan

Alam, B. (2021, July 6). *145 Pelanggar PPKM Darurat di Surabaya Dihukum Beri Makan ODGJ dan Saksikan Pemakaman | merdeka.com*. Merdeka. https://www.merdeka.com/peristiwa/145-pelanggar-ppkm-darurat-di-surabaya-dihukum-beri-makan-odgj-dan-saksikan-pemakaman.html

Cicilia, M. (2020, October 19). *Stigma negatif pengaruhi masa depan orang dengan gangguan jiwa*. Retrieved December 24, 2020, from Antarnews.com: https://www.antaranews.com/berita/1790885/stigma-negatif-pengaruhi-masa-depan-orang-dengan-gangguan-jiwa?page=all

Courtenay, K., & Perera, B. (2020). COVID-19 and people with intellectual disability: Impacts of a pandemic. *Irish Journal of Psychological Medicine*, *37*(3), 231–236. https://doi.org/10.1017/ipm.2020.45

Flynn, L. M. (2008). The stigma of mental illness. *New Directions for Mental Health Services*, *86*(34), 53–60. https://doi.org/10.1002/yd.23319873407

Handayani, A. Y., & Irsalyana, K. (2021, July 23). *As the Impact of PPKM Level 4, Ministry of Social Affairs Establi | Ministry of Social Affairs Republic of Indonesia*. Kemensos. https://kemensos.go.id/en/as-the-impact-of-ppkm-level-4-ministry-of-social-affairs-establishes-public-kitchen-in-bekasi

Iman, R. N., & Muhammad, H. (2021, September 2). *PPKM Diperpanjang, Wali Kota Bagikan Bantuan ke Pedagang | Republika Online*. https://www.republika.co.id/berita/qysy47380/ppkm-diperpanjang-wali-kota-bagikan-bantuan-ke-pedagang

Kustiani, R. (2021, September 2). Pesepeda Difabel Boleh Melintas di Jalan Sudirman - Thamrin Selama PPKM - Difabel Tempo.co. Tempo.Co. https://difabel.tempo.co/read/1501441/pesepeda-difabel-boleh-melintas-di-jalan-sudirman-thamrin-selama-ppkm/full&view=ok

Mashabi, S. (2020, October 23). *Siswi Bunuh Diri Diduga Depresi karena Tugas Sekolah Daring, KPAI Surati Kemendikbud*. Retrieved December 24, 2020, from Kompas.com: https://nasional.kompas.com/read/2020/10/23/15110441/siswi-bunuh-diri-diduga-depresi-karena-tugas-sekolah-daring-kpai-surati?page=all

Lestari, D., Nurwanty, I. I., Magister, M., Hukum, I., Pascasarjana, S., Swadaya, U., Jati, G., Magister, M., Hukum, I., Hukum, F., Mada, U. G., & Kunci, K. (2021). *Implikasi sosiologis penerapan ganjil genap lalu lintas dalam masa covid terhadap kesejahteraan rakyat*. *5*(2).

Mietola, R., & Ahonen, K. (2021). Lockdown Fits and Misfits: Disabled Young People's Lives Under COVID-19 Lockdown. *Young*, *29*(4_suppl), S100–S117. https://doi.org/10.1177/11033088211032019

Na, L., & Yang, L. (2021). Psychological and behavioral responses during the COVID-19 pandemic among individuals with mobility and/or self-care disabilities. *Disability and Health Journal*, *xxxx*, 101216. https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2021.101216

Nababan, H. (2021, August 18). *Pekerja Informal dan Penyandang Disabilitas Terdampak Pembatasan Mobilitas Saat PPKM Level 4 - Kompas.id*. Kompas.

Pamungkas, B. (2020, December 14). *Hingga November, Ada Tambahan 1057 ODGJ Baru di Tulungagung*. Retrieved December 24, 2020, from IDN Times: https://www.idntimes.com/news/indonesia/bramanta-pamungkas/hingga-november-ada-tambahan-1057-odgj-baru-di-tulungagung/1

Pradana, W. (2021, August 16). *ODGJ dan Penyandang Disabilitas di Cimahi Mulai Divaksinasi COVID-19*. Detik. https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5684478/odgj-dan-penyandang-disabilitas-di-cimahi-mulai-divaksinasi-covid-19

Pranyoto, D., & Zulfikri, F. (2021, August 11). *Terdampak PPKM, Polda Lampung Berikan Bansos Ke Panti Asuhan Anak Penyandang Disabilitas - Daerah | RRI Bandar Lampung |*. RRI. https://rri.co.id/bandar-lampung/daerah/1146471/terdampak-ppkm-polda-lampung-berikan-bansos-ke-panti-asuhan-anak-penyandang-disabilitas?utm_source=terbaru_widget&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General Campaign

Purwakartapedia. (2021, July 22). *Purwakarta Berlakukan PPKM Level 4, Lebih Longgar dari PPKM Darurat - Purwakarta Pedia*. Purwakartapedia.

https://purwakartapedia.com/pemerintahan/purwakarta-berlakukan-ppkm-level-4-lebih-longgar-dari-ppkm-darurat/

Permana, F. E., & Nasrul, E. (2021, July 31). Penyandang Disabilitas: Jangan Lupakan Kami. Republika. https://www.republika.id/posts/19008/penyandang-disabilitas-jangan-lupakan-kami

Polres Mojokerto. (2021, August 10). *Pemberian Tali Asih Dan Bantuan PPKM Serta Vaksinasi Merdeka Untuk Penyandang Disabilitas | Website Resmi Kepolisian Resor Kabupaten Mojokerto*. https://www.polresmojokerto.id/2021/08/10/pemberian-tali-asih-dan-bantuan-ppkm-serta-vaksinasi-merdeka-untuk-penyandang-disabilitas/

Ramadhan, A. S. (2020, December 3). *Imam Masjid di Garut Dihajar Pakai Kunci Roda, Pelaku Diduga ODGJ*. Retrieved December 24, 2020, from suarajabar.id: https://jabar.suara.com/read/2020/12/03/113239/imam-masjid-di-garut-dihajar-pakai-kunci-roda-pelaku-diduga-odgj

Rizaldi, R. (2020, November 30). *INNALILLAHI.. 901 ODGJ di Kota Tasik, 4 Dipasung*. Retrieved December 24, 2020, from radartasikmalaya: https://www.radartasikmalaya.com/innalillahi-901-odgj-di-kota-tasik-4-dipasung/

Shakespeare, T., Ndagire, F., & Seketi, Q. E. (2021). Triple jeopardy: disabled people and the COVID-19 pandemic. *The Lancet*, *397*(10282), 1331–1333. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(21)00625-5

Solehuddin, M. (2021, August 16). *ODGJ dan Penyandang Disabilitas di Cimahi Mulai Divaksinasi COVID-19*. Detik. https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5684478/odgj-dan-penyandang-disabilitas-di-cimahi-mulai-divaksinasi-covid-19

Suparno. (2021, August 5). *Pria yang Viral Ngamuk Lalu Rusak Banner PPKM di Sidoarjo Ternyata ODGJ*. Detik.

https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5671030/pria-yang-viral-ngamuk-lalu-rusak-banner-ppkm-di-sidoarjo-ternyata-odgj

Yusron. (2021, January 29). *Dukung PPKM Jilid II, BPBD Jatim Ajak Komunitas Disabilitas Sosialisasikan Pencegahan Covid-19 - BPBD Provinsi Jawa Timur*. BPBD Jatim. https://web.bpbd.jatimprov.go.id/2021/01/29/dukung-ppkm-jilid-ii-bpbd-jatim-ajak-komunitas-disabilitas-sosialisasikan-pencegahan-covid-19/

PEMILIHAN 2020 VS COVID 19

Nunung Nurazizah[1]

Pendahuluan

Wabah Corona Virus Desease (Covid 19) yang melanda Indonesia sejak akhir tahun 2019 lalu masih menjadi momok yang menakutkan bagi sebagian besar masyarakat hingga kini. Informasi jumlah korban yang terus berjatuhan diekspos hampir tiap waktu, menambah situasi semakin mencekam. Status wilayah yang digambarkan dalam bentuk warnapun menjadi perhatian publik antara rasa ingin tahu dan ketakutan.

Kebijakan pemerintah membatasi aktivitas luar ruangan bernama PSBB menjadi solusi awal pengendalian wabah tersebut. Seketika tempat-tempat yang biasanya ramai oleh pengunjung menjadi lengang: pasar, bioskop, mall, bazaar, terminal, bandara, tempat wisata, dan lain sebagainya. Gedung-gedung sekolah dan Perguruan Tinggipun sepi karena para pelajar belajar di rumah. Tidak ketinggalan dengan Gedung pemerintah yang juga mengatur jumlah pegawai secara berkala untuk tugas layanan publik.

Tak bisa dipungkiri lagi situasi inipun berdampak pada bidang-bidang vital seperti ekonomi dan kesehatan. Beberapa bidang usaha terpaksa gulung tikar karena menghilangnya konsumen secara besar-besaran. Sementara dunia medis tiba-tiba kebanjiran pasien hingga tak mampu lagi menampungnya. Sejumlah Rumah Sakit yang ditetapkan untuk merawat pasien Covid 19 bahkan harus menambah tempat tidur hingga di koridor bahkan menggunakan tenda berukuran besar. Ambulance hilir mudik mengantar dan menjemput pasien dengan raungan sirine yang bising.

Setelah beberapa waktu tanpa kepastian kapan wabah ini akan berakhir, lahirlah strategi pemerintah bertajuk ‘’New normal’’ yang mengkampanyekan gerakan 3 M: Memakai masker, Mencuci tangan dan Menjaga Jarak. Kampanye ini memberikan angin segar berharap resiko pandemi dapat diminimalisir dengan mematuhi protokol kesehatan tersebut.

Pemilihan Serentak 2020

Selain menghadapi wabah Covid 19, saat itu Indonesia juga menghadapai Pemilihan Kepala daerah serentak 2020 di 270 daerah. Pesta demokrasi lima tahunan itu baru saja sampai pada tahapan awal sejak di tandatanganinya NPHD dari Pemerintah Daerah masing-masing pada Oktober 2019. Launching dan sosialisasi telah dilaksanakan secara meriah sesuai kekuatan anggaran masing-masing, perekrutan badan Adhok (PPK dan PPS) pun hampir selesai saat pemerintah memutuskan menunda tahapan untuk waktu yang tidak ditentukan.

Kebijakan itu tentu harus disikapi dengan bijak, bahwa demokrasi memang penting, tapi keselamatan jiwa lebih penting. Bagaimanapun juga Covid 19 dan Pemilihan sangatlah berlawanan. Dalam pemilu dan pemilihan ada pengerahan massa dalam setiap tahapannya, seperti sosialisasi, Pencocokan data pemilih (coklit), kampanye, dan lain sebagainya. Sementara salah satu solusi menekan wabah Covid 19 adalah dengan mengurangi aktivitas diluar rumah, menjaga jarak dan menghindari kerumunan.

Kondisi yang tidak sinkron itu mendorong pemerintah dan KPU untuk merumuskan kembali Kebijakan dan aturan teknis pemilihan yang baru, yang mencakup pengaturan untuk semua kegiatan yang mengundang massa tapi tetap terhindar dari Covid 19. Maka KPU memutuskan menunda tahapan pemilihan melalui KPT Nomor 179 tahun 2020 per 21 Maret 2020. Kemudian mengawali pengaktifan kembali tahapan terbitlah Perpu Nomor 2 tahun 2020 yang diikuti oleh PKPU Nomor 5 tahun 2020 dan PKPU Nomor 6 tahun 2020 yang menetapkan lanjutan tahapan pemilihan dimulai sejak tanggal 15 Juni

2020 dengan menerapkan protokol kesehatan pengendalian dan pencegahan Covid 19.

Dalam situasi yang tidak menentu ini, 270 daerah kembali berkemas untuk melanjutkan tahapan yang tertunda. Kritik tajam dan nada sumbang akan kesuksesan pemilihanpun menggelinding dalam berbagai forum diskusi-diskusi formal maupun nonformal. Mahasiswa, aktivis, LSM, penggiat pemilu dan para pengamat banyak mempertanyakan untuk apa pemilihan dilanjutkan sementara warga Negara sedang berjibaku melawan Covid 19?

Polling, jajak pendapat, survey, dan penelitian lainnya tidak ada yang menunjukkan keberpihakannya pada acara pesta demokrasi itu. Hampir semua tanggapan responden negatif. Bahkan ada yang riset tentang minat pemilih untuk datang ke TPS dan hasilnya 80% dari sampel menjawab tidak akan hadir ke TPS. Belum lagi penggiringan opini kearah desktruktif yang bergulir liar dimedia sosial tanpa terkendali. Fenomena ini secara tidak langsung menekan mental para penyelenggara pemilihan ditengah resiko mereka bekerja dalam situasi wabah Covid 19.

Meski pada ahirnya pemilihan serentak 2020 terlaksana dengan perolehan angka partisipasi masyarakat yang tinggi yakni 76,09%, itupun tidak terlepas dari peran berbagai pihak yang ikut terlibat dalam melakukan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Kesuksesan Pemilihan serentak 2020 yang dilaksanakan pada pandemi Covid 19 didukung beberapa faktor, diantaranya warga ingin mengetahui proses pemilihan pada masa pandemi, program pemberlakukan PSBB sehingga banyak warga pulang kampung, kejenuhan beraktivitas dirumah, dan kesadaran untuk memilih.

Faktor-faktor tersebut memang cenderung pada dorongan pribadi pemilih, tapi kerja keras dari penyelenggara untuk meyakinkan pemilihan itu aman menjadi tantangan tersendiri.Terbitnya PKPU Nomor 6 tahun 2020 tentang pelaksanaan pemilihan pada masa pandemi Covid 19 pada bulan Juni 2020, kemudian diubah dengan PKPU Nomor 10 tahun 2020 pada bulan Agustus, dan kembali diubah

dengan PKPU nomor 13 tahun 2020 pada bulan September. Ini menunjukkan keseriusan KPU dalam menjamin keamanan dan keselamatan pemilih dan penyelenggara pemilihan.

Selain Peraturan KPU yang berubah sangat cepat, pedoman teknis penyelenggaraan masing-masing tahapanpun baik berupa surat keputusan maupun edaran mengalir deras. Baik komisioner, staf pelaksana, maupun anggota badan adhok memiliki tugas yang sama untuk terus memperbarui informasi disamping melakukan sosialisasi peraturan terbaru tersebut.

Penggunaan teknologi dalam tranfers informasi menjadi solusi alternatif yang diutamakan semaksimal mungkin, seperti untuk rapat virtual, bimbingan teknis, seminar web, dan pengiriman data penting lainnya. Satu sisi penggunaan teknologi ini sangat mudah, cepat dan menjangkau lebih banyak target. Tapi disisi lain metode itu masih sangat baru penggunaannya sehingga masyarakat masih asing yang memungkinkan kurangnya kemampuan dalam mengelola aplikasi. Faktor lainnya tidak terdapatnya infrastruktur digital menjadi kendala diberbagai wilayah pinggiran yang sangat disayangkan.

Berikut penulis uraikan bagaimana segenap penyelenggara pemilihan berusaha semaksimal mungkin untuk mempelajari, menerapkan dan mensosialisasikan norma-norma baru yang disesuaikan dengan status penyebaran Covid 19 diwilayah masing-masing, kepada pihak-pihak yang berkepentingan terutama pemilih di daerah tersebut.

a. Pembentukan badan adhok

Pembentukan PPK dan PPS memang terjadi sebelum ada pemberlakuan protokol kesehatan, sehingga secara teknis kegiatan masih berdasarkan PKPU 16 tahun 2019 dan petunjuk teknis KPT Nomor 66 tahun 2020. Tapi tepat sebelum pelantikan PPS semua regulasi berubah. Berdasarkan PKPU 6 tahun 2020 yang mengatur setiap kegiatan didalam ruangan dengan jumlah peserta setengah dari daya tampung ruangan serta harus menjaga jarak minimal 1 meter. Untuk memenuhi pelaksanaan sesuai dengan aturan, maka

pelantikan PPS digelar sangat cepat dan tersebar diberbagai titik. Bahkan untuk daerah yang tidak memiliki gedung yang luas, pelantikan dilaksanakan dilapangan terbuka dengan protokol kesehatan yang ketat.

Setelah dilantik PPS memiliki tugas untuk membentuk Petugas Pemutakhiran Data Pemilih (PPDP) dan Kelompok Penyelenggara Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS). Pada pelaksanaan rekrutmen hingga pelantikan kala itu harus memenuhi protokol kesehatan, diantaranya dokumen disterilkan menggunakan disinfektan sebelum dibuka oleh petugas penerima pendaftaran, pendaftaran dilakukan diruang tertutup, PPS menyediakan air dan sabun untuk cuci tangan atau hand sanitizer, petugas dan pendaftar mematuhi 3M: memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak.

Tahapan pembentukan PPDP adalah yang paling banyak mengalami perubahan peraturan. Selain KPT Nomor 66 tahun 2020, KPU juga merilis KPT Nomor 169 tahun 2020 yang merupakan perubahan dari KPT Nomor 66 tahun 2020, yang kemudian diubah kembali dengan KPT Nomor 476 tahun 2020. Selain itupun ditambah dengan beberapa Surat Edaran yang mengatur petunjuk teknis kegiatan diantaranya: Surat nomor 450, Nomor 487, Nomor 569, Nomor 588, dan Nomor 604.

Inti dari perubahan beberapa peraturan tersebut adalah penyesuaian dengan tantangan Covid 19. Pada KPT 476 disebutkan bahwa calon anggota badan adhok berusia paling rendah 17 tahun dan paling tinggi 50 tahun. Peraturan ini terbit sebagai respon atas rekomendasi Ikatan Dokter Indonesia (IDI) yang menyatakan imunitas tubuh manusia berada pada kondisi yang prima pada usia 17 hingga 50 tahun. Dengan terbitnya peraturan itu harus difahami bahwa KPU sangat memperhatikan seluruh aspek persyaratan para relawan dilapangan pada masa pandemi. Maka sebagai pelaksana kegiatan yang akan bertemu dengan banyak pemilih sudah selayaknya KPU memiliki SDM yang sehat.

Masih berdasarkan KPT 476 calon pendaftar PPDP dan KPPS harus melampirkan surat pernyataan bebas Covid 19 dan penyakit bawaan (komorbid). Syarat ini tidak hanya secara administrasi saja, KPU pun mengintruksikan seluruh Komisioner, staf pelaksana beserta anggota Badan Adhok untuk mengikuti rapid test yang diselenggarakan oleh KPU.

Sesuai ketentuan Protokol kesehatan Covid 19, bagi peserta test yang dinyatakan reaktif Covid 19 pada rapid test akan dilanjutkan dengan tes PCR, baru kemudian melakukan isolasi mandiri selama 14 hari jika hasilnya positif. Ketentuan itu tidak berlaku bagi anggota PPDP, karena masa kerjanya hanya 30 hari maka mereka segera digantikan jika dinyatakan positif Covid 19.

Dengan persyaratan yang cukup berat dan tekanan mental pada masa Covid 19, Badan adhok dituntut untuk patuh mengikuti aturan sesuai ketentuan. Kepatuhan ini secara tidak langsung mengedukasi masyarakat dengan pembiasaan mereka menerapkan protokol kesehatan pada setiap kegiatan. Hal itu kemudian menjadi salah satu faktor kepercayaan publik akan pemilihan yang aman meski dilaksanakan dalam masa pandemi Covid 19.

b. Pencocokan dan Penelitian Data Pemilih

Tahapan pencocokan dan penelitian data pemilih (coklit) adalah kegiatan awal penyebaran SDM KPU ke lapangan. PPDP sebagai pelaku utama dalam tahapan ini telah mengikuti bimbingan teknis pelaksanaan coklit dan melakukan rapid tes dengan hasil non reaktif.

Kegiatan Pemutahiran data pemilih berdasarkan pada PKPU nomor 17 tahun 2020 yang merupakan perubahan dari PKPU Nomor 2 tahun 2017. Secara teknis kegiatan masih sama dengan coklit pada pemilu dan pemilihan sebelumnya, yang berbeda adalah pendekatan PPDP dalam melaksanakan kegiatan tersebut. Jika sebelumnya PPDP hanya mengenakan ban lengan, rompi dan topi KPU, maka pada coklit pemilihan 2020 PPDP juga menggunakan APD seperti masker, face shield, sarung tangan plastik, dan membawa hand sanitizer. Selain itu PPDP harus

melaksanakan coklit di luar rumah dan menjaga jarak dengan warga yang sedang dicoklit.

Meski telah mempersiapkan pengaman diri dan pemilih secara maksimal, pada kenyataannya PPDP tetap menemukan kendala untuk bertemu warga. Beberapa warga menghindar karena ketakutan saat kedatangan PPDP yang menggunakan Alat Pelindung Diri (APD) dan mengira petugas puskesmas yang datang untuk menjemput pasien Covid 19. Kesimpangsiuran informasi juga membuat beberapa PPDP diusir secara langsung karena warga mengira mereka adalah petugas pencatat penerima bantuan dari pemerintah, mereka menolak karena tidak menerima bantuan meski merasa sudah dicatat petugas.

Kegaduhan ini sempat mencuat dibeberapa media pemberitaan baik lokal maupun nasional dan direspon cepat oleh pejabat diwilayah tersebut. Mulai dari para komisioner, camat, lurah/kepala desa, hingga RT/RW turun tangan dalam melakukan pendekatan dan pengertian pada warga yang menolak didata.

Permasalahan lain dari tahapan coklit adalah kurangnya dokumen warga terlebih diwilayah yang jauh dari kantor layanan administrasi Negara. Di beberapa daerah masih banyak warga tidak memiliki Kartu Keluarga (KK) dan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (EKTP). Adapula warga dibawah 17 tahun dan sudah kawin tapi tidak bisa dimasukkan pada daftar pemilih karena tidak adanya dokumen pendukung baik KK, KTP maupun kartu nikah, sementara NIK-nya pun masih terdaftar pada KK orang tuanya. Pada kasus-kasus ini PPDP hanya dapat mencatat warga tersebut untuk disampaikan sebagai laporan untuk ditindak lanjuti oleh para pimpinan.

c. Pencalonan Kepala daerah

Dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2016 disebutkan bakal calon dalam pemilihan kepala daerah terdiri dari bakal calon perseorangan dan bakal calon yang didukung oleh partai politik atau gabungan partai politik. Partai atau gabungan partai yang akan mengusung bakal calon kepala daerah harus memiliki

minimal 25% kursi di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah setempat. Sementara bakal calon dari perseorangan harus memiliki dukungan pemilih yang terdapat dalam daftar pemilih dan jumlahnya disesuaikan dengan jumlah penduduk di wilayah tersebut.

Berdasarkan PKPU Nomor 9 tahun 2020, dukungan yang telah dikumpulkan oleh bakal calon perseorangan disampaikan ke KPU untuk diverifikasi. Verifikasi dilaksanakan secara faktual perdukungan yang dilaksanakan oleh PPS sesuai jumlah dukungan yang ada diwilayahnya. Artinya KPU kembali menurunkan SDM ke lapangan untuk mengunjungi para pendukung bakal calon tersebut.

Sebagai persiapan keamanan dari wabah Covid 19 PPS harus mengikuti rapid tes terlebih dulu. Tidak hanya PPS tapi juga PPK yang bertugas mendampingi PPS dalam melaksanakan verifikasi. Baik PPS maupun PPK wajib menggunakan APD lengkap seperti halnya PPDP saat melaksanakan tugasnya. Kali inipun para anggota badan Adhok kembali mendapat perhatian karena aksesoris yang mereka gunakan.

Bagi pendukung yang tidak berhasil ditemui saat kunjungan, maka akan dikumpulkan oleh relawan dari bakal pasangan calon tersebut untuk di verifikasi oleh PPS. Pengumpulan inipun diatur oleh protokol kesehatan yaitu dilaksanakan dalam ruangan tertutup, dilakukan sterilisasi ruangan sebelum pelaksanaan kegiatan, dan menghadirkan peserta hanya setengah dari kapasitas ruangan. Semua yang terlibat dalam kegiatan tersebut juga harus memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan atau menggunakan hand sanitizer.

Dalam proses ini banyak para pendukung yang menolak diverifikasi dengan berbagai alasan keamanan pada wabah Covid 19 meski PPS dan PPK telah dilengkapi dengan APD. Sehingga petugas menyerahkan data mereka kepada relawan bakal calon untuk ditindaklanjuti. Di sisi lain banyak pula yang menganulir

atau membatalkan dukungan dengan menandatangani form verifikasi.

Bagi bakal pasangan calon baik yang didukung oleh partai politik maupun partai yang telah memenuhi persyaratan pencalonan maka melanjutkan pada tahapan pendaftaran pasangan bakal calon. Untuk hadir pada pendaftaran bakal pasangan calon harus melakukan tes PCR terlebih dahulu dengan hasil negative. Jika hasil tes adalah positif maka pendaftaran cukup diwakili oleh tim pendukung bakal pasangan calon tersebut. Saat pendaftaran pun bakal calon tidak diperkenankan melakukan arak-arakan dengan membawa massa dalam jumlah banyak.

Setelah pendaftaran, para pasangan calon melanjutkan ke tahap pemeriksaan kesehatan yang difasilitasi oleh KPU. Lagi-lagi pemeriksaan Covid 19 menjadi salah satu aspek yang harus dipenuhi dengan mengikuti tes PCR. Jika hasilnya positif maka calon tersebut harus melakukan isolasi mandiri selama 14 hari, dan mengikuti tahap berikutnya yaitu pengundian nomor urut melalui tayangan video. Dalam kegiatan pengundian itupun pasangan calon hanya didampingi oleh 2 orang dari tim dan tidak diantar oleh massa dalam jumlah besar.

Norma-norma tersebut sesuai dengan PKPU Nomor 13 tahun 2020 yang merupakan perubahan kedua dari PKPU Nomor 6 tahun 2020, serta PKPU 9 tahun 2020 tentang pencalonan. Meski ada beberapa kegiatan teknis yang hampir bersamaan dengan rilisnya PKPU, namun dapat diatasi dengan komunikasi yang baik antara KPU dan tim pendukung pasangan calon sehingga kegiatan dapat berlanjut sesuai dengan normas terbaru.

d. Sosialisasi, kampanye dan debat pasangan calon

Sejak terbitnya PKPU Nomor 6 tahun 2020, semua kegiatan tahapan diusahakan semaksimal mungkin didalam ruangan tertutup dengan dihadiri peserta setengah dari jumlah daya tampung ruangan. Bagi wilayah yang terbatas dalam penyediaan ruangan maka gedung pemeritah menjadi alternatif utama.

Sosialisasi merupakan kegiatan yang banyak menggunakan gedung-gedung diberbagai daerah terutama wilayah yang sulit dijangkau oleh sinyal internet. Selain dilaksanakan dlam ruangan, penyelenggara harus melakukan sterilisasi ruangan sebelum dan sesudah acara, menyediakan media cuci tangan dengan air mengalir, dan menyiapkan masker cadangan untuk peserta yang datang tanpa menggunakan masker. Sebelum memasuki ruangan dilakukan pengukuran suhu tubuh peserta terlebih dahulu, jika suhunya lebih dari 37 derajat maka yang bersangkutan tidak diperkenankan mengikuti kegiatan. Acara dilaksanakan selama 2 jam, tidak diijinkan melakukan kontak fisik dan segera membubarkan diri setelah acara selesai.

Selain melakukan sosialisasi tatap muka terbatas, KPU juga melaksanakan sosialisasi dalam jaringan (daring) baik melalui rapat virtual, webinar, maupun ekspos informasi kegiatan tahapan melalui semua akun-akun media resmi KPU dan badan adhok baik yang bebas biaya maupun berbiaya. Untuk memaksimalkan sosialisasi, KPU juga menayangkan iklan pada media cetak, elektronik, dan media-media online. Selain itu strategi sosilisasi lainnya adalah dengan membagikan aksesoris pemilihan seperti kaos, topi, pamphlet, gantungan kunci dan lain sebagainya.

Tahapan kampanye pasangan calon juga menerapkan norma-norma baru yang diatur dengan peraturan PKPU Nomor 11 tahun 2020 serta KPT Nomor 465 tahun 2020 yang merupakan petunjuk teknis pelaksanaan kampanye pada pemilihan 2020. Pada dua aturan ini tidak lagi terdapat kampanye diruang terbuka yang mengundang massa besar. Bahkan kegiatan-kegiatan besar yang biasa dilaksanakan pada kampanye pemilu dan pemilihan sebelumnya seperti bazaar, baksos, dan konser musik dilarang untuk digelar pada pemilihan 2020. Kampanye hanya boleh dilaksanakan diruang tertutup dengan peserta terbatas dan secara daring.

Suasana yang biasanya hiruk pikuk dengan kemeriahan konser musik dan pidato kampanye dari pasangan calon dilapangan

terbuka pada pemilu dan pemilihan sebelumnya, berbeda dengan masa kampanye pemilihan 2020 yang hampir tidak ada riak. Tidak ada perkumpulan massa, tidak ada arak-arakan dijalan raya, semua tampak tenang dan tetap tinggal dirumah masing-masing sesuai himbauan pemerintah untuk pencegahan dan pengendalian wabah Covid 19.

Kampanye pada pemilihan 2020 hampir tanpa aktivitas kampanye yang dilaporkan oleh tim pendukung kepada Bawaslu dan Kepolisian. Fenomena ini sedikit menyulitkan pengawasan akan keamanan dan ketertiban pelaksanaan kegiatan tersebut. Meski demikian terdapat beberapa unggahan masyarakat di media sosial yang menunjukkan adanya aktivitas kampanye pasangan calon ditengah warga yang berkerumun.

Durasi kampanye selama 71 hari berlalu hampir tanpa pelanggaran teknis yang berarti. Meski terdapat beberapa pelanggaran dilaporkan ke Bawaslu, mayoritas adalah pelanggaran protokol kesehatan Covid 19 yang juga dideklarasikan para pasangan calon selain deklarasi kampanye damai. Dari laporan-laporan tersebut rata-rata hanya pelanggaran ringan yang tidak mengakibatkan sanksi untuk penghentian kampanye oleh pasangan calon.

Masih pada tahapan kampanye terdapat kegiatan debat pasangan calon yang wajib diikuti oleh pasangan calon, jika tidak maka iklan kampanye pasangan tersebut yang difasilitasi oleh KPU akan dihentikan sebagai sanksi. Sesuai PKPU Nomor 13 tahun 2020 dan KPT 465 debat dilaksanakan dalam ruangan dengan mematuhi protokol kesehatan, hanya dihadiri para komisioner KPU Kab/Prov, 1 Orang Bawaslu, para pasangan calon, dan 2 orang dari tim pasangan calon. Sebelum mengikuti kegiatan debat seluruh peserta mengikuti tes PCR dengan hasil negatif.

Debat yang biasanya riuh dengan sorak sorai dan yel yel para pendukung pada pemilu dan pemilihan sebelumnya, kali ini dilaksanakan tanpa penonton. Para petugas disiapkan pada setiap

pintu untuk selalu menjaga kondusifitas kegiatan dalam ruangan. Meski ada beberapa pendukung calon yang memaksa untuk memasuki ruangan, namun dapat diberikan pengertian akan adanya perubahan aturan yang berbeda dari pemilu dan pemilihan sebelumnya.

e. Pemungutan dan perhitungan suara

Norma-norma baru tidak hanya berlaku pada tahapan persiapan, hal itu juga berlaku pada tahapan puncak yakni pada pemungutan dan perhitungan suara. Teknis pemungutan suara pada pemilihan 2020 sangat berbeda dari pemilihan sebelumnya dengan diterapkannya protokol kesehatan secara lengkap oleh petugas KPPS dan petugas ketertiban TPS.

Baik KPPS maupun Petugas Ketertiban TPS wajib menggunakan APD lengkap yaitu masker, facehield, handsanitiser, sarung tangan. Jika terdapat pemilih yang diasumsikan terpapar Covid 19, maka petugas yang melayaninya menggunakan baju hazmat. Seluruh area TPS disterilkan dengan disinfektan sebayak tiga kali: sebelum pencoblosan, saat istirahat, dan setelah rekapitulasi suara.

Berdasarkan PKPU Nomor 19 tahun 2020 setiap TPS difasilitasi dengan media cuci tangan di air mengalir, sabun tangan, alat pengukur suhu, hand sanitizer, sarung tangan, masker cadangan dan tinta tetes. Ada pula ketentuan mengantri dengan jarak minimal 1 meter, serta tetap menjaga jarak saat akan memasuki TPS dan menunggu panggilan dari ketua KPPS.

Adapun skenario di TPS adalah sebagai berikut: Saat pemilih datang di area TPS, mereka dianjurkan untuk mencuci tangan atau mengaplikasikan handsanitizer pada kedua tangannya. Kemudian mereka berbaris pada antrian diluar TPS. Sebelum memasuki TPS pemilih akan diukur suhu tubuhnya, jika suhu dibawah 37,5 derajat pemilih dapat melanjutkan memilih di dalam TPS. Tapi jika lebih dari 37.5 derajat maka akan memilih di bilik khusus yang disediakan diluar TPS dan dilayani oleh KPPS yang menggunakan baju hazmat serta APD lengkap.

Setelah diukur suhu tubuhnya, pemilih dengan suhu di bawah 37,5 derajat melanjutkan dengan mengisi daftar hadir menggunakan alat tulis sendiri, kemudian dipersilahkan menunggu di kursi tunggu. Saat dipanggil oleh ketua KPPS untuk mendapat surat suara, pemilih diberikan sarung tangan yang akan digunakan saat mencoblos surat suara. Sarung tangan itu dilepas kembali setelah pencoblosan dan dibuang pada tempat yang disediakan dalam TPS. Pemilih akan diberikan tanda dengan tinta tetes pada salah satu jarinya lalu mencuci tangan kembali di luar TPS. Pemilih dianjurkan segera meninggalkan TPS untuk menghindari terjadinya kerumunan yang berpotensi menyebarkan Covid 19.

Prosedur dengan protokol kesehatan ketat juga berlaku saat penghitungan suara baik ditingkat TPS, maupun di atasnya. Meski para anggota KPPS dan Petugas Ketertiban merasa kurang nyaman, tapi mereka tetap mematuhi aturan demi keselamatan pemilih dan penyelenggara.

Bagaimana hak pilih pasien Covid 19 yang sedang melakukan isolasi mandiri atau dalam perawatan medis? dengan persetujuan saksi pasangan calon yang hadir di TPS, maka dua orang anggota KPPS beserta saksi akan mendatangi pasien dengan memakai APD lengkap untuk melakukan layanan pemungutan suara.

Pemilu Serentak 2024

Pada ahir perhelatan pemilihan 2020 KPU RI mengumumkan angka partisipasi masyarakat mencapai 76.09%. Hasil ini membuktikan animo masyarakat pada pemilihan masih tinggi. Terlepas sebagian orang yang acuh dengan alasan fobia pada Covid 19, daerahnya terdampak bencana, atau alasan lainnya; mereka yang telah hadir untuk memilih harus diapresiasi sebagai masyarakat yang moderat, melakukan langkah perubahan dengan jalur konstitusional.

Meski angka partisipasi ini tidak berarti berbanding lurus dengan pemahaman pemilihan akan makna pemilihan itu sendiri, tapi setidaknya ada sebuah kesadaran mereka untuk mengaplikasikan satu

hak mereka sebagai warga Negara yang diakui dan dilindungi Undang-Undang. Kemudian komitmen itu akan kembali diuji pada Pemilu dan Pemilihan 2024 yang dimungkinkan masih berlomba dengan Covid 19.

Pemilu 2024 ini berbeda dari pemilu sebelumnya, karena akan diselenggarakan serentak bersama Pemilihan Kepala Daerah pada tahun yang sama pada waktu yang bersamaan. Keserentakan ini diperkirakan akan meningkatkan kompleksitas permasalahan pemilihan melebihi pemilu 2019 lalu jika tidak dilakukan persiapan penanganan lebih dini.

Beberapa hal yang harus dipersiapkan KPU diantaranya jenis-jenis surat suara dan sistem pelaporan hasil penghitungan suara yang banyak dikeluhkan oleh para penyelanggara pemilu 2019, harus mendapat perhatian besar untuk bisa dilakukan penyederhanaan. KPUpun tengah melakukan beberapa simulasi pemilihan di beberapa wilayah dengan menggunakan desain surat suara terbaru. Dengan ujicoba itu diharapkan desain terbaru akan menemukan sisi kelemahannya untuk kembali diperbaiki sehingga mendekati kesempurnaan.

Berikutnya, seiring dengan trending R4.0, KPUpun beranjak untuk menyesuaikan dengan banyak digunakannya aplikasi untuk penunjang kinerja para pelaksana dijajaran KPU. Sistem pelaporan dengan berbasis aplikasi yang telah digunakan pada pemilu dan pemilihan sebelumnya seperti Sirekap, Sidalih, Silon, Sipol, dan puluhan aplikasi lainnya terus diperbarui untuk dapat menyajikan informasi secara cepat dan akurat. Dan untuk beberapa wilayah yang kesulitan akses internet kiranya untuk segera mendapat perhatian dari pemerintah dalam upaya mengantisipasi keterlambatan penyampaian laporan saat pemilu dan pemilihan.

Selain itu, anggaran yang diajukan KPU kepada pemerintah untuk penyelenggaraan pemilu sebesar Rp. 76 trilyun dan pemilihan sebesar Rp. 26,2 trilyun kiranya menjadi hal penting untuk dipersiapkan. Angka tersebut memang terasa sangat besar bibanding pemilu

sebelumnya, tapi jika dibandingkan dengan jumlah biaya pemilihan yang berulang-ulang maka angka ini lebih hemat. Terlepas dari upaya penghematan, anggaran selayaknya dapat digunakan dengan leluasa dengan pengawasan yang ketat.

Terakhir, mengenai ketersediaan SDM yang diperlukan oleh KPU. Rekrutmen badan adhok selalu meninggalkan jejak yang kurang memuaskan dengan tidak terpenuhinya dua kali kebutuhan dari pendaftar sesuai yang tercantun dalam Undang-Undang. Bahkan dengan dibatasinya usia pelamar badan adhok pada pemilihan 2020, ditambah dengan adanya syarat mengikuti rapid tes, sempat membuat badan adhok sepi pendaftar. Dengan suksesnya program vaksinasi Covid 19 mungkin akan meminimalisir resiko kekurangan pendaftar. Namun alangkah lebih baiknya jika KPU memiliki program pengkaderan yang intens sehingga mencetak calon anggota badan adhok yang mumpuni secara materi dan mental yang terlatih.

Mitigasi terkait Covid 19 juga menjadi bagian tidak terpisahkan dari pemilu dan pemilihan 2024. Varian baru Covid 19 yang berjuluk *Omicron* tentu menjadi ancaman bagi keselamatan jiwa warga Negara. Untuk itu pemerintah perlu melakukan strategi-strategi mitigasi dalam rangka penanganan pada resiko tersebut.

Simpulan

Pemilu dan pemilihan tidak hanya sebuah pesta demokrasi untuk memilih calon-calon pemimpin atau wakil rakyat, tapi juga melaksanakan kedaulatan rakyat dalam menentukan pilihan sesuai dengan hati nuraninya. Untuk itu, keselamatan dan keamanan dalam pesta tersebut harus terjamin, sehingga mereka yakin untuk hadir dan percaya aspirasi mereka tersampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2016 tentang pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota.

Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2020 tentang perubahan ketiga Undang-Undang Nomor 1 tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang Nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan Wali kota menjadi Undang-Undang

PKPU Nomor 5 tahun 2020 tentang perubahan ketiga atas peraturan Komisi peraturan kpu nomor 15 tahun 2019 tentang tahapan, program dan jadwal penyelenggaraan pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota tahun 2020.

PKPU Nomor 11 tahun 2020 tentang perubahan atas peraturan Komisi peraturan kpu nomor 4 tahun 2017 tentang kampanye pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota.

PKPU Nomor 13 tahun 2020 tentang perubahan keduan atas peraturan Komisi peraturan kpu nomor 6 tahun 2020 tentang pelaksanaan pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota serentak lanjutan dalam kondisi bencana nonalam (Covid 19).

PKPU Nomor 17 tahun 2020 tentang perubahan kedua atas atas peraturan Komisi peraturan kpu nomor 2 tahun 2017 tentang Pemutakhiran data dan penyusunan daftar pemilih pada pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota.

PKPU Nomor 19 tahun 2020 tentang perubahan Perubahan atas peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 9 tahun 2019 tentang rekapitulasi hasil penghitungan suara dan penetapan hasil pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota.

Surat KPU Nomor 179/PL/02-KPT/01/KPU/III/2020 tanggal 21 maret 2020 perihal penundaan tahapan pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota tahun 2020 dalam upaya pencegahan penyebaran Covid 19.

Keputusan KPU RI Nomor 465/PL.06.04.4-Kpt/06/KPU/IX/2020 tentang Pedoman teknis pelaksanaan kampanye pada pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota tahun 2020.

Keputusan KPU RI Nomor 476/PP.06.4.2-Kpt/01/KPU/X/2020 tentang perubahan kedua atas keputusan KPU Nomor 66/PP.06.4.2-Kpt/03/KPU/II/2020 tentang Pedoman teknis pembentukan Panitia pemilihan kecamatan. Panitia pemungutan suara, petugas pemutakhiran data pemilih, dan kelompok penyelenggara pemungutan suara dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, dan/atau wali kota dan wakil wali kota.

Surat KPU Nomor 487/PP/04.02-SD/01/KPU/VI/2020 tanggal 24 Juni 2020 perihal pencabutan surat KPU Nomor 485/PP.02-SD/01/KPU/VI/2020 dan arahan pembentukan petugas pemutakhiran data pemilih (PPDP) pada pemilihan serentak 2020.

Surat KPU Nomor 450/PP/04.02-SD/01/KPU/VII/2020 tanggal 6 Juli 2020 perihal penegasan surat Dinas Surat KPU Nomor 487/PP/04.02-SD/01/KPU/VI/2020 tanggal 24 Juni 2020 perihal pencabutan surat KPU Nomor 485/PP.02-SD/01/KPU/VI/2020 dan arahan pembentukan petugas pemutakhiran data pemilih (PPDP) pada pemilihan serentak 2020.

Surat KPU Nomor 569/PP/04.02-SD/01/KPU/VII/2020 tanggal tanggal 20 Juni 2020 perihal laporan data petugas pemutakhiran data pemilih (PPDP) pada pemilihan serentak 2020.

Surat KPU Nomor 588/PP/04.02-SD/01/KPU/VII/2020 tanggal 21 Juli 2020 perihal penyelesaian aduan masyarakat dan/atau laporan Bawaslu terhadap sekretariat PPK, sekretariat PPS, dan PPDP yang terindikasi terdaftar dalam SIPOL dan SILON.

Surat KPU Nomor 604/PP/04.02-SD/01/KPU/VII/2020 tanggal 27 Juli 2020perihal penggantian petugas pemutakhiran data pemilih (PPDP) pada pemilihan serentak 2020.

RAGAM HARAPAN PADA ADAPTASI KEBIASAAN PADA MASA MENDATANG

Marthin Robert Sihotang[1]

Pendahuluan

Tidak sedikit pro dan kontra terhadap Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diterapkan. Aspek positif menghadirkan Palu besar yang menekan dan memukul pandemi virus covid-19 supaya tidak menular. Aspek negatif menghadirkan ragam persoalan yang berujung pada pengangguran, kenaikan harga sembako, dan adaptasi kebiasaan baru.

Namun semuanya setuju bahwa pandemi covid-19 tidak boleh dibiarkan terlalu lama karena tidak bagus buat sendi-sendi kehidupan. Diakui atau tidak bahwa menghentikan aneka mobilitas kegiatan masyarakat sangat tidak mungkin dilakukan. Namun untuk mengelolanya secara efektif dan efisien tentu tidak sulit dilaksanakan buat kesehatan dan keselamatan.

Satu hal yang pasti bahwa kehadiran PPKM atau PSBB sukses mengurangi pandami covid-19 belakangan ini. Hasilnya dapat dirasakan sejak turunnya data korban pada awal bulan September 2021 sampai dengan 22 November 2021. Salah satu contohnya adalah lapisan rakyat Indonesia sudah merasakan adaptasi kebiasaan lama (AKL) seperti mencopot masker.

Pembahasan Pandemi Covid-19 Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Pandemi Covid-19 Menuju *New Normal*

Kehadiran pandemi wabah membuat perubahan adaptasi normal lama menjadi normal baru buat umat manusia Indonesia. Normal lama menjadi kenangan terindah yang berakhir pada tanggal 2 Maret 2020 dan dikenal dengan istilah beken "*sebelum masehi* ". Normal baru mulai diberlakukan pasca 3 Maret 2020 atau Mei 2020 dan dikenal dengan istilah "*sesudah masehi*".

Pasca digaungkan protokol kesehatan covid-19 atau *prokkes 5M*, maka istilah tersebut kelak berjalan selamanya, sungguh ironi. Bahkan kelak pandemi berubah menjadi endemik kewajiban mematuhi *covid protocol* tidak bisa ditawar lagi. Inilah normal baru yang harus diterima rakyat Indonesia dengan lapang dada karena kehidupan lama sudah tergantikan.

Tentu tidak selamanya wabah menuai hasil buruk karena masih ada hikmah yang bisa dipetik dan persepsi yang bernilai positif. Situasi yang sulit ini memerlukan adaptasi dan solusi sehingga membutuhkan kesabaran, waktu, dan pengalaman. Walaupun begitu kerinduan masyarakat untuk mengingat normal lama sangat dinantikan baik individu atau kelompok.

Pandemi Covid-19 Menuju *old Normal*

Pandemi covid-19 menuju normal lama (*old normal*) sangat mungkin terjadi meskipun memakan waktu yang lama. Waktu yang lama tersebut bersifat relatif, artinya bisa cepat atau panjang tergantung pada faktor tertentu yang tidak sedikit. Hal ini tidak perlu dikuatirkan atau tidak menjadi masalah asalkan protokol kesehatan tetap dijalankan secara seksama dan cermat.

Pandemi covid-19 menuju normal lama (*old normal*) memang tidak mudah, tapi juga tidak sulit diwujudkan. Salah satu jalan menuju normal lama, yakni menghadirkan program vaksinasi pada lapisan masyarakat Indonesia secara gratis. Menghadirkan program vaksinasi

nasional melalui impor bahan baku atau komoditas jadi yang selanjutnya diberikan kepada masyarakat.

Meskipun begitu, diakui atau tidak bahwa program vaksin nasional sebanyak 1x dosis atau lebih bukanlah satu-satunya jalan. Untuk mengubah status pandemik menjadi endemik tiada solusi lain selain melibatkan kesadaran masyarakat, tanpa terkecuali. Menciptakan sosialisasi kesehatan melalui media televisi, surat kabar, sarana elektronik, tempat ibadah, dan lainnya.

Obat Medis Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Obat Medis Menuju *New Normal*

Obat medis menuju normal baru (*new normal*) harus disiapkan melalui program vaksin injeksi dan ragam lainnya. Tujuannya bukan hanya mengantisipasi lonjakan penularan pada gelombang berikutnya, melainkan mencegah kematian. Dan tidak menutup kemungkinan bahwa ke depannya obat covid-19 berbentuk obat tablet/kapsul/cair layaknya obat parasetamol.

Tentunya riset farmasi ini harus disambut gembira secara informatif meskipun Negara pembuatnya berasal dari Negara asing. Walaupun begitu, Negara Indonesia tidak perlu malu atau berkecil hati dan tetap mengimpornya dari Negara pembuatnya. Selanjutnya membuat melalui prosedur *license* yang diberikan Negara/pabrik produsen kepada farmasi Indonesia.

Obat medis masa mendatang tentunya harus dibayar masyarakat Indonesia pasca program vaksinasi berakhir. Namun harganya tidak akan mahal atau terjangkau karena berkaitan dengan penyakit pernapasan manusia yang mudah menular. Pengawasan terhadap obat farmasi covid-19 tersebut kelak berjalan ketat supaya tidak disalahgunakan pihak yang tidak berkompeten.

Obat Medis Menuju *old Normal*

Asumsi bahwa satu atau dua tahun dari sekarang (2021) menuju tahun 2022/2023, situasi covid-19 sudah terhapus dari bumi Indonesia. Pandemi berubah menjadi flu biasa (*old normal*) dan tidak membahayakan lagi yang berujung pada penanganan farmasinya.

Penanganan kesehatan yang kelak masuk kategori spesialis paru atau spesialis umum kepada penderitanya.

Menuju normal lama pasca berubahnya status pandemi menjadi endemik tidak sama dengan normal lama sebelum awal Maret 2020. Meskipun berbeda namun suasananya mirip dengan normal lama, misalnya lepas maker, bebas kerumunan, dan penularan rendah. Obat kesehatan yang digunakan adalah terapi yang sama dengan nuansa pada adaptasi kebiasaan baru (AKB).

Penderita covid yang menerima terapi farmasi bukan hanya menkonsumsi satu obat saja melainkan lebih. Salah satu terapi yang diberikan adalah obat covid-19 yang berbentuk cairan/tablet/kapsul plus berdampingan dengan obat lainnya. Kondisi ini tidak menuai masalah karena sikap adaptasi kebiasaan lama (AKB) yang mulai pulih dan potensi penularan rendah.

Pendidikan Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Pendidikan Menuju *New Normal*

Edukasi dasar pada berbagai jenjang menuju normal baru harus mengkombinasikan metode *online* dan metode *offline*. Metode *online* adalah tatap muka virtual melalui perangkat komunikasi canggih, seperti : *Zoom*, *WA*, *Google Meet*, dan seterusnya. Metode *offline* adalah tatap muka manual yang berlangsung di sekolah khususnya ruang kelas pada umumnya.

Uniknya, proses belajar-mengajar menuju *new normal* harus diatur berdasarkan regulasi kesehatan dan pendidikan. Jadualnya ditetapkan pihak sekolah atau dinas terkait yang bersangkutan, seperti jam masuk, jumlah siswa/wi, dan lainnya. Sisanya melalui proses belajar *online* yang didampingi guru, para orang tua, dan berlangsung di rumah masing-masing.

Tentunya edukasi dasar bisa berjalan ketika program vaksinasi diterapkan pada peserta didik yang berusia 7 tahun hingga 18 tahun. Walaupun pembelajaran dasar beroperasi di tengah pandemi bukan berarti protokol kesehatan diabaikan begitu saja. Ketika salah satu

peserta didik mengalami sakit flu apapun jenisnya, maka kebijakan tatap muka manual harus dinonaktifkan.

Pendidikan Menuju *Old Normal*

Pendidikan menuju *Old Normal* merupakan harapan bersama yang sangat dinantikan di tengah pulihnya pandemi covid-19. Uniknya untuk mencapai perspektif tersebut memerlukan indikator yang kuat, stabil, dan penularan yang nihil. Ketika situasi sudah berlangsung normal, maka proses belajar mengajar *online* bisa ditiadakan dan diganti dengan tatap muka manual.

Meskipun proses belajar mengajar *online* ditiadakan bukan berarti teknologi internet tidak digunakan ke depannya. Melalui teknologi internet yang sudah dimaksimalkan para pelaku pendidikan pada awal pandemi berujung pada melek teknologi. Namun pengawasan tetap diberlakukan supaya menggunakannya sesuai koridor edukasi, ilmiah, dan pengetahuan.

Para guru, peserta didik, dan orang tua bisa menjalankan peran masing-masing tanpa merasa risau pada masa normal lama. Tidak ada kewajiban menjalankan protokol kesehatan karena berubah status menjadi flu musiman yang tidak berbahaya. Ketika salah satu peserta didik mengalami sakit flu apapun jenisnya, maka kebijakan tatap muka manual tetap berjalan normal.

Proses Belajar-Mengajar *Online* Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Proses Belajar-Mengajar *Online* Menuju *New Normal*

Proses belajar-mengajar *online* menuju normal baru merupakan capaian perspektif yang tidak dikehendaki siapapun. Namun nuansa pandemi covid-19 mau tidak mau menghadirkan proses pembelajaran kepada peserta didik via media teknologi *online*. Tujuannya adalah mencegah jatuhnya korban secara luas sekaligus menghindari putusnya mata rantai pendidikan nasional.

Hadirnya pandemi covid-19 tidak sedikit memberikan perubahan baru bahwa pendidikan berada ditangan orang tua. Para guru bukan lagi berperan sebagai staff pengajar, melainkan berfungsi sebagai staff

fasilitator dan mediator pada masa mendatang. Artinya orang tua bukan lagi berfungsi sebagai pihak yang memiliki putra-putri, melainkan berperan sebagai pengajar.

Kondisi ini jelas tidak menguntungkan bahkan berpeluang menimbulkan konflik terbuka antara guru dan orang tua murid. Belum lagi biaya tambahan yang harus dikeluarkan pihak sekolah dan orang tua untuk menggunakan media komunikasi *online*. Untuk itu pertemuan tatap muka harus dijalankan sekaligus mengalokasikan ulang posisi guru dan orang tua pada tempatnya.

Proses Belajar-Mengajar *Online* Menuju *Old Normal*

Proses pembelajaran *online* menuju *old normal* tidak lagi memerlukan perangkat canggih sebagai alat utama. Proses belajar mengajar harus dikembalikan dengan mengurangi pemakaian media internet ke media tatap muka manual. Kelas sudah terisi para peserta didik sepenuhnya tanpa disertai jadual giliran sekaligus mengembalikan posisi guru sebagai media.

Para guru dan peserta didik kembali ceria, bahagia, dan tersenyum karena pandemi covid-19 sudah berakhir. Interaksi antara guru dengan para pelajar kembali tumbuh dan para orang tua dapat melanjutkan mobilitas lainnya. Para siswa/wi dapat belajar mandiri di sekolah tanpa di dampingi para orang tua yang berpartisipasi sebelumnya. Tentunya para pelajar yang sudah terbiasa dengan pembelajaran *online* beradaptasi ulang dengan model manual.

Kembali pada normal lama tidak boleh disia-siakan untuk mencegah betahnya peserta didik pada Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). Perspektif ini terjadi karena PJJ belum sesuai dengan standar pendidikan dasar seperti SD, SLTP, dan SLTA, kecuali Perguruan Tinggi. Lagipula hadirnya PJJ buat pendidikan dasar membuat para pelajar merasa kesepian dan minim kreatif.

Interaksi Manusia Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Interaksi Manusia Menuju *New Normal*

Meskipun pandemi covid-19 sudah melandai turun secara signifikan bukan berarti semuanya baik-baik saja. Turunnya secara signifikan melalui kehadiran PPKM atau PSBB yang ketat, disiplin, dan berwibawa. Sudut pandang ini terjadi karena tidak satupun masyarakat yang berkenan interaksinya tertular wabah virus ke depannya. Ketika pendekatannya berujung infeksi, maka yang harus diobati bukan hanya satu atau dua melainkan banyak manusia.

Menuju normal baru harus dipersiapkan melalui ragam pembatasan interaksi yang menghadirkan kenyamanan bersama. Artinya pendekatan antar manusia bukan lagi saling berkomunikasi atau bertemu, tapi saling melindungi satu sama lain. Memang miris, tapi inilah *new normal* yang menanggalkan tabiat lama menuju tabiat baru untuk waktu yang lama.

Interaksi antar manusia menuju *new normal* tidak boleh dipandang skeptis, tapi harus bersemangat di dalamnya. Pola pikir harus positif sekaligus mencoba hal baru yang lebih definitif yang sesuai dengan adaptasi kebiasaan baru (AKB). Pergeseran menyesuaikan diri menjadikan relasi manusia dengan manusia lain turut berubah seiring situasi normal baru.

Interaksi Manusia Menuju *Old Normal*

Interaksi manusia dengan manusia (*Human Interaction*) menuju *old normal* sangat diharapkan dan dinantikan ke depannya. Bebas masker, bebas berkerumun, bebas beribadah, dan seterusnya tanpa dihantui infeksi wabah virus covid-19. Kehidupan kembali normal yang berujung pada pemulihan sendi-sendi kehidupan yang sempat terkena dampak sebelumnya.

Tim medis tidak lagi mengenakan alat pelindung diri (APD), karyawan kembali bekerja sepenuhnya, tempat hiburan dibuka kembali, dan ragam lainnya. Pendekatan manusia tidak lagi saling melindungi, tapi kembali pada interaksi komunikasi dan melengkapi

satu sama lain. Kehidupan normal lama tentunya lebih baik daripada pendekatan *new normal* ke depannya.

Meskipun begitu, wabah covid-19 bisa muncul sewaktu-waktu seperti kasus demam berdarah, malaria,dan kasus lainnya. Untuk itu potensinya diredam supaya tidah hadir ke permukaan dan tidak mengancam gelombang berikutnya. Status flu musiman yang kelak disandangnya tidak boleh dianggap remeh melalui persiapan fasilitas, teknologi, obat farmasi, dan ragam lainnya.

Peribadatan Agama Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Peribadatan Agama Menuju *New Normal*

Media ibadah menuju adaptasi kebiasaan baru (AKB) terbilang terbatas berdasarkan komposisi dan regulasi Pemerintah Pusat/ Propinsi. Bahkan tidak sedikit tokoh agama yang menyuarakan pentingnya kualitas protokol covid buat umat manusia. Koordinasi antara satgas covid-19 dengan para pemuka agama harus berjalan positif demi kesehatan dan keselamatan bersama.

Hadirnya regulasi tersebut mencerminkan kepedulian Pemerintah Pusat untuk memastikan kualitas ibadah tanpa ada resiko tertular. Beribadah dari rumah melalui media teknologi canggih tidak mengurangi nilai yang sebenarnya asalkan terjadi secara hikmat. Pembatasan media ibadah bukan berarti rumah ibadah menjadi kosong alias tidak ada manusia di dalamnya.

Tentunya hanya orang sehat, bebas flu, dan bebas demam yang dizinkan untuk menjalankan agamanya di luar rumah. Itupun harus memakai masker, protokol kesehatan, dan cek suhu tubuh atau mengeluarkan kartu Perduli Lindungi. Sementara orang sakit flu meskipun bukan penderita covid-19 tetap tidak diperkenankan beribadah di luar, kecuali rumahnya sendiri.

Peribadatan Agama Menuju *Old Normal*

Beribadah sesuai keyakinan atau kepercayaan agamanya pada situasi adaptasi kebiasaan lama (AKB) yang kembali pulih. Media teknologi *online* seperti *youtube*, *WA*, dan sarana lain tetap

dimaksimalkan berdampingan dengan ibadah umumnya. Komposisi umat yang beribadah kepada TuhanNYA naik sebesar 100% dan bebas protokol kesehatan pada masa mendatang.

Kalaupun ada komponen masyarakat yang ingin mengenakan masker dan menjaga jarak/interaksi dengan umat lain diperbolehkan. Perspektif ibadah menuju normal lama harus dikonstruksi secara cermat supaya berujung manis dan berlangsung lama. Kerjasama dengan lintas agama harus diciptakan supaya terjadi tolong-menolong yang tertunda karena pandemi.

Salah satu kisah yang menarik adalah penuhnya umat yang beribadah yang didorong rasa pertobatan dan kerinduan. Rasa pertobatan karena tidak ingin mengulangi kembali perilaku tidak hadir dalam mengikuti ritual keagamaan sebelum pandemi covid-19. Rasa kerinduan untuk beribadah kepadaNYA melalui rumah ibadah yang dibuka kembali ke masyarakat.

Pariwisata Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Pariwisata Menuju *New Normal*

Umumnya, pariwisata menyangkut kehidupan orang banyak yang berkaitan dengan kegiatan seni, penginapan, kuliner, dan lainnya. Itulah sebabnya kedatangan pandemi covid-19 berdampak luas buat para pemangku kepentingan di dalamnya. Hadirnya adaptasi normal baru memberikan harapan dibukanya kembali pariwisata yang bermuara pada pendapatan daerah.

Meskipun pariwisata dibuka kembali, tapi belum bisa maksimal sepenuhnya karena situasi yang belum kondusif. Para turis asing atau domestik tetap menjalani protokol kesehatan, vaksinasi, karantina, dan perawatan tertentu. Tentunya status pariwisata daerah yang dibuka kembali wajib mengikuti regulasi Pemerintah Pusat/Propinsi khususnya tata tertib medis/klinis.

Sarana kesehatan pada lokasi pariwisata mutlak dilakukan untuk memastikan kenyamanan dan keselamatan bersama. Edukasi medis terhadap para wisatawan mancanegara dan domestik melalui papan

petunjuk yang tersedia. Pemantauan dan pengawasan dari dinas pariwisata dan dinas kesehatan tidak bisa dihindarkan lagi melalui elaborasi positifnya. Inilah bentuk adaptasi normal baru yang berbeda dari normal lama.

Pariwisata Menuju *Old Normal*

Pariwisata menuju normal lama merupakan cita-cita yang tidak ingin dilewatkan masyarakat yang diam di dalam rumah. Bebas berkerumunan pada lokasi tertentu tanpa dihantui 14 hari atau dua pekan kemudian, apakah tertular atau tidak? Kalaupun mengalami sakit flu/batuk/bersin terjadi karena faktor alami, seperti masuk angin, kena hujan, dan kelelahan.

Pariwisata menuju adaptasi kebiasaan lama (AKL) berarti pulihnya ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan seterusnya mulai terjadi. Perspektif ini harus dimaksimalkan melalui berita informatif dan sosialisasi kepada lapisan masyarakat. Untuk menambah elegansi tidak salah memberikan potongan harga yang menarik dan memikat kepada calon turis ke depannya.

Meskipun bebas melakukan perjalan wisata ke berbagai pelosok daerah, tapi bukan berarti semuanya berjalan kondusif. Para wisatawan dituntut untuk menjaga kualitas kehidupan sehingga tidak merepotkan keluarga atau lingkungan sekitarnya. Sarana kesehatan pada lokasi pariwisata senantiasa disiagakan untuk memastikan kenyamanan dan keselamatan bersama.

Sumber Daya Manusia Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Sumber Daya Manusia Menuju *New Normal*

Tidak sedikit dari para pelamar yang mencari pekerjaan baik sektor swasta, PNS, BUMN, dan ragam lainnya tanpa rasa takut. Padahal pandemi covid-19 sangat disarankan untuk mengurangi mobilitas kegiatan dan lebih banyak berdiam diri di rumah. Faktanya adalah berbondong-bondong pencari kerja mencari nafkah baru melalui perangkat teknologi internet.

Kuatir dan rasa takut terhadap wabah pasti terjadi, tapi tidak bekerja atau tidak mendapatkan pekerjaan juga bukan solusi. Mau

tidak mau para pencari kerja berbuat lebih seperti memakai masker, *faceshield*, tes PCR yang semuanya bermuara pada pengeluaran. Menyadari situasi yang sulit, maka orang tua mendukung dan memanjatkan doa buat kemajuan putra-putrinya.

Para perusahaan yang mencari calon SDM potensial dituntut memberikan syarat atau ketentuan yang tidak memberatkan. Hal ini termasuk sektor pemerintahan dan BUMN/BUMD dalam menyerap sumber daya manusia ke dalam instansinya. Tingginya PHK, pemotongan gaji atau upah, menjadual ulang jam kerja, dan lainnya membuat para tenaga kerja tidak punya opsi lain.

Sumber Daya Manusia Menuju *Old Normal*

Sumber daya manusia menuju *Old Normal* sepertinya berlaku sama dengan sumber daya manusia menuju *New Normal*. Potensi ini bisa lebih besar mengingat situasi pandemi covid-19 berubah menjadi endemik yang tidak perlu dikuatirkan. Meskipun begitu berita informatif tersebut perlu disambut gembira karena mengurangi jumlah pengangguran ke depannya.

Menuju *Old Normal* berarti pertumbuhan ekonomi mulai meningkat yang ditinjau dari sektor penyerapan tenaga kerja. Menuju normal lama yang diidam-idamkan berarti banyak masyarakat yang lebih berani keluar rumah untuk mencari pekerjaan. Orang tua pasti memberikan kesempatan kepada putra-putrinya untuk mencari pekerjaan tanpa dihantui covid.

Para karyawan atau pegawai yang memakai masker atau *faceshield* di kantornya tidak bisa dikelompokkan kurang sehat. Besar posibilitas yang bersangkutan mengenakannya untuk alasan lain, seperti mencegah debu atau kotoran masuk ke hidung. Untuk mengakomodir dugaan tersebut salah satunya dengan menghadirkan petugas untuk memeriksa suhu tubuh.

Produk Pangan (Sembako) Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Produk Pangan (Sembako) Menuju *New Normal*

Produk pangan (sembako) menuju normal baru mulai mengalami kenaikan meskipun kuantitas barang tersedia dengan baik. Pemicu

kenaikan harga pada produk pangan bisa bermacam jawaban dan Pemerintah Pusat/Propinsi harus mengatasinya. Kalau tidak diselesaikan kelak menimbulkan friksi yang tidak sedikit mengenai produsen, distributor, agen, dan seterusnya.

Situasi normal baru menghadapi wabah harus covid-19 disikapi dengan perilaku tolong-menolong dan bukan todong-menodong. Artinya menaikkan harga secara wajar, tidak menimbun komoditas, menjual sembako berkualitas, dan ragam lainnya. Kalau tujuan tercapai dengan baik, maka adaptasi normal baru berjalan sepenuhnya tanpa ada masalah ke depannya.

Para pedagang harus bijak dalam melakukan transaksi niaga supaya tidak menimbulkan kepanikan di pasar. Pemerintah Pusat/ Propinsi harus tegas dalam menindak para pelaku penimbunan yang tidak melepas komoditasnya ke konsumen. Para produsen atau distributor sembako harus memastikan komoditasnya selalu tersedia cukup melalui jaringan hulu ke hilir.

Produk Pangan (Sembako) Menuju *Old Normal*

Situasi normal lama seperti Januari 2020 hingga Februari 2020 merupakan salah satu impian terindah buat masyarakat Indonesia. Pertanyaannya : Apakah bisa status pandemi berubah menjadi endemik atau flu musiman di tengah varian covid-19? Kalau tercapai dengan baik kelak bermuara pada kebebasan berkerumun, bertransaksi, interaksi, integritas, dan lainnya.

Produk pangan (sembako) menuju *old normal* bukan berarti harga komoditas kembali mundur ke zaman sebelum pandemi. Produk pangan (sembako) menuju *old normal* berarti setiap sudut atau pojok pasar tersedia media kesehatan sebagai pertolongan pertama. Kehadiran sarana medis/klinis pada lingkup pasar untuk mengantisipasi medis/klinis yang tidak bisa diduga.

Tentunya, situasi produk pangan (sembako) menuju *old normal* tidak sama dengan situasi *old normal* sebelum covid-19. Dan situasi produk pangan (sembako) menuju *old normal* tidak bisa disamakan dengan adaptasi kebiasaan baru (AKB). Masyarakat sebagai *end-user*

harus memaksimalkan kesempatan tersebut secara cermat sekaligus menggerakkan roda ekonomi.

Pemilihan Umum Menuju *New Normal* atau *Old Normal*

Pemilihan Umum Menuju *New Normal*

Pemilihan umum (Pilpres atau Pilgub) Presiden atau Gubernur akan dihelat dalam beberapa bulan atau tahun kemudian. Suasana pandemi covid-19 masih menyelimuti Indonesia, tapi bukan berarti menunda atau membatalkan momen tersebut. Bukan juga dengan melanjutkan periode pemerintahan tanpa melalui mekanisme normatif yang biasanya umum dilakukan.

Pemilihan umum Capres atau Cagub tetap berjalan dengan mengedepankan prosedur prokol kesehatan yang ketat. Tidak perlu mengajak lapisan masyarakat untuk berkampanye secara manual karena potensi kerumunan yang sulit dihindari. Namun lakukan dengan metode cerdas seperti menciptakan teknologi piranti lunak tertentu yang *user friendly* dan mudah digunakan

Atau melakukan konstruksi pemilihan suara via media digital sehingga lapisan masyarakat bisa melakukannya secara *online*. Sosialisasi untuk meniadakan kampanye manual perlu digalakkan mulai dari sekarang dengan metode yang konstruktif dan interaktif. Adaptasi kebiasaan baru (AKB) pada pemilihan umum mendatang akan menghadirkan nuansa baru yang tidak sedikit.

Pemilihan Umum Menuju *Old Normal*

Pemilihan umum menuju *old normal* merupakan cita-cita bersama walaupun tidak mungkin kembali ke periode sebelumnya. Kampanye manual bisa diselenggarakan terbatas dan menghidupkan kembali interaksi calon pemimpin dengan masyarakatnya. Diskusi, tanya jawab, dan bertukar pikiran dapat dibukakan kembali untuk memperoleh deskripsi profil, misi, dan visi kepemimpinan mendatang.

Model pemilihan umum manual ke lokasi pemungutan suara (TPS) bisa diterapkan kembali dan tidak menuai masalah. Para pemilih bisa datang ke lokasi untuk menentukan pilihannya yang kelak memimpin Negara atau Propinsinya. Media kesehatan juga

dipersiapkan untuk menanggapi warga atau panitia pemungutan suara (PPS) yang mengalami masalah kesehatan.

PPKM Menuju *New Normal* dan *Old Normal*

PPKM Menuju *New Normal*

Diakui atau tidak bahwa PPKM yang dihelat pada awal Juli 2021 hingga tulisan ini diturunkan membawa perubahan positif. Salah satunnya adalah melandainya pandemi covid-19 ke titik terendah yang bermuara pada dibukanya sektor kehidupan. Meskipun PPKM berpotensi diteruskan sampai enam bulan berikutnya untuk memastikan wabah berada dalam jalur aman.

PPKM menuju *new normal* merupakan gebrakan Pemerinah Pusat untuk menekan tingkat penularan dan jatuhnya korban secara luas. Gebrakan yang dinilai berhasil tidak hanya kalangan dalam negeri, tapi juga dunia internasional. Upaya ini dapat dinikmati lapisan masyarakat sejak melandainya covid-19 awal September 2021 hingga 26 November 2021.

Implementasi PPKM tidak hanya berlaku di Pulau Jawa, tapi juga berlaku di luar Pulau Jawa, seperti Sumatra dan seterusnya. Momennya juga dilaksanakan secara serentak atau sesuai kebutuhan dengan berdasarkan level 1 sampai dengan level 4. Sekarang, masalahnya adalah mampukah Pemerintah Indonesia menjaga situasi pandemi covid-19 terkontrol dan kondusif?

PPKM Menuju *Old Normal*

PPKM Menuju *Old Normal* tidak akan dibutuhkan lagi, kecuali berhadapan dengan wabah virus/bakteri yang baru. Eskalasinya juga terbatas alias tidak bisa diterapkan sepenuhnya ke propinsi lain yang tidak mengalaminya. Misalnya satu kawasan mengalami kejadian luar biasa (KLB) terkena penyakit demam berdarah (DBD), sementara daerah lain tidak mengalaminya.

Ilustrasi ini menggambarkan kehadiran PPKM hanya diterapkan pada satu propinsi saja tanpa menganggu sektor atau domisili yang sehat. Meskipun begitu Pemerintah Pusat tidak salah meminta wilayah atau daerah lain disekitarnya untuk turun tangan. Turun tangan

membantu sesama manusia yang membutuhkan sekaligus mencegah peluang penyebaran ke lokasi lain.

PPKM menuju *old normal* hendaknya disikapi oleh Pemerintah Pusat/Propinsi bersama lapisan rakyat Indonesia. Disikapi dalam bentuk simulasi atau model pembelajaran yang akan dipelajari, diundang-undangkan, dan diwariskan kepada generasi berikutnya. Jadi, tatkala wabah virus atau bakteri menginfeksi manusia, maka masyarakat sudah siap menghadapinya.

Sumber Daya Kesehatan (SDK) Menuju *New Normal* dan *Old Normal*

Sumber Daya Kesehatan (SDK) Menuju *New Normal*

Sumber daya kesehatan (SDK) harus dipersiapkan baik kualitas, kuantitasnya, fasilitas, dan bangunannya. Tujuannya bukan hanya menyerap para professional medis, tapi juga mempersiapkan diri menghadapi pandemi berikutnya. Pandemi berikutnya yang bisa hadir setiap saat, setiap waktu, dan jenis apapun yang berasal dari dalam negeri atau luar negeri.

Penanganan covid-19 memberi pelajaran berharga bahwa tenaga kesehatan Indonesia belum memiliki pengalaman. Belum memiliki pengalaman bukan karena tidak pernah mengalaminya, melainkan karena berhadapan dengan musuh berbahaya yang tidak terlihat. Uniknya, masyarakat tertentu merasa terpanggil dan bersedia mendaftarkan diri menjadi relawan medis.

Sumber daya kesehatan (SDK) juga berbicara tentang fasilitas yang berupa gedung atau bangunan sebagai media infrastruktur. Fasilitas tersebut harus diperbaharui secara bertahap berdasarkan kebutuhan, riset ilmiah, keuangan, dan seterusnya. Ketika kejadian sejenis terulang kembali kelak dapat dijawab dengan langkah-langkah yang terorganisir dan terpadu.

Sumber Daya Kesehatan (SDK) Menuju *Old Normal*

Sumber daya kesehatan (SDK) menuju *old normal* memberi kemudahan buat para tenaga kesehatan yang pernah mengalaminya. Menuju normal lama berarti sumber daya kesehatan tidak boleh

dikurangi, melainkan ditambah dan ditingkatkan. Meskipun terjadi penambahan infrastruktur dan kuantitas tenaga kesehatan, tapi bukan berarti mengurangi kualitasnya.

Penambahan infrastruktur dan kuantitas tenaga kesehatan bukan berarti memboroskan keuangan pusat/propinsi. Melainkan mempersiapkan diri untuk melayani pasien sekaligus mensimulasikan penanganan penyakit berbahaya lainnya. Penambahan infrastruktur dan kuantitas tenaga kesehatan bukan berarti *mubazir*, melainkan menghitung ideal antara dokter dengan jumlah penduduk.

Untuk memberdayakan tenaga kesehatan yang berujung pada kemampuan teknis tidak ada salahnya untuk menyekolahkannya. Hasilnya tidak hanya berguna buat Pemerintah atau swasta, tapi juga memberikan faedah buat lapisan masyarakat sebagai *end-user*. Menyadari pentingnya sekolah medis atau farmasi lanjutan sehingga harus dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Keuangan Menuju *New Normal* dan *Old Normal*

Keuangan Menuju *New Normal*

Keuangan menuju *new normal* berbicara tentang persiapan yang harus dilakukan dan bukan tentang masalah investasi. Perspektif ini terjadi karena tidak sedikit orang melakukan investasi, tapi tidak sedikit juga yang mengalami kesulitan mencairkannya. Diakui atau tidak menabung via Bank kelak tergerus nilainya karena faktor inflasi, nilai yang tidak bertambah, dan lainnya.

Namun sisi lain menabung di tabungan memiliki keuntungan, salah satunya dapat dicairkan kapan saja berdasarkan kebutuhan. Untuk itu menabung tidak kalah penting dengan investasi, terlebih pada situasi krisis tertentu atau pandemi virus. Kalaupun mau berinvestasi yang bermuara pada nilai yang lebih sebaiknya carilah produk yang aman dan mudah dicairkan.

Keuangan pada situasi krisis tertentu atau pandemi virus covid-19 sebaiknya tersedia lebih dari 6 bulan ke atas. Sekaligus menciptakan peluang kerja atau berwirausaha dan memaksimalkan waktu berikutnya untuk meraih masa depan yang berkualitas. Persiapan ini

perlu dilakukan para keluarga di Indonesia ke depannya supaya tidak mengalami kepanikan atau ketakutan.

Keuangan Menuju *Old Normal*

Keuangan pada era normal lama lebih kondusif atau tertata rapi daripada situasi normal baru yang disebutkan di atas. Para keluarga Indonesia sudah memiliki rencana menabung atau berinvestasi pada produk yang mudah dicairkan. Hal ini terjadi karena pandemi covid-19 mengajarkan banyak aspek termasuk gerilya proses tata kelola keuangan untuk bertahan hidup.

Keuangan yang tersedia juga dipakai untuk membuka bisnis sehingga dana yang dimiliki terus berputar. Terus berputar untuk menuai pendapatan baru sekaligus membuka kuantitas dan kualitas produk atau cabang bisnis berikutnya. Pola pikiran ini yang harus praktikkan kepada keluarga Indonesia dan tidak perlu meminta bantuan sosial (*bansos*) kepada Pemerintah.

Keuangan menuju normal lama bukan berarti kembali pada adaptasi kebiasaan lama (AKL) sebelum pandemi covid-19. Melainkan memutakhirkan sistem keuangan keluarga yang berjangka panjang dan siap menghadapi dinamika zaman. Untuk meng-implementasikannya menjadi suatu realitas, Pemerintah Pusat/Propinsi harus mengedukasi lapisan masyarakatnya.

Transportasi Menuju *New Normal* dan *Old Normal*

Transportasi Menuju *New Normal*

Transportasi menuju normal baru ke depannya berjalan ketat, protokol covid-19, pembatasan penumpang, dan lainnya. Perspektif tersebut berlaku untuk semua jalur baik darat, laut, dan udara sehingga satupun tidak ada yang terlewatkan. Para penumpang wajib mematuhi regulasi secara seksama termasuk menghadirkan sertifikat vaksin Peduli Lindungi kepada petugas.

Pemerintah Pusat/Propinsi perlu menghadirkan regulasi yang konsisten dan tidak membingungkan masyarakat. Regulasi transportasi yang berdampingan dengan protokol kesehatan seperti tes PCR, tes antigen, dan lainnya. Tentunya biaya tambahan perlu

dikeluarkan yang jumlahnya diatur tidak terlalu besar dan tidak memberatkan penumpangnya.

Khusus kendaraan bermotor pribadi sebaiknya mengadakan semprotan desinfektan baik sebelum dan pasca pulang ke rumah. Tujuannya untuk memastikan sterilisasi pada bagian dalam (*interior*) yang bermuata pada kenyamanan dan kesehatan bersama. Penyemprotan juga berlaku pada semua jalur udara, darat, dan laut yang dilakukan para petugas kebersihan.

Transportasi Menuju *Old Normal*

Transportasi menuju *old normal* tidak lagi membutuhkan protokol kesehatan, melainkan kedisiplinan yang sudah terbentuk. Kedisplinan yang terasah dari pahitnya mengalami pandemi covid seperti diri sendiri, orang tua, dan kerabat terdekat lainnya. Peraturan yang menyangkut kehidupan orang banyak yang dipertahankan dan ditingkatkan melalui berbagai cara tertentu.

Masyarakat pun menyadari pentingnya keselamatan bersama selama berada di ruang publik, fasilitas umum, dan fasilitas sosial. Namun kalau berada di lingkungan tempat tinggal yang jauh dari ruang publik terbuka, maka protokol kesehatan tidak perlu ketat. Media medis perlu disiagakan untuk mengantisipasi kesehatan para penumpang yang berpeluang terganggu.

Transportasi menuju *old normal* membolehkan kerumunan penumpang pada semua jenis transportasi, tanpa kecuali. Meskipun begitu penyemprotan desinfektan wajib dilaksanakan secara menyeluruh seperti kursi, ruang kemudi, dan seterusnya. Termasuk cek tubuh untuk memastikan penumpang dalam kondisi sehat dan tidak membawa penyakit dalam tubuhnya.

Simpulan

Tidak sedikit pro dan kontra terhadap Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diterapkan. Aspek positif menghadirkan Palu besar yang menekan dan memukul pandemi virus covid-19 supaya tidak menular. Aspek negatif menghadirkan ragam

persoalan yang berujung pada pengangguran, kenaikan harga sembako, dan adaptasi kebiasaan baru.

Obat medis menuju normal baru (*new normal*) harus disiapkan melalui program vaksin injeksi dan ragam lainnya. Tujuannya bukan hanya mengantisipasi lonjakan penularan pada gelombang berikutnya, melainkan mencegah kematian. Dan tidak menutup kemungkinan bahwa ke depannya obat covid-19 berbentuk obat tablet/kapsul/cair layaknya obat parasetamol.

Edukasi dasar pada berbagai jenjang menuju normal baru harus mengkombinasikan metode *online* dan metode *offline*. Metode *online* adalah tatap muka virtual melalui perangkat komunikasi canggih, seperti : *Zoom*, *WA*, *Google Meet*, dan seterusnya. Metode *offline* adalah tatap muka manual yang berlangsung di sekolah khususnya ruang kelas pada umumnya.

Meskipun pandemi covid-19 sudah melandai turun secara signifikan bukan berarti semuanya baik-baik saja. Turunnya secara signifikan melalui kehadiran PPKM atau PSBB yang ketat, disiplin, dan berwibawa. Sudut pandang ini terjadi karena tidak satupun masyarakat yang berkenan interaksinya tertular wabah virus ke depannya. Ketika pendekatannya berujung infeksi, maka yang harus diobati bukan hanya satu atau dua melainkan banyak manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z., Rumansyah, & Arizona, K. (2020). Pembelajaran Online Berbasis Proyek Salah Satu Solusi Kegiatan Belajar Mengajar Di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, 5(1), 64–70. https://doi.org/10.29303/JIPP.V5I1.111

Ahmad Bustomi. 2020. Implikasi Covid 19 Terhadap Pembelajaran Di Perguruan Tinggi. Karawang: STAI Asshiddiqiyah. Vol. 1

Akbar, Muhammad Hazmi. 2020. New Normal pada Sektor Pendidikan. https://kumparan.com/zami-akbar/new-normalpada-sektor-pendidikan-1tX9rCGwY5Z. (Diakses pada, 20 November 2021).

Amtiran, Abdon (2020). Pandemi Covid-19 dan implikasinya terhadap Polarisasi Mazhab Theologi di Indonesia. Magnum opus: Jurnal Teologi dan Kepemimpinan Kristen. Vol 1, No 2 (Juni 2020). (64-71), e-ISSN 2716-0556, p-ISSN 2502-2156. Retrieved from http://sttikat.ac.id/ejournal/index.php/magnumopus

Anggita Valerisha dan Marshell Adi Putra. 2020. Pandemi Global Covid-19 dan Problematika Negara-Bangsa: Transparansi Data Sebagai Vaksin Socio-digital. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Katholik Parahyangan.

Asy'ari, R. (2020). Covid 19 Dan Bentuk Partisipasi Dalam Memeranginya, Makalah Bahasa Indonesia, Universitas Negeri Surabaya.

Gugus tugas percepatan penanggulangan covid 19, 2020. Paket Panduan Lintas Sektor Tanggap COVID-19 – menuju situasi 'normal yang baru'.

Herdiana, D. (2020). Rekomendasi Kebijakan Pemulihan Pariwisata Pasca Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)Di Kota Bandung. Jurnal Master Pariwisata (JUMPA), 7(1).

Herlina, & Suherman, M. (2020). Potensi Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan (PJOK) di Tengah Pandemi Corona Virus Disease (Covid)-19 di Sekolah Dasar. Tadulako Journal Sport Sciences and Physical Education, 0383.

Kemenkes RI, 2020. Surat Edaran Protokol Pencegahan Penularan Corona Virus Disease (Covid-19) di Tempat Kerja Sektor Jasa dan Perdagangan (area publik),

Kementerian Kesehatan RI. Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID-19). Revisi ke-5. July 2020. Available at https://covid19.go.id/p/ protokol/pedoman-pencegahan-dan-pengendalian-coronavirus-disease-covid-19-revisi-ke-5.

Kementerian Kesehatan RI. Pedoman Teknis Sarana dan Prasarana Rumah Sakit Kelas B, Kementerian Kesehatan RI, Pusat Sarana, Prasarana dan Peralatan Kesehatan. Kementerian Kesehatan

Republik Indonesia. 2010. Available at http://manajemenrumahsakit.net/wp-content/uploads/2012/11/Pedoman%20Teknis%20Fasilitas%20RS%20Kelas%20B-complete.pdf.

Kementerian Kesehatan RI. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2016 tentang Persyaratan Teknis Bangunan dan Prasarana Rumah Sakit. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2016. Available at https://kesmas.kemkes.go.id/perpu/konten/permenkes/pmk-no.24-tahun-2016.

Kepmenkes RI Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri Dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi

Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional. Edisi Khusus 2020: 59-64.

STRATEGI PERENCANAAN KEUANGAN PARA PELAKU EKONOMI KREATIF UNTUK BERTAHAN PASCA PPKM

Maya Macia Sari[1]
Pipit Buana Sari[2]
[1,2]Universitas Pembangunan Panca Budi
[1]mayamacia@dosen.pancabudi.ac.id
[2]pipitbuana@dosen.pancabudi.ac.id

Pendahuluan

Sekarang ini di Indonesia merupakan salah satu Negara menghasilkan Sumber Daya Manusia yang kreatif dalam mengembangkan UMKM. UMKM telah mampu berkontribusi dalam APBD. Posisi UMKM dinilai sangat penting karena sektor ini tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian, tetapi juga memberikan kesempatan kerja langsung dan tidak langsung kepada masyarakat dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang relatif rendah. Menurut Undang-undang No.20/2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah (Saefullah, dkk 2010), yaitu dengan aset maksimal Rp 50 juta dan omset maksimal Rp 300 juta untuk usaha mikro, aset lebih Rp 50 juta- Rp 500 juta dan omset lebih dari Rp 300 juta – Rp 5 milliar untuk usaha kecil, aset lebih Rp 500 juta- Rp 10 milliar dan omset lebih dari Rp 2.5 milliar – Rp 50 milliar untuk usaha menengah, dan aset lebih dari Rp 10 milliar dan omset lebih dari Rp 50 milliar untuk usaha besar.

Pada tanggal 21 Desember 2011 berdasarkan peraturan Presiden nomor 92 tahun 2011, pemerintah secara resmi membentuk Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang diperkuat dengan

dua Direktur Jendral yang secara langsung bertanggung jawab terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia yaitu: Direktur jendral Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya dan Direktorat Jenderal Ekonomi Kreasis Berbasis Media, Desain dan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Pentingnya kreatifitas dalam pembangunan merupakan tonggak pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif, meskipun relative masih baru, telah menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian. Peranan ekonomi kreatif dalam perekonomian dapat dilihat dari beberapa aspek, sebagai berikut:

1 Ekonomi kreatif berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan karena kreatifitas merupakan sumber daya yang dapat diperbaharui.

2 Ekonomi kreatif berperan dalam mendorong pertumbuhan sektor-sektor lain melalui penyediaan input bagi sektor lain ataupun menggunakan input sector lain dalam kegiatan produksinya.

3 Ekomomi kreatif mampu menghasilakan produk bernilai tambah tinggi, yang tidak hanya bersifat fungsional tetapi juga memiliki makna sehingga meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, ekonomi kreatif juga berkontibusi pada penguatan citra dan identitas bangsa, penguatan toleransi sosial, pengurangan kesenjangan sosial dan ekonomi yang ada di masyarakat, peningkatan pemanfaatan bahan baku lokal dan ramah lingkungan, peningkatan peran dalam pembangunan serta mendorong berkembangnya krratifitas secara umum.

Pandemi COVID-19 berdampak besar pada banyak industri, termasuk perekonomian. Sektor ekonomi dan bisnis Indonesia terpukul parah oleh wabah Covid-19. Banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang bingung karena perusahaannya terhalang dan bahkan tidak bisa berkembang. Secara global, rantai pasokan telah melemah akibat dampak Covid-19, harga komoditas anjlok, dan kemungkinan krisis ekonomi global meningkat. Di dalam negeri,

pengeluaran diskresioner, penutupan pabrik, larangan perjalanan, dan PSBB (pembatasan sosial skala besar) telah dibatasi oleh efek Covid - 19. Meluasnya penyebaran virus corona atau Covid-19 mulai berdampak kepada lebih dari separuh koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia

Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat telah ditetapkan, bahkan diseluruh penjuru Indonesia yang diawali seluruh area Jawa dan Bali. Salah satu yang terkena dampak PPKM adalah pelaku ekonomi kreatif. Meskipun demikian, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Manparekraf) Sandiaga Uno mendukung penuh kebijakan tersebut, dan menginstruksikan agar seluruh sentra ekonomi kreatif di Indonesia untuk di tutup sementara.

Pembahasan

Sejumlah langkah mitigasi PPKM Darurat pun disiapkan. Salah satunya melalui pemberian bantuan insentif yang juga ditujukan kepada pelaku ekonomi kreatif. Bantuan ini diharapkan bisa meningkatkan kemampuan ekosistem ekonomi kreatif dengan pelaksanaannya dilakukan secara maksimal, tepat sasaran, bermanfaat dan tepat waktu. Menparekraf juga berharap selama PPKM Darurat ini pelaku ekonomi kreatif tidak berhenti secara total dan menyerah. Manparekraf juga mendorong agar pelaku ekonomi kreatif memanfaatkan digitalisasi untuk tetap berkarya selama PPKM. Berikut dapat dilihat seluruh yang menjadi kegiatan ekonomi kreatif.

Gambar 2.1 ***Creative Industry Sectors***

Sumber: https://www.researchgate.net/figure/Creative-Industry-Sectors_fig1_275246260

Tidak bisa dipungkiri, banyaknya pelaku ekonomi kreatif mengalami kondisi keuangan yang tidak stabil bahkan sebagian besar tidak mendapati keuntungan dari hasil usahanya. Keuangan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam sebuah bisnis. Keuangan tidak ubahnya darah bagi bisnis, sehingga merupakan elemen yang perlu diperhatikan dan salah satu hal utama yang menentukan stabilitas bisnis yang dijalankan. Pengaturan keuangan yang baik dapat menciptakan keuntungan yang maksimal dari bisnis yang dijalani. Sebaliknya, keuangan yang tidak dikelola dengan baik akan menimbulkan berbagai masalah dalam sebuah bisnis yang dijalani.

Ketika mendirikan sebuah bisnis, terkadang kita terlalu fokus pada produk, pemasaran, dan penjualan. Sering kali kita lupa untuk memperhatikan pengelolaan keuangan. Agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan sustain, maka diperlukan langkah dan strategi yang tepat, mengingat ketatnya persaingan bisnis. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan adalah pemahaman dan pengelolaan yang baik mengenai perencanaan keuangan bagi pebisnis muda, terutama masa pandemi dan pasca PPKM. Perencanaan merupakan proses penetapan tujuan, strategi pencapaian tujuan serta langkah-langkah teknis yang dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat tercapai, dengan efektif dan efisien (Keuangan, 2019).

Konsep Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan adalah proses merencanakan tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang secara terintegrasi dan terencana (Yushita, 2017; Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Manfaat perencanaan keuangan yang pertama adalah pendisiplinan langkah untuk mengendalikan diri dan menyediakan kondisi finansial masa depan terbaik. Manfaat kedua adalah jaminan keuangan yang aman. Manfaat ketiga adalah perencanaan keuangan keluarga akan membantu secara efisien dan efektif meraih kesejahteraan ekonomi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perencanaan keuangan adalah sebuah proses mengatur semua faktor terkait tujuan keuangan

secara terstruktur. Perencanaan keuangan yang baik akan memberikan kebebasan finansial, yang berhasil mencapai tujuan-tujuan kehidupannya dan bebas dari kesulitan keuangan akibat utang (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Tujuan keuangan itu bermacam-macam dan dalam jangka waktu yang berbeda-beda. Tujuan jangka pendek, yaitu kurang dari satu tahun. Tujuan jangka menengah, antara satu sampai lima tahun. Tujuan jangka panjang, lebih dari lima tahun.

Tahap Perencanaan Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) dalam melaksanakan perencanaan keuangan, ada beberapa tahapan kegiatan yang harus dilakukan, sebagai berikut

1) Mengevaluasi kondisi keuangan saat ini, yaitu pendataan keadaan keuangan saat ini untuk melihat perbedaan antar-tujuan dengan keadaan awalnya.
2) Menyusun tujuan keuangan, yaitu merancang tujuan keuangan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang yang akan dicapai.
3) Membuat rencana keuangan dan alternatifnya, yaitu membuat rencana tentang apa saja yang harus dilakukan agar tujuan keuangan dapat tercapai.
4) Melaksanakan rencana keuangan, yaitu pelaksanaan dari rencana yang telah disusun sebelumnya.
5) Review perkembangan pencapaian target keuangan dan menyempurnakan rencana keuangan secara periodik, yaitu peninjauan kembali secara periodik disesuaikan dengan tujuan keuangan dan target waktu yang ingin dicapai dan mencari data untuk mempertimbangkan kesenjangan antara kondisi keuangan saat ini dengan tujuan keuangan yang ingin dicapai.

Gambar 2.2 Proses Perencanaan Keuangan

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, (2016)

Proses perencanaan keuangan sangat penting dilakukan bagi para pelaku ekonomi kreatif, karena tidak ada yang mengetahui kapan terjadinya resiko yang dapat mengganggu keuangan khususnya keberlangsungan usaha maupun bisnis yang sudah berjalan. Beberapa alternatif yang dapat dilakukan para pelaku ekonomi kreatif dalam mempertahankan usaha maupun bisnisnya pasca PPKM dan juga dapat dilakukan untuk menstabilkan bila terjadi resiko lain yang tidak terduga.

1) Periksa kondisi keuangan usaha maupun bisnis. Tidak ada satu orang pun yang bisa memastikan kapan wabah pandemi Covid-19 ini akan benar-benar berakhir. Lakukan pemeriksaan mendalam terhadap kondisi keuangan usaha maupun bisnis. Hal yang perlu dipastikan terlebih dahulu adalah posisi likuiditas usaha maupun bisnis tersebut. Likuiditas atau sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan komponen yang ada dineraca, yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek). Penilaian dapat dilakukan untuk beberapa periode sehingga terlihat perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu (Kasmir, 2017).
2) Periksa status aset dan hutang. Sangatlah perlu mengukur kemampuan usaha maupun bisnis dan mampu bertahan dalam

kondisi sulit. Buatlah rincian yang mencakup jumlah asset dan jumlah hutang yang ada pada usaha maupun bisnis. Kemudian, kurangi jumlah asset dengan jumlah hutang tersebut. Dengan begitu, dapat memproyeksikan keberlangsungan usaha maupun bisnis. Perlu diingat bahwa salah satu dukungan pemerintah untuk UMKM saat ini adalah program restrukturisasi pinjaman untuk membantu meringankan dampak wabah pandemi Covid-19 terhadap usaha maupun bisnis. Hal ini dapat menjadi solusi apabila kondisi keuangan usaha maupun bisnis mengalami gangguan signifikan.

3) *Business plan* baru. Sebagai para pelaku usaha ekonomi kreatif, harus selalu dapat mengantisipasi dan beradaptasi terhadap perubahan atau risiko yang mungkin terjadi pada usaha maupun bisnis yang sedang dijalankan. Setelah dapat memproyeksikan keberlangsungan usaha maupun bisnis tersebut, buatlah *business plan* baru yang memuat strategi pemasaran, strategi distribusi, sistem pemodalan dan pola pengeluaran. Maka, dapat meningkatkan kemampuan usaha maupun bisnis untuk bertahan saat kondisi keuangan sulit. Para pelaku ekonomi kreatif dapat mencoba menerapkan strategi *digital marketing* untuk menghemat *budge*t promosi dan strategi distribusi untuk memperluas jangkauan usaha maupun bisnis tersebut.

4) Mencatat pengeluaran. Pengeluaran dapat dibagi menjadi 4 (empat) pos yaitu primer; a) berkaitan dengan biaya operasional, b) kewajiban berkaitan dengan upah atau gaji pekerja dan sekunder; a) investasi.

5) Lakukan Manajemen Risiko. Strategi untuk menghadapi potensi kerugian yang mungkin terjadi akibat risiko bisnis, pertama-tama harus menganalisa risiko apa saja yang mungkin terjadi pada usaha maupun bisnis.

Bagi para pelaku usaha kreatif pada umumnya kurang memperhatikan kegiatan pembukuan keuangan untuk usahanya. Mereka menganggap bahwa belum perlu dilakukan pencatatan apalagi

pembukuan. Terkadang kegiatan pembukuan dipandang sebagai beban tambahan yang dianggap kurang bermanfaat, bahkan dirasa hanya membuang-buang waktu saja. Hal ini disebabkan adanya pandangan bahwa kegiatan pembukuan itu rumit. Pada umumnya mereka mengandalkan ingatannya untuk menghitung berapa banyak uang yang akan dibelanjakan atau hasil perolehan penjualannya. Yang mereka pentingkan biasanya berapa uang diterima dan berapa uang harus dibelanjakan. Tetapi terkadang kesulitan untuk mengetahui secara rinci tentang penggunaan uang hasil usahanya. Demikian juga mereka sering mengalami kesulitan untuk mengetahui perhitungan keuntungan usaha. Menurut para pelaku usaha kreatif yang paling penting fisik uang dan catatan keuangan bagi mereka. Kalaupun mereka mempunyai catatan biasanya hanya nota/ bukti pembayaran saja, sedang lainnya mereka tidak mengusahakan. Hal ini perlu disosialisasi agar bila sewaktu-waktu resiko datang, pengusaha dapat menjadikan catatan pembukuan untuk membantu menyusun strategi-strategi pertahanan usaha, terlebih dahulu mereka diajak untuk mengetahui tujuan dan manfaat kegiatan pembukuan.

Pada dasarnya kegiatan pembukuan merupakan usaha untuk mendokumentasikan seluruh kegiatan transaksi penerimaan maupun pengeluaran uang yang pada akhirnya dapat diketahui kondisi keuangan usaha, terlebih lagi pada masa pandemi Covid-19. Sehingga dengan kegiatan pembukuan para pelaku usaha kreatif bisa mengetahui berapa kekayaan usahanya, jumlah utang, jumlah piutang, serta jumlah nilai barang sediaan. Para pelaku usaha kreatif perlu menyadari bahwa kemampuan untuk mengingat, sebagai manusia memiliki keterbatasan. Keterbatasan kemampuan mengingat ini bisa disebabkan karena kelelahan, sakit, kesibukan karena banyaknya pekerjaan sehingga tidak bisa konsentrasi. Dengan demikian jika para pelaku usaha kreatif sering mengalami kelupaan, maka untuk membantu daya ingat adalah dengan membuat catatan-catatan atau tepatnya membuat pembukuan. Pembukuan dapat dilakukan dengan cara sederhana tetapi dapat diandalkan. Manfaat yang dapat diambil dari kegiatan pembukuan adalah membantu untuk “mengingat” semua

transaksi yang dilakukan, membantu untuk melakukan monitoring semua barang dan jasa yang dimiliki, membantu upaya untuk melakukan “analisa” apakah usahanya sehat atau tidak, membantu pemilik untuk melakukan “kontrol” bila yang menjalankan usaha itu orang lain, dan mengembangkan sikap keterbukaan & kejujuran.

Simpulan

Kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia dan diberbagai negara di dunia telah menyebabkan berbagai permasalahan semua aspek bidang, salah satunya adalah perekonomian. Sehingga, ketika perekonomian global terganggu, maka perekonomian Indonesia juga mengalami gangguan yakni terjadinya penurunan pertumbuhan. Para pelaku ekonomi kreatif sebagai penopang perekonomian di Indonesia ternyata merupakan sektor yang paling pertama dan paling terdampak oleh pandemi Covid-19. Berbagai strategi kebijakan dan stimulus dikeluarkan oleh Pemerintah untuk melindungi para oelaku ekonomi kreatif dari keterpurukan yang disebabkan oleh Covid-19. Stimulus tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan oleh para pelaku ekonomi kreatif, pemerintah dan *stakeholder* sehingga pemulihan ekonomi dapat lebih cepat.

Berdasarkan laporan yang telah dikumpulkan, terlihat bahwa kebijakan dan stimulus pemerintah tersebut mampu memperbaiki kondisi perekonomian yang jatuh di masa awal pandemi Covid-19 walaupun belum sepenuhnya membaik. Selain mengharapkan kebijakan dan stimulus dari pemerintah, para pelaku ekonomi kreatif dapat menggunakan strategi perencanaan keuangan dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi dan terpenting pasca pandemi Covid-19. Para pelaku ekonomi kreatif harus memiliki kesadaran untuk menerapkan perencanaan keuangan pada pengelolaan keuangan dan jangan sampai menunggu lagi akan adanya resiko-resiko yang mungkin akan terjadi, apalagi pandemi Covid-19 belum benar-benar berakhir.

DAFTAR PUSTAKA

Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Layyinaturrobaniyah & Wa Ode Zusnita Muizu. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat Dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *Pekbis Jurnal*, Vol.9, No.2, Juli 2017: 91-103

Otoritas jasa keuangan. (2016). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016. 8 Oktober 2017. *www.ojk.go.id*.

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. Nominal, 16.

https://www.researchgate.net/figure/Creative-Industry-Sectors_fig1_275246260

https://bdiyogyakarta.kemenperin.go.id/news/post/2019/10/15/144/aspek-efisiensi-salah-satu-strategi-dalam-mewujudkan-perusahaan-berkualitas

https://tirto.id/5-tips-dan-strategi-bisnis-di-tengah-pandemi-covid-19-fdSF

TRANSFORMASI MASYARAKAT MEMBELI MAKANAN MINUMAN SECARA ONLINE MENINGKAT SEMASA PANDEMI

Farhan Risqy Pratama,[1] Hanayan Al Firdous[2]
Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi,
email: farhan.21081@mhs.unesa.ac.id[1]
email: hanayan.21064@mhs.unesa.ac.id[2]

Pendahuluan

Sejak awal tahun 2020, seluruh dunia terkena dampak dari sebuah virus yang membahayakan bagi tubuh yakni Corona Virus atau yang kita kenal yaitu Covid-19, yang berawal lebih tepatnya pada Desember 2019 di Tiongkok dan virus mulai meluas pelosok dunia dengan cepat dan menimpa negara Indonesia juga hingga saat ini. Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab COVID-19 ini dinamakan Sars-CoV-2. Virus corona adalah zoonosis (ditularkan antara hewan dan manusia). Adapun, hewan yang menjadi sumber penularan COVID-19 ini masih belum diketahui. Berdasarkan bukti ilmiah, COVID-19 dapat menular dari manusia ke manusia melalui percikan batuk/bersin (droplet), Orang yang paling berisiko tertular penyakit ini adalah orang yang kontak erat dengan pasien COVID-19 termasuk yang merawat pasien COVID-19 (Kemenkes RI, 2020). Hingga pemerintah harus membuat kebijakan yang sangat kritis untuk menentukan langkah yang terbaik untuk negara dan rakyatnya dalam bertindak sesuatu tanpa menyebabkan resiko yang berlebih di masa virus seperti ini. Karena kondisi yang cukup parah di belahan dunia WHO (World Health Organization)

mengumumkan secara resmi bahwa wabah COVID-19 ini dinyatakan sebagai pandemic pada tanggal 12 Maret 2020 dan dinyatakan wabah darurat kesehatan global yang membuat WHO mengeluarkan beberapa strategi prioritas untuk pemerintahan seluruh dunia pada 26 Maret 2020 yakni dari Perluas, latih, dan peletakan para pekerja layanan kesehatan; Segera menerapkan sistem untuk dugaan kasus; Mulai tingkatkan produksi tes dan layanan kesehatan; Identifikasi dengan tepat fasilitas yang dapat diubah menjadi pusat kesehatan COVID-19; Membangun dan mengembangkan rencana untuk mengkarantina kasus; dan Refocus langkah pemerintah untuk menekan virus (Putri, 2020).

Pandemi Ini membuat Negara Indonesia akhirnya memberlaku-kan berbagai kebijakan untuk mengurangi dan mengantisipasi persebaran virus COVID-19 Diantaranya dengan memberikan kebijakan membatasi aktifitas keluar rumah, kegiatan sekolah dirumahkan, bekerja dari rumah (work from home), bahkan kegiatan beribadah pun dirumahkan, Selain itu pemerintah juga mulai pemberlakuan Lockdown di beberapa wilayah di Indonesia. Terkait kebijakan lockdown, sebenarnya juga telah diatur dalam Undang Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang kekarantinaan Kesehatan. Karantina adalah pembatasan kegiatan atau pemisahan seseorang yang terpapar penyakit menular sebagaimana ditetapkan dalam peraturan perundangundangan (Nur Rohim Yunus, 2020). Masyarakat merasa terbatas dalam berkegiatan atau bahkan hanya bisa dirumah saja ketika awal pandemi dan masih tinggi tingginya kasus di Indonesia. Masyarakat pun mengalami berbagai perubahan yang terpaksa selama pandemi karena berbagai kebijakan yang membatasi. Selain itu juga masyarakat dituntut untuk bisa menjaga protokol kesehatan yang telah diterapkan oleh pemerintah dan melakukan social distancing selama pandemi berlangsung. Dalam masa pandemi yang terjadi ini perlu adanya penerapan dengan serius mengenai social distancing bagi masyarakat terutama pada kelompok rentan yang terdiri dari anakanak, ibu hamil, dan lansia menjadi salah satu kelompok yang mengalami dampak terburuk jika terkena COVID-19. Tenaga

kesehatan wajib mengedepankan pengkajian lebih serius terhadap kelompok rentan dapat dirangkai dengan persiapan dalam hal pemahaman terkait COVID-19 (Anung Ahadi Pradana, 2020).

Kebijakan pemerintah yang membatasi pemerintah dan adanya pencegahan berlebih untuk kelompok rentan maka membuat masyarakat pun sulit untuk memenuhi dan mendapatkan kebutuhan pokok sehari hari seperti obat, pakaian dan makanan dan minuman untuk menunjang kesehatan yang menjaga imunitas manusia. Di masa pandemi ini masyarakat sangat memerlukan asupan gizi yang baik dengan mengonsumsi makanan yang sehat. Makanan fungsional pada intinya merupakan makanan yang mengandung gizi secara lengkap dan menyehatkan bagi tubuh yang tidak saja memberi rasa kenyang tetapi juga membuat tubuh sehat, aktif dan produktif (Sibuea, 2021). Kebutuhan makanan seperti ini membuat masyarakat kini beralih pada pembelian makanan dan minuman secara online sebab terbatasnya jumlah pengunjung di sebuah restoran atau tempat makan.

Bisnis kuliner saat ini memang menjadi marak dikala pandemic, khususnya di dalam segi makanan dan minuman, Dikarenakan memang sekarang kondisi yang masih dibatasi. Makanan dan minuman memang penting untuk kelangsungan hidup, hasil yang berasal dari hewan, tumbuhan, mineral maupun zat-zat kimia sintetik ini memang membutuhkan waktu yang lama untuk proses produksi, penyimpanan, distribusi dan akhirnya sampai ke tangan konsumen (Muhammad Jamhari,2018). Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAR) jumlah pebisnis kuliner dari tahun ke tahun kini semakin meningkat. Apalagi bisnis kuliner kini semakin sering kita jumpai di sepanjang jalan, saking banyaknya pebisnis, kali ini para penjual harus dituntut lebih kreatif agar konsumen lebih tertarik ke bisnisnya tersebut. Perkembangan teknologi dalam bidang informasi contohnya, hal ini bisa memudahkan bagi para pengguna dalam menjalankan segala tugas ataupun segala kebutuhannya dalam menghadapi persaingan bisnis (Inayah dkk, 2014).

Dalam kondisi yang masih terbatas system online lebih dipilih oleh masyarakat sekarang, dikarenakan tidak perlu keluar rumah dan dapat mengurangi kerumunan. Banyak sekali perangkat di era teknologi yang beserta ada aplikasi yang dapat bisa membantu aktivitas kita, terlebih lagi computer yang bisa kita bawa kemana-mana seperti tablet, laptop dan smartphone. Saat ini, memang masyarakat umumnya sudah mempunyai teknologi itu, apalagi teknologi smartphone android (Arena LTE, 2015). Memesan makanan menggunakan teknologi computer atau smartphone adalah cara yang umum diadopsi oleh sebagian besar restoran untuk menangani online order. Proses pemesanan makanan pada suatu restoran merupakan salah satu hal yang penting dalam bisnis restoran, karena kenyamanan konsumen bisa jadi untuk menarik menjadi pelanggan. Pemilihan mobile android menjadi salah satu yang favorit, selain mudah pengoperasiannya mobile ini juga lebih fleksibel. Apalagi sekarang sudah ada teknologi baru yaitu client server, salah satu implementasi client server yang populer adalah pada peralatan mobile yang digunakan untuk pertukaran data dan juga teknologi ini bisa diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan media client server pada platform android untuk pemesanan makanan dan minuman dimana akan memudahkan proses pemesanan oleh masyarakat atau pelanggan, karena bisa langsung memesan menu yang tersedia dan pesanan akan langsung terkirim ke bagian dapur, tanpa harus mencatat lagi pesanan yang dia inginkan. Selain itu juga terhubung dengan bagian kasir sehingga mempermudah dalam pembayaran (Deni Utama dkk,2016) Dengan kemajuan seperti yang dijelaskan sebelumnya kini telah hadir berbagai aplikasi ojek secara online yang mempermudah masyarakat dalam bertransaksi dari berbagai jenis, Aplikasi seperti ini sebenarnya sudah tercipta sebelum adanya krisis pandemi yang menimpa dunia ini namun adanya lonjakan penggunaan dan frekuensi yang terjadi selama pandemi ini yang meningkat secara drastis terutama dalam pembelian makanan dan minuman.

Aplikasi ojek online yang ada di Indonesia dan dikenal oleh semua kalangan masyarakat dan sudah memiliki nama yang besar yaitu dari perusahaan Gojek, Grab dan hadir yang terbaru dari perusahaan Shopee untuk fitur delivery food. Penelitian ini bermaksud untuk menyelesaikan beberapa permasalahan yang akan dibahas diantaranya (1) Faktor yang mempengaruhi perubahan pembelian makanan dan minuman secara online selama pandemi, (2) Dampak positif dan negatif yang ditimbulkan oleh aplikasi online tersebut, (3) Kendala yang ditimbulkan selama pemakaian pengguna dari aplikasi tersebut. Serta memiliki tujuan yang penting dalam hasil akhir penyelesaian penelitian ini yang dari rumusan masalah diatas, bertujuan untuk memahami isi permasalahan dan dampak apa saja perubahan masyarakat meningkat yang beralih melakukan transaksi pembelian kebutuhan pokok yakni makanan dan minuman melalui metode online selama pandemi berlangsung. Selain itu juga ada manfaat yang akan didapat pembaca dalam penelitian ini sebagai berikut, (1) Memberikan sebuah pengetahuan mendalam mengenai informasi dan kejadian yang terjadi perubahan perilaku masyarakat, (2) Memberikan sebuah pengertian terhadap penggunaan aplikasi online sebagai sarana membantu kebutuhan manusia, (3) Memberikan sebuah evaluasi terhadap masyarakat agar lebih bijak dan tepat untuk menentukan tindakan dan keputusan melalui dunia online.

Adapun hasil penelitian yang kami jabarkan ini merupakan penelitian yang menggunakan metode secara kualitatif. Kualitatif merupakan sebuah metode atau cara memiliki tujuan inti untuk mengerti dan memahami sebuah tindakan atau keadaan dalam konteks yang nyata dan alami serta mengenai kajian yang bagaimana semestinya sesuai dengan pada fakta yang kami dapatkan.

Selain itu kami juga menggunakan sebuah tindakan kuesioner sebagai cara pengambilan data dari masyarakat sekitar Universitas Negeri Surabaya dan Masyarakat umum yang berfokus pada pengguna yang berusia sekitar 17-24 tahun yang berpartisipasi dalam kuesioner tersebut. Dan juga kami menggunakan data untuk mencari pengetahuan dan penelitian yang terdahulu untuk menyempurnakan

penelitian kami melalui sumber jurnal terbaru dan website internet dengan media online yang bersumber dan terpercaya, melakukan wawancara serta observasi dijalan mengenai kajian kami sebagai data primer dalam penelitian kami.

Kebijakan Pemerintah

Pada tanggal 31 Desember 2019, WHO mengumumkan kepada dunia munculnya penyakit baru bernama coronavirus di Wuhan, China. Dalam waktu singkat, virus corona telah menyebar luas di China bahkan menyebar dengan cepat ke negara-negara Eropa. Hingga Februari 2020, tidak ada kasus virus corona yang dilaporkan pada manusia di Indonesia. Pada pukul 11:26 pada 2 Maret 2020, Presiden Djokovic bersama Menteri Kesehatan mengumumkan bahwa dua kasus baru COVID-19 telah tiba di Indonesia dan satu di Depok. Kemudian, pada 17 Maret 2020, pemerintah mulai tanggap darurat COVID-19, dan kesehatan masyarakat perlu dijaga selama periode COVID-19 saat ini. Menanggapi hal itu, pemerintah dengan cepat menanggapi dengan diam. Demi kesehatan rakyat dan stabilitas perekonomian nasional.

Setelah Corona menjadi wabah (pandemi) pada awal bulan Maret 2020 di Indonesia sampai sekarang, pemerintah sudah membuat berbagai macam kebijakan untuk menghadapi serta mengatasi pandemic COVID19, tetapi kebijakan ini mengakibatkan masyarakat merasakan keresahan dan kerugian yang berdampak pada kesehatan bahkan perekonomian, kebijakan itu seperti: (1) berdiam diri di rumah (Stay at Home) (2) Pembatasan Sosial (Social Distancing) (3) Pembatasan Fisik minimal menjaga jarak 1 meter (Physical Distancing) (4) Penggunaan Alat Pelindung Diri (Masker) (5) Menjaga Kebersihan Diri (Cuci tangan sebelum memasuki ruangan atau rumah) (6) Bekerja dan Belajar di rumah (Work/Study From Home) (7) Menunda semua kegiatan yang mengumpulkan banyak orang (8) Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga terakhir, (9) pemberlakuan kebijakan New Normal. Akibat yang paling disorot adalah kebijakan pemerintah yang membuat para pengusaha

melakukan pemecatan karyawan serta menekan biaya kerugian. Selain itu, Pemerintah juga memperhatikan dalam hal pangannya terutama di sektor pertaniannya, apabila ini tidak terlaksana baik oleh pemerintah dapat menyebabkan keributan masyarakat dengan pemerintah, karena hal pangan sangat penting di masa pandemic. Dalam hal ini pemerintah mementingkan di dalam perubahan pola rantai pasok pangan, meningkatkan di sektor pangan serta distribusi pangan.

Kebijakan pemerintah yang membatasi masyarakat untuk beraktivitas di luar rumah masa pandemi yang merubah total kebiasaan tradisi, adat-istiadat, pendidikan, dan pola kehidupan masyarakat. Yang sebelumnya bisa melakukan kegiatan tatap muka dan berkomunikasi secara bebas sekarang harus berubah interaksi secara tertutup dan terbatas. Kebijakan pembatasan kegiatan seperti ini di Indonesia atau yang lebih dikenal PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan juga kita mengenal PPKM Level (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dan masyarakat perlu adanya peran dalam hal saling menjaga, saling mengingatkan, dan saling membantu satu sama lain apalagi dikarenakan dampak dari PSBB dalam rangka pencegahan COVID-19 ini dapat menekan dampak negatif terutama dari diterapkannya kebijakan PSBB. (Ristyawati, 2020)

Perubahan Perilaku Masyarakat

Pandemi COVID-19 memaksa mayoritas orang Indonesia untuk belajar dan untuk bekerja dari rumah. Saya masih memiliki yang harus bekerja di luar rumah mereka yang mengikuti arahan pemerintah tentu saja akan diam di rumah Sebuah penelitian (Bayu et al, 2020) menemukan bahwa akses internet dan media sosial dalam pandemi dapat membantu mengubah perilaku masyarakat umum untuk meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan perilaku. Saya menemukan ada secara khusus, intervensi media sosial memiliki beberapa keunggulan, termasuk aksesibilitas luas melalui hambatan geografis, yang dapat menjangkau batas spasial, dan efisiensi biaya Saat ini, pertumbuhan situs jejaring sosial menawarkan peluang baru untuk

menyebarkan intervensi kesehatan masyarakat, yang mendorong peningkatan signifikan dalam perilaku kesehatan.

Dai (2020) menyatakan bahwa sikap dan perilaku orang bergantung pada informasi yang mereka terima saat ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk memilih dan menyortir informasi yang diterima Memperoleh informasi ini pada juga terkait erat dengan kekebalan manusia. Selain itu, karena adanya stigma sosial, bergejala dan positif Covid-19. Padahal ini justru berbahaya karena bisa mempercepat terjadinya virus itu. Sebuah penelitian (Widodo, 2020) menemukan bahwa responden paling banyak memilih WhatsApp saat mengakses Informasi COVID-19. Dari responden, 42,90% mengatakan lebih sering menggunakan WhatsApp. dari jaringan sosial lainnya Jejaring sosial paling populer kedua, adalah Instagram, dengan metrik keseluruhan 23,20%. Di tempat ketiga, Facebook menyumbang 19,60% dengan pengguna jejaring sosial yang berbeda seperti Twitter, Youtube, dan lainnya. Jika ditambahkan, ada orang, 14,30% menggunakannya. Berdasarkan data di atas, WhatsApp digunakan untuk menyebarkan informasi terkait COVID-19 lebih dari jejaring sosial lainnya.

Media massa memiliki peran penting dalam mengurangi stigma sosial yang ada. Berdasarkan artikel (Insan Bumi Mandiri yang diakses melalui internet, 2020), kebiasaan masyarakat di tengah pandemi Covid19 yang paling banyak masyarakat lakukan adalah memantau berita untuk mendapatkan informasi terkini terkait penyebaran COVID-19, pemantauan berita masyarakat dapatkan dari berbagai sumber informasi digital. Selanjutnya, kebiasaan lain masyarakat adalah membeli makanan berbasis online, kebiasaan masyarakat selanjutnya adalah menonton drama korea melalui live streaming atau sistem download sebagai upaya penghilang stress. Dan yang terakhir adalah masyarakat semakin aktif dalam berbelanja online di masa pandemi.

Kondisi pandemi COVID-19 telah menyebabkan mekanisme karantina dan jarak sosial, dengan orang memiliki ruang terbatas dalam perjalanan untuk memenuhi kebutuhan pembelian atau

konsumsi mereka. Pusat perbelanjaan seperti pusat perbelanjaan, supermarket, dan pasar tradisional telah ditutup karena kebijakan penutupan yang diatur oleh pemerintah melalui PSBB (Pembatasan Sosial Besar-besaran). Kebutuhan barang konsumsi masyarakat menjadi terganggu, dan upaya yang dilakukan adalah dengan belanja online sebagai solusi utamanya.

Sebab pada dasarnya masyarakat mengalami perubahan kebiasaan ini karena adanya kesadaran dan konsekuensi lingkungan yang mendorong individu untuk mengikuti yang dimulai dari mengamati, meniru dan mulai penguatan secara konsisten pada suatu perbuatan perubahan serta adanya dorongan motivasi yang kuat sejak adanya COVID-19 yang dimana keadaan menuntut masyarakat untuk menjaga dirinya dan keluarganya agar tetap sehat dan aman (Moch. Zaenudiin, 2021) itu yang membuat dorongan dalam diri masyarakat terus bergerak mengikuti perubahan keadaan yang memang harus mereka ikuti.

Selain itu juga masyarakat juga sadar akan rasa keamanan bagi dirinya maupun orang yang ada disekitarnya menjadi salah satu dasar juga untuk memilih tindakan yang sebelumnya secara langsung atau offline kini beralih secara tidak langsung atau online karena sudah banyak yang diberitakan mengenai tentang pertumbuhan virus yang cepat menyebar dan membuat cluster cluster yang membahayakan seperti dilingkungan kita sendiri seperti Pasar dan tempat kerumunan lainnya. Maka dari itu banyak masyarakat yang merasa lebih baik dan seharusnya merubah perilakunya menuju perkembangan kemajuan teknologi yang serba online dan praktis.

Penggunaan Aplikasi Ojek Online

Perilaku masyarakat yang mulai beradaptasi dengan berbagai kebijakan pemerintah mengenai larangan kerumunan dan mengurangi untuk keluar rumah dan masyarakat mulai perlahan merubah pola hidup kesehariannya terutama dalam memenuhi kebutuhan primernya meskipun hanya dari rumah salah satunya untuk memenuhi makanan dan minuman. Masyarakat mulai beralih dan mengenal beberapa

aplikasi resmi yang ada di PlayStore atau AppStore melalui handphone tiap individu. Di Indonesia memiliki aplikasi yang paling sering digunakan selama ini, menurut survei yang dilakukan oleh DailySocial.id memberikan hasil bahwa dari 3 aplikasi ojek online yakni Gojek, Grab, dan Uber menunjukan Gojek menjadi aplikasi tertinggi penggunaannya oleh masyarakat dengan data 85,22% memilih gojek yang didirikan oleh menteri pendidikan dan kebudayaan sekarang yakni Nadiem Makarim selain itu Grab hanya 66,24% dan Uber sekitar 50% pada tahun 2018 (Rahma, 2018). Namun tepat sejak April 2020 yang dimana Indonesia masih berada di masa pandemi ini mulai muncul salah satu kompetitor besar juga yakni Shopee yang ikut memberikan sebuah fitur baru untuk kenyamanan pengguna setianya dalam aplikasi tersebut.

Kemunculan fitur Shopee Food ini yang berfungsi sama seperti pendahulunya yaitu fitur untuk bertransaksi makanan dan minuman yang sebelumnya sudah dilakukan oleh Gojek dengan fitur Go Food nya dan Grab dengan fitur Grab Foodnya. Shopee Food dengan cepat melakukan gebrakan promo dan diskon voucher besar besaran dan beberapa bonus lebih untuk pengguna awal atau pelanggan pertama yang baru mendaftar di Shopee. Dengan adanya gebrakan ini dan gencar gencarnya promosi promo yang dilakukan Shopee baik secara online di berbagai media sosial dan secara offline di jalanan yang cukup menarik perhatian pengguna jalan yang lewat. Promo yang dilakukan oleh shopee ini sangat menarik perhatian bagi pengguna yang belum pernah menggunakan atau bahkan membuat pengguna dari aplikasi lain beralih untuk mencoba ke shopee tersebut. Promo yang diberikan mendorong untuk konsumen memiliki kecondongan untuk bertindak sebelum memikirkan untuk membeli suatu produk yang dimana konsumen membeli menggunakan rasa emosionalnya ketika melihat promo besar yang jarang konsumen rasakan dan adanya dari pihak aplikasi menyesuaikan dan memahami kebutuhan konsumen secara tepat dengan melakukan beberapa survei dan konsep ekonomi yang telah dipelajari oleh mereka (Izella Vania, 2021). Dengan dorongan promo dan adanya pembicaraan konsumen terhadap

pengguna lainnya yang menarik seseorang untuk melakukan transaksi secara online dan disisi lain juga untuk mematuhi kebijakan pemerintah yang sudah ditetapkan dan kewajiban kita untuk mentaati peraturan yang telah tetapkan yang tentu juga untuk kebaikan masyarakat luas di Indonesia. Survei yang telah kita lakukan dengan metode menyebarkan kuesioner yang diisi oleh sekitar 26 orang dari masyarakat daerah Surabaya dan Sidoarjo menunjukkan bahwa hasil kuesioner sebagai berikut:

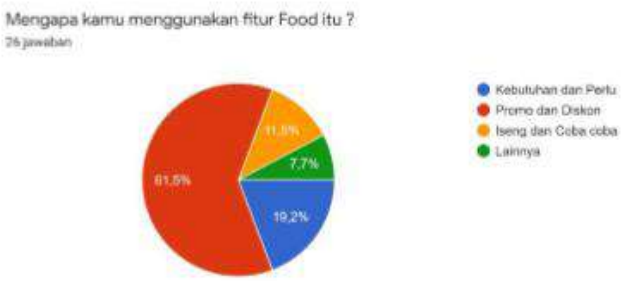


Diagram diatas menunjukkan bahwa kuesioner yang kita lakukan pada bulan November 2021 menghasilkan survey alasan penggunaan masyarakat untuk membeli makanan dan minuman melalui ojek online didasari dengan dorongan besar adanya promo dan diskon besar besaran yang dilakukan oleh pihak aplikasi untuk menarik para konsumen. Dengan strategi yang digunakan oleh aplikasi dengan promo yang ditawarkan cukup membuat masyarakat menggunakan dan mencobanya yang bertepatan juga dengan dimana diluncurkan di masa pandemi, seperti yang kita ketahui bahwa beberapa kalangan di masyarakat Indonesia mengalami krisis ekonomi yang berlangsung selama adanya kebijakan pemerintah bagi mereka.

Selain itu yang mempengaruhi minat dan daya beli konsumen di masa pandemi ini untuk membeli makanan dan minuman yakni adanya prosedur dan regulasi yang baik dan ketat dengan adanya peraturan bahwa setiap driver ojek online wajib telah divaksin minimal dosis 1 dan menaati protokol kesehatan 3M (mencuci tangan, menjaga jarak dan memakai masker) yang telah diterapkan pada

semua driver dari setiap aplikasi melalui penelitian sebelumnya yang telah dilakukan dalam acara pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai pencegahan COVID-19 masyarakat dan ojek online bahwa kegiatan ini yaitu sebanyak 75% peserta telah memiliki pemahaman dan pengertian yang baik dalam mengetahui arti tindakan penularan, upaya pencegahan COVID-19 selama bekerja. Adapun beberapa saran yang disampaikan pada saat acara tersebut yakni (1) Diharapkan adanya intervensi peningkatan edukasi kesehatan dan literasi pengemudi ojek online mengenai urgensi pencegahan COVID-19, (2) Mengembangan pola pendidikan kesehatan terintegrasi melalui kapasitas komunikasi digital yang dimiliki oleh pengendara ojek online, (3) Mengadakan kegiatan serupa yang dilakukan secara langsung dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat agar cakupan keikutsertaan pengendara ojek online lebih tinggi lagi (Riza Hayati Ifroh, 2021). Jadi dengan adanya pemahaman dan pencegahan sendiri dari pihak ojek online yang telah disosialisasikan dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman terhadap masyarakat maupun konsumen dalam melakukan transaksi dengan mereka tanpa perlu khawatir adanya penyebaran virus yang berlebihan karena ojek online sendiri sudah taat protokol kesehatan dan meminimalisir risiko penyebaran virus.

Keunggulan dan Kendala Aplikasi

Sebagai generasi milenial dan pengguna aktif aplikasi pemesanan makanan dan minuman digital, sepertinya perlu memahami kelebihan dan kekurangan dari aplikasi. Seperti diketahui, aplikasi tersebut menawarkan banyak kemudahan bagi masyarakat saat memesan makanan dan minuman. Apalagi untuk masyarakat yang tidak memiliki waktu luang dan malas untuk membeli agar untuk keluar dari rumah, keberadaan aplikasi ini sangat cocok sekali untuk membantu membeli apa yang diinginkan (Kusindriani, 2020). Selain itu, dalam sistem order pesanan masyarakat bebas menginginkan berapapun pesanan yang akan dipesan dari beberapa tempat dengan mudah yang ditemukan dalam aplikasi seperti Restoran atau Rumah

Makan, sebab berbagai hal penunjang dari segi GPS (Global Positioning System) dan alamat lengkap berapapun jaraknya akan muncul dalam aplikasi secara otomatis.

(Kusindriani, cekaja.com, 2020) Bagi setiap masyarakat tertentu ada yang memperhitungkan dalam hal hemat ongkos pengiriman atau diskon makanan atau minuman. Masyarakat tidak perlu khawatir, pemberian potongan harga termasuk dalam salah satu kelebihan dari aplikasi, beragam potongan harga untuk bisa didapatkan oleh masyarakat. Diskon yang diberikan juga cukup beragam dari gratis ongkir, hingga cashback jika melalui aplikasi OVO, LinkAja, Dana dan GoPay. Setiap aplikasi makanan dan minuman memiliki cara sendiri-sendiri dalam memberikan diskon, misalkan di GOFOOD lebih sering memberikan diskon gratis ongkir dalam pembelian kepada masyarakat, kalau GrabFood lebih memberikan ke potongan harga dalam bentuk diskon 50 persen, dengan minimal pembelian diatas 50 ribu. Aplikasi makanan dan minuman tak hanya membantu para pengusaha besar tetapi juga bisa membantu mempromosikan makanan hasil karya UKM. Warung biasa yang di pinggir jalan pun bisa sukses bersama aplikasi jika makanannya enak dan berkualitas. Tidak perlu juga memerlukan kurir pribadi, sebab driver sudah pasti ada dan siap melayani kapanpun, sebab layanan aplikasinya sudah bekerja sama dengan Gojek ataupun Grab dan akan diantarkan dengan cepat dan aman. Pedagang hanya perlu menginovasikan makanan yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Jika saja usaha warung makan atau restorannya sudah berjalan lama, tentu saja akan banyak pelanggan khusus dan bisa menjangkau lebih banyak pelanggan dalam setiap hari. Dengan banyaknya fitur di aplikasi, membuat para pengusaha lebih mudah untuk mempromosikan hasil karya makanan atau minumannya ke dalam aplikasi.

(Kerja, 2020) Memang buatan manusia tidak luput dari kesempurnaan, pasti ada kekurangannya. Seperti aplikasi yang sudah dijalankan oleh sistem, bisa saja mengalami trouble atau kesalahan dalam aplikasi. Aplikasi makanan atau minuman sudah jelas ada kekurangannya juga dalam pemilihan bahkan pengantaran pesanan

kepada pelanggan atau konsumen. Di aplikasi sudah disediakan beberapa daftar menu pilihan, bisa saja ada kendala dalam ketidakcocokan dalam pengantaran daftar menu pilihan pelanggan, baik dari segi porsi, rasa, dan harga. Hal ini memang sudah kerap terjadi dalam pemesanan makanan atau minuman melalui aplikasi. Yang menjadi catatan masyarakat memang dari segi harga makanan atau minuman yang dipesan melalui aplikasi akan ada harga yang sedikit mahal dari langsung membelinya di tempat, tetapi tidak semua restoran atau tempat makan menaikkan harganya dalam pemesanan online, tetap ada merchant makanan atau minuman yang mempertahankan harganya di aplikasi maupun belanja di tempat. Selain itu, kena beban ongkos kirim itu sudah pasti di dalam pengiriman pesanan. Apalagi untuk jarak pemesannya jauh dari rumah itu dapat membuat ongkos ongkir kirim makanan akan menjadi lebih mahal. Ketidakcocokan dalam tempat pengiriman juga kekurangan dari aplikasi makanan atau minuman, dalam maps memang bisa saja ada ketidakcocokan di tempat yang dituju. Terkadang driver pengantarnya harus mencari lagi alamat yang cocok dalam pengiriman. Tidak semua aplikasi makanan atau minuman itu sama, setiap individu pasti memiliki sistem atau fasilitas yang berbeda-beda. Seperti halnya dari salah satu aplikasi pemesanan online yaitu GrabFood, dimana disini konsumen harus memilih salah satu pemesanan saja dan harus diselesaikan terlebih dahulu, untuk bisa memesan kembali yang berbeda warung atau restoran. Jadi yang dapat dilihat dari aplikasi GrabFood memiliki kekurangan dalam hal multiple order.

Dalam hal ini memang pelayanan dalam hal konsumen memang harus terlaksana dengan baik dan menuju ke tempat pemesan yang benar. Karena untuk menjaga dalam hal kepuasan konsumen itu sangat penting, karena kepuasan dapat dilihat dari kinerja atau hasil seorang senang atau tidaknya kepada aplikasi makanan atau minuman yang sudah dipunyai konsumen. Memang semua di dunia tidak ada yang sempurna benar tanpa adanya sebuah kesalahan ataupun bug

dalam penggunaan aplikasi maupun teknologi yang sedang berkembang, Akan selalu ada kelebihan dan juga ada kekurangannya.

Simpulan

Inti dari penelitian ini merupakan adanya perubahan perilaku masyarakat luas di Indonesia dengan adanya dorongan dari sebuah kondisi dan keadaan yang mendesak atau tidak dapat ditolak akan muncul sebuah dorongan dalam diri untuk beradaptasi dan menyesuaikan lingkungan sekitar yang sedang terjadi. Selain itu masyarakat juga akan menganalisa dan memutuskan sebuah dampak apa yang didapatkan dan apa yang akan terjadi dengan baik sama halnya adanya kemajuan teknologi yang memudahkan untuk bertransaksi memenuhi kebutuhan hidup seperti makanan dan minuman dengan cara yang tepat dan efektif di masa pandemi seperti ini. Dengan adanya kebijakan pemerintah membuat masyarakat semakin terdorong keadaan untuk menggunakan cara alternatif untuk tindakannya. Masyarakat mengalami penerimaan efek dan dampak yang akan dicerna baik oleh tiap individu seperti adanya promo dan diskon yang diberikan oleh aplikasi yang memicu adanya sebuah emosional dan rasa ingin melakukan hal tersebut.

Ditambah dengan kegunaan dan kelebihan yang tepat di masa pandemi ini membuat masyarakat merasa dipermudah oleh teknologi dan membuat orang semakin beralih menyesuaikan diri dengan kehidupan dengan fitur delivery food seperti ini. Meski dari aplikasi juga banyak kendala dan kekurangan tapi dari keseluruhan saat ini masih cukup banyak keuntungan yang didapat oleh masyarakat dan melakukan hal itu secara terus menerus selama pandemi demi rasa aman dan nyaman

DAFTAR PUSTAKA

Anung Ahadi Pradana, C. N. (2020). COVID-19, Social distancing, Kelompok rentan. PENGARUH KEBIJAKAN SOCIAL DISTANCING PADA WABAH COVID-19 TERHADAP KELOMPOK RENTAN DI INDONESIA, 66.

ArenaLTE. (1 October 2015) Jumlah Pengguna Android [Online]. Available: http://arenalte.com/berita/industri/jumlah-pengguna-android/ Inayah dkk,2018 e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/SNIf/article/view/290

Izella Vania, R. S. (2021). sales promotion, buying interest. 46PENGARUH PROMO SHOPEEFOODTERHADAP MINAT BELI PENGGUNA SHOPEE (Di Daerah Tangerang Selatan), 46-58.

Kemenkes RI. (2020). Pandemi, Covid. Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease, Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, 1-136.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (29 November 2012) [Online]. Available https://ejournal.unib.ac.id/index.php/ rekursif/article/view/852/1215

Deni Utama dkk, 2016, Aplikasi pemesanan makanan dan minuman restaurant berbasis client server dengan platform android https://ejournal.unib.ac.id/index.php/rekursif/article/view/852/1215

Kerja, I. (2020, oktober 11). tipkerja. Retrieved from https://tipkerja.com/kelebihan-memesanmakanan-lewat-gojek/

Kusindriani, N. (2020, Desember 16). cekaja.com. Retrieved from https://www.cekaja.com/info/kelebihan-gofood-dan-grabfood-beserta-kekurangannya

Muhammad Jamhari,2018 (Online PDF) digilib.unimed.ac.id /35509/1/Article.pdf

Moch. Zaenudiin, d. (2021). COVID-19, Adaptasi Kebiasaan Baru, Perubahan Perilaku. PERUBAHAN PERILAKU

MASYARAKAT JAWA BARAT DALAM MELAKSANAKAN ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI MASA PANDEMI COVID-19, Vol. 11, No. 1, 1-12.

Nur Rohim Yunus, A. R. (2020). Corona Virus, Lockdown, Government Policy. Kebijakan Pemberlakuan Lockdown Sebagai Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid-19, 232.

Putri, R. N. (2020). Covid-19; Indonesian; Pandemic. Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid19, 705-709.

Rahma, A. (2018, Februari 12). Survei: Masyarakat Lebih Banyak Minati Go-Jek. Retrieved from Trans Online Watch: https://www.transonlinewatch.com/survei-masyarakat-lebih banyakminati-gojek/#:~:text=Survei%3A%20Masyarakat%20Lebih%20Banyak%20Minati%20GoJek%2012%20Februari,menggunakan%20layanan%20transportasi%20yang%20didirikan%20 oleh%20Nadiem%20Makarim.

Ristyawati, A. (2020). Effectiveness, PSBB, UUD NRI Tahun 1945. Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Masa Pandemi Corona Virus 2019 oleh Pemerintah Sesuai Amanat UUD NRI Tahun 1945, 240-249.

Riza Hayati Ifroh, D. L. (2021). Online Motorcycle Taxi; Digital Participation; COVID-19 Prevention. PARTISIPASI EDUKASI BERBASIS DIGITAL DALAM UPAYA PENCEGAHAN COVID-19 SAAT BEKERJA PADA PENGENDARA OJEK ONLINE, 855-868.

Sibuea, P. (2021). Covid-19 pandemic, food consumption patterns, functional foods. Kajian Manfaat Makanan Fungsional di Saat Pandemi Covid-19, Vol. 2, No. 1, 84.

Sintiawati, N. (2020). PERILAKU MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN MEDIA DIGITAL DI KALA PANDEMI. Retrieved from https://jurnalakrab.kemdikbud.go.id/index.php/jurnalakrab/index

Tuwu, D. (2020, Juli). Kebijakan Pemerintah dalam penanganan pandemi. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/342671376_KEBIJAKAN_PEMERINTAH_DALAM_PENANGANAN_PANDEMI_COVID-19

EKSISTENSI NONGKRONG DI MASA PANDEMI

Villa Rohmatur R,[1] Moch Deny Setiawan[2]
Universitas Negeri Surabaya
Villa.21206@mhs.unesa.ac.id.[1]
Moch.deny.21034@mhs.unesa.ac.id.[2]

Pendahuluan

Coronavirus disease 2019 (coronavirus disease/covid 19) adalah nama baru yang diberikan oleh World Health Organization kepada pasien yang terinfeksi emerging coronavirus 2019 yang pertama kali dilaporkan dari Wuhan, China pada akhir tahun 2019 dimana penyebarannya dengan cepat dan menimbulkan ancaman epidemi baru (Handayani dkk., 2019). Penyakit Coronavirus 2019 (COVID-19) adalah jenis baru yang belum pernah dikenali sebelumnya pada manusia. Virus penyebab COVID-19 disebut Sars-CoV-2, karena hewan yang menjadi sumber penularan COVID-19 masih belum diketahui. Pada tanggal 31 Desember 2019, kantor Organisasi Kesehatan Dunia China melaporkan kasus pneumonia dengan etiologi yang tidak diketahui di Wuhan, Provinsi Hubei, China. Pada tanggal 7 Januari 2020, pneumonia yang tidak diketahui penyebabnya dinyatakan sebagai virus corona jenis baru (coronavirus disease, COVID 19). Pada 30 Januari 2020, Organisasi Kesehatan Dunia mendeklarasikannya sebagai darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional (KKMMD/PHEIC). Organisasi Kesehatan Dunia mengumumkan bahwa risiko penyebaran COVID 19 ke negara lain di dunia tinggi, dan pada Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia mengevaluasi COVID 19 sebagai pandemi. Secara global, per 11 November 2020, total 50.810.763 kasus yang

dikonfirmasi telah dilaporkan, dan 1.263.844 kematian telah dilaporkan (case fatality rate 2.48%). Pada 2 Maret 2020, Indonesia mengkonfirmasi kasus pertama COVID 19 dari 2 kasus sebelumnya. Pada akhir Maret 2020, Kelompok Kerja COVID 19 (Pokja Percepatan Penanganan COVID 19) mengeluarkan pedoman media respon cepat dan kesehatan masyarakat terkait penyebaran COVID 19 di Indonesia (Djalante et al., 2020).

Di Indonesia per 11 November 2020, total 448.118 kasus terkonfirmasi positif COVID-19 dilaporkan dengan 14.836 kematian dilaporkan (CFR 3,3%). Besarnya angka kematian tidak hanya menimbulkan gejala dan penyakit fisik, tetapi juga berdampak besar terhadap kesejahteraan yang meliputi kesehatan jiwa, kemudian dibarengi dengan kebijakan pemerintah berupa physical distancing dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).) untuk menghadapi COVID 19, hal ini bagi sebagian orang telah memberikan dampak negatif seperti cemas, depresi hingga mengalami stres. Tekanan selama pandemi global telah menyebabkan beberapa gangguan seperti ketakutan dan kecemasan, perubahan pola tidur dan pola makan, perasaan tertekan dan sulit berkonsentrasi, kebosanan, stres karena terus-menerus di rumah dan munculnya gangguan psikotik (Ilpaj & Nurwati, 2020).

Pengertian kesehatan jiwa tidak terlepas dari pengertian kesehatan jasmani dan penyakit. Berbagai penelitian telah mengungkap hubungan antara kesehatan fisik dan mental individu. Diantaranya, individu dengan masalah medis menunjukkan masalah psikologis hingga tingkat gangguan jiwa. Orang dengan gangguan mental juga menunjukkan masalah kesehatan mental. Disfungsi fisik mereka (Dewi, 2012). Kesehatan jiwa adalah suatu keadaan individu tanpa adanya gejala gangguan jiwa. Orang yang sehat mental akan dapat berfungsi secara normal dalam kehidupan dan dapat beradaptasi dengan masalah yang mereka hadapi dalam hidup mereka dengan menggunakan keterampilan manajemen stres mereka (Putri et al., 2015). Kesehatan mental bukan hanya gangguan jiwa. WHO menekankan aspek positif dari kesehatan mental dalam piagamnya,

yaitu, kesehatan adalah keadaan lengkap dari kesejahteraan fisik, mental, dan sosial, bukan hanya tidak adanya penyakit atau kelemahan. Konsep kesehatan mental meliputi kesejahteraan, self-efficacy yang dirasakan, otonomi, kompetensi dan pengakuan untuk mewujudkan potensi intelektual dan emosional (WHO, 2003). Penyakit mental yang paling umum adalah gangguan kecemasan dan depresi. Pada ekstremnya, orang dengan depresi mungkin tidak dapat bangun dari tempat tidur atau merawat diri mereka sendiri secara fisik dan orang dengan gangguan kecemasan tertentu mungkin tidak dapat meninggalkan rumah atau mungkin melakukan ritual kompulsif untuk membantu menghilangkan rasa takut (Department of Health Australia, 2017). Stresor psikososial ialah setiap situasi atau peristiwa yang mengakibatkan perubahan di dalam kehidupan seseorang sehingga terpaksa melakukan adaptasi atau penyesuaian untuk menghadapi stresor (tekanan mental) yang muncul. Namun, tidak semua orang bisa atau mampu beradaptasi dan mengatasinya sehingga menimbulkan gangguan jiwa. Jenis stres psikososial yaitu perkawinan, seperti pertengkaran, perpisahan, perceraian, perselingkuhan, kematian pasangan, dan kemudian masalah orang tua antara lain tidak memiliki anak, kebanyakan anak, kejahatan anak, dan anak sakit. Dalam hubungan interpersonal, hambatan ini dapat bermanifestasi sebagai konflik dengan rekan kerja, konflik dengan atasan dan bawahan, dan kemudian masalah lingkungan, termasuk pindah dan pengusiran. Pekerjaan meliputi pengangguran, pensiun, kerja berlebihan, kemudian keuangan, perkembangan, sakit atau cedera fisik, faktor keluarga, dll (Kementerian Kesehatan RI, 2019).

Menurut WHO (2020), munculnya pandemi akan menimbulkan *pressure*/tekanan pada seluruh lapisan masyarakat. Meski sejauh ini dampak COVID 19 terhadap kesehatan mental belum dievaluasi secara sistematis, namun banyak penelitian terkait pandemi yang menimbulkan dampak negatif terhadap kesehatan mental pasien (Kemenkes RI, 2020a). Pada tanggal 10 Oktober 2020, dalam rangka memperingati Hari Kesehatan Jiwa Sedunia, WHO melakukan survei kesehatan jiwa dan kondisi dunia terkait yang saat ini mengalami

pandemi COVID-19. Hasil survei menunjukkan bahwa banyak negara telah melaporkan peningkatan akses ke layanan. Kesehatan mental, dapat disimpulkan bahwa COVID 19 berdampak pada kesehatan mental. Namun, meskipun kesehatan mental sama pentingnya dengan kesehatan fisik, kesehatan mental diabaikan dalam rencana respons pandemi virus corona. Menurut survei, setidaknya 83% dari 130 negara telah memasukkan kesehatan mental dalam rencana tanggap pandemi mereka (WHO, 2020c). Ketakutan, kekhawatiran, dan stres adalah respons normal terhadap ancaman yang dirasakan atau nyata dan ketika menghadapi ketidakpastian atau hal yang tidak diketahui (WHO, 2020c). Pandemi COVID-19 merupakan bencana non alam yang dapat berdampak pada kondisi kesehatan mental dan psikososial (Kemenkes RI, 2020a). Selama pandemi COVID-19, reaksi umum dari orang yang terkena dampak langsung atau tidak langsung adalah ketakutan akan sakit dan kematian, dan ketakutan akan terinfeksi selama perawatan. Tidak perlu takut kehilangan nafkah bagi mereka. Saya tidak dapat bekerja selama karantina dan dikeluarkan dari pekerjaan. Takut dikucilkan oleh masyarakat/karantina karena berkaitan dengan penyakit, kurang memiliki daya untuk melindungi keluarga, takut kehilangan karena penyebaran virus, takut meninggalkan keluarga karena aturan karantina, terhadap anak kecil. yang sendirian atau jauh, mereka yang cacat atau lanjut usia karena takut tertular, mereka yang tidak berdaya, bosan, kesepian, atau depresi (Committee, 2020). Terlalu akrab dengan informasi tentang virus corona dapat menyebabkan kecemasan, kecemasan, dan stres. Bahkan, tak jarang tubuh mengalami gejala mirip COVID 19 setelah mendapat informasi terkait gejala infeksi virus corona. Gejala yang muncul sebenarnya merupakan manifestasi dari gangguan psikosomatik, beberapa di antaranya bermanifestasi, misalnya sesak napas yang merupakan manifestasi dari infeksi COVID-19. Gangguan psikosomatis adalah gangguan atau penyakit yang gejalanya menyerupai penyakit fisik yang disebabkan oleh faktor psikologis atau peristiwa psikososial tertentu. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kemampuan beradaptasi terhadap stres. Psikosomatik dapat muncul

sebagai akibat dari proses emosional berupa stres, yang tidak dapat disesuaikan dengan baik (Sofia, 2020). Selain itu, bagi tenaga kesehatan garda depan, stressor tambahan selama merebaknya COVID-19 antara lain stigma pasien COVID-19 dan mereka yang merawat tubuhnya, tindakan biosekuriti yang ketat, dan perlindungan diri. Tuntutan pekerjaan yang lebih tinggi, termasuk peralatan yang membatasi pergerakan, upaya kompleks untuk membantu orang sakit dan depresi, kewaspadaan dan kewaspadaan terus-menerus, dan jam kerja yang panjang dengan peningkatan jumlah pasien, yang bisa menjadi lebih serius. Praktik-praktik baru yang berubah seiring berkembangnya informasi tentang COVID 19, aib sosial bagi petugas kesehatan garda terdepan pasien COVID 19, kurangnya informasi mengenai paparan jangka panjang kepada orang yang terinfeksi COVID 19, dan tenaga kerja garda depan Ketakutan terhadap seseorang yang terinfeksi COVID 19 untuk kerja (Comittee, 2020). Komunikasi risiko dan pemberdayaan masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan penting dalam menanggapi kedaruratan kesehatan masyarakat. Komunikasi risiko dan pemberdayaan masyarakat membantu mencegah penyebaran berita palsu/hoax, membangun kepercayaan publik terhadap persiapan dan tanggapan pemerintah, sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi yang baik dan mengikuti rekomendasi pemerintah, sehingga meminimalkan kesalahpahaman dan mengelola kondisi kesehatan terkait dan isu-isu kenakalan/risiko prank, salah satunya adalah masalah kesehatan. Kesehatan Jiwa (Kemenkes RI, 2020b).

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode survei yang digunakan adalah metode kualitatif. “Metodologi adalah suatu proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mengatasi suatu masalah dan menemukan jawabannya” (Mulyana, 2008: 145). Menurut Sugishirono (2007: 1), metode penelitian kualitatif adalah penelitian bagi peneliti untuk menyelidiki objek-objek alam, yang merupakan sarana utama, dan dilakukan secara kombinasi dengan teknik pengumpulan data, dan analisis data ini bersifat induktif. Dan hasil

penelitian kualitatif bukan generalisasi yang menekankan makna. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis sifatnya daripada mengubahnya menjadi entitas kuantitatif (Mulyana, 2008: 150). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menarik penjelasan secara sistematis dan faktual, gambaran atau gambaran tentang fakta, ciri-ciri, dan hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Pembahasan

Kegiatan nongkrong sudah ada jauh sebelum kafe dan kedai kopi modern ada di masyarakat pada saat ini. *Hangout* pada awalnya diartikan sebagai kegiatan santai dalam tradisi masyarakat Indonesia biasanya dilakukan di rumah dengan hanya minum kopi atau teh disertai dengan cemilan (snack) bersama keluarga dan kerabat. Tradisi ini banyak dilakukan pagi dan sore hari sebagai pengisi rekreasional (Cahya, 2018). Hal seperti ini berbeda dengan fenomena saat ini dimana *hangout* lebih banyak dilakukan di kafe-kafe sehingga akan mempengaruhi pertumbuhan kafe-kafe yang berkembang pesat. Perubahan yang dibawa oleh globalisasi dan modernisasi, serta kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, menyebabkan kebutuhan primer masyarakat tidak hanya cukup sandang, papan dan pangan, tetapi kebutuhan sekunder dan tersier telah berkembang menjadi kebutuhan primer. Seiring dengan tuntutan pendidikan tinggi yang semakin kompleks, seseorang tidak hanya perlu menghadapi satu fokus kegiatan mereka, tetapi juga mencari peluang sebagai sarana pengembangan diri. Oleh karena itu, seseorang harus mampu melakukan berbagai aktivitas. Hal ini sering menimbulkan kebosanan dalam keseharian mereka, yang menjadikan hiburan sebagai salah satu kebutuhan mereka. Hiburan ini bisa dilakukan dengan cara nongkrong. Nongkrong atau *hangout* bareng teman bisa jadi penyembuh bagi sebagian orang. Dengan mengumpulkan dan membicarakan ketidakpuasan hidup, Anda bisa sedikit mengurangi beban seseorang. Budaya menjuntai dapat dipahami secara terpisah untuk masing-masing aktor. Ada yang mengatakan *hangout* sebagai

media hiburan dan ekspresi diri, ada pula yang menyebut *hangout* sebagai sarana bersosialisasi. Namun, untuk kegiatan tersebut bagi sebagian orang memiliki presepsi (seperti waktu tidak produktif) dan akan ada asumsi negatif, dan tidak ada tujuan dan sasaran yang jelas. Namun, budaya merantau telah menjadi aktivitas dinamis yang memiliki makna dan informasi tersendiri bagi para pelakunya.

Popularitas kafe dan kedai kopi saat ini mulai menjadi kehidupan sehari-hari. Itu bisa dilihat dari banyaknya kafe dan kedai kopi di Tanah Air. Menurut data Gabungan Pengusaha Kafe Restoran Indonesia Jawa Timur, jumlah kafe dan restoran di Kota Surabaya meningkat 15% menjadi 20% pada tahun 2012. Disusul kafe-kafe yang berada di kota-kota besar lainnya seperti Bandung, Makassar, Yogyakarta dan Denpasar.. Padahal, setidaknya ada 300 kafe di Jakarta yang buka (Lim, 2014). Melalui berbagai sebutan, seperti kedai kopi, kedai kopi, bahkan kedai kopi, semakin banyak bermunculan di kalangan semua lapisan masyarakat, terutama kaum muda. Maraknya kafe juga disertai dengan tema dan tujuan tertentu. Misalnya, berbagai konsep dengan iringan musik, harga terjangkau, dan menu bernuansa tradisional hingga modern seolah menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini sekali lagi membuktikan animo masyarakat yang tinggi terhadap keberadaan kafe, karena penyebaran kafe secara tidak langsung menunjukkan animo pasar terhadap keberadaan kafe.

Tempat yang sering di kunjungi biasanya adalah kedai kopi dan kafe. Kedai kopi biasanya cukup murah, tetapi kafe agak mahal. Kedai kopi adalah tempat berkumpulnya orang-orang dari latar belakang yang berbeda, berdiskusi, mengobrol santai, berinteraksi dengan warga, memiliki opini publik dari berbagai latar belakang, minum bersama dan mendapatkan informasi yang bermanfaat. Ini adalah tempat yang sering dikunjungi (Prabowo, 2013). Arti kafe adalah terminologi, tetapi kata kafe berasal dari bahasa Perancis-kopi berarti kopi (Oldenburg, 1989: 126). Di Indonesia, kata kafe disederhanakan dan dikembalikan ke kafe (Herlyana, 2012). Arti harfiahnya adalah (minum) kopi, yang dikenal di Indonesia sebagai tempat menikmati kopi dengan berbagai jenis minuman non-alkohol lainnya seperti

minuman ringan dan makanan ringan lainnya. Senada dengan definisi kafe yang dikemukakan oleh S. Medlik (1996: 30) yaitu “Café adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk konsumsi dan tempat untuk umum”. Lebih lanjut, Hornby (2005) mendefinisikan café (kafe) dalam dua pengertian: “tempat dimana Anda dapat membeli minuman dan makanan sederhana”; yaitu tempat dimana kita dapat membeli minuman dan makanan ringan, dan "toko kecil (toko yang menjual manisan, makanan, koran, dll) biasanya buka lebih lambat dari toko atau toko lain"; di mana kafe lebih mengacu pada kedai atau kios yang menjual tidak hanya minuman dan makanan tetapi juga koran, buku, dan buka hingga larut malam. Berdasarkan pengertian di atas, kafe memiliki ciri-ciri seperti tempat yang nyaman untuk menikmati berbagai makanan dan minuman serta suasana yang nyaman untuk berkumpul.

Kedai kopi sering menjadi tujuan orang-orang dari berbagai latar belakang, pertemuan sosial budaya, diskusi, obrolan santai, dialog dengan warga, opini publik dari berbagai latar belakang, dan informasi berguna untuk diminum. mendapatkannya (Prabowo, 2013). Mampir di kedai kopi adalah suatu keharusan dan kebiasaan bagi sekelompok orang tertentu. Saya tidak sabar untuk duduk sebentar dan menikmati kopi. Berbicara dengan mitra bisnis, teman dan teman bisa menjadi santai dan hangat. Warung kopi pada awalnya merupakan ruang publik khusus untuk pria, namun kini banyak wanita yang nongkrong. Saat ini, keberadaan kedai kopi tidak hanya sekedar menghilangkan dahaga dan lapar. Bagi sebagian orang, kedai kopi adalah cara untuk membangun kehidupan sosial.

Kehadiran tempat nongkrong kini menjadi salah satu tempat yang banyak dicari di masa pandemi, karena dalam musim pandemi ini bisa menghabiskan terlalu banyak waktu di rumah dan tidak punya tempat untuk bertemu teman-teman, sehingga nongkrong bisa menyembuhkan dari situasi stres. Dan sekitar dua tahun setelah pandemi ini, kami berada di rumah, dan akhirnya situasi pandemi saat ini di Indonesia semakin membaik. Dan kini Indonesia memiliki peraturan PPKM Level 1 yang memberikan kebebasan lebih kepada

masyarakat untuk kembali beraktivitas seperti biasa, seperti sebelum pandemi. Bagi sekelompok orang yang hang out, hang out merupakan kegiatan yang esensial dan dianggap sebagai kebutuhan utama mereka. Karena nongkrong bukan lagi sekedar main-main atau hal sepele, melainkan menyembuhkan stres dan merupakan kegiatan yang benefit bagi sekelompok orang.

Manusia adalah makhluk sosial, dan setiap orang selalu berhubungan dengan orang lain, sehingga setiap orang selalu berhubungan dengan orang lain. Silaturahmi diartikan dalam kamus bahasa Indonesia sebagai persahabatan (persaudaraan), yang merupakan bentuk hubungan antar individu (KBBI, 2012-2019). Silaturahmi bisa dilakukan dengan banyak cara, seperti pergi keluar untuk bermain. Nongkrong merupakan salah satu bentuk kegiatan pesta atau bersenang-senang. Ada banyak tempat pertemuan yang bisa dijangkau dengan mudah, sehingga sangat fleksibel, dan juga banyak pilihan tempat pertemuan, dari harga yang sangat terjangkau dan sedang hingga yang sangat mahal. Dapat dilihat bahwa beberapa orang pergi bermain untuk menjalin persahabatan dengan orang lain. Oleh karena itu, sebagian orang menganggap waktu luangnya sebagai waktu luang (leisure as time), dan menggunakan waktu luangnya untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan positifnya, yaitu untuk membangun persahabatan. Dalam Islam, persahabatan adalah ibadah yang mulia dan indah dan merupakan amal saleh yang perlu kita tingkatkan di antara umat manusia. Manfaat silaturahim menurut al-Faqih Abu Lais\Samarqandi adalah mendapatkan ridha Allah swt., membuat orang yang kita kunjungi senang hati para bidadari, karena bidadari juga sangat senang menjalin silaturahim, selain manfaat lainnya, yaitu disukai manusia, menambah banyak rezeki dan lain sebagainya (Darussalam, 2017).

Manusia diciptakan dengan berbagai sifat yang berbeda, begitu juga ketika mereka berada di dalam tongkrongan. Ada beberapa tipe orang yang ada di tongkrongan yaitu:

a) Si Pendiam

Dapat dikatakan bahwa tipe orang yang tenang selalu ada di setiap tempat pertemuan. Tipe orang ini pasti banyak bicara. Tipe orang ini hanya tersenyum ketika melihat temannya bercanda. Ada beberapa faktor yang menyebabkan orang tersebut diam, diantaranya ia diam karena belum mengenal sepenuhnya teman tongkrongannya jadi ia belum bisa terbuka atau dia memang tipe orang yang jarang bicara.

b) Tipe orang yang kalau ngomong gak bisa pelan

Salah satu tipe orang yang sering kita jumpai di Hangouts adalah mereka yang bicaranya tidak pelan. Tidak peduli di mana orang-orang di sekitarnya atau siapa mereka, orang ini adalah yang paling sulit untuk berbicara perlahan.

c) Tipe orang yang nggak bisa diam

Bisa dibilang, tipe orang yang satu ini memang paling aktif kalau sudah ngumpul sama teman. Duduk dan diam itu rasanya nggak ada dalam benak dia ketika sedang berada di tongkrongan. Ada saja ide-nya untuk tetap bergerak, ngoceh, dan mondar-mandir kesana-kemari.

d) Tipe orang yang suka bergosip

Bergosip seolah sudah menjadi makanan sehari-hari. Padahal, bergosip itu sendiri merupakan bentuk perilaku yang tidak produktif dan bahkan bisa menambah dosa. Nongkrong bareng teman kerap kali dijadikan sebagai momen dimana satu sama lain saling bertukar pikiran. Meskipun, apa yang dibicarakan seringkali tentang keburukan orang.

e) Tipe orang yang pengen jajan dan makan terus

Untuk tipe orang seperti ini, bersama teman terasa tidak lengkap, tapi tidak ada makanan. Dimanapun orang ini berada, hatinya harus selalu dipenuhi dengan makanan, makanan, dan makanan.

f) Tipe orang yang suka pamer

Tipe orang ini biasanya suka memamerkan apa yang dimilikinya. Apalagi jika saya baru saja membeli yang baru, mulut saya menjadi gatal dan saya ingin memberi tahu semua teman saya tentang hal itu. Tipe orang ini tidak hanya suka membual, tetapi mereka biasanya cemburu dan panas. Ia langsung merasakan saingan ketika melihat temannya membeli ponsel baru.

g) tipe orang yang suka curhat

Setiap kali kita bertemu, membicarakan orang ini tidak akan pernah jauh dari kata romantis. Membicarakan mantan pacar, fans, atau mungkin pacar sepertinya sudah menjadi komitmen jika sedang hangout bersama teman-teman, karena menurut mereka, ketika mereka berbicara, itu melegakan bagi mereka karena setiap beban atau musibah yang mereka alami tidak disimpan sepenuhnya. pikirannya.

h) Si Pelawak

Salah satu teman yang paling dinanti, siapa lagi kalau bukan The Comedian. Dikenal sebagai mood maker, tipe orang seperti ini tidak perlu diragukan lagi. Tongkrongan bahkan tidak dingin karena tipe orang ini.

i) Si Paling tahu

Dalam hal pengetahuan, orang seperti ini adalah yang terbaik. Entah itu berita politik, pemerintahan, atau sesuatu yang viral. Tentu saja, orang ini *up-to-date*. Apa pun yang ingin kita bicaran, pasti ia tahu.

j) Tipe orang yang gak bisa lepas dari gadget

Orang-orang seperti itu terkadang menyukai kegembiraan. Karena dia sering pergi terlalu jauh dan lupa bahwa dia sedang bersama teman-temannya. Terkadang dia juga orang yang paling menyebalkan, karena ketika teman-temannya berbicara, dia asyik dengan dunia gadget-nya atau biasanya dia suka asik bermain

game online atau main bareng dengan seseorang diluar tongkrongan tersebut.

k) Tipe orang yang suka deep talk

Tipe orang ini adalah orang yang selalu membicarakan sesuatu yang mendalam dan filosofis dalam hidup. Ketika orang ini bertemu dengan seseorang dengan frekuensi yang sama, dia dapat berkomunikasi tanpa harus mengingat waktu, karena obrolan ini terus menerus dan selalu relevan dengan kehidupan nyata. Melalui percakapan mendalam tentang kehidupan, pikiran mereka berkembang terkait dengan masalah kehidupan, mereka dapat belajar tentang algoritma dan taksonomi kehidupan di mana mereka tinggal.

l) Tipe orang yang suka mengerjakan tugas

Orang-orang yang seperti ini adalah orang yang produktif di dalam tongkrongan. Mereka tidak suka membuang waktu mereka terlalu lama, dan lebih suka menghabiskan waktu dengan sesuatu yang lebih produktif, seperti salah satunya mengerjakan tugas.

Dari hal-hal diatas adalah sesuatu yang hilang ketika masa pandemi datang. sebuah kesenian yang bisa dibilang sesuatu yang remeh namun bisa menjadi penyembuh ketika kita seharian menjalani kehidupan masing-masing. Ketika pandemi mulai datang media penyembuh itu pun kini mulai redup dan bahkan sebagian orang mengalami stress karena terlalu lama di rumah dan tidak bisa kemana-mana

Di masa yang sangat maju apalagi dimasa pandemi yang sudah melandai ini banyak sekali orang yang bekerja hanya di depan laptop tanpa perlu ke kantor dan juga mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas yang ingin mendapat suasana baru. Dan biasanya beberapa orang melakukan aktivitas produktif tersebut di warung kopi atau tempat nongkrong. Namun tetap harus mematuhi prokes yang berlaku. Dengan semakin banyaknya fasilitas yang terdapat di tempat nongkrong atau warung kopi seperti wifi/jaringan internet, steker, kipas/ac agar nyaman, dan juga tempat duduk yang nyaman untuk ber

produktif. Selaras dengan yang disampaikan oleh Tarkus Suganda (2018) bahwa mahasiswa cenderung menciptakan suasana lingkungan kuliah dan kerja yang tidak terlalu formal. Oleh karena itu, mahasiswa cenderung untuk memilih melakukan hal produktif dengan kegiatan nongkrong. Beda dengan pekerja atau pebisnis yang nongkrong bertujuan untuk bertemu dengan klien yang bertempat di warung kopi/kafe atau sejenisnya agar suasana cair dan lebih gampang untuk menggait calon klien karena suasana nongkrong yang memiliki suasana nyaman dan asik. Maka dari itu nongkorng memiliki banyak esensi dan pesan tersendiri di setiap individu yang menyukai kegiatan ini.

Selain itu, kadang ditempat nongkrong juga tempat untuk mendapatkan pengetahuan baru. Biasanya di tempat nongkrong saling berbagi pengalaman kepada teman-teman yang lain. Karena setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda beda. Dari hal itu kita dapat mengambil pelajaran dari setiap cerita tentang pengalaman tersebut. banyak sekali tentang manfaat berbagi cerita atau pengalaman. Dengan kita mendengarkan cerita pengalaman orang lain yang belum kita alami. Maka kita akan mendapatkan solusi dari cerita tersebut dan mendapatkan cara bagaimana menghadapi masalah tersebut, yang mungkin suatu saat nanti akan kita hadapi. Apalagi setelah masa pandemi ini. banyak orang yang menceritakan pengalaman nya saat dia terserang penyakit covid-19 dan biasanya dia memberi saran dan memberi solusi untuk menyembuhkan dan dapat survive dari penyakit covid-19 tersebut.

Dalam tongkrongan juga biasanya tempat untuk bertukar keluh kesah atau biasa disebut curhat. Bercerita tentang masalah hidupnya, tentang percintaanya, tentang keluarganya, tentang eknominya dan lain sebagainya. Setelah pandemi yang sudah melanda bangsa ini banyak masyarakat yang kuwalahan dengan ekonominya. Menurut Badan Pusat Statistik Perekonomian Jakarta Pusat, pada 2019 dibandingkan 2018 (c-to-c) tumbuh 5,89%, melambat dari 2017 yang 6,20% dan 2018 yang 6,17%. Dengan itu tempat nongkrong adalah media curhat bagi seseorang yang sedang mengalami masalah dalam

hidupnya. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan berbicara dengan teman adalah memberikan perasaan tenang kepada orang-orang daripada merasa kesepian, merasa didukung oleh orang-orang di sekitar mereka, mencegah situasi menjadi lebih buruk, menemukan pertolongan dan pengobatan yang tepat untuk menghadapinya. dengan masalah tanpa mempengaruhi kesehatan mental, Dan temukan solusi dari orang-orang di sekitar Anda yang mungkin pernah mengalami hal yang sama. Ventilasi termasuk dalam pengertian komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih, yang memungkinkan komunikator mendapatkan tanggapan verbal atau non-verbal langsung dari komunikatornya. Komunikasi interpersonal dibagi menjadi komunikasi ganda dan komunikasi kecil (Nurudin, 2003).

Simpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian diatas ialah pandemi covid-19 sangat mempengaruhi baik bagi aspek ekonomi, mental, dan juga mempengaruhi perubahan sosial pada masyarakat. Dengan adanya pandemi tersebut kita tahu bahwa sebagai manusia harus selalu waspada terhadap apapun yang ada didepan kita karena dunia ini abu-abu, tidak tahu besok akan terjadi sesuatu hal yang tidak kita inginkan. Kita sebagai manusia hanya bisa mempersiapkan diri kita masing-masing untuk menghadapi hal tersebut. pandemi ini juga seperti penjara transparan bagi kita umat manusia. Seolah-olah kita terkurung di dunia para zombie dan para zombie sedang berkeliaran disekitar kita. Namun setelah beberapa tahun kasus penyakit coronavirus ini sudah melandai dan masyarakat dapat hidup seperti normal kembali namun tetap harus memakai protokol kesehatan. Dengan kembalinya aktivitas masyarakat, pasti banyak masyarakat yang rindu dengan aktivitasnya sebelum pandemi seperti nongkrong. Sangat banyak manfaat nongkrong bagi sekelompok orang seperti yang telah disebutkan diatas seperti silaturahmi, berbagi keluh kesah/curhat, menjalin relasi, berbagi pengalaman. Di setiap tongkrongan juga pasti ada banyak karakter karakter yang berbeda. Nongkrong mungkin bagi

sebagian orang hal yang sangat membuang buang waktu, namun dalam persepsi yang berbeda nongkrong memiliki esensi tersendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Darussalam, A. 2017. *"Wawasan Hadist Tentang Silaturrahmi"* (120-121)

Marbawani, G dan Hendrastomo, G. 2020. *"Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta"* (2-14)

Fauzi, A dkk. 2019. *"Budaya Nongkrong Anak Muda Di Cafe" (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)* (4-5)

Subandi, 2011. *"Deskriptif Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukkan"* (176-178)

Herlyana, Elly. 2012. *"Fenomena coffe shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda"*. Jurnal *THAQÃFIYYÃT*, Vol. 13, NO. 1 juni 2012

Salendra, 2014. *"Coffe Shop As a Media For Actualization Today's Youth."* Jurnal messenger, vol VI, Nomor 2, Juli 2014.

Kusasi, Rahayu. 2010. "*Globucksisasi: Meracik Globalisasi melalui secangkir kopi*." Depok: Kepik Ungu

Tucker, Catherine M. 2011. *"Coffe Culture, Local Experiences, Global Connections*." New York : Routledge

Craib, Ian. 1986. *"Teori-Teori Sosial Modern: Dari Parsons Sampai Habermas."* Jakarta : Rajawali. Judul Asli : *"Modern Social Theory: From Parsons to Habermas."* Penerjemah: Paul S Bout dan T Effendi

Solikatun, 2015. *"Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat."* Jurnal analisa sosiologi.

Ryanty Derwentyana, S.DS, dan Cherry Darmawan. 2007. *"Desain interior Kedai Kopi dan Gaya Hidup Masyarakat di Indonesia (Studi Komparatif Gaya Hidup Antara Konsumen Kedai Kopi Tradisional dan Kedai Kopi Modern)"* Jakarta : Majalah Ilmu UNIKOM.

Syaifullah, A. 2016. *"Perubahan Makna Nongkrong (Studi Kasus Mahasiswa Di Kafe Blandongan)"* In Skripsi Yogyakarta : Universitas Negeri Sunan Kali Jaga Yogyakarta.

Marius, Jelamu Ardu. 2006. *"Perubahan Sosial."* Jakarta : Jurnal penyuluhan kajian Analitik Institut Pertanian Bogor.

Ruhadi, dan Herlina. 2013. *"Dampak Keberadaan Kedai Kopi Bagi IPK Mahasiswa Di Kota Banda Aceh."* Jurnal Serambi Ilmu Vol. 14, No. 2, 107

Palupi, Nining. 2016. *"Dekontruksi Coffe Shop."* Tesis. Denpasar : Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.

Dimyati, Nur Suffi. *"Komunitas Cafe Sebagai Gaya Hidup (Studi tentang Motif Mahasiswa dan Kontruksi Kuliner Kafe di Yogyakarta)"* Skripsi Yogyakarta : Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga.

Fatihuddin, 2010. *"Dahsyatnya Silaturahmi"* Yogyakarta : Delta Prima Press

Anis irfa'i, 2015. *"Pandangan Kiai Pesantren Salaf Tentang Silaturrahmi Melalui Media Elektronik."* Skripsi Ponorogo : Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo.

IDN, Times https://www.idntimes.com/life/inspiration/amp/tika-nurohmah/13-tipe-teman-yang-sering-ada-di-tongkrongan-kamu-termasuk-gak-ya-c1c2. Pada Tanggal 28 November 2021 Pukul 18.05.

Said, Irwanti. 2017. *"Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern"* http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/viewFile/2920/2796. Pada Tanggal 29 November 2021. Pukul 15:43.

KOMUNIKASI DALAM PPKM UNTUK PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Dyaloka Puspita Ningrum[1]
Program Studi Illmu Komunikasi Universitas Widya Mataram Yogyakarta
email: *dyalokapuspita@yahoo.co.id*

Pendahuluan

Suka cita mengisi tahun 2021 ternyata masih terus berlanjut. Berdasarkan Surat Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020, Indonesia bahkan tidak ketinggalan dihadapi pada situasi sulit penanganan wabah pandemi yang ganas dan banyak menyebabkan kematian penduduknya. Sejak ditetapkan status waspada oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), penyebaran virus covid-19 itu sendiri berlangsung dengan sangat cepat hingga hampir tidak ada lagi negara di dunia ini yang dapat memastikan aman maupun terhindar (Widiyani dalam Mona, 2020). Berbagai legitimasi kebijakan formil pemerintah nasional bahkan internasional pun menjadi strategi untuk menekan kasus tersebut bahkan sampai saat ini. yang mana tanggung jawab moral dan hukum terhadap masyarakat adalah tugas pemerintah, termasuk perencanaan skenario *new normal* / kebiasaan baru yang dinantikan banyak orang.

Gerbang *new normal* / kebiasaan baru pun menjadi sebuah babak baru tengah-tengah kehidupan masyarakat. Di masa adaptasi kebiasaan baru sekarang tidak hanya himbauan terhadap penguatan protokol kesehatan berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor : HK.01.07/Menkes/382/2020 saja yang terus dikomunikasi-kan melainkan setiap orang didorong untuk siap dan mau menerima

vaksinasi covid-19 sebagai alternatif penyembuhan dalam melawan guncangan virus yang sangat beresiko di fase krisis saat ini.

Penanggulangan bencana harus didukung oleh berbagai pendekatan baik *soft power* maupun *hard power* untuk mengurangi resiko dari bencana tersebut. Pendekatan *soft power* adalah dengan mempersiapkan kesigapan masyarakat melalui sosialisasi dan pemberian informasi yang efektif tentang bencana. Karena kedepannya mitigasi bukan tidak mungkin dapat menjadi *public education* (Rahman dalam Putri, 2021)). Upaya yang dilakukan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah menjadi salah satu langkah dari mitigasi darurat bencana yang perlahan-lahan memberikan hasil cukup baik, mengapa demikian ? karena terjadi peningkatan minat publik terhadap penyelenggaraan program vaksinasi covid-19 yang di distribusikan secara gratis.

Data ter-*update* (16/11/21) yang diinformasikan melalui website resmi Satuan Tugas Penanganan Covid-19 menyatakan bahwa setiap hari perkembangan angka penerima vaksin tahap ke-1, ke-2, serta ke-3 di Indonesia terus bertambah. Meskipun juga sebelumnya, muncul polemik dan penolakan dari masyarakat yang disebabkan minimnya literasi kesehatan ataupun fakta medis berupa : kelompok masyarakat yang ditargetkan, efektifitas, perizinan dan keamanan untuk kesehatan, langkah antisipasi, jadwal pendataan dan pendaftaran vaksin covid-19 yang akan dibagikan secara luas / merata ke seluruh wilayah di tanah air, dan bahkan pengalaman dari para penerima vaksin covid-19 terdahulu, sehingga sangat berpotensi menggagalkan program vaksinasi covid-19 itu sendiri.

Komitmen dan ketegasan pemerintah dalam menurunkan grafik kasus seiring waktu pun semakin terlihat serius dengan adanya aturan ketat **Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat** / PPKM yang diterapkan diberbagai sektor krusial, terutama melalui PPKM di Pulau Jawa-Bali yang memang diprioritaskan memiliki mobilitas tinggi. Kebijakan PPKM menjadi istilah baru yang resmi diberlakukan sejak tanggal 11-25 Januari 2021. Terdapat perbedaan dalam pelaksanaan PPKM di beberapa wilayah yang tentu saja disesuaikan

dengan kondisi daerahnya masing-masing. Adanya aturan PPKM dengan berbagai level diharapkan dapat memberikan keselamatan terhadap masyarakat. Menariknya, Muhadjir Effendy selaku Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan / Menko PMK memberikan *statement* terkait tindak lanjut aturan PPKM Level 3 (NATARU) Periode 24 Desember 2021 – 2 Januari 2022 mendatang yang secara nasional rencananya akan diterapkan kembali oleh pemerintah melalui **Instruksi Menteri Dalam Negeri** guna mencegah lonjakan kasus akibat mobilitas dan kerumunan di akhir tahun *(sumber : CNBC Indonesia, 2021).*

Menyoroti rangkaian implementasi PPKM dengan kategorinya masing-masing, terdapat beberapa syarat yang saling berhubungan satu sama lain, khususnya mengenai kelengkapan dokumen kesehatan yang harus dimiliki oleh masyarakat dalam melakukan perjalanan, melamar pekerjaan, ataupun dalam mengakses berbagai ruang publik seperti : Hasil Tes Swab Antigen, Hasil Tes PCR, Sertifikat Vaksinasi Covid-19 minimal dosis tahap pertama dan Penggunaan aplikasi elektronik Peduli Lindungi yang hadir dengan versi lebih modern untuk menutupi tumpang tindihnya isu kartu cetak vaksinasi yang sempat dianggap tidak begitu akurat.

Platform peduli lindungi pada prinsipnya sangat mengandalkan partisipasi masyarakat. Riwayat perjalanan pengguna dengan penderita yang terpapar dapat dilacak dengan pengembangan aplikasi berbasis digital tersebut, sehingga pemerintah merasa cukup terbantu (dalam Priscila,dkk : 2021). Namun dilematisnya, "*apakah aplikasi peduli lindungi sudah benar-benar mampu mencerminkan kepedulian dan kesadaran publik maupun juga mampu mendeteksi status kesehatan para pengguna yang sedang berinteraksi diluar rumah ? yang pada nyatanya pun banyak diantara mereka sering kali tidak begitu mengoptimalkan aplikasi tersebut ? Selain itu, apa yang akan terjadi terhadap data-data masyarakat yang sudah terkumpul di dalam aplikasi peduli lindungi setelah pandemi berakhir ? serta bagaimana kelanjutannya ?.*

Di sisi lain, rilisnya aplikasi peduli lindungi juga masih menimbulkan kerisauan di masyarakat karena belum optimal informasi pendukung yang disampaikan pemerintah sebagai penggagasnya terutama oleh Kementerian Komunikasi dan Infomatika RI dan Kementerian BUMN RI dengan kordinasi Gugus Tugas Covid-19, Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), Kementerian Kesehatan RI, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokras RIi, serta TNI dan Polri terkait server, jaringan, ataupun keamanan data pengguna di dalamnya. Hadirnya satu kebijakan yang dilanjutkan dengan kebijakan lain tentu harus bersandar dari evaluasi capaian aturan sebelumnya, termasuk juga pada keberadaan aplikasi terdahulu "e-Hac" yang sangat minim sosialisasi di masyarakat.

Disini juga peran komunikasi yang baik sangat penting, khususnya mengenai bagaimana kemampuan untuk menyampaikan pesan-pesan bencana kepada publik, agar selaras dengan penertiban PPKM yang terus bervariasi. Proses komunikasi merupakan aktivitas yang mendasar bagi manusia sebagai makhluk sosial. Menurut (Mulyana : 2008) terciptanya komunikasi yang efektif tentu akan mengantarkan para pelakunya terhadap tujuan yang diinginkan yakni mencapai sebuah solusi dan mengurangi ketidakpastian. Sehingga komunikasi yang kompherensif harus diprioritaskan untuk menghilangkan kekhawatiran maupun kecemasan masyarakat di era yang belum jelas kapan berakhirnya dan diprediksi ada dalam jangka waktu yang panjang.

Elit pemerintah sebagai garda terdepan dalam menghadapi badai pandemi harus berfokus membentuk suatu penyelenggaraan pelayanan, pemberdayaan, pembangunan publik yang prima, dan bahkan sebisa mungkin dapat mengambil tanggung jawab utama untuk mencegah, mengobati, dan mengendalikan turbulensi yang melanda setiap sendi kehidupan saat ini. Merefleksi dampak dahsyat pandemi hampir dua tahun belakangan, sesunggunya sudah dirasakan oleh semua pihak tanpa terkecuali. termasuk pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang menurut data Organisasi Pariwisata Dunia

(UNWTO) bulan Maret 2020 mengalami keterpurukan atas penurunan pendapat yang drastis karena tidak diperkenankannya menerima pengunjung / wisatawan untuk sementara waktu.

Pembatalan pemesanan tiket berwisata membuat banyak destinasi wisata rugi besar-besaran dan harus tutup karena tidak dapat beroperasi secara maksimal. Padahal Indonesia adalah salah satu negara yang kaya akan potensi wisatanya. Tahun 2017 bahkan *branding* iklan Wonderful Indonesia mengantarkan kegiatan pariwisata sendiri sebagai industri unggulan yang kompetitif dan komparatif di mata dunia, dibandingkan dengan hasil sumber daya alam lainnya seperti gas ataupun minyak bumi (Ningrum et al., 2018). Pariwisata terus menjadi daya dobrak yang tinggi salah satunya karena keberadaan wisatawan dan motivasinya yang sangat kompleks.

Ada yang mengatakan bahwa "**perjalanan dapat mengubah dunia**". Hal inilah yang terus mendukung kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai fenomena terkini bagi masyarakat modern. Tidak hanya 5 destinasi super prioritas yang meliputi : **Likupang, Danau Toba, Borobudur, Mandalika,** dan **Labuan Bajo** versi Kemenparekraf RI saja yang menjadi kawasan strategis untuk terus dikembangkan. Namun masih banyak potensi pariwisata lainnya di Indonesia juga mampu menarik perhatian dunia. Kota-kota besar ataupun kawasan perdesaan mampu tersulap menjadi daerah tujuan wisata yang bernilai komoditas untuk lingkungan disekitarnya atas dasar motif berwisata publik yang terus meningkat setiap waktu.

Pemulihan destinasi wisata saat maupun pasca pandemi terjadi, tentulah harus dapat membuat tata kelola kebiasaan baru dengan tahapan sosialisasi sampai dengan simulasi yang diharapkan dapat memberikan jaminan dan kenyamanan secara maksimal. Beberapa faktor seperti : protokol kesehatan, akomodasi, infrastruktur, transportasi, fasilitas yang ada di area wisata, maupun kesiapan teknologi dan sumber daya manusia yang mumpuni merupakan rangkaian yang harus diperhatikan dengan sangat cermat untuk tidak tergesa-gera membuka kembali destinasi wisata di dalam tatanan kehidupan baru sekarang.

Di masa pandemi ini juga ada banyak destinasi wisata yang melakukan pembenahan untuk semakin mematangkan pertumbuhan pariwisatanya. Semangat dan gairah berwisata di masa pandemi harus benar-benar dikontrol sampai tiba di momentum yang tepat. Uniknya *virtual tour, staycations, wellness tour,* ataupun *solo traveller* menjadi modifikasi kegiatan pariwisata di masa adaptasi baru sekarang yang cukup produktif dan aman dari covid-19 yang bahkan ditawarkan secara langsung oleh Presiden RI Joko Widodo dalam pidato kenegaraannya (28/05/20). *Trend* berwisata tersebut tentu saja bertujuan untuk tetap menjaga kesehatan / kebugaran tubuh para wisatawan, baik melalui aktifitas fisik, psikologis ataupun spiritual.

Untuk menyelamatkan lapangan kerja dan mendorong kebangkitan pariwisata dalam negeri, tepatnya awal bulan September 2021 setelah sekian lama tutup sejumlah kawasan wisata berdasarkan pengawasan Kemenparekraf RI mulai diizinkan untuk melakukan uji coba terbatas operasional melalui proses *scaning* maupun *screening* yang lebih ketat termasuk dari sisi kriteria usia dan jumlah pengunjung yang datang (*(sumber : instagram @kemenparekraf.id, 2021).* Selain itu, upaya pemulihan lainnya pun telah dilaksanakan secara serentak khususnya terkait percepatan *herd immunity* bagi para pelaku wisata dan ekonomi kreatif di seluruh penjuru tanah air.

Super penting, penguatan panduan CHSE / *Cleanliness, Health, Safety,* dan *Environment Sustainability* yang sesuai standar melalui gambar di panduk ataupun poster yang banyak terpasang pada sektor pariwisata adalah fokus yang harus terus digencarkan guna menjamin kesehatan dan keselamatan untuk para calon wisatawan. Dibukanya kembali destinasi wisata yang sempat vakum di tengah aturan PPKM tentu memberikan angin segar untuk para pelaku usaha wisata, baik pebisnis besar, sektor usaha kecil dan menengah ataupun sektor tenaga kerja musiman. Misal dalam hal ini juga para pemangku kebijakan setidaknya tidak boleh lengah dan dapat melihat kesiapan dari setiap destinasi wisata secara berkala melalui pemantauan langsung di lapangan.

Kolaborasi, kerja sama yang erat, dan komunikasi yang terbuka dari semua lini sangat dibutuhkan untuk terus menghidupkan kegiatan pariwisata yang berkelanjutan di masa sekarang serta di masa yang akan datang. Tercapainya pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkelanjutan nantinya diharapkan tidak hanya berorientasi kepada nilai ekonomis yang dihasilkan, melainkan juga kesejahteraan yang diperoleh akan dapat diwariskan dari waktu ke waktu. Sehingga dari kondisi tersebut, melirik prospek pembangunan pariwisata merupakan hal yang cukup menjanjikan dan membutuhkan tanggung jawab bersama sebagai ***public relations*** dengan peran membentuk citra/*image* positif kepariwisataan agar menjadi lebih baik lagi.

Pembahasan

Gejolak berwisata sangatlah sulit terbendung meskipun pada nyatanya kebijakan PPKM masih terus berlanjut khususnya di beberapa kota besar di Indonesia. Penggunaan moda transportasi seperti kendaraan pribadi maupun rombongan bus wisata terlihat mulai berdatangan dan bahkan meramaikan berbagai lokasi wisata. Perjalanan publik tersebut kembali mengundang pertanyaan yang cukup pelik, "*bagaimana penjagaan ataupun pengawasan yang dilakukan di setiap gerbang kedatangan baik di Bandara, Terminal, Stasiun / Pelabuhan, terutama terhadap kunjungan wisatawan yang berasal dari luar daerah ?".* Berdasarkan rekam jejak digital di sejumlah media sosial, ada banyak wisatawan yang akhir-akhir ini gemar berkunjung ke suatu objek wisata untuk sekedar berswafoto, berenang dan bermain air, menyewa pakaian khas / tradisional, berkemah, ataupun hanya ingin menanti datangnya senja. Sehingga menjadikan sejumlah lokasi wisata tersebut sebagai kawasan yang cukup menjebak atas kunjungan massa yang berlebihan.

Dinamika sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang tidak stabil dan sulit bergerak di masa transisi sekarang tentu tidak lepas juga dari aturan pembatasan yang sangat mempengaruhi keseimbangan perekonomian rakyat. Antusiasme masyarakat sama halnya dengan

pisau bermata dua yang sejatinya mampu menciptakan sebuah klaster baru di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif itu sendiri. Praktik protokol kesehatan diantaranya : cek suhu tubuh, cuci tangan sebelum memasuki kawasan wisata, penggunaan masker dan pengoptimalan aplikasi peduli lindungi bagi wisatawan sebagai *screening* telah menjadi serangkaian aktivitas terkini yang dapat ditemui diberbagai ruang publik termasuk destinasi wisata.

Namun mirisnya, hal penting berupa kesadaran masyarakat akan anjuran saling menjaga jarak antara satu sama lain dewasa ini menjadi kontrol yang cukup terabaikan karena motif dan berbagai kepentingan yang terus muncul sehingga menimbulkan keluhan serta kekhawatiran yang berdampak pada lingkungan di objek wisata maupun turut meninggalkan musibah bagi warga lokalnya. Keadaan seperti itu dalam kegiatan pariwisata juga dikenal dengan sebutan ***overtourism***. Istilah tersebut memang terkesan tidak memberikan kenyamanan, dalam hal ini terjadi karena jumlah kunjungan wisatawan yang tidak sesuai daya tampung semestinya / konteks pariwisata yang berlebihan.

Overtourism biasanya sudah tidak asing lagi terjadi di negara-negara maju. Membludaknya minat khalayak yang tidak karuan untuk berwisata sesungguhnya bukan sekedar sebagai suatu daya tarik pariwisata yang hanya menjawab kebutuhan masyarakat saja, melainkan juga dapat memberikan jaminan kepada calon wisatawan secara keberlanjutan. Konsep itupun cukup menghadirkan kerisauan *"apakah penerapan hidup bersih / sehat tersebut sudah benar-benar menjadi kesadaran para pelaku wisata itu sendiri, baik oleh pengelola objek wisata maupun oleh para pengunjung yang datang ? yang mana waktu di akhir pekan maupun hari libur besar nasional cenderung diprioritaskan khusus untuk sekedar mendapatkan hiburan dan mencari kepuasan berwisata yang sangat dirindukan pasca masa lockdown sebelumnya di bumi pertiwi".*

Mengkritisi kondisi tersebut, sangatlah diperlukan sinergi dari semua elemen masyarakat untuk menjaga sektor pariwisata di fase darurat sekalipun. Di sisi lain, pemerintah sebagai *stakeholders* utama sektor inipun harus dapat memberikan sosialisasi serta perhatian yang

masif dan merata terhadap para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang terdampak, sebagai bagian dari arah kebijakan strategis yang dijalankan. Kampanye ***#InDonesiaCare*** merupakan salah satu gerakan yang digagas oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI dengan komitmen peduli terhadap kesejahteraan orang lain dengan sepenuh hati, serta menjalankan praktik tanpa kontak sentuh dalam kegiatan pelayanan dan fasilitas jasa dengan disiplin tinggi, demi keselamatan bersama melalui panduan protokol kesehatan pariwisata (dalam website resmi *kemenparekraf.go.id*).

Media massa dalam hal ini harus berperan dalam melakukan komunikasi dan edukasi kepada masyarakat / sebagai *early warning system*. Menurut (Chaffee dalam Rakhmat, 2005:218) berdasarkan fungsinya ada 3 dimensi efek yang dihasilkan media massa sebagai salah satu saluran komunikasi massa terhadap khalayak, diantaranya : penerimaan informasi / efek kognitif, perubahan perasaan atau sikap / efek afektif, dan perubahan perilaku / efek behavioral. Publikasi "***Indonesia Care***" pun telah banyak dikomunikasikan di berbagai platform digital khususnya untuk menggiring persepsi masyarakat domestik maupun mancanegara agar tetap percaya dan meyakini sektor pariwisata yang terbebas dari penyebaran virus covid-19 di era saat ini.

Namun memang tidak hanya menghimbau pelaksanaan adaptasi baru dengan penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE saja, para pemangku kebijakan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tersebut juga harus dapat melakukan pendampingan, memberikan bantuan materil maupun logistik yang memadai, termasuk menjamin ketersediaan : hand sanitizer, tisu kering, sabun cuci tangan, termogan, serta cairan desinfektan sebagai fasilitas pelengkap di objek-objek wisata yang dalam kenyataannya kerab kali mengalami kesulitan terutama dari sisi anggaran akibat pandemi covid-19.

Di masa sulit sekarang, semua sektor pada akhirnya terus berusaha untuk bertahan dengan cara beralih pada metode virtual. Pergeseran interaksi publik pada situasi saat ini tentu tidak lepas dari efektifitas komunikasi digital yang terus dimanfaatkan oleh banyak kalangan.

Era digital menyuguhkan berbagai kemudahan bagi penggunanya tanpa batas ruang dan waktu. Keberadaan media sosial sebagai salah satu produk dari perkembangan teknologi yang progresif dan bahkan turut di inisiasikan juga untuk kegiatan promosi akan pesona pariwisata yang sangat beranekaragam.

Platform digital tersebut menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis ataupun oleh pemerintah dalam melakukan kegiatan pemasaran pariwisata yang tentunya harus dikemas semenarik mungkin, dilengkapi dengan efek suara, musik, narasi maupun teks dalam bentuk konten foto dan video yang lebih variatif. Menariknya, para *agent of change* yang notabene adalah kaum muda telah banyak memberikan inisiatif dalam pemasaran pariwisata atau lebih identik dikenal dengan sebutan ***experience tourism***.

Promosi pariwisata berbasis digital pun dianggap **"lebih personal, lebih professional, maupun lebih global".** Dari media sosial-lah diharapkan juga dapat memperoleh calon wisatawan baru, disamping pula untuk terus semakin meningkatkan loyalitas wisatawan yang telah ada sebagai pioner yang akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan industri pariwisata di masa kini ataupun di masa yang akan datang. Media sosial merupakan media instan yang cenderung menjadi surga kebebasan berekspresi dan selalu *up to date* dalam berbagi informasi.

Pandemi covid-19 bahkan membawa dampak konsumtif dalam penggunaan media. Berdasarkan data *Hootsuite We Are Social*, di tahun 2021 rata-rata orang Indonesia banyak menghabiskan waktunya selama 3 jam 14 menit dalam sehari hanya untuk berselancar di media sosial popular secara berturut-turut (*youtube, instagram, whatsapp, facebook, tiktok dan twitter*). Dengan demikian terdapat frekuensi peningkatan penguna aktif dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya. Fenomena ini serupa dengan Pendekatan ***Uses and Gratification Theory*** (dalam Nurudin, 2017) yang menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk serta menggunakan media tersebut dalam proses untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya masing-masing.

Media sosial tumbuh dengan cepat dan perlahan-lahan merujuk sebagai sebuah media alternatif yang dapat menutupi beberapa kesederhanaan dari media konvensional. *"Istilah menonton televisi, mendengar radio ataupun membaca koran cetak adalah aktivitas kemarin, karena publik saat ini hidup dan bernafas di era media baru. Eksistensi industri 4.0 mampu menjadikannya sebagai warga digital atas peralihan kegiatan dari dunia nyata ke dunia maya".* Media sosial pun mampu menjelma sebagai media paling variatif untuk mengkomunikasikan narasi akan aturan PPKM yang terus berlanjut sampai sekarang.

Namun di tengah revolusi industri 4.0, perluasan informasi publik merupakan keniscayaan yang semakin sulit dihindari dan turut memunculkan sebuah ancaman lain atas bencana yang sedang terjadi, khususnya terkait informasi palsu / *hoax* yang tidak diseimbangi dengan data maupun fakta yang valid terkait pandemi covid-19 tersebut. Menyikapi hal ini tentu harus ada kesiapan fisik dan mental masyarakat dalam mengelola setiap informasi yang beredar guna mengurangi resiko bencana.

Keberadaan informasi yang banyak menuai kontroversi di era digital memang sangat meresahkan. Menurut UNSECO dalam publikasinya berjudul *"Journalism, Fake News and Disinformation"*(2018) ada 3 jenis kekacauan informasi yang menjadi tantangan publik bermedia, diantaranya : (a) **miss informasi /** informasi yang memang tidak benar atau tidak akurat, namun orang yang menyebarkannya berkeyakinan bahwa informasi tersebut sahih dan dapat dipercaya, (b) **disinformasi /** informasi yang juga tidak benar namun memang direkayasa sedemikian rupa oleh pihak-pihak yang berniat membohongi masyarakat, sengaja ingin mempengaruhi opini publik dan lantas mendapatkan keuntungan tertentu darinya, dan (c) **malinformasi** / informasi yang memang memiliki cukup unsur kebenaran, baik berdasarkan penggalan atau keseluruhan fakta objektif. Namun penyajiannya dikemas sedemikian rupa untuk melakukan tindakan yang merugikan bagi pihak lain atau kondisi tertentu, ketimbang berorientasi pada kepentingan publik.

Sehingga isu *hoax* tersebut, tidaklah dapat dipandang sebagai suatu yang sederhana, apalagi sekedar ditangani dengan solusi yang disimplifikasi. Perkembangan teknologi yang semakin maju dan tidak terbatas harus didukung dengan kemampuan yang dimiliki kelompok masyarakat dalam mengolah serta menyaring setiap informasi yang tersebarluas di ranah maya. Kecakapan literasi digital salah satunya dapat ditekankan untuk menangkal kesenjangan informasi tersebut. Literasi digital merupakan era perkembangan baru pada aktifitas baca tulis.

Literasi digital juga diartikan sebagai alat untuk melindungi orang dari terpaan media agar memiliki kemampuan berpikir kritis, kreatif dan mampu mengekspresikan diri ataupun berpartisipasi dalam media (Retnowati, 2015: 314). Sedangkan menurut Jaringan Pegiat Literasi Digital Indonesia (JAPELIDI) pada tahun 2018 menyebutkan literasi digital terdiri atas tiga elemen, yaitu **pengetahuan**, **kompetensi**, dan **lokus personal** *(dalam website resmi kominfo.go.id)*.

Terpusatnya kehidupan masyarakat pada media *mainstream* dapat dijadikan juga tolak ukur untuk mewujudkan keberhasilan program pemerintah terhadap implementasi adaptasi kebiasaan baru dalam menuju gerbang kenormalan seperti semula. Mencermati lebih lanjut informasi terkini khususnya terkait pengalaman berwisata publik di era *new normal* yang terus dibagikannya di media sosial selaras dengan perspektif Pembelajaran Sosial dari Albert Bandura *"**Mengamati dan Bertindak**"*.

Teori pembelajaran sosial dalam Septarini (2015) mengatakan bahwa perilaku manusia muncul sebagai hasil pengamatan dan pengalaman. Di dalamnya ada proses belajar dan meniru atau menjadikan model tindakan orang lain melalui pengamatan terhadap orang tersebut. Mengamati adalah pemodelan, yang mencakup pengamatan terhadap aktivitas-aktivitas yang benar, mengkodekan secara tepat kejadian-kejadian ini untuk dipresentasikan di dalam memori, melakukan performa aktual perilaku, dan menjadi cukup termotivasi. Pembelajaran dengan bertindak mengizinkan seseorang untuk mencapai pola-pola baru perilaku kompleks lewat pengalaman

langsung dengan memikirkan dan mengevaluasi konsekuensi-konsekuensi perilaku tersebut.

Dalam hal inipun, sikap konsumtif masyarakat Indonesia yang terbilang tinggi dengan ketergantungannya menggunakan media sosial, sesungguhnya juga mampu memberikan *branding* terhadap sektor pariwisata terutama di tengah aturan PPKM. Mengapa demikian ? perspektif pembelajaran sosial apabila disandingkan dengan kondisi yang ada menunjukkan banyak munculnya eksplorasi destinasi wisata yang bersifat "***viral"*** atau bahkan "***hidden*** termasuk kegiatan berwisata di daerah pinggiran sekalipun, khususnya melalui promosi yang terus dibombardir di sejumlah media digital.

Keberhasilan akan proses pembelajaran sosial masyarakat itu sendiri terkonstruksi lewat kegiatan pariwisata yang menjelma sebagai sebuah *lifestyle* di tengah-tengah kehidupan masyarakat, salah satunya pada aktifitas modern "***walking tour***" yang telah banyak dilakukan oleh publik / para wisatawan. *Walking tour* merupakan kegiatan mengunjungi suatu tempat baru secara langsung, dengan cara **"blusukan"** dimana para wisatawan dapat berinteraksi begitu dekat untuk mengenal keanekaragaman tradisi, budaya, kepercayaan serta kebiasaan masyarakatnya. Para wisatawan dapat menelusuri dan memahami *history* satu daerah dengan cara berjalan kaki yang tentu saja dapat dijadikan juga sebagai alternatif dalam menjaga kebugaran fisik setiap individu dan prinsip berwisata yang sehat serta aman dalam penerapan aturan PPKM sekarang.

Kegiatan *walking tour* menjadi hal yang tidak biasa di setiap rutenya, potensi nilai-nilai kearifan lokal yang menakjubkan disuguhkan secara alami dengan balutan kesederhanaan serta keramah-tamahan masyarakat setempat selaku tuan rumah. Perubahan perilaku berwisata di tengah aturan PPKM, harus dioptimalkan seinovatif mungkin untuk menggali produk pendukung lainnya di suatu tempat sebagai daya tarik destinasi wisata yang khas. Melalui metode blusukan ini juga dharapkan dapat memberikan kesadaran terhadap setiap tempat untuk lebih mematangkan persiapan

destinasinya dalam menuju daerah tujuan wisata dengan seruan kolektif protokol kesehatan berbasis CHSE.

Idealnya, *walking tour* sering kali dikolaborasikan dengan agenda berwisata lain seperti : *virtual tour*. *Virtual tour* bahkan menawarkan pengalaman berwisata yang lebih efisien dari sisi waktu dan biaya. Tidak sembarangan, untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan sebagai bagian dari perjalanan ekslusif di dalam fase kenormalan baru, kegiatan tersebut biasanya diwarnai dengan syarat administratif misal : adanya izin dari pemerintah daerah yang akan dikunjungi, penarikan registrasi, pemandu wisata professional dengan pasokan informasi yang akurat, layanan pusat oleh-oleh yang tersedia disekitaran objek wisata dan bahkan calon wisatawan pun harus siap mematuhi peraturan yang ditetapkan. Tidak ada pilihan, panduan CHSE yang ketat pada model berwisata terkini diharapkan juga dapat mencegah kelatahan publik yang gemar berkumpul untuk mendapatkan kesenangan maupun me*refresh* pikiran dari padatnya aktifitas sehari-hari.

Menyoroti urgensi lain sangat dibutuhkan pula keseriusan pemerintah terhadap penegasan aturan berwisata dengan kelonggaran kebijakan saat ini menuju praktik PPKM level 3 di akhir tahun 2021 mendatang. Pemerintah merupakan tonggak yang harus dapat memperhatikan, merawat dan melestarikan lingkungan untuk menjamin agar aktivitas pariwisata tetap berjalan. Implementasi kegiatan pariwisata yang sehat, bersih, aman ataupun yang dapat menjaga ekosistem di sekitar objek wisata itu sendiri seperti mulai terabaikan.

Selain itu, memang masih terlihat lemahnya pengawasan dari para pemangku kebijakan dalam mengawal aturan PPKM yang efektif. Sanksi hukum terhadap pelanggaran protokol kesehatan tidak serta merta mengantarkan kembali pada kedisiplinan serta kepatuhan masyarakat seperti kondisi awal datangnya pandemi. Lagi dan lagi, harus ada evaluasi tajam yang perlu dilakukan pemerintah dalam pembuatan maupun penerapan sebuah kebijakan baru sebagai kunci

agar benar-benar dimengerti dan dipahami masyarakat dari hulu ke hilir.

Sepanjang hari publik pun berlomba-lomba melakukan perjalanan wisata dengan euporia yang cukup beresiko, termasuk minimnya tinjauan terhadap pembatasan jam kunjungan di suatu lokasi. Kendati begitu, disinilah peran **Kelompok Sadar Wisata / POKDARWIS** yang seharusnya dapat diaplikatifkan menjadi **Masyarakat Sadar Wisara / MASDARWIS,** sebagai upaya untuk membangun kesadaran dan rasa kepedulian penuh khalayak dengan konsep higienis atas kebijakan pemerintah yang telah banyak **dikomunikasikan**, sehingga bagaimana publik pun yang **mengkomunikasikannya** dengan seksama. Kelompok Sadar Wisata selama ini menjadi mitra pemerintah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat di bidang pariwisata, meningkatkan sumber daya manusia, mendorong terwujudnya Sapta Pesona, meningkatkan mutu produk dan wisata dalam rangka meningkatkan daya saing serta memulihkan pariwisata secara keseluruhan (dalam Andiani dan Widiastini, 2017). POKDARWIS bahkan sudah memiliki forum komunikasi aktif antar kelompok di daerah maupun sampai tingkat nasional.

Pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dalam pemberlakuan aturan PPKM sedikit demi sedikit memang telah berangsur pulih. Namun pada dasarnya yang dibutuhkan sekarang adalah keterlibatan dan kerja sama dari seluruh lapisan masyarakat secara langsung sebagai sumber daya manusia yang tangguh dan siap dalam rangka mensukseskan penyelenggaraan aktifitas pariwisata yang unggul, tidak hanya bersifat informatif melainkan juga bersifat partisipatif terutama melalui gerakan masyarakat sadar wisata itu sendiri. Kelompok masyarakat-lah yang jauh lebih mengetahui terkait kondisi, situasi dan karakter daerahnya masing-masing, sehingga dapat dijadikan sebagai pelaku utama dalam pengelolaan destinasi wisata.

Meskipun dalam kenyataannya di beberapa tempat cenderung masih kurang memperhatikan aspek keterlibatan masyarakat lokal untuk ikut menikmati hasil potensi daerahnya. Sudah seharusnya

prinsip memberdayakan masyarakat setempat dilakukan untuk meningkatkan kualitas masyarakat agar semakin mengerti dan memahami dalam menjaga maupun mengelola bisnis pariwisata dengan pelayanan prima yang pada akhirnya pula akan berdampak pada pengalaman, kepuasan ataupun kesan positif para wisatawan yang berkunjung ke suatu lokasi wisata.

Keterlibatan masyarakat sadar wisata memiliki prospek besar termasuk dalam membuka lapangan kerja baru / mengurangi angka pengangguran untuk penduduk sekitar di sektor tersebut. Pemanfaat peluang usaha itupun dapat dijadikan juga sebagai pendapatan andalan menuju pertumbuhan ekonomi yang bangkit dan stabil seperti sediakala. Kegiatan pariwisata terus menjadi suatu kebutuhan masyarakat, sehingga koordinasi serta intensitas pemerintah pusat dalam mengawasi pembenahan setiap destinasinya di berbagai daerah tidaklah boleh terabaikan sedikitpun dengan pemantapan protokol kesehatan berbasis panduan CHSE.

Simpulan

Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep berwisata yang memberikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan, baik itu bagi masyarakat lokal maupun wisatawan. Melalui komunikasi, pembangunan pariwisata berkelanjutan di era sekarang dapat dioptimalkan sekreatif mungkin, terutama dengan pemanfaatan digitalisasi. Semakin lengkap informasi yang terpublis di beberapa platform digital, maka akan semakin besar pula ketertarikan publik untuk mendatangi destinasi wisata.

Manifestasi model berwisata terkini yang aman dari wabah covid-19 pun hadir di era adaptasi baru. Para *stakeholders* di sektor tersebut harus terus bergandengan dalam membangun hubungan ataupun menguatkan aspek protokol kesehatan dengan panduan CHSE sebagai syarat operasionalnya destinasi wisata di masa sekarang. Aturan PPKM yang ada tetaplah menjadi kontrol atas aktifitas masyarakat yang secara mobilitas sudah terlihat cukup

tinggi. Komitmen para pemangku kebijakan tidak hanya sekedar penyampaian informasi semata terkait kehadiran suatu kebijakan baru yang akan dijalankan, melainkan juga penguatan sanski hukum sebagai tanggung jawab sosial atas lemahnya implementasi aturan yang telah dilaksanakan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Andiani, N. D., & Widiastini, N. M. A. (2017). *Pengemasan Produk Wisata Oleh Pokdarwis Sebagai Salah Satu Model Pariwisata Alternatif.* Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis, 20(11)

Asmara, Chandra Gian. (2021). *Simak Sederet Hal Yang Dilarang Selama PPKM Level 3 Se-RI.* Diakses Pada Tanggal 18 November 2021. Sumber : https://www.cnbcindonesia.com/news/20211118090110-4-292417/simak-sederet-hal-yang-dilarang-selama-ppkm-level-3-se-ri

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2019). *Literasi Digital, Kerja Bersama Melawan Kepicisan*. Diakses Pada Tanggal 5 Desember 2021. Sumber : https://kominfo.go.id/content/detail/17700/literasi-digital-kerja-bersama-melawan-kepicisan/0/sorotan_media.(2020). *Urgensi Literasi Digital Bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia.* Diakses Pada Tanggal 5 Desember 2021. Sumber : https://aptika.kominfo.go.id/2020/06/urgensi-literasi-digital-bagi-masa-depan-ruang-digital-indonesia/

Keputusan Menteri Kesehatan Nomor : HK.01.07/Menkes/382/2020. *Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).* KEMENKES RI

Mona, N. (2020). *Konsep isolasi dalam jaringan sosial untuk meminimalisasi efek contagious (kasus penyebaran virus corona di Indonesia)*. Jurnal Sosial Humaniora Terapan, 2(2)

Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi efektif "Suatu pendekatan lintas budaya"*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Ningrum, D. P., Adhrianti, L., & Gushevinalti, G. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA KOTA BENGKULU: Studi Unique Selling Proposition Program Visit 2020 Wonderful Bengkulu. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, *8*(1), 45-55.

Ningrum, D. P. (2020). *Adaptasi Pariwisata Daerah Dengan New Normal*. Diakses Pada Tanggal 18 November 2021. Sumber : https://harianmomentum.com/read/25180/adaptasi-pariwisata-daerah-dengan-new-normal

Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Putri, C. E., & Hamzah, R. E. (2021). *APLIKASI PEDULILINDUNGI MITIGASI BENCANA COVID-19 DI INDONESIA*. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *4*(1), 66-78.

Priscila, G., & Robin, P. (2021). *Pengaisan Big Data & Dunia Kesehatan*. PUBLIC CORNER, *16*(1), 37-57.

Rahman, A. Z. (2015). K*ajian Mitigasi Bencana Tanah Longsor di Kabupaten Banjarnegara. Gema Publica*: Jurnal Manajemen dan Kebijakan Publik, 1(1), 1- 14. https://doi.org/10.14710/gp.1.1.201 5.1-14

Rachmat, Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Retnowati, Y. (2015). Urgensi literasi media untuk remaja sebagai panduan mengkritisi media sosial. *Jurnal Perlindungan Aanak dan Remaja. AKINDO. Yogyakarta*, 314-331.

Satuan Tugas Penanganan Covid-19. (2021). *Kesembuhan Covid-19 Bertambah Mencapai 4.099.399 Orang*. Diakses Pada Tanggal 19 November 2021. Sumber : https://covid19.go.id/berita/ kesembuhan-covid-19-bertambah-mencapai-4099399-orang

Septarini, Dina Fitri. (2015). *Pengaruh Pelayanan, Sanksi, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Pratama Merauke*. Jurnal Ilmu Ekonomi

dan Sosial Universitas Musamus Merauke, Vol. 6, No. 1, Hal. 29-43.

Widiyani, R. (2020). *Latar Belakang Virus Corona, Perkembangan hingga Isu Terkini*. *Retrieved from detikNews*. Diakses Pada Tanggal 24 November 2021. Sumber : https://news.detik.com/berita/d-4943950/latar-belakang-virus-corona-perkembangan-hingga-isu-terkini

PPKM : TERBANTAHNYA MAKNA FILOSOFI JAWA "MANGAN ORA MANGAN SING PENTING NGUMPUL"

Anam Miftakhul Huda[1]
Universitas Negeri Surabaya
email: anammiftakhul@unesa.ac.id

Pendahuluan

Penyebaran Covid 19 saat ini sangat menyita perhatian Negara Dunia, dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah pasien yang terkena virus Covid 19 serta banyaknya jumlah angka kematian di setiap Negara Dunia. Di Indonesia keberadaan virus ini sudah dalam kategori darurat perlu penanganan yang luar biasanya banyak dikeluarkan aturan hukum pemerintah untuk memerangi virus ini.

Sebelumnya Presiden juga mengeluarkan Kepres Nomor Penetapan kedaruratan Kesehatan Masyarakat Covid 19, wabah virus ini dapat dilihat perkembangan saat ini sangat membahayakan nyawa manusia. Perkembangan infeksi virus corona ini telah membuat lebih dari 1.500.000 orang di dunia terjangkit. Adapun upaya yang dilakukan untuk menangani ini berupa lockdown, karantina wilayah, pembatasan sosial sekala besar, dan isolasi diri, dilakukan untuk dapat mengehentikan laju virus yang mematikan tentu saja dengan adanya hal tersebut berdampak besar bagi setiap negara yang terkena virus Covid 19 ini banyaknya PHK yang dilakukan, adanya penutupan akses tempat kerja, belajar, tempat hiburan dan penutupan wilayah bisnis membuat ekonomi terpuruk perjuangan yang dilakukan bisa bertahan ditengah pandemi selain berjuang masalah ekonomi

masyarakat harus menjaga kesehatanya agar tidak tertular atau terjangkit Covid 19 (Sibuea, 2021).

Meningkatnya kasus Covid di Indonesia menunjukan gejala bahwa kondisi Indonesia tidak dalam baik-baik saja, melonjaknya angka penularan Covid19 di Indonesia pada Juni 2020 membuat pemerintah menekan rem darurat segala upaya telah dilakukan untuk dapat menyelesaikan pandemik Covid 19 ini dibuktikan dengan banyaknya aturan hukum yang dibuat oleh Pemerintah Seperti adanya PSBB dilakukan di Jakarta semenjak dinyatakan oleh WHO bulan Maret 2020 tapi masih belum juga bisa mengendalikan laju covid adanya PKM Mikro dengan adanya batas pengunjungan ke mall,tidak menciptakan krumunan penerpan protokol kesehatan adanya phsyicall distancing untuk menjaga jarak agar tidak terkena virus serta pemakaian masker dan adanya vaksinisasi Covid agar bisa mencegah terjadinya penularan virus ke tubuh (Mahadewi, 2020).

Laju penularan Virus Covid-19 yang semakin tinggi membuat pemerintah kembali menetapkan kebijakan pengetatan kegiatan masyarakat. Faktor mobilitas warga yang tinggi saat libur lebaran dan varian baru SARS-CoV-2 (Delta) diperkirakan sebagai penyebab tingkat laju penularan Virus Covid-19 menjadi semakin tinggi. Laju penularan Covid-19 (harian) tertinggi pada hari Selasa, 6 Juli 2021 tercatat mencapai 31.189 kasus, sehari sebelumnya Rabu, 5 Juli 2021 tercatat penambahan kasus harian sebanyak 29.745 kasus baru (Ilyas, 2021).

Situasi tersebut mengharuskan Presiden Joko Widodo mengambil langkah tegas dengan menetapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat Jawa dan Bali dari tanggal 3 - 20 Juli 2021 dengan menunjuk Luhut Binsar Pandjaitan, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, sebagai koordinator PPKM Darurat Jawa dan Bali (Ilyas 2021). Tujuan PPKM Darurat Jawa dan Bali adalah untuk menurunkan mobilitas masyarakat dengan target 50% sekaligus mengendalikan laju penularan Covid-19 yang sangat tinggi. Padahal perlu diketahui bahwa manusia pada dasarnya merupakan makhluk individu yang sekaligus juga merupakan

makhluk sosial (*zoon politicon*), oleh karena itu manusia memiliki karakteristik khas yang membedakan dirinya dengan yang lain serta selalu hidup berkelompok dengan yang lainnya. Artinya manusia memiliki kemampuan dan kebutuhan serta kebiasaan untuk berkomunikasi dan berinteraksi serta berkelompok dengan manusia yang lain.

Menghadapi situasi seperti sekarang ini mengingatkan kita semua akan filsafah "mangan ora mangan sing penting ngumpul'. Filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul memiliki makna bahwa makan tidak makan yang penting berkumpul adalah salah satu filosofi kekeluargaan masyarakat Jawa dan filosofi ini dilandasi oleh prinsip gotong royong. Namun mengingat situasi seperti sekarang ini, filosofi tersebut sudah tidak berlaku lagi. Oleh karena itu dalam artikel ini penulis akan membahas mengenai makna filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul dan terbantahnya filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul di situasi PPKM.

Makna Filosofi Mangan Ora Mangan Sing Penting Ngumpul

Bangsa Indonesia kaya akan tradisi lisan atau tradisi rakyat yang luar biasa. Tradisi tersebut diwariskan secara turun temurun sejak masa lampau. Bentangan dataran dan lautan yang mengelilingi Nusantara menyebabkan keberagaman tradisi lisan. Jika dihitung statistic, Nusantara memiliki ratusan tradisi yang bersifat lisan dan simbolik tersebar di Indonesia sebagai warisan budaya masa lalu. Kekayaan tradisi lisan atau tradisi rakyat menjadi sumber kekuatan loyalitas terhadap Nusantara. Sekaligus menjadi kekayaan ideology budaya Nusantara yang dapat diterapkan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang dihadapi dari masa-ke masa. Demi mempersiapkan masa depan generasi muda yang lebih damai dan lebih sejahtera (Sibarani, 2013).

Mangan ora mangan sing penting kumpul, memiliki arti bahwa makan tidak makan yang penting kumpul. Apabila diamati memang filosofi ini terkesan using dan kuno, namun makna filosofi tersebut

teruji melintasi zaman baik dahulu maupun sekarang. Filosofi mangan ora mangan sing penting kumpul terkesan sederhana, namun makna yang terkandung dalam filosofi tersebut sangat dalam. Terdapat makna kebersamaan dalam filosofi tersebut yang merupakan nilai tertinggi yang ditawarkan melalui filosofi ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ichsan (2018) diketahui bahwa filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul merupakan salah satu kebudayaan masyarakat Jawa yang suka bersosialisasi maupun bersilaturahmi dan saling membantu untuk gotong royong. Kebanyakan masyarakat Jawa belum terkontaminasi teknologi dan arus kebudayaan modern dan lebih senang berkumpul bersama keluarga dan masyarakat sekitar dibandingkan sibuk menghabiskan waktunya untuk sendiri di rumah.

Filosofi mangan ora mangan sing penting kumpul berusaha mengatakan bahwa masyarakat jawa lebih mementingkan acara bersama meskipun tidak ada makanan yang tersedia. Selain itu, filosofi kuno ini ingin menunjukkan sisi lain dari masyarakat jawa yang tidak dimiliki oleh masyarakat lain. Selagi masyarakat lain mengejar pendapatan dan kekayaan untuk memuaskan hidup mereka, masyarakat Jawa lebih memilih untuk menerapkan nilai kebersamaan dan relasi interpersonal di atas segalanya. Hal ini membuat masyarakat Jawa bersifat lebih egaliter, demokratis, dan inklusif (Dewantara, 2017).

Secara hangat dan terbuka masyarakat jawa menerima siapa saja untuk masuk dalam ranah kehidupan mereka. Masyarakat jawa sangat menjunjung tinggi nilai persaudaraan dan keharmonisan antar sesama. Hal ini dilakukan dengan cara menjalin hubungan baik antar tetangga maupun orang disekitar. Sikap tersebut dipengaruhi oleh sifat dan karakter masyarakat jawa yang terbilang ramah, ringan tangan, dan terbuka (Prakoso, 2019). Keterbukaan yang dimiliki masyarakat jawa jarang ditemukan dalam masyarakat lain dan keterbukaan ini didukung dengan adanya semnagat gotong-royong yang telah mendarah daging dalam kehiduopan masyarakat Jawa. Akibatnya, terjalinlah suatu rasa kekeluargaan yang sangat erat di antara orang-

orang Jawa. Kekeluargaan memang merupakan salah satu elemen penting dari kehidupan masyarakat Jawa. Dengan demikian, filosofi mangan ora mangan sing penting kumpul mendapat peran penting dalam prinsip kekeluargaan yang dimiliki masyarakat Jawa. Ia menjadi keutamaan dan pedoman umum bagi masyarakat Jawa untuk berelasi dan membangun kehidupan bersama.

Filosofi "Mangan ora mangan sing penting kumpul" juga mengungkapkan suatu prinsip kebersamaan, suatu ajaran sosial masyarakat Jawa yang luhur. Sebenarnya, mangan ora mangan sing penting kumpul mengandung arti yang saling kontradiktif. Kata mangan, yang dalam bahasa Indonesia berarti "makan" merupakan suatu hal yang sangat personal. Seseorang melakukan aktivitas makan untuk keberlangsungan hidupnya sendiri. Sedangkan, kata "kumpul" bermakna sosial. Ia memiliki makna inter/intra personal di dalam dirinya. Mangan ora mangan sing penting kumpul dapat saja diartikan secara dangkal yakni, tanpa adanya makanan yang penting berkumpul. Namun, pengertian semacam ini tampaknya kurang tepat, melihat masyarakat Jawa yang senang berefleksi dan memaknai segala sesuatu secara mendalam.

Terbantahnya Makna Filosofi Jawa Mangan Ora Mangan Sing Penting Ngumpul

Semua negara di seluruh dunia kini sangat gencar untuk menerapkan berbagai kebijakan karena adanya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 di Indonesia sudah terjadi selama dua (2) tahun sejak kemunculannya pada akhir tahun 2019. Semua orang tanpa terkecuali dibuat takut, cemas, dan khawatir akan penyebaran virus ini. Berbagai usaha dilakukan oleh masyarakat dan pemerintah guna dapat mencegah penyebaran virus Covid-19. Pemerintah mengeluarkan dasar hukum untuk mempercepat penanganan virus corona, salah satunya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dapat menekan angka

kerumunan masa yang dapat menjadi indikator penyebaran virs Covid-19 (Harahap & Bandung, 2020).

Setelah dikeluarkannya kebijakan PSBB, pemerintah kembali mengeluarkan kebijakan publik mengenai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mulai berlaku pada 03 Juli – 20 Juli 2021 khusus untuk wilayah di pulau Jawa dan Bali. Kebijakan tersebut diambil setelah melalui kajian dan setelah mendapat banyak masukan dari para menteri, ahli kesehatan, dan para kepala daerah. Kebijakan publik PPKM ini sangat penting untuk diterapkan demi keselamatan bangsa Indonesia di tengah situasi lonjakan pandemi yang terjadi saat ini.

Menghadapi situasi seperti sekarang ini mengingatkan kita semua terutama orang Jawa yang memiliki filsafah "mangan ora mangan sing penting ngumpul'. Filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul memiliki makna bahwa makan tidak makan yang penting berkumpul adalah salah satu filosofi kekeluargaan masyarakat Jawa. Filosofi ini dilandasi oleh prinsip gotong royong yang tinggi dan telah mengakar di tengah masayarakat Jawa. Keluarga merupakan elemen penting yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, sehingga timbul rasa berat hati ketika salah satu anggota keluarga harus pergi meninggalkan jalinan tersebut. Jalinan yang begitu kuat tersebut berimbas kepada semangat gotong royong dalam kehidupan bermasyarakat (Irawan, 2014).

Gotong royong berasal dari kata dalam Bahasa Jawa. Kata gotong dapat dipadankan dengan kata pikul atau angkat. Kata royong dapat dipadankan dengan bersama-sama. Jadi kata gotong royong secara sederhana berarti mengangkat sesuatu secara bersama-sama atau juga diartikan sebagai mengerjakan sesuatu secara bersamasama (Sopiana, 2021). Misalnya ketika melakukan pembangunan rumah di suatu desa cukup dilakukan oleh masyarakat setempat dan RT dengan bayaran makan pagi dan siang saja. Kemudian ketika ada warga yang tertimpa musibah masyarakat akan berbondong-bondong untuk membantu warga tersebut. Ketika ada acara pernikahan, semua membantu dengan suka rela. Tidak perlu repot-repot mencari gedung yang

mewah karena setiap orang bersedia menyediakan tempat untuk acara hajatan tersebut.

Sebagaimana diungkapkan Rochmadi (2012) bahwa perilaku gotong-royong juga bisa disebut dengan istilah *togetherness* atau yang dalam bahasa Indonesia dapat diartikan dengan kebersamaan, berasal dari bahasa Jerman yang berarti *to gather* atau mengumpulkan. Hal ini menunjukkan kedekatan, persahabatan, dan usaha yang terbagi atas komponen-komponen individu, tanpa mengurangi latar belakang kesendirian dan keunikan.

Akan tetapi, itu semua hanyalah masa lalu. Untuk kondisi saat ini filosofi tersebut tidak dapat diterapkan. Kini filosofi tersebut berbanding terbalik dengan realita yang terjadi saat ini, dimana muncul filosofi baru yang seakan mematahkan filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul. Filosofi tersebut menjadi kumpul ora kumpul sing penting mangan (kumpul tidak kumpul yang peting bisa makan). Diberlakukannya PPKM di sejumlah wilayah menimbulakan penurunan sikap sosial. Masyarakat lebih memilih berdiam diri di rumah daripada menghadiri acara pernikahan sanak saudara bahkan enggan untuk melakukan takziah di kerabat yang meninggal dunia. Keadaan seperti ini telah melenceng dari kebiasaan masyarakat jawa yang diungkapkan oleh Tiani (2020) yakni masyarakat yang menjunjung tinggi kebersamaan, yaitu digambarkan melalui sifat gotong royong. Inilah sebenarnya makna dari kata ‘ngumpul’, sedangkan kata ‘mangan’ dan ‘ora mangan’ bukan hanya dapat diartikan sebagai kondisi senang dan susah melainkan juga dapat diartikan sebagai kondisi yang menguntungkan dan tidak menguntungkan secara materi.

Akan tetapi fenomena sekarang ini sejalan dengan pernyataan Tandiwijaya (2020) yang menyatakan bahwa filosofi mangan ora mangan sing penting kumpul bisa dilihat sebagai “perang nilai/ keutamaan” di dalam diri manusia, yakni perang antara dimensi personal dan intra personal. Dimensi personal dalam kata *mangan* sangat erat kaitannya dengan kepentingan individu. Hal ini terbukti dengan pilihan masyarakat untuk berdiam diri dirumah demi menjaga

kesehatan diri agar terhindar dari penularan virus Covid-19. Kemudian dimensi komunal atau sosial dalam kata “kumpul” sangat erat kaitannya dengan kepentingan bersama. Singkatnya, filosofi mangan ora mangan sing penting kumpul ingin mengatakan kepada kita bahwa kepentingan bersama perlu menjadi prioritas dan berada di atas kepentingan pribadi. Dengan demikian, manusia dapat memaknai dirinya dengan benar sebagai makhluk sosial yang mengutamakan relasi dengan sesama di atas kepentingan pribadi.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Harrison dan Huntington (2000) bahwa nilai-nilai adat istiadat masyarakat yang menjadi budaya bangsa memiliki peran yang paling menentukan dalam kemajuan bangsa dan negara. Oleh karena itu penguatan nilai-nilai budaya masyarakat perlu dilakukan untuk menjaga kelanggengan kehidupan bermasyarakat dan tersu dapat menumbuhkan sikap social antar masyarakat.

Simpulan

Filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul memiliki makna bahwa makan tidak makan yang penting berkumpul. Akan tetapi, itu semua hanyalah masa lalu. Untuk kondisi saat ini filosofi tersebut tidak dapat diterapkan. Kini filosofi tersebut berbanding terbalik dengan realita yang terjadi saat ini, dimana muncul filosofi baru yang seakan mematahkan filosofi mangan ora mangan sing penting ngumpul. Filosofi tersebut menjadi kumpul ora kumpul sing penting mangan (kumpul tidak kumpul yang peting bisa makan). iberlakukannya PPKM di sejumlah wilayah menimbulakan penurunan sikap sosial. Masyarakat lebih memilih berdiam diri di rumah daripada menghadiri acara pernikahan sanak saudara bahkan enggan untuk melakukan takziah di kerabat yang meninggal dunia. Keadaan seperti ini telah melenceng dari kebiasaan masyarakat jawa yang menjunjung tinggi kebersamaan. Oleh karena itu penguatan nilai-nilai budaya masyarakat perlu dilakukan untuk menjaga kelanggengan kehidupan bermasyarakat dan tersu dapat menumbuhkan sikap social antar masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Dewantara, A. (2017). Filsafat Moral (Pergumulan Etis Keseharian Hidup Manusia).

Harahap, D. A. (2020). Virus corona dan panic buying yang impulsif.

Huntington, S. P. (2000). Cultures count. *Culture matters: How values shape human progress*, 13-16.

Ihsan, F. (2018). Solidaritas Sosial Masyarakat Jawa Perantau di Kampung Jawa Kota Tanjungpinang. *Solidaritas Sosial Masyarakat Jawa Perantau di Kampung Jawa Kota Tanjungpinang*.

Ilyas, F. (2021). Analisis Swot Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kebijakan Masyarakat (PPKM) Terhadap Dampak Ekonomi di Tengah Upaya Menekan Laju Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, *6*(3), 190-198.

Irawan, Y. (2014). Subjective Well Being in Javanese Collectivistic Culture. In *Proceeding International Conference of Revisited Asian Society*.

Mahadewi, K. J. (2020). Kebijakan Pelaksanaan PPKM Darurat untuk Penanganan Covid-19 Dalam Tatanan Kehidupan Era Baru di Provinsi Bali. *Jurnal Program Studi Magister Hukum*, *91*, 99.

Prakoso, I. (2019). Kesantunan dan Solidaritas dalam Prespektif Komunikasi Lintas Budaya Pada Masyarakat Jawa dan Kei. *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary*, *4*(2), 123-137.

Rochmadi, N. (2012). Menjadikan nilai budaya gotong-royong sebagai common identity dalam kehidupan bertetangga negara-negara ASEAN. *Repository Perpustakaan Universitas Negeri Malang*, 1-9.

Sibarani, Robert. 2013. “Pendekatan Antropolinguistik dalam Menggali Kearifan Lokal sebagai Identitas Bangsa”. Prosiding

The 5th International Conference on Indonesian Studies: “Ethnicity and Globalization”. Medan: Universitas Sumatra Utara.

Sibuea, H. Y. P. (2021). Penegakan Hukum Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat Jawa dan Bali. *Info Singkat*, *13*.

Sopiana, M. (2021). Nilai Budaya Gotong Royong Sebagai Identitas Umum Dalam Bermasyarakat.

Tandywijaya, E. (2020). “Mangan Ora Mangan, Sing Penting Kumpul”(Makan Tidak Makan Yang Penting Kumpul) Tinjauan Filosofis “Aku Dan Liyan” Dalam Gagasan Togetherness Para Filsuf Barat. *Jurnal Ilmu Budaya*, *8*(2), 198-207.

Tiani, R. Penggunaan Pribahasa (Sanepa) Jawa dalam Kebudayaan Masyarakat di Surakarta. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, *3*(2), 166-172.

PPKM MENUJU NEW NORMAL DALAM BERBAGAI PERSPEKTIF
(*Tantangan Terhadap Pengelolaan Destinasi Wisata di Kota Langsa*)

Baihaqi,[1] Adi Bejo Suwardi[2]

Bahasa dan Seni/Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Biologi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Samudra
email: baihaqi10@unsam.ac.id[1]
adi.bsw@gmail.com[2]

Pendahuluan

Pandemi covid-19 masih melanda 34 provinsi dan 485 kabupaten/kota di Indonesia. Salah satunya kota Langsa provinsi Aceh dimana hingga 30 Oktober jumlah pasien yang terpapar covid-19 sebanyak 1.133 orang, sementara jumlah pasien yang sembuh sebanyak 1.023 orang. Hingga awal november 2021 jumlah pasien yang masih dalam tahap pemulihan adalah 3 orang (satgas covid-19 kota Langsa). Untuk mengurangi dampak penularan covid-19 pemerintah indonesia membuat kebijakan untuk melakukan pembatasan mobilitas masyarakat melalui kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini diperkuat dengan terbitnya Keppres No. 9 Tahun 2020, dimana Presiden telah mendelegasikan kewenangannya pada setiap Gubernur untuk dapat lebih merespon aktif dan menciptakan kebijakan yang bermanfaat bagi daerahnya. (Pujaningsih & Sucitawathi, 2020).

(Ilyas, 2021) menyebutkan pemberlakuan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) di tengah upaya menurunkan laju pandemi Covid-19 yang tersebar di masyarakat harus melibatkan semua pihak agar kebijakan ini dapat berjalan maksimal sehingga pemulihan berbagai macam aspek dapat terlaksana dengan

baik. Disisi lain, (Nuraeny et al., 2021) menjelaskan kebijakan PPKM berpengaruh negatif terhadap ketahanan fisik dan ketahanan ekonomi rumah tangga sehingga memicu terjadinya kerawanan pangan dan ketahanan pangan keluarga, mengikis aktivitas produksi yang berdampak terhadap penurunan omzet dan pendapatan. Pada bagian lainnya, (Puspitarani & Hayati, 2021) mengungkapkan bahwa penerapan PPKM menurunkan mobilitas masyarakat serta mengendalikan laju pertambahan pasien covid-19. Sementara itu (Rizal et al., 2021) berpendapat semenjak diberlakukannya pembatasan kegiatan masyarakat, aktifitas umkm menunjukkan pengurangan oset penjualan hingga 50% disertai dengan terlambatnya distribusi bahan baku dan beralihnya perilaku *business to business* ke customer melalui digital marketing. Hal ini diperkuat dengan penjelasan dari (Susanti et al., 2020) yang mengungkapkan bahwa pemberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat berdampak terhadap menurunnya daya beli dan konsumsi masyarakat akibat dari ketidakstabilan ekonomi. Sedangkan (Mediyastuti Sofyan et al., 2021) mengungkapkan penerapan PPKM sangat efektif mengurangi mobilitas masyarakat pada sektor pendidikan, pekerjaan dan akfititas sehari hari serta pemanfaatan fasilitas umum dan transportasi massal yang harus mengedepankan protokol kesehatan.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah pusat dalam pemberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat pada masa new normal melalui peraturan presiden nomor 108 tahun 2020 tentang Komite Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional pada masa new normal. Hal ini diperjelas oleh (Ramidah, 2020) yang menyebutkan pemberlakukan *new normal* dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang sudah diatur oleh pemerintah seperti memakai masker bila keluar dari rumah, sering mencuci tangan dengan sabun dan tetap menjaga jarak serta menghindari kerumunan. Penjelasan ini diperkuat melalui keputusan menteri kesehatan republik indonesia nomor HK 01.07/MENKES/328/2020 tentang panduan pencegahan dan pengendalian covid-19 di tempat kerja perkantoran dan industri

dimana tujuan dari penerapan *new normal* ini adalah agar masyarakat tetap produktif dan aman dari penularan covid-19 di tengah masa pandemi dimana protokol kesehatan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif disusun berlandaskan atas tiga isu utama yakni kebersihan, kesehatan, dan keamanan yang diantaranya mengatur protokol untuk hotel/penginapan/homestay/ asrama dan sejenisnya, rumah makan/ restoran dan sejenisnya, lokasi daya tarik wisata, moda transportasi, jasa ekonomi kreatif, jasa penyelenggara event/pertemuan, serta tempat dan fasilitas umum lainnya yang terkait erat dengan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Disisi lain, (Gumantan et al., 2020) menghuraikan pada masa new normal tingkat pengetahuan masyarakat terhadap sistim imunitas tubuh meningkat hingga 91,6% sebagai sistem antibodi melawan corona virus. Penjabaran diatas dipertegas oleh (Maharani & Mahalika, 2020) yang menjabarkan peran aktif masyarakat pada masa *new normal* harus didukung dengan kebijakan dan penegakan hukum termasuk membangun kerjasama dengan berbagai pemangku kepentingan bagi mempercepat pemulihan ekonomi masyarakat.

Sektor pariwisata juga ikut terdampak dari pemberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Hal ini didukung oleh (Nawawi, 2021) yang menyebutkan bahwa pandemi covid-19 menjadi tantangan bagi pengelola wisata dan upaya mengoptimalkan sektor pariwisata melalui penguatan nation branding pariwisata indonesia, pemberian stimulus, penerapan sertifikasi CHSE dan pengembangan wisata virtual. Sementara itu, (Jagadtya & Aisyianita, 2020) menjelaskan virtual tour menjadi salah satu strategi industri pariwisata yang memberikan peluang usaha dalam bentuk produk pariwisata baru serta dapat dikategorikan sebagai alternatif wisata bagi masyarakat dan menjadi alat promosi bagi pelaku industri pariwisata.

Disisi lain, (Pandansari & Purnomo, 2021) berpendapat konsep pengembangan wisata harus tetap mengedepankan protokol kesehatan agar kepercayaan publik kembali normal dan wisatawan aman dan nyaman dalam menikmati objek wisata itu. Pada bagian lain, (Utami & Pertiwi, 2021) menyebut penerapan CHSE

(*Cleanliness, Healthy, Safety, Environment*) berperan penting dalam menyongsong era new normal pariwisata. Penjelasan ini juga didukung oleh (Fitriana et al., 2020) yang menyebutkan pemberlakukan CHSE demi terciptanya pariwisata yang sehat, aman dan nyaman di era new normal. Sementara itu (Alfret Goraph, 2021) menjabarkan peningkatan pengetahuan masyarakat, peningkatan nilai tambah ekonomi bagi pelaku wisata menjadi kunci dalam mengelola wisata secara mandiri untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada masa new normal. Pada bagian lain, (Reza Agus Fansuri, 2020) menekankan bahwa peran kelompok sadar wisata (*pokd*arwis) sangat penting dalam mendukung keberadaan dan keberlanjutan aktifitas wisata selama masa PPKM dan new normal sekaligus membangun kreatifitas untuk menjaring minat wisatawan agar tetap berkunjung pada objek wisata itu. Sedangkan (Yuningsih, 2020) menghuraikan optimalisasi promosi kesehatan bagi pengelola objek wisata menjadi syarat utama dibukanya kembali destinasi wisata pada masa new normal.

Kementeriaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mempersiapkan 4 (empat) strategi yang dapat memulihkan industri pariwisata pada masa new normal diantaranya a) memaksimalkan teknologi digital oleh pelaku industri pariwisata terutama merampingkan atau mempercepat proses administrasi yang rumit. Selain itu penggunaan teknologi dapat membantu pemasaran (*digital marketing*) dan *digital payment*, b) Pemanfaatan digital marketing berdasarkan ketertarikan pasar, c) Penguatan SDM terutama pelaku industri pariwisata dan kelompok sadar wisata (pokdarwis) melalui coaching dan leading term untuk mendukung produk pariwisata yang memiliki nilai tambah berupa cultural dan biodiversity serta menyadarkan SDM akan pentingnya higienitas dan kebersihan lingkungan dan d) Partisipasi aktif dari semua pihak (*stakeholders)* terutama pelaku industri pariwisata melalui kampanye new normal serta iklan pariwisata yang aman.

Penjelasan yang sama juga diungkapkan oleh (Wacika, 2021) yang menyebut bahwa strategi komunikasi oleh pemangku

kepentingan menjadi salah satu upaya memulihkan kondisi pariwisata pada masa new normal dan memperkuat jejaring kemitraan dengan seluruh lini sektor pariwisata. (Simanjuntak & Fitriana, 2020) menjelaskan bahwa sumber daya manusia pariwisata mengalami gegar budaya dan mencapai titik terendah sehingga dibutuhkan kesadaran dalam proses adaptasi pada era new normal melalui kreativitas dan tindakan untuk menjadi pribadi yang tangguh, sabar, berani dan kreatif dalam mencari solusi. Pada bagian lain, (Astrid Krisdayanthi, 2020) menghuraikan penerapan prosedur operasi standar terkait new normal tourism dapat dilakukan melalui penyediaan masker, pelindung wajah untuk tiket dan pemeriksaan tiket, wastafel portabel di beberapa area, himbauan terkait protokol kesehatan dan pembersih tangan

(Elistia, 2020b) menyebutkan beberapa langkah strategi yang dilakukan pemerintah dalam rangka meningkatkan sektor pariwisata dan ini juga diterapkan pada beberapa destinasi wisata melalui strategi dan program yang mampu beradaptasi dengan kondisi yang disebut era new normal, serta terdapat perubahan perilaku wisatawan. Oleh karena itu dapat digambarkan model pariwisata di era new normal ini yaitu, tourism behavior, domestic tourist orientation, government policies, dan new tourism program. Pada bagian lain, (Zulkifli et al., 2020) menjabarkan pengembangan wisata pada masa new normal melalui peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat mengembangkan ekowisata di masa pandemi peningkatan kualitas pelayanan ekowisata, peningkatan ketenteraman atau kesehatan masyarakat umum, dan akses dana melalui kebijakan padat karya di masa pandemi. Sementara itu, (Saputra, 2021) menyebut bentuk digitalisasi terbatas dalam memasarkan produk wisata melalui aplikasi media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube dan Google menjadi perangkat digital yang mendominasi bentuk digitalisasi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata saat new normal melalui kerjasama dengan Godevi sebagai marketplace desa wisata. Sedangkan (Sweta, 2021) melihat pada masa new normal, pemangku kepentingan mulai harus menyiapkan strategi untuk menentukan kembali beroperasionalnya sektor pariwisata melalui modifikasi sistim

pengambilan keputusan terhadap objek wisata yang layak dikunjungi pada masa new normal. Di sisi lain, (Alfret Goraph, 2021) menekankan penyuluhan dan pendidikan sadar wisata, pemberdayaan sosial, dan penataan sarana prasarana pariwisata menjadi syarat mutlak yang harus dilakukan oleh pengelola wisata pada era new normal.

Sementara itu (Putra, 2020) berpendapat masa new normal menjadi momentum penting dalam memulai kembali pengembangan UMKM, pariwisata dan ekonomi kreatif dalam meningkatkan perekonomian kedepannya, namun hal ini memang tidak mudah untuk dilakukan, namun dengan strategi baru, serta bekerja secara kreatif dan inovatif maka Indonesia bisa bangkit dari keterpurukan perekonomian akibat pandemi covid-19. Pada bagian lain, (Nisa, 2020) menjelaskan pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif pada masa new normal diharapkan dapat berinovasi secara digital untuk memasarkan usaha yang mereka geluti sehingga dapat bersaing secara global dan bangkit dari keterpurukan akibat pandemi covid-19. (Hendry Ferdiansyah et al., 2021) berpendapat dalam setiap desa wisata wajib menyusun rencana pengelolaan mitigasi pada objek wisata dalam menghadapi fase new normal. Sedangkan (Hafiddin et al., 2021) mengungkapkan bahwa pengelola wisata harus mendesain panduan pemulihan pariwisata yang berbasis pada protokol kesehatan atau disebut sebagai protokol destinasi wisata. Hal ini turut diperjelas oleh (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020) yang akan menerapkan protokol normal baru salah satunya menekankan pada konsep kebersihan, kesehatan, dan keselamatan (*Cleanliness, Health, and Safety*/ CHS). Konsep CHS merupakan strategi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif agar masyarakat nantinya dapat tetap produktif dan aman di tengah pandemi Covid-19. Penerapan dan pengawasan program CHS sebagai tatanan kenormalan baru di destinasi wisata juga dikoordinasikan dengan Gugus Tugas dan Kepala Daerah masing-masing wilayah. Penjelasan diatas juga disampaikan oleh (Kemenparekraf RI, 2020) yang menyebutkan wisatawan akan lebih memperhatikan protokol-protokol wisata, terutama yang terkait

dengan kesehatan, keamanan, kenyamanan, sustainable and responsible tourism, dan authentic digital ecosystem. Infografis di bawah ini menyajikan rangkuman inisiatif Kemenparekraf dalam beradaptasi dengan kondisi "new normal" di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, yaitu dengan penerapan program CHS (*Cleanliness, Health, and Safety*). Hal yang sama juga diungkapkan oleh (Hardiani et al., 2021) bahwa peningkatan mutu SDM, produk yang ditawarkan, pengaturan dan pengelolaan manajemen desa wisata termasuk di dalamnya pengelolaan homestay serta penerapan CHS berupa penerapan protokol kesehatan di era new normal ini dapat dilakukan dengan baik sehingga proses adaptasi kebiasaan baru dapat berjalan dengan baik pada masa new normal.

Pada huraian yang lain, (Jariah, 2021) menyebutkan bahwa inovasi literasi digital yang dilakukan oleh pemerintah bersama dengan pengelola wisata diharapkan mampu untuk memulihkan kembali sistem perekonomian daerah maupun masyarakat demi keberlanjutan proses pembangunan. Hal yang sama juga dijelaskan oleh (Destyana & Oktavianti, 2021) yang mengungkapkan penggunaan fitur sosial media seperti instagram gratis atu berbayar oleh pengelola wisata sebagai alat promosi di era new normal melalui ungahan foto maupun video untuk mempromosikan produk dan jasa wisata yang ditawarkan sehingga penggunaan fitur instagram untuk berinteraksi dengan calon wisatawan sangat efektif untuk mempromosikan keberadaan objek wisata tersebut.

Pada bagian lain, (Elistia, 2020a) beranggapan strategi dan program pariwisata harus mampu beradaptasi dengan kondisi new normal terutama perubahan perilaku wisatawan. Oleh karena itu, dapat diperlukan model pengembangan pariwisata berupa perilaku pariwisata yang sesuai dengan prinsip protokol kesehatan di era new normal ini. (Sinaga et al., 2021) menyebutkan bahwa pengembangan pariwisata pada masa new normal dapat dilakukan dengan mengoptimalkan teknologi informasi bagi pengelola objek wisata. Sementara itu, (Fadhil & Zaenuri, 2021) berpendapat koordinasi intens dengan dinas terkait bertujuan untuk menciptakan inovasi

pelayanan berupa kontak pelayanan pengaduan, kritik dan saran secara online terutama berkenaan dengan pengelolaan wisata yang bergerak kearah digital tourism. Huraian ini juga dipertegas oleh (Ida et al., 2020) yang menganggap kebijakan wisata pada masa new normal oleh pemerintah mampu memberikan harapan baru dan keberpihakan bagi pengelola wisata agar industri wisata bisa bangkit kembali.

Pada masa new normal trend pariwisata mulai bergeser seiring dengan mulai menurunnya penderita covid-19 dan status wilayah. Hal ini membuka peluang kepada pelaku industri wisata untuk menata kembali (*revitalization)* usaha wisata yang telah berjalan selama ini. Beberapa upaya yang bisa dilakukan antaranya melalui a) virtual tour dengan melibatkan komunitas pencinta wisata baik wisata alam, sejarah, edukasi, kuliner dan lain-lain dimana pelaksanaan wisata jenis ini melibatkan pengelola jasa wisata, operator dan pemandu. Dalam pelaksanaan virtual tour ini pengunjung wajib mempersiapkan perangat virtual seperti laptop, komputer dan sejenisnya serta perangkat internet, b) wisata individu dengan jumlah terbatas dengan tujuan menghindarai keramaian dan penularan covid-19, c) wisata alam dengan tujuan untuk menjaga imunitas tubuh dan menghilangkan kepenatan akibat dari pemberlakukan kegiatan sosial masyarakat, d) wisata lokal atau regional dengan menyasar wisatawan yang berasal dari zona hijau melalui promosi wisata yang menarik dan berbiaya murah. Hal ini juga diperjelas oleh (Rohmah, 2020) bahwa era normal baru telah membentuk perilaku dan kompetensi baru untuk melakukan perubahan. Kompetensi digital dan kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dalam melayani pariwisata merupakan tantangan baru dalam manajemen destinasi pariwisata dan dapat dijadjikan model peningkatan kinerja sumber daya manusia melalui kelincahan komunikasi dan kerjasama berbasis kompetensi digital

Pada sisi lain, (Nasution et al., 2020) menjelaskan revitalisasi objek wisata pada era new normal merupakan salah satu prasyarat untuk memulihkan ekonomi masyarakat pada sekitar destinasi wisata. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan sarana dan prasarana wisata yang tetap mengedepankan protokol kesehatan. Disisi lain,

penglibatan tokoh masyarakat dan komunitas adat dalam mengelola objek wisata akan memperkuat eksistensi objek wisata itu pada masa kenormalan baru sehingga citra diri (*brand image*) objek wisata itu tetap terjaga Wibawa, (2020). Penjabaran diatas juga dipertegas oleh (Fathurrahim, 2020) yang menghuraikan re-disain pemanfaatan teknologi di bidang pariwisata dan menata ulang perubahan perilaku masyarakat serta revitalisasi destinasi wisata dalam menyambut fase new normal

Sementara itu, (Fanaqi et al., 2020) berpendapat pemberlakukan new normal pada destinasi wisata mengharuskan pengelola wisata menerapkan strategi yang sesuai berupa strategi branding yang memiliki tiga komponen utama, yakni; *brand positioning, brand personality, dan brand identity.* Penjabaran diatas turut diperjelas oleh (Ferry Hariawan et al., 2020) yang menekankan kepada pelaku umkm pada objek wisata harus mampu mem-berdayakan hasil alam sekitar dan membuat produk baru/tambahan yang relevan dengan kondisi kebutuhan dan perilaku pasar di masa new normal ini. Sedangkan (Paradina et al., 2021) berpendapat tantangan pengelolaan daerah tujuan wisata (DTW) pada masa new normal menghadapi tantangan baru terutama strategi pemasaran objek wisata itu namun itu tidak berlaku pada daerah tujuan wisata yang telah diakui oleh UNESCO.

Dalam rangka mengantisipasi dampak penyebaran covid-19 pemerintah kota Langsa mengeluarkan peraturan walikota langsa nomor 301 tahun 2020 tentang penerapan disiplin dan penegakan hukum protokol kesehatan sebagai upaya pencegahan dan pengendalian corona virus disease-19 di kota langsa melalui kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) skala mikro yang diberlakukan pada unit usaha masyarakat seperti warung kopi, café, restauran dan beberapa destinasi wisata pada wilayah itu selama 2 (dua) minggu dan akan dievaluasi oleh satgas hingga aktifitas masyarakat kembali normal. Kota Langsa dengan keterbatasan sumber daya alam memiliki beberapa destinasi wisata yang dapat dikembangkan dan dikelola menjadi salah satu sumber pendapatan asli

daerah diantaranya Hutan Kota di gampong Paya Bujok Seuleumak dan Hutan Mangrove di gampong Kuala Langsa. Kedua destinasi wisata saat ini telah ikut berkontribusi bagi peningkatan ekonomi masyarakat sekitar serta berdampak terhadap penerimaan retribusi bagi daerah. Kebijakan pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata sangat penting peranannya dalam menunjang keberhasilan pembangunan sektor pariwisata nasional. Perkembangan dan pertumbuhan pariwisata perlu diantisipasi agar tetap pada jalurnya dan daya dukungannya. Pembangunan dalam wilayah objek wisata akan memberikan sumbangan yang sangat besar apabila dikelola secara profesional, sekaligus mampu mendongkrat pendapatan asli daerah kawasan sekitar objek wisata.

Objek wisata hutan manggrove dan hutan lindung di kota langsa juga terkena dampak dari penerapan kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) selama pandemi covid-19. Hal ini didasari dari laporan dari pengelola kedua objek wisata itu yakni PT Pekola sebuah badan usaha milik daerah yang dibentuk berdasarkan Qanun (peraturan daerah) Kota Langsa Nomor 9 tahun 2013 Tentang Pendirian PT. Pelabuhan Kota Langsa tanggal 20 Februari 2013 dan sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan juga PP No. 54 Tahun 2017 tentang Badan Usaha Milik Daerah dimana tujuan utama pendiriannya adalah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD)

Kawasan wisata hutan manggrove memiliki luas 8 Ha dimana fungsinya mengurangi pemanasan global dan penyerap karbon dengan jumlah habitat hewan yang hidup pada kawasan itu adalah sekitar 38 spesies dan merupakan salah satu kawasan bakau terlengkap di dunia dengan puluhan spesies mangrove yang tumbuh di kawasan Kuala langsa. Dalam dokumen RTRW Kota Langsa tahun 2012-2032 dinyatakan kawasan hutan mangrove termasuk kedalam kawasan ekowisata dan kuliner dikarenakan memiliki objek wisata alam yang menarik dengan luasan lahan sekitar 888,81 Ha yang terbentang dari gampong kuala Langsa, Seuriget, Simpang Lhee, Sungai Pauh dan Telaga Tujuh. Salah satu keunggulan dari hutan mangrove gampong

Kuala Langsa adalah adanya 22 spesies bakau yang terdapat didalam kawasan ekosistem mangrove kuala Langsa dan ini menjadi salah satu kawasan mangrove terlengkap se-Indonesia berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 2018. Hal ini turut didukung oleh pernyataan dari (A. Samad et al., 2020) yang menyebutkan pemanfaatan ekosistem mangrove sebagai salah satu destinasi wisata diharapkan mampu meningkatkan nilai ekonomi masyarakat yang berdiam disekitar objek wisata itu. Disisi lain, (Syahrial et al., 2020) berpendapat salah satu nilai wisata pada hutan manggrove yang dapat dilestarikan berkenaan dengan pelestarian ekologi perairan sebagai sumber penghidupan makhluk hidup.

Berdasarkan data yang diperoleh dari manajemen CV Ayudia selaku pengelola objek wisata itu pada tahun 2017 jumlah pengunjung sebanyak 310.963 pengunjung, di tahun 2018 sebanyak 405.447 pengunjung, pada tahun 2019 sebanyak 382.110 pengunjung dan di tahun 2020 sebanyak 221.098 pengunjung dimana 40% pengunjung objek wisata ini berasal dari luar kota Langsa seperti dari kabupaten Aceh Timur, Aceh Tamiang dan juga dari kota Medan. Umumnya pengunjung menunjukkan rasa kekaguman akan keindahan hutan wisata mangrove tersebut dikarenakan kondisinya masih terjaga keasriannya dan juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang yang membuat para pengunjung nyaman dengan keadaan hutan wisata mangrove itu.

Objek wisata hutan bakau memiliki nilai estetika, baik dari faktor alamnya maupun dari kehidupan yang ada di dalamnya. Hutan mangrove memberikan objek wisata yang berbeda dengan objek wisata alam lainnya. Karakteristik hutannya yang berada di peralihan antara darat dan laut memiliki keunikan dalam beberapa hal. Para wisatawan juga memperoleh pelajaran tentang lingkungan langsung dari alam. Pengunjung bisa terlibat langsung dalam penanaman mangrove untuk melebarkan kawasan hutan. Selain itu biasanya pengunjung sekedar melakukan jalan santai menyusuri kawasan hutan atau justru menjadikan kawasan ini sebagai lokasi pemotretan.

Kegiatan wisata ini disamping memberikan pendapatan langsung bagi pengelola melalui penjualan tiket masuk dan parkir, juga mampu menumbuhkan perekonomian masyarakat di sekitarnya dengan menyediakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, seperti membuka warung makan, menyewakan perahu, dan menjadi pemandu wisata.

Berkat pengelolaan yang professional dari pemerintah kota Langsa, objek wisata hutan manggrove telah berhasil meraih juara I dari Kementeriaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) Award pada tahun 2019 untuk kategori Ekowisata terpopuler dan Most Favourite Tourism. Secara umum ekowisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai penghasil devisa negara di samping sektor migas. Sebagai sumber devisa, ekowisata menyimpan potensi yang sangat besar. Melihat trend ekowisata tahun 2020, perjalanan wisata dunia akan mencapai 1,6 milyar orang. Di beberapa negara, ekowisata bertumbuh sangat pesat dan menjadi alternatif terbaik bagi wisatawan, berdasarkan fenomena yang ada untuk ke depan, prospek pengembangan ekowisata diperkirakan sangat cerah. Pengembangan ekowisata ini akan berdampak sangat luas dan signifikan dalam pengembangan ekonomi, upaya-upaya pelestarian sumber daya alam dan lingkungan serta terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat terutama masyarakat lokal. Pengembangan kawasan wisata mampu memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja serta sekaligus berfungsi menjaga kelestarian kekayaan alam.

Berdasarkan data yang diperoleh dari manajemen PT Pekola pada tahun 2017 jumlah pengunjung di objek wisata itu sebanyak 310.963 pengunjung, di tahun 2018 sebanyak 405.447 pengunjung, pada tahun 2019 sebanyak 382.110 pengunjung dan di tahun 2020 sebanyak 221.098 pengunjung. Dalam Qanun kota Langsa No. 12 tahun 2013 tentang rencana tata ruang wilayah (RTRW) tahun 2012-2032 disebutkan kawasan hutan kota yang terletak di gampong paya bujok seuleumak sebagai ruang terbuka hijau (RTH) skala kota dan

merupakan destinasi ekowisata alam dan edukasi yang banyak diminati oleh wisatawan lokal dan nasional Berdasarkan data dari manajemen PT Pekola pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata itu sebanyak 405.447 orang, pada tahun 2019 sebanyak 382.110 orang dan tahun 2020 sebanyak 143.090 orang menurun hingga 35% dari tahun sebelumnya akibat pandemi covid-19. Keberadaan hutan lindung ini telah memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar seperti jasa perpakiran, penjualan souvenir, penyewaan kostum tematik dan penyediaan fasilitas mewarnai bagi anak-anak.

Pemerintahan Kota Langsa saat ini telah melakukan berbagai terobosan dan kreatifitas terhadap keberadaan hutan kota dan hutan mangrove itu. Diantara terobosan yang dilakukan adalah: 1) Melakukan pemulihan dan rehabilitasi hutan mangrove untuk dijadikan kawasan ekowisata, edukasi, penelitian dan kuliner, 2) penyusunan masterplan pengelolaan kawasan mangrove, 3) pembangunan jalan setepak (*pedestrian)* sepanjang 250 meter dan menara pantau, 4) pembangunan sarana dan prasarana penunjang bagi pengunjung, 5) penataan tempat-tempat berjualan, 6) kegiatan outbond, 7) Penyediaan alat-alat permainan untuk wisata air, 8) Penyediaan hewan dan tanaman serta 9) Menjadikan kedua kawasan wisata itu sebagai kawasan wisata unggulan bagi pemerintah.

Saat ini, banyak sekali bangunan-bangunan yang telah dirampungkan dikawasan Hutan Lindung tersebut. Selain jembatan gantung, pihak pengelola juga telah banyak menyediakan berbagai tempat lain seperti *cafe*, mushala, rumah pohon, tempat istirahat dan lain sebagainya. Yang lebih menarik perhatian pengunjung di lokasi hutan lindung tersebut adalah dengan dibuatnya tempat penangkaran bagi satwa liar seperti buaya, rusa, dan ular. Walaupun termasuk baru, namun kawasa hutan lindung kota langsa beberapa waktu lalu sudah menerima banya pengunjung. Perkembangbiakan satwa dikawasan hutan lindung juga semakin banyak, sehingga satwa penghuni hutan lindung kota langsa menjadi banyak dan bertambah jumlahnya dengan berbagai satwa baru yang masih tergolong langka. Melihat kondisi

hutan lindung kota langsa yang sudah mulai tertata rapi, maka pemerintah Kota Langsa mulai melakukan berbagai pembenahan yang sangat baik, sehingga para pengunjung akan mendapatkan ilmu tambahan terkait jenis pohon, nama dan kegunaannya. Pembangunan sejumlah sarana pendukung di hutan lindung kota langsa bukan semata untuk mendatangkan ekonomi tetapi juga sebagai sarana pendidikan bagi pelajar dan mahasiswa serta para peneliti. Pelajar dan masyarakat dapat mengetahui lebih jauh manfaat dari keberadaan hutan tersebut secara nyata. Perhatian besar yang dilakukan oleh pemerintahan kota langsa sejalan dengan salah satu prioritas pembangunan yang sedang dilakukan yakni meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan mendorong peningkatan UKM dan membangun sentra-sentra ekonomi yang berbasis ekonomi kerakyatan dengan fokus utamanya adalah pengembangan destinasi pariwisata yang tergambarkan dalam RPJM kota Langsa 2017-2022. Sementara itu salah satu agenda percepatan pembangunan dan pengembangan ekonomi masyarakat kota Langsa menjadikan kota Langsa sebagai destinasi wisata alam dan budaya.

Terobosan yang dilakukan oleh pemerintahan kota Langsa terhadap kawasan hutan kota dan hutan mangrove telah memberikan dampak positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hal ini terlihat dari semakin meningkatkan intensitas pengunjung yang ingin menikmati dan menghabiskan waktu pada kawasan tersebut terutama pada akhir pekan. Umumnya para pengunjung didominasi oleh wisatawan lokal yang berdomisili di seputaran kota Langsa, kabupaten Aceh Timur dan Aceh Tamiang. Hal ini didukung oleh penjelasan dari (Iswahyudi et al., 2019) yang menyebut beberapa aktifitas yang dapat dilakukan bagi keberlangsungan objek wisata di hutan manggrove seperti penataan lingkungan melalui wisata penanaman mangrove, festival kebersihan pantai dan lain-lain. Selain itu, petran aktif masyarakat dan pengelola wisata untuk meningkatkan kelestarian sumber daya alam serta mengintegrasikan program-program unggulan wisata kedalam perencanaan pembangunan berkelanjutan oleh pemerintah kota langsa.

Pada bagian lain, (Bulan & M. Lutfi Azmi, 2020) menjelaskan berdasarkan hasil koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa produk, harga, promosi, lokasi dan bukti fisik mempengaruhi niat berkunjung kembali ke tempat wisata taman hutan kota langsa sebesar 20,8 %, sedangkan sisanya 79,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti orang dan proses. Hal yang sama juga diungkapkan oleh (Junaida, 2019) bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di taman hutan kota kota langsa dan variabel word of mouth juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di taman hutan kota kota langsa sedangkan Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata dan variabel word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di taman hutan kota kota langsa sementara untuk uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan word of mouth mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di taman hutan kota kota langsa sebesar 0,301 atau 30,1 %.

Hal yang sama juga disampaikan oleh (Budiman et al., 2019) yang menghuraikan potensi wisata dan kesadaran masyarakat sebagai kelompok pengelola wisata harus mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah kota langsa bagi memastikan kedua hutan itu sebagai destinasi wisata hutan multiguna yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat melalui destinasi wisata halal serta menjamin semua pariwisata yang berbasis syariah dan terlindungi dari hal-hal yang melanggar norma dan etika serta adat istiadat masyarakat sekaligus melakukan promosi dengan berbagai media sosial dan cetak serta mengikuti ajang Pesona Indonesia dan kegiatan tingkat nasional dan internasional lainnya untuk memasarkan destinasi wisata halal. Di bagian lain, pemanfaatan teknologi informasi seperti aplikasi explore terhadap keberadaan objek wisata sebagaimana yang dijelaskan oleh (Hibabullah et al., 2019) mampu memberikan informasi tentang destinasi wisata di kota langsa serta dapat mengestimasikan biaya yang akan dikeluarkan oleh wisatawan.

Hasil penelusuran dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa pengunjung bahwa keberadaan hutan lindung dan hutan mangrove ini memberikan kesejukan dan ketenangan yang tidak ditemukan pada tempat lain. Disamping itu juga kedua kawasan itu telah dijadikan sebagai destinasi wisata lokal untuk menghilangkan kepenatan sekaligus sebagai tempat untuk belajar, mengenal lingkungan dan interaksi dengan alam dan binatang. Umumnya para pengunjung menyatakan bahwa mereka biasanya menghabiskan akhir pekan bersama keluarga dengan mengunjungi kedua destinasi wisata dikarenakan lokasinya yang mudah diakses serta berbiaya murah.

Berdasarkan huraian diatas maka peneliti akan melakukan penelitian berkenaan dengan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat menuju new normal dari berbagai perspektif terutama tantangan terhadap pengelolaan wisata di kota langsa serta bagaimana kesiapan dan strategi yang dirancang oleh pengelola wisata dalam menghadapi situasi new normal serta adaptasi yang harus dijalani oleh pengelola pada kedua objek wisata bagi memastikan aktifitas wisata berjalan dengan baik pada masa new normal.

Pembahasan

A. Revitalisasi Destinasi Wisata Pada Era New Normal

Salah satu upaya yang harus diterapkan oleh pemerintah dan pengelola wisata pada masa new normal adalah revitaslisasi destinasi wisata sesuai dengan keputusan menteri kesehatan republik indonesia nomor HK 01.07/MENKES/328/2020 tentang panduan pencegahan dan pengendalian covid-19 di tempat kerja perkantoran dan industri dan penerapan protokol kesehatan melalui konsep kebersihan, kesehatan, dan keselamatan. Selain itu, penguatan kapasitas pengelola destinasi wisata pada masa new normal seperti sistim pengelolaan management pariwisata yang mengedepankan prinsip kesehatan dan kenyamanan bagi pengunjung. Penglibatan kelompok sadar wisata sebagai satuan tugas (satgas) pada beberapa titik kumpul di objek wisata itu sebagai wujud antisipasi menghindari keramaian oleh

pengunjung. Revitalisasi destinasi wisata ini mutlak diperlukan pada masa new normal dikarenakan pariwisata memiliki 3 (tiga) aspek pengaruh yaitu aspek ekonomis (sumber devisa, pajak), aspek sosial (menciptakan lapangan kerja) dan aspek budaya. (Hilmi & Mulyana, 2020) berupa sektor pariwisata meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan kerja, merangsang pertumbuhan industri pariwisata, oleh karena itu dapat memicu pertumbuhan ekonomi. Selain itu, program revitalisasi berpengaruh terhadap preferensi pengunjung objek wisata, produk wisata dan layanan wisata serta keputusan berkunjung ke objek wisata. Disisi lain, revitalisasi destinasi wisata selama new normal dapat dilakukan melalui virtual tour melalui pemanfaatan teknologi digital dengan menampilkan keunikan dan kekhasan wisata yang dimiliki sekaligus memberikan edukasi dan pengalaman baru bagi pengunjung. Hal ini seperti yang diterangkan oleh ("VIRTUAL TOUR PANORAMA 360 DERAJAT TEMPAT WISATA KOTA TOBELO," 2018) bahwa penggunaan teknologi informasi pada virtual tour memudahkan pengguna untuk memperoleh informasi secara visual dari spot wisata sekaligus memperbanyak lokasi dengan beberapa spot.menarik yang ada pada objek wisata itu. Kegiatan virtual tour dengan mengintegrasikan teknologi juga menjadi salah satu keberhasilan membangkitkan kembali industri pariwisata pada masa new normal. Hal ini diperjelas oleh (El-Said & Aziz, 2021) yang menyebut integrasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Protective Action Decision Model (PADM) menjadi faktor-yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengadopsi VT sebagai alternatif wisata selama masa krisis sekaligus menjadi alat promosi wisata yang efektif. Untuk memperkuat bukti penelitian dilapangan, dilakukan hasil tabulasi pada lembar kuisioner berkenaan dengan aspek revitalisasi destinasi wisata pada masa new normal.

Tabel 1. Revitalisasi Destinasi Wisata

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah bapak ibu mendukung revitalisasi destinasi wisata pada masa new normal?	32	43	15	10	-
2	Apakah bentuk revitalisasi destinasi wisata difokuskan pada penyempurnaan sarana dan prasarana wisata tersebut?	44	48	6	2	-
3	Apakah penggunaan teknologi informasi merupakan bagian dari proses revitalisasi objek wisata itu?	38	51	8	3	
4	Apakah model wisata seperti virtual tour di masa new normal mampu membangkitkan kembali industri pariwisata?	33	59	6	2	
5	Apakah penggunaan VT merupakan bagian dari promosi wisata secara berkelanjutan?	31	55	10	4	
6	Apakah keberadaan kelompok sadar wisata (pokdarwis) pada objek wisata mampu meningkatan PAD dan masyarakat disekitar destinasi wisata?	30	55	12	3	
7	Apakah pembenahan sistim pengelolaan manajemen merupakan unsur penting dalam program revitalisasi destinasi wisata?	32	55	11	2	
8	Apakah program revitalisasi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung dan penjualan produk wisata?	29	62	7	2	

Keterangan: Data disajikan dalam bentuk persentase (%)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa rata-rata 38% responden sangat setuju dengan revitalisasi objek wisata pada masa new normal dan 62% responden setuju dengan revotalisasi itu yang merupakan prasyarat utama pembukaan objek wisata. Hal ini dapat dilihat dari lembar kuisioner yang rata-rata setuju dengan program revitalisasi yang menitik beratkan pada penyempurnaan sarana dan prasarana objek wisata, pembenahan sistim pengelolaan wisata, perubahan aktifitas wisata menggunakan teknologi informasi dan penguatan SDM pengelola wisata itu.

Secara umum, revitalisasi destinasi wisata harus terakomodir dalam dokumen perencanaan melalui dinas terkait dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan sehingga destinasi wisata itu menjadi nyaman dan aman bagi pengunjung. Program revitalisasi ini juga harus menerapkan prinsip protokol kesehatan seperti penyediaan spanduk informasi, penyebaran brosur, penayangan video interaktif tentang edukasi dan pencegahan covid-19 dan lain-lain.

B. Penerapan Sistim CHES (Cleanliness, Health, Safety and Environment)

Pemulihan ekonomi pada destinasi wisata pada masa new normal dalam dilakukan melalui penerapan sistim kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan yang diharapkan mampu mendorong perubahan perilaku masyarakat dan pengelola wisata. Penerapan sistim ini bertujuan agar pelaku industri pariwisata terus meningkatkan protokol kesehatan dan kebersihan lingkungan di lokasi usahanya demi memenuhi tuntunan konsumen pada saat new normal. Ruang lingkup penerapan CHES ini antaranya: a) Kebersihan yang mencakup mencuci tangan pakai sabun/hand sanitizer, pembersihan ruang dan barang publik menggunakan disinfektan, tersedianya tempat sampah yang bersih dan kebersihan toilet, b) Kebersihan yang mencakup pemakaian APD, pemeriksaan suhu tubuh, menghindari kontak fisik, pengelolaan makanan dan minuman yang higienis, penanganan kesehatan bagi pengunjung dengan gangguan kesehatan dan penyediaan perlengkapan kesehatan

sederhana, c) Keselamatan terdiri dari ketersediaan kotak p3k dan alat pemadam kebakaran, ketersediaan titik kumpul dan jalur evakuasi, mekanisme komunikasi dalam kondisi darurat dan d) Lingkungan yang mencakup pengelolaan sampah dan limbah cair, penggunaan bahan ramah lingkungan, pemanfaatan air dan sumber energi secara efisien dan penerapan SOP pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian lingkungan hidup. (Bascha et al., 2021) menyebut green tourism akan menjadi destinasi wisata yang paling layak dikunjungi jika pandemi covid-19 mereda dan penyuluhan yang lebih masif tentang pentingnya menjaga kebersihan harus terus dilakukan secara teratur dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya kebersihan dan kesehatan lingkungan dan keselamatan (CHSE) yang diterapkan oleh semua tujuan wisata.

Tabel 2. Penerapan CHES pada Destinasi Wisata

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah bapak ibu melihat kedua objek wisata itu sudah menerapkan prinsip CHSE?	77	23
2	Apakah bapak/ibu melihat dan mengamati kedua objek wisata itu sudah melengkapi prinsip CHSE melalui media gambar interaktif dan edukatif?	61	39
3	Apakah penerapan CHSE merupakan bagian dari pelaksanaan protokol kesehatan di masa new normal?	92	8
4	Apakah bapak/ibu melihat pengunjung kedua objek wisata yang bermalam di hotel telah menerapkan prinsip CHSE ?	78	22
5	Apakah bapak/ibu menemukan keputusan walikota tentang penerapan CHSE pada kedua objek wisata di kota langsa itu?	87	13
6	Apakah bapak/ibu melihat kelompok sadar wisata yang bertugas pada kedua destinasi wisata itu mengetahui prinsip pelaksanaan CHSE?	68	32

7	Apakah bapak/ibu melihat bahwa penerapan CHSE merupakan bagian dari standar pelayanan minimal (SPM) pengelolaan wisata pada masa new normal?	74	26
8	Apakah bapak/ibu setuju bahwa penerapan CHSE harus terus diaplikasikan dalam tatanan kehidupan manusia pada saat new normal saja atau paska new normal?	88	12
9	Apakah bapak/ibu menganggap prinsip CHSE juga harus diterapkan pada semua segmen kegiatan bukan saja pada aktifitas wisata namun juga pada aktifitas lainnya yang berhubungan dengan orang ramai?	88	12
10	Apakah bapak/ibu setuju CHSE harus menjadi gaya hidup (*life style*) baru bagi pengelola dan pengunjung objek wisata saat ini?	93	7

Keterangan: Data disajikan dalam bentuk persentase (%)

Dari penjelasan tabel di atas terlihat secara umum bahwa rata-rata 78% responden sangat mendukung pelaksanaan CHSE pada kedua destinasi wisata pada masa new normal dikarenakan prinsip CHSE mampu menekan penyebaran covid-19 pada destinasi wisata dan sesuai dengan prinsip protokol kesehatan. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan CHSE harus menjadi gaya baru pada saat kenormalan baru berlaku terutama pada kedua destinasi wisata di kota langsa sehingga peran pengelola dan kelompok sadar wisata benar-benar terlihat tidak saja saat pemberlakukan PPKM namun juga pada saat kenormalan baru berlaku di masyarakat. Penjelasan ini juga diperkuat oleh pernyataan dari (Rahmawati & Parangu, 2021) menghuraikan protokol kesehatan berbasis CHSE yaitu Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Enviroment (Ramah lingkungan) merupakan strategi jangka panjang yang tetap memperhatikan kualitas destinasi wisata dan pembenahan terstruktur sehingga aktifitas pariwisata mampu bertahan di masa new normal. Di bagian lain penerapan CHES juga

difokuskan bagi pengelola hotel melalui perubahan perilaku tamu hotel ketika mereka menginap di hotel selama pandemi. Perubahan tersebut dapat dilihat dari cara penggunaan kamar dan fasilitas hotel serta cara mereka memesan dan mengkonsumsi makanan dan minuman dari hotel serta juga cenderung fokus pada kebersihan, kesehatan dan keamanan fasilitas hotel. (Tinus Lis Indrianto et al., 2020). Sedangkan (Tri Anggraini, 2021) menekankan upaya pemulihan sektor pariwisata ada tiga strategi yang diterapkan untuk mempercepat pemulihan pariwisata adalah Inovasi adalah hal utama dan harus ada perubahan mendasar saat ini. Inovasi, Adaptasi dengan kondisi pandemi yaitu meningkatkan penerapan ‘CHSE' alias Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment (Ramah lingkungan) dan Kolaborasi. Huraian diatas juga diperjelas oleh (Purwahita et al., 2021) bahwa peraturan pemerintah tentang pelaksanaan CHSE termasuk protokol kesehatan pada destinasi wisata di masa new normal menjadi syarat mutlak untuk dapat segera direalisasikan dengan harapan kondisi pariwisata berangsur pulih.

C. Membangun Ulang Brand Image Pariwisata

Brand image pariwisata harus ditata ulang dalam menghadapi situasi new normal sebab pariwisata sebagai image terbentuk dari citra diri wisatawan itu sendiri sehingga mampu meningkatkan kepercayaan pasar. Untuk itulah prinsip industri kreatif harus diaplikasikan dalam pengembangan pariwisata di masa new normal sehingga mampu menciptakan nilai tambah (*added values*). Salah satu konsep pembangunan industri kreatif pariwisata adalah melalui paket wisata tematik dengan menonjolkan identitas lokal yang menganut unsur keunikan, keaslian (*local genuine)* dan holistik. Disamping itu, kreatifitas dan inovasi dari pengelola wisata dan kelompok sadar wisata dalam meracik destinasi wisata diharapkan malu mengembalikan kepercayaan masyarakat untuk kembali mengunjungi destinasi wisata (Lu et al., 2015). Selain itu pembentukan klusterisasi wisata menjadi salah satu daya tarik untuk menjaring wisatawan

seperti wisata sejarah, budaya, kuliner, edukasi, alam dan lain-lain. Hal ini seperti yang disampaikan oleh (Buhalis & Sinarta, 2019) yang menyebut klusterisasi ini mampu meningkatkan pengalaman wisatawan secara dinamis sekaligus meninggalkan kesan positif bagi pengelola wisata.

Tabel 3. Membangun Ulang Brand Image Wisata

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah bapak ibu mendukung pelaksanaan wisata tematik untuk mendongkrat jumlah pengunjung selama pelaksanaan new normal?	32	53	5	10	-
2	Apakah klusterisasi destinasi wisata merupakan bagian dari membentuk brand image wisata itu sendiri?	34	58	4	4	-
3	Apakah proses pembentukan added values menjadi bagian dari membangun citra diri wisata?	28	61	9	4	
4	Apakah nilai-nilai kearifan lokal yang melekat pada kehidupan masyarakat disekitar destinasi wisata merupakan bagian dari penciptaan brand image wisata itu?	33	59	5	3	
5	Apakah proses pembentukan brand image wisata merupakan tanggung jawab semua stakeholder?	41	45	7	7	
6	Apakah hasil kajian berupa studi kelayakan atau need assessment merupakan bagian penting yang harus dipersiapkan dalam membangun citra diri wisata	28	57	10	5	

	itu?					
7	Apakah penataan wisata secara komprehensif dan holistik merupakan bagian dari membangun brand image dan brand awareness?	30	57	9	4	
8	Apakah penyusunan dokumen studi pengembangan wisata termasuk pembangunan brand image pada masa new normal melibatkan semua stakeholder termasuk pengelola wisata dan pengunjung wisata?	30	61	7	2	
9	Apakah sisi keunikan wisata pada sesebuah destinasi wisata dapat dikelompokan dalam poin penting membangun citra diri wisata?	25	66	4	5	
10	Apakah uniqueness dalam sebuah objek wisata menjadi nilai jual penting dalam mempromosikan sebuah objek wisata?	27	64	6	3	

Keterangan: Data disajikan dalam bentuk persentase (%)

Secara umum tabel diatas memperlihatkan bahwa rata-rata 37% responden sangat setuju dengan penerapan citra diri (*brand image*) pada saat penerapan new normal. 58% responden setuju dengan upaya membangun citra diri wisata yang harus dilakukan oleh pemerintahan daerah melalui dinas terkait. Dari penjabaran di atas terlihat bahwa pengunjung sanagt menginginkan destinasi wisata memiliki brand image sebagai nilai jual wisata kepada masyarakat dan sebagai alat promosi wisata yang ampuh selama new normal berlaku. Hal ini dikatakan oleh (Solemede et al., 2020) menegaskan potensi budaya bersifat alami tanpa adanya masukkan external dari budaya luar ataupun asing, sehingga dapat dikatakan bahwa potensi tersebut masih

natural tanpa budaya tambahan. Sumberdaya budaya dianggap vital bagi sebuah wilayah karena memiliki peran penting atau fungsi dalam menentukan arah pengembangan, salah satu sumber daya budaya yang menjadi potensi pembangunan adalah kearifan lokal (*local wisdom*). Keragaman budaya Indonesia sangat potensial untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. Selain itu, penciptaan brand image bersama dengan aktraksi wisata menjadi strategi yang baik untuk menjaga citra diri objek wisata itu. Hal ini diperjelas oleh (Martina et al., 2018) bahwa brand image pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk membeli promo wisata dan aktraksi wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dalam menentukan destinasi wisata. Sedangkan (Maniza & Hadi, 2021) berpendapat brand image taman wisata berpengaruh terhadapat peningkatan jumlah pengunjung yang datang karena itu pihak pengelola harus terus melakukan pengembangan kedepan untuk terus meningkatkan minat pengunjung baik dari lokal maupun mancanegara. Disamping membangun brand image, penciptaan brand awareness pada destinasi wisata menjadi salah stu syarat dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Huraian itu sejalan dengan pendapat dari (Fitrianna & Aurinawati, 2020) pengenalan keunggulan daerah wisata (brand awareness dan brand image) dapat menggunakan platform media online yang saat ini sudah banyak digunakan seperti instagram, facebook, google ads, dan aplikasi online lainnya. pemasaran melalui media digital berpengaruh secara signifikan untuk meningkatkan brand awareness dan brand image sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk wisata. Sedangkan (Usman & Pah, 2018) menegaskan karakteristik brand image wisata dapat dilihat dari penataan kawasan kuliner kawasan belanja atau berdampingan dengan wisata belanja kuliner, sehingga wisatawan tidak kesulitan mencari kuliner atau sebaliknya. Penataan tersebut juga bertujuan untuk mengurangi kemacetan sehingga wisatawan merasa aman dan nyaman.

D. Upgrading Kelompok Sadar Wisata dan Pengelola Wisata

Salah satu upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi wisata pada masa new normal adalah penguatan kapasitas kelompok sadar wisata dan pengelola wisata terutama berhubungan dengan sistim manajemen wisata dan kelembagaan yang harus menyesuaikan dengan kondisi new normal dan peraturan yang berlaku. Penguatan kapasitas bagi stakeholder terkait mutlak dilakukan dengan maksud pokdarwis dan pengelola wisata memahami tupoksi dan standar pelayanan minimal (SPM) pengelolaan wisata pada masa new normal. Strategi penguatan kelembagaan yang dilakukan melalui aktivitas pariwisata dan penciptaan ekonomi kreatif bagi pelestarian alam dan lingkungan kepada wisatawan. Dampak penguatan kelembagaan yang dilakukan sanggup memberikan pengaruh pada lebih kuatnya pemahaman akan sadar wisata kepada masyarakat lokal. Pada akhirnya strategi penguatan kelembagaan yang dilakukan berhasil menunjukkan hubungan dalam kegiatan wisata yang melembagakan pengelola, pelaku usaha dan wisatawan, sehingga hasil akhir yang kemudian dirasakan adalah dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Penguatan kapasitas ini ditujukan kepada pemandu wisata, manajemen wisata, struktur organisasi, pengelolaan obyek wisata, bahasa asing, kuliner, dan manajemen pengelolaan wisata pedesaan, penguatan kelembagaan, pokdarwis dan kesekretariatan serta pengelola wisata.

Tabel 4. Upgrading Pokdarwis dan Pengelola Wisata

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah bapak ibu mendukung peningkatan kapasitas bagi pengelola dan kelompok sadar wisata?	30	50	10	10	-
2	Apakah bentuk penguatan kapasitas yang dirancang berupa pelatihan atau ToT bagi pengelola wisata dan	41	51	5	3	-

	kelompok sadar wisata?					
3	Apakah penguatan kapasitas bagi stakeholder terkait berkenaan dengan penjabaran tugas pokok dan fungsi (TUPOKSI) dari pemangku kepentingan tersebut?	35	54	6	5	
4	Apakah bapak/ibu setuju SPM bagi pengelola wisata dan kelompok sadar wisata ternasuk dalam materi penguatan kapasitas bagi stakeholder terkait?	33	59	6	2	
5	Apakah bapak/ibu setuju kegiatan penatausahaan administrasi dan organisasi pengelola wisata dan kelompok sadar wisata bagian dari upgrading soft skill dan hard skill bagi stakeholder terkait?	41	55	2	2	
6	Apakah upgrading kapasitas bagi pelaku wisata dan kelompok sadar wisata bagian dari tahapan pembangunan wisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*)?	56	41	3	-	
7	Apakah bapak/ibu setuju salah satu bentuk kontribusi pendapatan asli daerah (PAD) melalui peningkatan kapasitas pengelola wisata dan pokdarwis terutama bagi daerah yang mengandalkan wisata sebagai sumber PAD nya?	32	55	11	2	
8	Apakah salah satu indikator meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata dapat	43	47	8	2	

	disinkronkan dengan penguatan kapasitas bagi pengelola dan kelompok sadar wisata?					
9	Apakah bapak/ibu setuju kegiatan penguatan kapasitas harus menjadi program rutin yang diakomodir dalam dokumen perencanaan pokdarwis?	59	36	3	2	
10	Apakah bapak/ibu setuju kegiatan studi edukatif pada kelompok sadar wisata di luar daerah merupakan bagian dari upgrading kapasitas khususnya pengelola wisata dan pelaku wisata?	40	55	3	2	

Keterangan: Data disajikan dalam bentuk persentase (%)

Hasil pengisian lembar wawancara dengan responden pada tabel di atas, terlihat bahwa rata-rata 37% responden sangat setuju dengan penguatan kapasitas bagi kelompok sadar wisata dan pengelola wisata pada objek wisata hutan manggrove dan hutan lindung kota langsa. Sebanyak 55% respnden setuju dengan program upgrading kapasitas bagi stakeholder terkait. Hal ini siperkuat oleh (Achsa et al., 2020) menjabarkan penguatan manajemen pengelola wisata bagian dari manajemen pariwisata prima terutama aspek pemasaran, pelayanan dan pengelolaan bagi peningkatan kesejahteraan pengelola dan kelompok sadar wisata. Seiring dengan penguatan kapasitas bagi pengelola dan pokdarwis, diharapkan semakin professional dan memberikan kepuasan bagi wisatawan. (Al-Bahri et al., 2020). (Pramita & Laksmi, 2019) menjelaskan penguatan kapasitas bagi pengelola dan kelompok sadar wisata akan memberikan keuntungan bagi masyarakat baik dari sisi ekonomi, budaya, lingkungan dan sosial. (Laka & Sasmito, 2019) menganggap manajemen strategi kebijakan publik sektor pariwisata sudah cukup signifikan dalam peningkatan PAD daerah, melalui model integrated

management public policy. Sedangkan (Darmawan et al., 2020) menghuraikan setelah era kebiasaan baru digulirkan dan untuk membiasakan hal tersebut dan sebagai upaya untuk meningkatkan lagi jumlah kunjungan wisatawan, perlu adanya Bimbingan Teknis (BIMTEK) kepada pengelola untuk melakukan suatu strategi dan langkah nyata menyambut kebiasaan baru dibidang pariwisata mulai dari tata kelola manajemen destinasi/Destination Management Organization (DMO) hingga strategi pemasaran objek wisata dapat menjadi destinasi pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*).

E. Membangun Jejaring Kemitraan

Pengembangan wisata pada masa new normal diharapkan melibatkan seluruh pemangku kepentingan terutama pengelola wisata dan kelompok sadar wisata. Penglibatan seluruh stakeholder akan memberikan kekuatan positif sekaligus membangun optimisme bahwa industri pariwisata akan bangkit dan berkembang lagi pada masa new normal. Hal ini diperjelas oleh (Hardianto et al., 2021) bahwa pemanfaatan kecanggihan teknologi yaitu dengan melakukan pemasaran produk wisata melalui media online dengan melibatkan pengelola website dan youtuber terutama pada kalangan segmen remaja. Pada bagian lain, (Wangi Bhuanaputri et al., 2021) menyebut konsep community based tourism serta strategi stabilitas, merupakan strategi membangun jejaring kemitraan dalam rangka meningkatkan nilai-nilai kearifan budaya lokal meningkatkan jaringan pemasaran produk wisata sebagai upaya penerapan pariwisata berkelanjutan di masa new normal. Sementara itu, (Budiarta Putu, 2020) berpendapat terdapat empat strategi dalam membangun jejaring kemitraan di masa new normal yaitu, 1) pemasaran dengan digital marketing, 2) memperkuat SDM, 3) inovasi kreatif dan 4) peningkatan pelayanan kepada konsumen. Dengan strategi itu diharapakan industri pariwisata tetap eksis pada era new normal. Hal yang sama juga diungkapkan oleh (Wahyuhana & Sukmawati, 2019) bahwa pengembangan wisata harus melibatkan jejaring dari lingkungan internal dinas pariwisata, pemuda dan olahraga kota langsa dengan SDM berloyalitas tinggi,

kemampuan koordinasi dengan seluruh pihak pengelola. Selain itu peran Pokdarwis dan masyarakat setempat, peran pelaku bisnis, dan kemajuan teknologi turut membantu terwujudnya kemitraan itu. Sementara itu ("Dampak Pengembangan Objek Wisata Goa Kreo Bagi Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang," 2020) menekankan kemitraan antar pelaku wisata menciptakan proses interaksi yang harmonis antara pengelola wisata dan wisatawan sehingga transfer of knowledge dalam aspek komunikasi dapat berjalan dengan baik. Dalam membangun kemitraan dengan stakeholder komunikasi efektif antar pelaku wisata mutlak diperlukan melalui komunikasi pemasaran terpadu (IMC) pada advertising, public relations, sales promotion dan personal selling, strategi komunikasi pemasaran antara lain berfokus pada: image, daya tarik alam, dukungan masyarakat dan kemajuan teknologi informasi (Sembiring, 2016).

Tabel 5. Membangun Jejaring Kemitraan

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah bapak/ibu setuju konsep community based development bagian dari membangun kemitraan dengan stakeholder?	30	45	13	12	-
2	Apakah strategi komunikasi efektif mampu meningkatkan kemitraan dengan pemangku kepentingan dalam bidang kepariwisataan?	41	51	5	3	-
3	Apakah membangun jejaring kemitraan internal dan eksternal merupakan syarat utama dalam strategi partnership?	38	51	8	3	

4	Apakah program penguatan SDM dan inovasi kreatif menjadi strategi utama dalam memperkuat kemitraan dengan para stakeholder ?	32	60	6	2	
5	Apakah bapak/ibu setuju integrated marketing communication (IMC) salah satu komponen utama dalam memperkuat kemitraan dengan pelaku wisata dan kelompok sadar wisata?	31	57	8	4	
6	Apakah pembentukan forum komunikasi antar pelaku wisata menjadi bagian penting dalam memperkuat kemitraan baik secara internal dan eksternal?	30	57	10	3	
7	Apakah bapak/ibu setuju kegiatan Who, Does, What Where (WdWW) merupakan bagian dari pemetaan peran dan tugas dari masing-masing stakeholder?	32	56	10	2	
8	Apakah peran fasilitator, mediator dan komunikator menjadi penting dalam strategi membangun kemitraan pada bidang kepariwisataan?	27	66	5	2	
9	Apakah bapak/ibu setuju pemanfaatan teknologi komunikasi menjadi penting ketika dilaksanakannnya pertemuan formal antar pelaku wisata dan kelompok sadar wisata?	29	64	5	2	
10	Apakah bapak/ibu setuju media promosi berupa leaflet, brosur adalah komponen atau alat dalam membangun jejaring kemitraan?	30	65	2	3	

Keterangan: Data disajikan dalam bentuk persentase (%)

Berdasarkan hasil penjabaran melalui lembar kuisioner di atas, terlihat rata-rata 32% responden sangat setuju dengan membangun jejaring kemitraan dengan berbagai stakeholder terkait terutama yang berhubungan langsung dengan pengelolaan wisata. 59% responden setuju dengan program tersebut dikarenakan salah satu unsur utama dalam membentuk pariwisata secara berkelanjutan adalah melalui penglibatan seluruh pemangku kepentingan agar upaya mendokrat pendapatan ekonomi bagi pengelola dan pelaku wisata dapat terwujud. Untuk itulah sinergisitas antar pemangku kepentingan terus diperkuat sehinga penciptaan objek wisata yang ramah, menarik, interaktif, edukatif pada destinasi wisata hutan lindung dan hutan manggrove kota langsa dapat terlaksana dan mampu membangun citra postif bagi kota langsa. Strategi pengembangan kedua objek wisata yang dilakukan oleh pemerintah kota langsa harus terus didukung dan diapresiasi karena dengan keberhasilan menjadikan kedua objek itu sebagai ikon wisata unggul mampu meningkatkan jumlah kunjungan pertahun sekaligus memberikan multiplayer effect bagi seluruh pelaku wisata.

Simpulan

Berdasarkan pengisian lembar kuisioner oleh responden dapat disimpulkan rata-rata 44.4% responden sangat mendukung penerapan new normal pada kedua objek wisata kota langsa berupa program CHSE, peningkatan kapasitas bagi pelaku dan kelompok sadar wisata, membangun jejaring kemitraan dengan stakeholder, penciptaan brand image wisata dan revitalisasi kedua objek wisata itu. Hal ini menjadi signal positif bagi pemerintah kota langsa untuk terus membangun citra baik pada kedua objek wisata itu sekaligus mencari peluang mencipkan spot wisata baru di kota langsa sehingga misi menjadikan kota langsa sebagai kota wisata dan islami dapat terwujud.

Saran yang dapat dilakukan terhadap hasil penelitian ini adalah penyusunan baseline/database masing-masing anggota pokdarwis, pelaku UMKM yang beraktifitas pada kedua objek wisata serta

membentuk forum komunikasi antar pelaku umkm dan pokdarwis serta membangun kemitraan dengan asosiasi pengelola objek wisata di kota Langsa.

DAFTAR PUSTAKA

A. Samad, A. P., Agustina, P., & Herri, M. (2020). KAJIAN NILAI EKONOMIS DAN DAMPAK SOSIAL KEBERADAAN EKOSISTEM MANGROVE TERHADAP MASYARAKAT PESISIR. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, *11*(1). https://doi.org/10.22373/jep.v11i1.58

Achsa, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI MANAJEMEN WISATA PRIMA DI TAMAN BUNGA MANOHARA DESA PURWODADI KEC.TEGALREJO SEBAGAI ALTERNATIF PENINGKATAN KESEJAHTERAAN. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1). https://doi.org/10.31294/jabdimas.v3i1.6518

Al-Bahri, F. P., Ihsanuddin, I., & Syafwandhinata, J. (2020). IbM Pelatihan Pembuatan Paket Wisata Tematik Sejarah, Pelayanan Prima dan Tour Guide Bagi Pengelola Wisata. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, *1*(1). https://doi.org/10.35870/jpni.v1i1.1

Alfret Goraph, F. (2021). Pemberdayaan Desa Wisata Pantai Dalam Memasuki Era New Normal. *BAKTI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *1*(1). https://doi.org/10.51135/baktivol1iss1pp41-48

Amilia, S. (2020). Pengaruh Akses / Keterjangkauan dan Keamanan / Kenyamanan terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Hutan Mangrove Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, *4*(1).

Angelina, L. (2020). STRATEGI PENGELOLAAN ZOOM MEETING DALAM PROSES PEMBELAJARAN DIMASA PANDEMI. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*,

3(2). https://doi.org/10.37792/jukanti.v3i2.219

Argenti, G., & Purnamasari, H. (2021). Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang Dalam Mengelola Pariwisata Di Era New Normal. *THE INDONESIAN JOURNAL OF POLITICS AND POLICY (IJPP)*, *3*(1). https://doi.org/10.35706/ijpp.v3i1.5256

Astrid Krisdayanthi. (2020). New Normal Pariwisata Bali di masa Pandemi pada Daerah Tujuan Wisata Tanah Lot, Kabupaten Tabanan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, *5 No. 02*(pariwisata pada ranah agama dan budaya.).

Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, *9*(2). https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100

Bascha, U. F., Witaningrum, A. M., Sumardiko, D. S., & Reindrawati, D. Y. (2021). People's Intention to Visit Tourist Destinations during the Covid-19 Pandemic in Surabaya. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, *5*(1). https://doi.org/10.20473/tijab.v5.i1.2021.60-70

Budiarta Putu. (2020). Strategi pemasaran objek wisata alas kedaton untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. *Seminar Masional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, *6*(2).

Budiman, I., Kamal, S., & Tarlis, A. (2019). Strategi Pemerintah Daerah Kota Langsa Povinsi Aceh dalam Mengembangkan Obyek Wisata Halal. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1). https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1659

Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, *36*(5). https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059

Bulan, T. P. L., & M. Lutfi Azmi. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *8*(3). https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2326

Dampak Pengembangan Objek Wisata Goa Kreo Bagi Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. (2020). *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, *9*(1).

Darmawan, R. N., Kanom, & Nurhalimah. (2020). Bimbingan Teknis Manajemen Tata Kelola Destinasi Wisata di Wisata Pinus Songgon Banyuwangi. *Jurnal Abdidas*, *1*(6).

Destyana, Y., & Oktavianti, R. (2021). Strategi Promosi Industri Jasa Perhotelan Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Pengunjung pada Era New Normal (Studi Kasus Pada Swissbel Resort Belitung). *Prologia*, *5*(2). https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10161

El-Said, O., & Aziz, H. (2021). Virtual Tours a Means to an End: An Analysis of Virtual Tours' Role in Tourism Recovery Post COVID-19. *Journal of Travel Research*. https://doi.org/10.1177/0047287521997567

Elistia. (2020a). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid- 19. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, *1177*.

Elistia. (2020b). Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid-19 Elistia 1,*. *Elistia*.

Fadhil, R. M., & Zaenuri, M. (2021). Strategi Recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa New Normal. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, *2*(2).

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, *21*(1). https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075

Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Firmansyah, F. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, *2*(4). https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172

Fathurrahim. (2020). Pariwisata NTB dalam Lingkaran COVID-19. *Jurnal Binawakya*, *15*(2).

Ferry Hariawan, Ch. Menuk Sri Handayani, Untung Lasiyono, Widiar Onny Kurniawan, & Yuli Kurnia Firdausia. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Banjarsari Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik Melalui Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Era New Normal. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2). https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.2.3037

Fitriana, R., Simanjuntak, D., Dewanti, R., & Author, C. (2020). Pembekalan Materi CHSE (Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability) dalam Training of Trainers Akademisi Pendamping Desa Wisata History Article. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1).

Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, *3*(3). https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147

Gumantan, A., Mahfud, I., & Yuliandra, R. (2020). Pemberlakuan New Normal Dan Pengetahuan. *Sport Scienc and Education Journal*, *1*(2)

Hafiddin, L. I., Kurniawan, L. R. R., Assauri, L. S., Ammar, K., Pujiana, I. M., & Nuriadi, N. (2021). Pemulihan Wisata Pantai Telawas Era New Normal dengan Menerapkan Protokol Destinasi di Desa Mekar Sari Kecamatan Praya Barat. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, *4*(1). https://doi.org/10.29303/jpmpi.v4i1.616

Hardiani, W. A. A., Putri, J. A., Octafian, R., Satoto, Y. R., & Krisnatalia, H. (2021). Penguatan Desa Wisata Sikasur Di Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, *4*(1). https://doi.org/10.32493/j.pdl.v4i1.13182

Hardianto, W. T., Emelia, E., & Chornelia W, R. M. (2021). Strategi Pengelolaan Pariwisata di Masa Covid-19 (Studi di Wisata

Taman Dolan, Desa Pandanrejo, Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, *5*(1). https://doi.org/10.25139/jmnegara.v5i1.3144

Hendry Ferdiansyah, O., Suganda, D., Novianti, E., Lies Khadijah, U., & Magister Pariwisata Berkelanjutan, P. (2021). DALAM MENGHADAPI FASE NEW NORMAL (Studi Kasus Di Desa Wisata Nglanggeran Yogyakarta). *Media Bina Ilmiah*, *15*(3).

Hibabullah, A., Pranada, R. H., Adipraja, F. M., Nugroho, S. A., & Arafad, Y. (2019). PEMBANGUNAN APLIKASI EXPLORE WISATA DI KOTA LANGSA. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, *17*(1). https://doi.org/10.34010/miu.v17i1.2241

Hilmi, N. N., & Mulyana, M. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Periklanan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan Jungle Water Park Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, *1*(1). https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.324

Husna, V. Z. (2020). KERJASAMA ANTAR DAERAH DALAM HAL PENGELOLAAN PELAYANAN PUBLIK DAN KAITANNYA DENGAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) (Studi Kasus Kerjasama Pemerintah Kota Surabaya dengan Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dalam Pengelolaan Terminal Purabaya). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *17*(1). https://doi.org/10.21831/socia.v17i1.32599

Ida, A. D. A., Ida, P. G. B., & Komang, T. A. (2020). Ekspektasi, Realisasi Dan Negosiasi Tourism Reborn Di Masa Pandemi Dalam Pariwisata Bali. *Cultour Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, *53*(9).

Ilyas, F. (2021). ANALISIS SWOT KEBIJAKAN PEMBATASAN SOSIAL BERSKALA BESAR (PSBB) DAN PEMBERLAKUAN PEMBATASAN KEBIJAKAN MASYARAKAT (PPKM) TERHADAP DAMPAK EKONOMI DI TENGAH UPAYA MENEKAN LAJU PANDEMI COVID-19. *Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 3 Edisi Agustus 2021 (190-198)*, *6*.

Iswahyudi, Fadlon Haser, T., & Abdurrachman. (2019). Strategi Pengembangan Ekowisata Berkelanjutan Di Hutan Mangrove Kuala Langsa Kota Langsa Sustainable Ecotourism Development Strategy for Mangrove Forest of Kuala Langsa, Langsa City. *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa*, *1*(1).

Jagadtya, K. H., & Aisyianita, R. A. (2020). Virtual Tour : Strategi Industri Pariwisata Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Jakarta Good Guide). *Melancong: Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi, Dan Hospitalitas*, *3*(1).

Jariah, A. (2021). IMPLEMENTASI LITERASI DIGITAL DALAM PENINGKATAN DAYA TARIK WISATA DI ERA NEW NORMAL KOTA PALANGKA RAYA. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, *8*(1). https://doi.org/10.33084/jhm.v8i1.2441

Jimmy Harry Putu Suarthana, & Ida Bagus Kade Dwi Suta Negara. (2019). MANAJEMEN PENGELOLAAN OBJEK WISATA BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DI KABUPATEN JEMBRANA. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, *1*(1). https://doi.org/10.51713/jamas.v1i1.1

Jumadi, D. (2020). Pariwisata Indonesia Pasca Covid-19 dan Strategi New Normal. *Pariwisata Indonesia Pasca Covid-19 Dan Strategi New Normal*.

Junaida, E. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Wisata Berkunjung ke Taman Hutan Kota di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(2). https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1317

Kemenparekraf RI. (2020). *Program CHS di Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Kemenparekraf.Go.Id.

Laka, Y. H., & Sasmito, C. (2019). MANAJEMEN STRATEGI KEBIJAKAN PUBLIK SEKTOR PARIWISATA DI DESA PUJON KIDUL KECAMATAN PUJON KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR PADA ERA INDUSTRI 4.0. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, *7*(1). https://doi.org/10.33366/ref.v7i1.1347

Lu, L., Chi, C. G., & Liu, Y. (2015). Authenticity, involvement, and image: Evaluating tourist experiences at historic districts. *Tourism Management*, *50*. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.026

Maharani, A., & Mahalika, F. (2020). New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi (New Normal Tourism As a Support of National Economic Resistance in the Pandemic Period). *Jurnal Kajian LEMHANNAS RI*, *8*.

Mangeswuri, D. R. (2021). Prospek Peningkatan Pariwisata Domestik di Tengah Pandemi COVID-19. *Info Singkat*, *13*(7).

Maniza, L. H., & Hadi, S. (2021). ANALISIS BRAND IMAGE TAMAN WISATA GILI LAMPU TERHADAP PENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATA DI DESA PADAK GUAR. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, *5*(1). https://doi.org/10.36312/jisip.v5i1.1741

Martina, S., Dewi, F. S., & Syarifuddin, D. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI SAUNG ANGKLUNG UDJO. *Journal of Management and Business Review*, *15*(1). https://doi.org/10.34149/jmbr.v15i1.11

Maulida. (2020). TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM METODOLOGI PENELITIAN. *Darussalam*, *21*.

Mediyastuti Sofyan, M., Abdussalam, A., Sabila Arifin, A., Yuda Pratama, D., & Hapid, F. (2021). Efektivitas Implementasi PPKM Terhadap Publik Dalam Otoritas Pemerintah Kota Bandung. *Jurnal Identitas*, *1*(2). https://doi.org/10.52496/identitas.v1i2.156

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Menparekraf Siapkan Protokol New Normal untuk Tempat Wisata*. CNN Indonesia.

Nanggala, A. (2020). Peran Generasi Muda Dalam Era New Normal. *Widya Wacana: Jurnal Ilmiah, Vol 15, No 2 (2020): Agustus : Jurnal Widya Wacana*.

Nasution, S., Wagini, & Irwanto, T. (2020). Public Perception Of The Waterfall Tourism Potential In Bengkulu Province After The Enactment Of The New Normal Covid-19 Pandemic. *Jelajah: Journal Tourism and Hospitality*, *2*(1).

Nawawi, M. (2021). OPTIMALISASI SEKTOR PARIWISATA DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Keislaman, Kemasayarkaatan Dan Kebudayaan*, *22*(1).

Nisa, C. (2020). *STRATEGI INDUSTRI PARIWISATA DALAM MENGHADAPI NEW NORMAL*. Kumparan NEWS.

Nuraeny, R., Nur Azizah, S., & Nur Salam, A. (2021). Apakah Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat (PPKM) Berpengaruh Terhadap Ketahanan Keluarga Pedagang Di Kebumen. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, *2*(9). https://doi.org/10.36418/jist.v2i9.236

Nurwiyati, E., & Kumalasari, S. (2020). Menerapkan Teologi Kesehatan di Era New Normal. *HAGGADAH: Jurnal Teologi Dan …*, *1*(2)

Pandansari, D. A., & Purnomo, E. P. (2021). Jogja Wajar Anyar Sebagai Upaya Pemulihan Sektor Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, *2*(2).

Paradina, D., Mahadewi, N. M. E., & Wiarti, L. Y. (2021). STRATEGI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA JATILUWIH, TABANAN, BALI PADA ERA NEW NORMAL. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, *4*(1). https://doi.org/10.31314/tulip.4.1.13-22.2021

Pramita, A.. S. A. P., & Laksmi, A. A. R. S. (2019). Strategi Pengelolaan Desa Wisata Penglipuran Kabupaten Bangli. *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik*, *4*(2).

Prasetyo, A. (2016). *Pengertian Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Https://Www.Linguistikid.Com/2016/09/Pengertian-Penelitian-Deskriptif-Kualitatif.Html.

Pujaningsih, N. N., & Sucitawathi, I. G. A. A. D. (2020). Penerapan Kebijakan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PKM) dalam

Penanggulangan Wabah Covid-19 di Kota Denpasar. *Moderat*, *6*(3).

Purwahita, A. A. A. R. M., Bagus, P., Wardhana, W., & Ardiasa, I. K. (2021). Dampak covid-19 terhadap pariwisata Bali ditinjau dari sektor sosial, ekonomi, dan lingkungan (suatu tinjauan pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, *1*(2).

Puspitarani, F., & Hayati, N. (2021). Dampak kebijakan PPKM mikro terhadap mobilitas masyarakat dan tren kasus harian COVID-19 di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *BKM PUBLIC HEALTH AND COMMUNITY MEDICINE*, *0*(0 SE-Accepted Abstracts The 7th PHS).

Putra, S. H. (2020). Pengembangan UMKM, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dalam Masa Covid 19 dan New Normal. In *Merdeka Kreatif di Era Pandemi Covid-19*.

Rahmawati, R., & Parangu, K. A. (2021). Potensi Pemulihan Pariwisata Halal di Ponorogo (Analisa Strategi Pada Masa Pandemi Covid-19). *JoIE: Journal of Islamic Economics*, *1*(1).

Ramadani, R., & Navia, Z. I. (2019). PENGEMBANGAN POTENSI EKOWISATA HUTAN MANGROVE DI DESA KUALA LANGSA KECAMATAN LANGSA BARAT KOTA LANGSA ACEH. *BIOLOGICA SAMUDRA*, *1*(1).

Ramadhani, A. E., Septia, A. Y., Wijayanti, R., & Septianingtias, A. (2021). PENGELOLAAN DIRI SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN KERJA SAMA DALAM PERTUKARAN PELAJAR DI PERGURUAN TINGGI. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, *35*(1). https://doi.org/10.21009/pip.351.8

Ramidah. (2020). New Normal di Tengah Pandemi Covid-19. *Djkn.Kemenkeu.Go.Id*, *2*.

Reza Agus Fansuri. (2020). PERAN KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS) DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT" (Studi Di Wisata Alam Otak Aik Tojang Dusun Gelogor Desa Lendang Nangka). *Journal of Chemical Information and Modeling*, *2*(1).

Rizal, M., Afrianti, R., & Abdurahman, I. (2021). Dampak Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) bagi Pelaku Bisnis Coffe shop pada Masa Pandemi Terdampak COVID-19 di Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Inspirasi*, *V o l. 1*.

Rohmah, T. N. (2020). KELINCAHAN KOMUNIKASI DAN KUALITAS KERJA SAMA MENUJU EFISIENSI KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA DIMASA NEW NORMAL BERBASIS KOMPETENSI DIGITAL. *Stability: Journal of Management and Business*, *3*(1). https://doi.org/10.26877/sta.v3i1.6432

Saepudin, E., Budiono, A., & Halimah, M. (2019). PENGEMBANGAN DESA WISATA PENDIDIKAN DI DESA CIBODAS KABUPATEN BANDUNG BARAT. *Sosiohumaniora*, *21*(1). https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i1.19016

Saputra, I. G. G. (2021). BENTUK DIGITALISASI DESA WISATA DI MASA NORMAL BARU. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, *20*(1). https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.448

Sembiring, J. P. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, *2*(1).

Simanjuntak, D., & Fitriana, R. (2020). Gegar Budaya, Adaptasi dan Konsep Diri Sumber Daya Manusia Pariwisata dalam Menyongsong Era New Normal. *Society*, *8*(2).

Sinaga, K., Nasution, M. A., Yasir, A., & Hasoloan, A. (2021). PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENINGKATAN PEMASARAN WISATA KULINER HALAL PADA ERA NEW NORMAL. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2). https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1043

Solemede, I., Tamaneha, T., Selfanay, R., Solemede, M., & Walunaman, K. (2020). Strategi Pemulihan Potensi Pariwisata Budaya di Provinsi Maluku (Suatu Kajian Analisis di Masa

Transisi Kenormalan Baru). *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, *I*(1).

Suhu, B. La, & Raoda M. Djae dan Abdurahman Sosoda. (2020). ANALISIS PENGELOLAAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) DI DESA GETI BARU KECAMATAN BACAN BARAT UTARA KABUPATEN HALMAHERA SELATAN Oleh. *Government of Archipelago*, *I*(1).

Susanti, A., Trisusana, A., Pusparini, R., Kriniasih, E., Kuswardani, R., & Abiddah, I. N. (2020). MENUMBUHKAN KESADARAN MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL DALAM RANGKA PENINGKATAN IMUNITAS. *Prosiding Seminar Nasional 2020*.

Sweta, I. N. (2021). Perancangan Sistem Penentuan Objek Wisata di Bali Masa Pandemi COVID-19 dengan Metode Weighted Product yang Dimodifikasi. *MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, *20*(2). https://doi.org/10.30812/matrik.v20i2.112

Syahrial, S., Saleky, D., Samad, A. P. A., & Tasabaramo, I. A. (2020). Ekologi Perairan Pulau Tunda Serang Banten: Keadaan Umum Hutan Mangrove. *JURNAL SUMBERDAYA AKUATIK INDOPASIFIK*, *4*(1). https://doi.org/10.46252/jsai-fpik-unipa.2020.vol.4.no.1.103

Taib, Z., & Supriana, T. (2020). Perspektif Ekonomi Pada Era New Normal Pasca Covid-19. *Akses: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *15*(2).

Tinus Lis Indrianto, A., Kristama, B., & Sugito. (2020). The Changing Behavior Of Hotel Guest During Pandemic Covid 19: Case of Surabaya Hotels. *I International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*, *March*.

Tri Anggraini, D. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Jurnal Pariwisata*, *8*(1).

Usman, M., & Pah, J. G. (2018). Identifikasi Faktor-Faktor Wisata dalam Membangun Brand Image Kota Bandung. *Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, *2*(1).

https://doi.org/10.34013/jk.v2i1.19

Utami, M. M., & Pertiwi, W. N. B. (2021). Pendampingan Implementasi Cleanliness, Health, Safety, dan Environment Desa Wisata Banyuresmi di Era Pandemi. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(2). https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i2.2604

VIRTUAL TOUR PANORAMA 360 DERAJAT TEMPAT WISATA KOTA TOBELO. (2018). *Jurnal Teknik Informatika*, *13*(3). https://doi.org/10.35793/jti.13.3.2018.28072

Wacika, P. L. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam Menghadapi Virus Korona. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, *4*(1). https://doi.org/10.29303/jcommsci.v4i1.99

Wahyuhana, R. T., & Sukmawati, A. M. (2019). EVALUASI MASTERPLAN KAWASAN BARON BERDASARKAN ASPEK FISIK, EKONOMI, DAN PARTISIPASI MASYARAKAT DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL. *Plano Madani: Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, *8*(2).

Wangi Bhuanaputri, N. K. A., Dharma Putra, I. P. R., Wahyudi, I. M. I., Cantika Ratih, N. M. A., & Adam, M. D. (2021). Konsep Community Based Tourism Sebagai Strategi Pengembangan Kain Songket Sidemen Di Bali. *Syntax Idea*, *3*(8). https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v6i8.1412

Wibawa, G. (2020). URGENSI PENGATURAN KEWENANGAN DESA ADAT DALAM MENUNJANG ERA NEW NORMAL KEPARIWISATAAN BUDAYA BALI. *VYAVAHARA DUTA*, *XV*(2).

Yuningsih, R. (2020). Promosi Kesehatan Pada Kehidupan New Normal Pandemi Covid-19. *Info Singkat*, *XII*(11).

Yusman, D., Effendi, N., & Ifdal, I. (2021). MANAJEMEN KAWASAN WISATA LEMBAH HARAU KABUPATEN LIMA PULUH KOTA. *Menara Ilmu*, *15*(1). https://doi.org/10.31869/mi.v15i1.2545

Zulkifli, A., Sari, F. M., & Prihati, P. (2020). Pendampingan Masyarakat Ekowisata Mangrove Sungai Bersejarah (MSB) Kayu Ara Permai Melalui Kebijakan Padat Karya di Masa Pandemi Covid-19. *Community Empowerment*, *6*(1). https://doi.org/10.31603/ce.4395