

BAB I

PENDAHULUAN

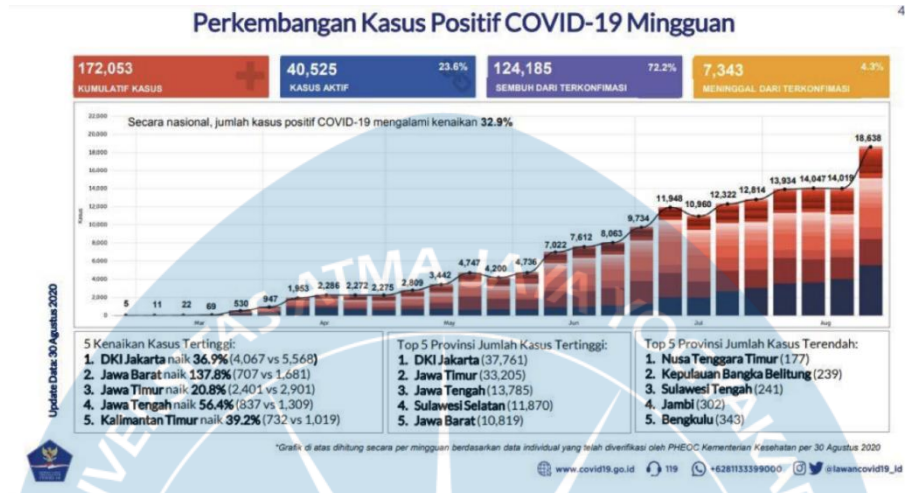
A. Latar Belakang

Semenjak Covid-19 diumumkan secara resmi oleh *World Health Organization* (WHO) sebagai pandemi global (BBCNews, 2021), pemerintah berupaya mengeluarkan sebuah kebijakan dalam upaya pencegahan penyebaran virus yang lebih luas. Adapun pemerintah melakukan upaya yakni kebijakan 5M seperti mencuci tangan, menjaga jarak, menghindari kerumunan, memakai masker, dan mengurangi mobilitas (Kemkes.go.id, 2020).

Upaya penanganan Covid-19 dari pemerintah mendapatkan respon yang beragam dari publik dikarenakan kasus terpaparnya virus Covid-19 yang masih belum terkendali. Dilansir dari Covid19.go.id (2022), pada bulan Mei tahun 2020 telah tercatat sebanyak 16.355 kasus yang terjadi di Indonesia. Kondisi diperparah dikarenakan dampak yang terjadi di berbagai sektor kehidupan akibat pandemi Covid-19. Menurut Chumairoh (2020), hal lain yang dapat memperparah keadaan yakni krisis pada komunikasi pemerintahan dan ruang publik yang dalam implementasinya belum optimal. Terlebih di era media baru di mana pemerintah selaku pemangku kepentingan publik juga mengalami krisis pada bagian komunikasinya (Chumairoh, 2020).

Dengan kondisi seperti ini membuat peran pemerintah di daerah sangat dibutuhkan untuk mengoptimalkan implementasi kebijakan pemerintah. Salah satunya pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang tercatat pada bulan Agustus 2020

menjadi wilayah ketiga tertinggi memiliki kasus positif di Indonesia (Covid19.go.id, 2022).



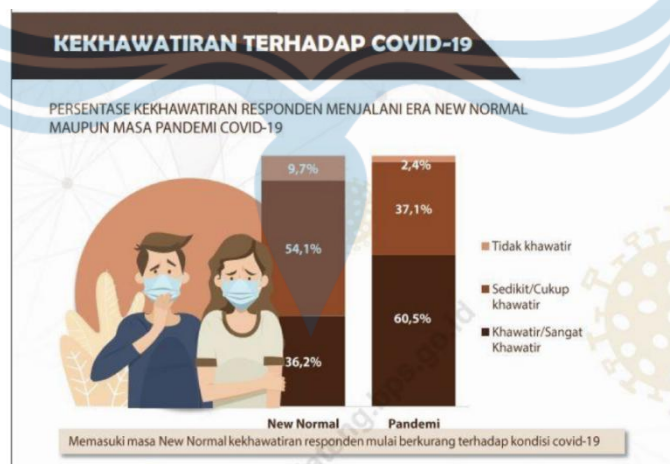
Gambar 1.1 Grafik Data Perkembangan Kasus Positif Covid-19 Mingguan di Indonesia pada bulan Agustus 2020

Sumber : Covid-19.go.id. (2022)

Gambar di atas menunjukkan bahwa pada bulan Agustus 2020, Provinsi Jawa Tengah menjadi wilayah ketiga yang memiliki jumlah kasus Covid-19 tertinggi di Indonesia setelah Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Jawa Timur yaitu sebanyak 13.785 kasus.

Selain itu, pada bulan Agustus 2020 Provinsi Jawa Tengah juga mengalami kenaikan kasus Covid-19 secara signifikan dalam jangka mingguan dari 837 kasus menjadi 1.309 kasus. Dengan kata lain, persentase jumlah kenaikan kasus di Provinsi Jawa Tengah sebesar 56,4% (Covid19.go.id, 2022). Provinsi Jawa Tengah sebagai salah satu wilayah dengan peluang risiko tinggi terhadap penularan Covid-19 maka diperlukan koordinasi lancar dengan pemerintah pusat.

Langkah pencegahan Covid-19 di Jawa Tengah telah dikeluarkan melalui Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo yakni program jogo tonggo. Dilansir dari Jatengprov.go.id (2020), program ini dikeluarkan pada 25 April 2020 dan telah mendapatkan penghargaan dari Kementrian Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi sebagai Inovasi Pelayanan Publik, Inovasi Penanganan Covid-19 dan Pengaduan Terbaik tahun 2020 dalam kategori Pelayanan Publik dalam Penanganan Covid-19. Sebelumnya, Ganjar Pranowo mengeluarkan Instruksi Gubernur Nomor 1 Tahun 2020 tentang Pemberdayaan Masyarakat dalam Percepatan Penanganan Covid-19 pada tingkat Rukun Warga (RW) dengan membentuk satuan tugas (satgas) jogo tonggo. Pembentukan satgas jogo tonggo ini mendapatkan respon positif dari masyarakat. Hal ini dikarenakan, dilansir dari hasil survei oleh Badan Pusat Statistik Pemerintah Provinsi Jawa Tengah bulan Juli 2021 bahwa tingkat kekhawatiran masyarakat mengalami penurunan.



Gambar 1.2 Data Kekhawatiran Masyarakat Jawa Tengah Terhadap Covid-19

Sumber : Jateng.bps.go.id. (2021)

Dari gambar di atas terlihat bahwa persentase kekhawatiran masyarakat Jawa Tengah mengalami penurunan saat masa pandemi dan masa *new normal*. Saat masa pandemi masyarakat Jawa Tengah mengalami kekhawatiran dengan persentase sebesar 60,5%. Sedangkan, saat situasi *new normal* berubah persentase kekhawatirannya menjadi sebesar 36,2% (Jateng.bps.go.id, 2021).

Persentase kekhawatiran yang muncul dari masyarakat Jawa Tengah diperkuat dengan hasil survei dari (Jateng.bps.go.id, 2021) terkait dampak Covid-19 dari aspek sosial demografi di Provinsi Jawa Tengah. Tingginya persentase kekhawatiran masyarakat Jawa Tengah, menurut Jateng.bps.go.id (2021) dikarenakan pemberitaan di media. Di era media baru seperti saat ini diperlukan pemerintah memperhatikan narasi pemberitaan yang positif. Pemerintah Jawa Tengah perlu mampu memaksimalkan peran media massa dan media sosial sebagai ruang untuk mengomunikasikan terkait kebijakannya. Adanya program jogo tonggo diperlukan juga manajemen komunikasi krisis yang tepat yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi Jawa Tengah secara konsisten dan berkala.

Dalam manajemen komunikasi krisis terdapat beberapa langkah dalam mengelola krisis, menurut Rhenald Kasali (2003:231) lima langkah mengelola krisis yakni identifikasi krisis, analisis krisis, isolasi krisis, pilihan strategi, dan program pengendalian. Namun dalam penelitian kali ini, peneliti berfokus pada langkah kelima yakni program pengendalian yaitu program jogo tonggo. Program jogo tonggo ini memiliki slogan “Mari Bersama Saling Menjaga” di mana menempatkan masyarakat sebagai garda terdepan untuk melawan Covid-19. Dengan adanya program jogo tonggo yang diterapkan melalui satgas jogo tonggo

menjadi memupuk kepedulian masyarakat di lingkungannya sendiri (Jatengprov.go.id, 2020).

Maka dari itu, peneliti memilih satu studi kasus untuk melihat implementasi program jogo tonggo yaitu pada RW 08, Kelurahan Bulusan, Kecamatan Tembalang, Semarang. Hal ini mengacu pada website resmi <http://data.jatengprov.go.id/> terdapat laporan masuk data Satgas Jogo Tonggo sebagai bagian dari program pengendalian. Dari 35 kabupaten atau kota di Provinsi Jawa Tengah, persentase keikutsertaan Satgas Jogo Tonggo tertinggi berada di Kota Semarang yakni 100%. Kota Semarang memiliki jumlah Rukun Warga (RW) sebanyak 1.503 dan jumlah RW yang memiliki Satgas Jogo Tonggo sebanyak 1.500.

Kota Semarang memiliki 16 Kecamatan di dalamnya, salah satu yang menarik perhatian yakni implementasi program pengendalian Satgas Jogo Tonggo di Kecamatan Tembalang tepatnya RW 08, Kelurahan Bulusan. Hal ini dikarenakan, RW 08, Kelurahan Bulusan peringkat nomor 1 dalam perlombaan Satgas Jogo Tonggo se- Jawa Tengah. Dilansir dari Radarsemarang.jawapos.com (2020), Pejabat sementara (Pjs) Walikota Semarang, Tavip Supriyanto menuturkan bahwa RW 08, Kelurahan Bulusan lolos 6 besar dari 30 perwakilan Jogo Tonggo se- Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah total sebanyak 44.000 RW.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat topik skripsi yakni manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh Diskominfo Jawa Tengah sebagai bentuk pengendalian atas pandemi Covid-19 di Jawa Tengah. Peneliti memilih topik ini didasarkan pada isu kekhawatiran masyarakat Jawa

Tengah yang menurun saat era *new normal* (Jateng.bps.go.id, 2021). Program pendalian di Jawa Tengah disebut dengan program jogo tonggo yang melibatkan masyarakat serta mengutamakan sisi kepedulian yang membuat penulis ingin lebih jauh mengetahui manajemen komunikasi krisis di dalamnya.

Peneliti melakukan studi pustaka terhadap penelitian sebelumnya. Terdapat beberapa penelitian yang dapat dijadikan referensi oleh peneliti saat ini. Pertama, artikel jurnal yang diteliti oleh Berton Suar Pelita Panjaitan dengan judul “*Community Involvements to Handle the Pandemic Spread and the Impacts of Covid-19 in Indonesia*”. Artikel jurnal ini membahas terkait beberapa kebijakan di beberapa daerah di Indonesia dalam menangani pandemi Covid-19. Daerah Aceh, Gorontalo, Jawa Tengah, dan Maluku mengeluarkan kebijakan dengan mengangkat kearifan budaya lokal setempat. Dalam penelitian kali ini, peneliti berfokus pada kebijakan penanganan Covid-19 di Jawa Tengah yaitu program Jogo Tonggo yang mengangkat kearifan budaya lokal gotong royong dan solidaritas masyarakat dengan landasan kepedulian (*ethics of care*). Selain itu, secara spesifik melihat implementasi program jogo tonggo di RW 08, Kelurahan Bulusan, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang.

Artikel jurnal kedua yang diteliti oleh Shifa Nurhalisa Adlina dengan judul “Pengembangan Peran *Human Resources Development* Pascapandemi dengan Pendekatan Etika Kepedulian”. Artikel jurnal ini membahas terkait literatur dalam dunia HRD pasca pandemi yang menggunakan pendekatan *ethics of care* (EoC). Penggunaan pendekatan ini sebagai bentuk kepedulian mengutamakan kesejahteraan karyawan. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan etika

kepedulian akan membawa individu, organisasi dan komunitas bersama - sama ke dalam hubungan kontekstual melalui etika yang digunakan untuk pengambilan keputusan berdasar kebutuhan orang lain. Dalam penelitian kali ini, penulis juga memilih pendekatan *ethics of care* (EoC). Secara spesifik untuk melihat bentuk partisipasi yang berlandaskan kepedulian (*ethics of care*) dari program pengendalian komunikasi krisis pada program Jogo Tonggo di RW 08, Kelurahan Bulusan, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang.

Artikel jurnal ketiga yang diteliti oleh Yudan Hermawan dan Akhmad Rofiq, dengan judul “Partisipasi Masyarakat dalam Pencegahan Covid-19”. Dalam artikel jurnal ini membahas terkait beberapa bentuk partisipasi masyarakat desa Bejiharjo selama pandemi. Hasil dari artikel tersebut membuktikan bahwa adanya beberapa tahapan partisipasi masyarakat memberikan gambaran bahwa keterlibatan mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan sangat diperlukan. Dalam penelitian kali ini, penulis juga melihat partisipasi masyarakat serta pemerintah dalam program Jogo Tonggo khususnya di RW 08, Kelurahan Bulusan, Kecamatan Tembalang, Semarang, Jawa Tengah. Secara spesifik akan melihat partisipasi pemerintah dari segi pembuat keputusan serta melihat partisipasi masyarakat dari segi pelaksana program jogo tonggo.

Artikel jurnal keempat yang diteliti oleh Ratih Probosiwi dengan judul “Jogo Tonggo : Solidaritas Masyarakat di Era Pandemi Covid-19”. Dalam artikel jurnal, membahas terkait nilai solidaritas sosial masyarakat di Kabupaten Purworejo. Solidaritas masyarakat khususnya gotong royong terbangun sangat baik di daerah setempat, masyarakatnya terbukti memiliki kepedulian atas kondisi

pandemi covid-19 baik secara sosial maupun ekonomi. Namun, terdapat beberapa hambatan dalam implementasi program jogo tonggo yang dikarenakan kesadaran beberapa masyarakat terlihat kurang optimal. Dalam penelitian kali ini, penulis sama-sama melihat dari segi solidaritas masyarakat yang tercipta dari landasan kepedulian (*ethics of care*) khususnya gotong royong namun di masyarakat daerah Semarang. Secara spesifik di RW 08, Kelurahan Bulusan, Kecamatan Tembalang, Semarang, Jawa Tengah.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana manajemen komunikasi krisis program pengendalian Covid-19 “Jogo Tonggo” oleh Diskominfo Prov. Jawa Tengah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan manajemen komunikasi krisis pada program pengendalian Covid-19 “Jogo Tonggo” yang dilakukan oleh Diskominfo Prov. Jawa Tengah. Secara lebih spesifik penelitian ini bertujuan antara lain,

1. Mendeskripsikan hasil identifikasi krisis pada krisis pandemi Covid-19 di Jawa Tengah
2. Mendeskripsikan proses *public relations* meliputi isi pesan, pemilihan media, aktivitas komunikasi dan aktivitas evaluasi pada program jogo tonggo
3. Mendeskripsikan penerapan landasan prinsip etika melalui empat jenis *landscape of care* pada keempat bidang program jogo tonggo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis:

- a. Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan kajian maupun referensi bagi penelitian selanjutnya terlebih pada kajian Ilmu Komunikasi di dalam konteks pandemi
- b. Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk memperkaya ilmu serta pengetahuan terlebih terkait Manajemen Komunikasi Krisis dari instansi pemerintahan

2. Manfaat Praktis :

- a. Penelitian ini sebagai bentuk apresiasi melalui mendeskripsikan manfaat manajemen komunikasi krisis yang dijalani pada masa pandemi oleh Diskominfo Prov. Jawa Tengah
- b. Penelitian ini bermanfaat sebagai bentuk informasi bagi khayalak terkait penjelasan pengelolaan serta pelaksanaan manajemen komunikasi krisis bagi penanggulangan krisis dari keadaan yang tidak terduga.

E. Kerangka Teori

Dalam penelitian kali ini menggunakan beberapa landasan teori yakni manajemen komunikasi krisis dan etika kepedulian (*ethics of care*). Dalam menjalankan manajemen krisis dibutuhkan peran *public relations* yang di dalamnya terdapat empat proses *public relations* yakni *defining the problem, planning programming, taking action and communicating*, dan *evaluating the program* (Cutlip,dkk, 2013).

Dalam menjalankan proses *taking action and communicating* kepada publik dibutuhkan etika dalam berkomunikasi untuk memudahkan proses penyampaian informasi terhadap publik. Salah satu jenis etika yaitu etika kepedulian (*ethics of care*) yang memperhatikan perasaan orang lain dan cara tindakan di dalamnya dapat berdampak pada perasaan atau hubungan seseorang itu penting Gilligan (dalam Simola, 2003 : 354). Di dalam etika kepedulian (*ethics of care*) terdapat teori *landscape of care* yang memiliki empat jenis yaitu *physical landscape*, *cultural landscape*, *political/economic landscape*, dan *human landscape* (Dias & Blecha dalam Fraustino & Kennedy, 2018).

Kedua landasan teori ini secara lebih mendalam akan dibahas ke dalam beberapa sub poin, seperti berikut :

1. Manajemen Komunikasi Krisis

Menurut Coombs (2019), krisis merupakan kejadian yang tidak terduga dan dapat merusak pengalaman serta harapan *stakeholders* mengenai segala hal yang dapat “mengancam atau mengganggu operasional organisasi” sehingga dapat menimbulkan ancaman finansial serta reputasi. Munculnya krisis tidak dapat disamakan dengan masalah sehari-hari. Maka dari itu, saat muncul suatu krisis diperlukan manajemen komunikasi dalam mengelola krisis yang didasari atas bagaimana menanggapi krisis (*crisis bargaining and negotiation*), menciptakan keputusan di saat krisis (*crisis decision making*), dan memonitor perkembangan krisis (*crisis dynamics*).

Dalam menjalankan manajemen komunikasi dalam mengelola krisis juga terdapat peran *public relations* di dalamnya sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik serta bermanfaat antara organisasi dengan publik (Cutlip, dkk, 2013). Dalam melaksanakan perannya, *public relations* menjalankan beberapa langkah proses. Menurut Cutlip, dkk (2013: 264), terdapat empat langkah proses *public relations* yakni *defining the problem*, *planning and programming*, *taking action and communicating*, dan *evaluating the program*.

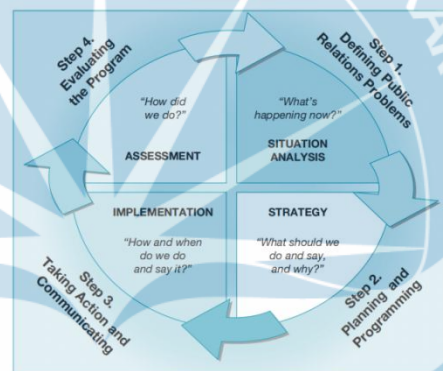


FIGURE 11.1 Four-Step Public Relations Process

Gambar 1.3 Bagan Langkah Proses Public Relations

Sumber : Cutlip, dkk (2013:264)

a) Mendefinisikan Problem atau Peluang (*Defining the Problem*)

Langkah pertama proses *public relations* yaitu *defining the problem* di mana tujuan dari tahap ini untuk mengetahui apakah situasi dan pendapat dalam masyarakat terhadap suatu langkah yang akan diambil, maupun yang sedang dilaksanakan dapat menunjang. Namun, di sisi lain juga dapat menghambat kegiatan organisasi tersebut. Langkah awal dalam tahap ini yaitu mengilustrasikan secara detail melalui analisis situasi. Proses *public relations* ini sama halnya

dengan mengelola krisis tahap pertama dan kedua yaitu identifikasi dan analisis krisis.

Menurut Rhenald Kasali (2003:231), terdapat langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam mengelola krisis. Langkah pertama yaitu identifikasi krisis di mana peran *public relations* diperlukan untuk melakukan penelitian. Mulai dari mengumpulkan data sampai dengan menarik kesimpulan. Langkah ini menjadi penetapan untuk mengetahui suatu masalah krisis. Hal ini menjadi penting karena untuk melihat kejelasan sebagai faktor yang menyebabkan timbulnya krisis.

Selanjutnya langkah kedua yakni analisis krisis di mana sebelum melakukan komunikasi, peran *public relations* diperlukan untuk melakukan analisis atau masukan yang diperoleh. Diperlukan keahlian *public relations* dalam menganalisis yakni membaca permasalahan yang ada. Selain itu, analisis yang dilakukan juga memiliki cakupan yang luas, mulai dari analisis parsial sampai analisis integral yang saling terkait. Terdapat beberapa pertanyaan yang dapat diajukan untuk menetapkan penanggulangan krisis yakni,

1. Apa penyebab terjadinya krisis itu (*What*)
2. Kenapa krisis itu bisa terjadi (*Why*)
3. Di mana dan kapan krisis tersebut terjadi (*Where and When*)
4. Sejauh mana krisis tersebut berkembang (*How far*)
5. Bagaimana krisis itu terjadi (*How*)

6. Siapa saja yang mampu mengatasi krisis tersebut (*Who*)

b) Perencanaan dan Pemograman (*Planning and Programming*)

Selanjutnya, langkah kedua proses *public relations* yaitu *planning and programming*. *Public relations* membuat *planning* yang merupakan perincian secara teratur dan berurutan terkait langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan *programming* merupakan susunan acara, mulai dari perincian waktu secara teratur tentang pelaksanaan langkah demi langkah sesuai yang ditetapkan dalam *planning*. Sama halnya dengan tahap keempat mengelola krisis yaitu pilihan strategi di mana aktivitas yang dilakukan sebelum mengambil langkah-langkah komunikasi untuk mengendalikan krisis. Organisasi perlu melakukan penetapan strategi generik yang akan diambil sebagai pedoman untuk mengambil langkah yang pasti (Kasali, 2003). Terdapat tiga strategi generik untuk menangani krisis yakni *defensive strategy* (mengulur waktu, tidak melakukan apa-apa), *adaptive strategy* (mengubah kebijakan, modifikasi operasional, meluruskan citra), dan *dynamic strategy* (sifatnya makro dan dapat mengubah karakter perusahaan).

Salah satu aktivitasnya yakni memperhatikan jenis pesan yang digunakan dalam tahap perencanaan dan program. Menurut Coombs (2019), terdapat dua jenis pesan yang akan dikeluarkan ketika di situasi krisis yakni *instruction information* dan *adjusting information*. *Instruction information* di mana pesan berisikan instruksi untuk

mencegah publik mengalami kerugian atau cedera secara fisik atau materiil akibat krisis tersebut. Sedangkan, *adjusting information* merupakan informasi yang berfungsi untuk melindungi publik dari kerugian secara emosional.

Adanya strategi pesan di dalam sebuah perencanaan dan program, tetap diperlukan unsur publikasi di dalamnya. Hal ini yang dilakukan oleh pihak *public relations* untuk mengetahui media apa yang akan digunakan dalam menunjang kegiatan tersebut. Menurut Cutlip, dkk (2013), terdapat 3 kategori dalam mengklasifikasikan media yaitu *the printed word*, *the spoken word*, dan *the image*. Pertama, *the printed word* di mana dapat dilakukan melalui majalah, brosur, ataupun naskah pidato. Kedua, *the spoken word* di mana dapat dilakukan dalam bentuk konferensi pers, *press interview* atau *meeting*. Terakhir, *the image* di mana dapat menggunakan media elektronik, media cetak, dan media sosial dengan bentuk iklan ataupun publikasi (*press release*). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan objek penelitian yaitu komunikasi krisis dalam program Jogo Tonggo yang akan didukung dengan strategi pesan dan strategi media di dalamnya.

c) Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi (*Taking Action and Communicating*)

Implementasi program Jogo Tonggo menjadi langkah yang ketiga dari proses *public relations* yakni mengambil tindakan dan berkomunikasi. Menurut Cutlip, dkk (2013), terdapat tiga hal yang

perlu diperhatikan dalam langkah mengambil tindakan dan berkomunikasi yaitu, pertama *The Action Component of Strategy* di mana sebagai public relations harus melakukan tindakan yang sifatnya “*acting responsively and responsibly*” dalam arti mau mendengar keinginan publik dan bertanggung jawab terhadap publik yang diwakilinya.

Selanjutnya kedua yaitu *The Communication Component of Strategy* di mana sebagai public relations harus fokus terhadap pengkomunikasian, dengan tetap mempertimbangkan seluruh komponen komunikasi baik saat menggunakan media, memodifikasi pesan sampai menggiring opini, sikap dan perilaku publik. Terakhir yakni implementasi strategi *public relations* yang memuat 7-Cs antara lain,

1. *Credibility* yaitu memperhatikan sumber komunikasi yang dianggap kompeten
2. *Context* yaitu pesan yang disampaikan harus sesuai dengan realita yang ada serta lingkungan di mana komunikasi itu akan dilakukan
3. *Content* yaitu pesan yang disampaikan harus dapat dimengerti oleh publik yang akan menerimanya
4. *Clarity* yaitu pesan yang disampaikan perlu menggunakan kata-kata ataupun bahasa yang sederhana dan perlu

diperhatikan kata- kata yang digunakan memiliki makna yang sama antara kedua belah pihak

5. *Continuity* dan *Consistency* di mana pesan komunikasi diharapkan dapat berkelanjutan dan konsisten dari waktu ke waktu sehingga dari segi publik makin dapat yakin dan percaya dengan program yang ada

6. *Channels* yaitu pemilihan media yang tepat dan dapat menjangkau publik

7. *Capability of the audience* di mana perlu memperhatikan kapasitas publik dalam menterjemahkan pesan yang disampaikan oleh sumber komunikasi

Langkah ketiga dari proses *public relations* ini sama halnya dengan mengelola krisis tahap terakhir yaitu program pengendalian. Menurut Rhenald Kasali (2003:231), program pengendalian merupakan langkah untuk menerapkan strategi yang telah disusun sebelumnya. Program pengendalian biasanya disusun di lapangan ketika krisis itu muncul.

d) **Mengevaluasi Program (*Evaluating the Program*)**

Setelah melakukan penerapan strategi melalui mengambil tindakan dan komunikasi, langkah terakhir yaitu mengevaluasi program di mana tujuan dari langkah ini untuk mengetahui pengaruh dari tahap komunikasi dari suatu program terhadap publik. Selain itu, dengan adanya evaluasi dapat melihat apakah kegiatan *public*

relations benar-benar dilaksanakan sesuai rencana penelitian atau tidak. Jadi, evaluasi menjadi tahap yang penting untuk keberlangsungan program ke depannya.

2. Etika Kepedulian (*Ethics of Care*)

Dalam menjalankan proses *public relations*, Diskominfo Jawa Tengah memperhatikan landasan prinsip etika. Terdapat beberapa jenis etika yakni etika keadilan dan etika kepedulian. Namun, terdapat beberapa perbedaan dalam pemaknaan kedua etika tersebut. Menurut Gilligan (dalam Simola, 2003 : 354), etika keadilan bercirikan memiliki orientasi menuju keadilan melalui timbal balik. Penekanannya pada penggunaan standar penilaian tertentu dan tidak mempertimbangkan atas situasi pengalaman seseorang. Hal ini yang membedakan dengan etika kepedulian di mana etika keadilan menekankan pada kejelasan serta kepastian. Sedangkan, etika kepedulian lebih menekankan pada penciptaan atau penguatan atas hubungan antar manusia (Gilligan dalam Simola, 2003 : 354).

Menurut Gilligan (dalam Simola, 2003 : 354), etika kepedulian mempertimbangkan perasaan orang lain dan cara tindakan di dalamnya dapat berdampak pada perasaan atau hubungan seseorang itu penting. Moral keprihatinan di dalamnya termasuk tindakan yang melawan ketidakpedulian terhadap orang-orang dan hubungan. Sebelumnya, Noddings (dalam Simola, 2003 : 352-353), menekankan bahwa pentingnya

“peduli” terhadap orang lain melalui suatu hubungan menjadi lawan dari “peduli tentang” orang lain secara abstrak dan berpendapat bahwa peduli itu melibatkan respon empati yang disesuaikan dengan kebutuhan individu tersebut. Lebih tepatnya kepekaan terhadap perasaan, kekhawatiran dan keadaan khusus bagi seseorang itu sangat penting bagi peningkatan hubungan interpersonal.

Keterlibatan *public relations* dengan etika kepedulian berkembang namun terbatas (Gilligan dalam Fraustino & Kennedy, 2018). Namun, di sisi lain etika kepedulian dikenal dalam berbagai ilmu salah satunya geografi feminis (Dias & Blecha dalam Fraustino & Kennedy, 2018). Salah satu teori yang muncul dari geografis feminis yakni *landscape of care* dengan asumsi “praktik kepedulian mencerminkan kondisi di mana itu terjadi”. Terdapat empat jenis *landscape of care* yakni *physical landscape*, *cultural landscape*, *political/economic landscape*, dan *human landscape*.

Pertama, *physical landscape* di mana *public relations* berfokus pada kontekstual fisik baik dari realitas hidup konsumen, penerima pesan, *stakeholders*, publik dan mitra. Sebagai contoh memperhatikan akses sumber daya material seperti infrastruktur, perumahan serta memperhatikan kendala geografis seperti jarak melintasi ke tempat kerja, rumah sakit, dan sistem pendukung (angkutan dan teknologi). Kedua, *cultural landscape* di mana *public relations* perlu memperhatikan pengetahuan situasional untuk memahami serta menghargai perbedaan

budaya tentunya dengan menginformasikan secara efektif dan efisien. Sebagai contoh memperhatikan norma sosial, struktur sosial, peran dari setiap gender, etika, serta memperhatikan orientasi individualistik maupun kolektivistik.

Ketiga, *political/economical landscape* di mana *public relations* memperhatikan bagaimana faktor politik dan ekonomi yang berkontribusi terhadap proses pesan serta tanggapan penerima pesan. Hal ini dikarenakan faktor sistem politik dan struktur ekonomi mempengaruhi integrasi publik. Sebagai contoh memperhatikan sistem politik, struktur ekonomi, distribusi pendapat, relatif kekayaan dan kemiskinan, pelayanan publik serta kebijakan dan norma-norma.

Terakhir, *human landscape* di mana *public relations* perlu memperhatikan bahwa elemen manusia individu dan kolektif merupakan sesuatu yang menonjol. Maka dari itu, perlu adanya sensitivitas dan kontekstual dalam upaya komunikasi yang disesuaikan. Sebagai contoh memperhatikan nilai emosionalitas seseorang, pengalaman individu, hubungan yang terjalin dengan keluarga, kerabat maupun jaringan yang ada, tingkat pendidikan, bahasa serta literasi seseorang.

F. Kerangka Konsep

Berdasarkan pemaparan teori di atas, penulis akan memberikan gambaran secara singkat mengenai kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian. Kerangka konsep ini bertujuan untuk menyajikan konteks penelitian dan sebagai

dasar dari *interview guide*. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan dua konsep yakni manajemen komunikasi krisis dan etika kepedulian (*ethics of care*). Penjelasan konsep pertama yang digunakan dalam penelitian yaitu manajemen komunikasi krisis.

Krisis dapat didefinisikan sebagai kejadian yang tidak terduga dan dapat merusak pengalaman serta harapan stakeholders mengenai segala hal yang dapat “mengancam atau mengganggu operasional organisasi” sehingga dapat menimbulkan ancaman finansial serta reputasi (Commbs, 2019). Saat muncul suatu krisis diperlukan manajemen komunikasi dalam mengelola krisis yang didasari atas bagaimana menanggapi krisis (*crisis bargaining and negotiation*), menciptakan keputusan di saat krisis (*crisis decision making*), dan memonitor perkembangan krisis (*crisis dynamics*) (Kasali, 2003:231). Dalam menjalankan manajemen komunikasi dalam mengelola krisis juga terdapat peran *public relations* di dalamnya sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik serta bermanfaat antara organisasi dengan publik (Cutlip, dkk, 2013). Dalam penelitian ini, Diskominfo Jateng sebagai *public relations* pemerintah Jawa Tengah memiliki peran untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik serta bermanfaat antara pemerintah Jawa Tengah dengan publik selama krisis pandemi Covid-19 berlangsung. Terdapat beberapa langkah proses *public relations* untuk menjalankan manajemen komunikasi krisis yaitu *defining the problem, planning and programming, taking action and communicating*, dan *evaluating the program* (Cutlip, dkk, 2013:264). Langkah proses *public relations* yang dibuat (Cutlip,dkk, 2013:264) tersebut kemudian

akan menjadi batasan penelitian ini, di mana pada penelitian ini proses *public relations* mulai dari *defining the problem, planning and programming, taking action and communicating* dan *evaluating the program* yang menjadi acuan bagi peneliti untuk memahami manajemen komunikasi krisis pada masa pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh Diskominfo Jawa Tengah.

Dalam proses *public relations*, menurut Cutlip, dkk (2013:264) pertama yaitu *defining the problem* di mana proses mengilustrasikan secara detail melalui analisis situasi untuk mengetahui apakah situasi dan pendapat dalam masyarakat terhadap suatu langkah yang sedang dilaksanakan dapat menunjang atau tidak. Proses *public relations* ini sama dengan tahap pertama dan kedua mengelola krisis. Menurut Rhenald Kasali (2003:231), tahap pertama mengelola krisis yaitu identifikasi krisis yang bertujuan untuk menekan risiko serta faktor ketidakpastian seminimal mungkin. Hal ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi dan menganalisis peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang terjadi dalam organisasi. Setelah itu, tahap kedua mengelola krisis yaitu analisis krisis yang dilakukan dengan metode wawancara yang diajukan untuk menetapkan penanggulangan krisis. Pertanyaannya antara lain, 1) Apa penyebab terjadinya krisis (*What*). 2) Mengapa krisis bisa terjadi (*Why*). 3) Di mana dan kapan krisis tersebut terjadi (*Where and When*). 4) Sejauh mana krisis tersebut berkembang (*How far*). 5) Bagaimana krisis itu terjadi (*How*). 6) Siapa saja yang mampu mengatasi krisis tersebut (*Who*).

Selanjutnya, dalam penelitian ini masuk pada proses *public relations planning and programming*. Menurut Cutlip, dkk (2013), *planning* berisikan

perincian secara teratur dan berurutan terkait langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan. Sedangkan *programming* merupakan susunan acara mulai dari perincian waktu secara teratur tentang pelaksanaan langkah demi langkah sesuai dengan planning. Sama halnya dengan tahap keempat mengelola krisis yaitu pilihan strategi di mana aktivitas yang dilakukan sebelum mengambil langkah-langkah komunikasi untuk mengendalikan krisis. Organisasi perlu melakukan penetapan strategi generik yang akan diambil sebagai pedoman untuk mengambil langkah yang pasti. Strategi generik yang digunakan yakni *adaptive strategy* seperti mengubah kebijakan, memodifikasi operasional, meluruskan citra sebagai pedoman mengambil langkah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek komunikasi krisis pada program jogo tonggo. Beberapa strategi pada komunikasi krisis yaitu strategi pesan dan strategi media. Menurut Coombs (2019), terdapat dua jenis pesan yang dikeluarkan di situasi krisis yaitu *instruction information* yang memberikan instruksi untuk mencegah publik mengalami kerugian secara fisik atau materiil dan *adjusting information* yang memberikan informasi untuk melindungi publik dari kerugian secara emosional. Sedangkan, dari unsur publikasi untuk strategi media terdapat tiga kategori yaitu *the printed word* (mejalah, brosur, naskah pidato), *the spoken word* (koferensi pers, *press interview*, meeting) dan *the image* (media elektronik, media cetak, media sosial, *press release*) (Cutlip, dkk, 2013).

Setelah merencanakan program jogo tonggo dengan beberapa strategi di dalamnya, saatnya masuk pada proses *public relations* ketiga yaitu *taking action and communicating*. Proses yang ketiga ini menjadi langkah implementasi dari

proses perencanaan sebelumnya. Sama halnya dengan tahap terakhir mengelola krisis yaitu program pengendalian di mana langkah menerapkan strategi yang telah disusun sebelumnya dan biasanya disusun di lapangan ketika krisis itu muncul (Kasali, R, 2003:231). Dalam mengambil tindakan dan berkomunikasi, menurut Cutlip, dkk (2013) *public relations* perlu memperhatikan tiga hal yaitu *The Action Component of Strategy*, *The Communication Component of Strategy*, dan implementasi strategi *public relations* yang memuat 7-Cs. Dalam penelitian ini, implementasi komunikasi krisis pada program joko tonggo memperhatikan implementasi strategi *public relations* yang memuat 7-Cs antara lain *credibility*, *context*, *content*, *clarity*, *continuity & consistency*, *channels*, dan *capability of the audience*. Dalam penelitian ini akan memperhatikan mulai dari sumber komunikasi, pesan sesuai realita, penggunaan kata dan bahasa, sifat pesan yang berkelanjutan, pemilihan media yang tepat, sampai memperhatikan kapasitas masyarakat Jawa Tengah.

Pada proses *public relations* penting dilakukan kegiatan kontrol dan evaluasi program. Menurut Cutlip, dkk (2013), mengevaluasi program memiliki tujuan yakni untuk mengetahui pengaruh dari tahap komunikasi dari suatu program terhadap publik. Selain itu, dapat melihat apakah kegiatan *public relations* benar-benar dilaksanakan sesuai rencana penelitian atau tidak. Dalam hal ini, Diskominfo Jawa Tengah melakukan bentuk evaluasi melalui laporan tiap bulan, kegiatan rapat rutin, dan media monitoring.

Saat merencanakan program pengendalian krisis covid-19 juga memperhatikan landasan prinsip etika. Adanya etika dalam berkomunikasi itu

penting karena dapat memudahkan proses penyampaian informasi terhadap publik. Dari banyaknya jenis etika dalam berkomunikasi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan etika kepedulian (*ethics of care*). Menurut Gilligan (dalam Simola, 2003:354), etika kepedulian merupakan etika yang memperhatikan perasaan orang lain dan cara tindakan di dalamnya dapat berdampak pada perasaan atau hubungan seseorang itu penting. Secara keterlibatan public relations dengan etika kepedulian memang berkembang dengan terbatas (Gilligan dalam Fraustino & Kennedy, 2018). Namun, ada salah satu teori yang muncul dari keterlibatan di antara dua hal tersebut yaitu *landscape of care* dari ilmu geografis feminis (Dias & Blecha dalam Fraustino & Kennedy, 2018).

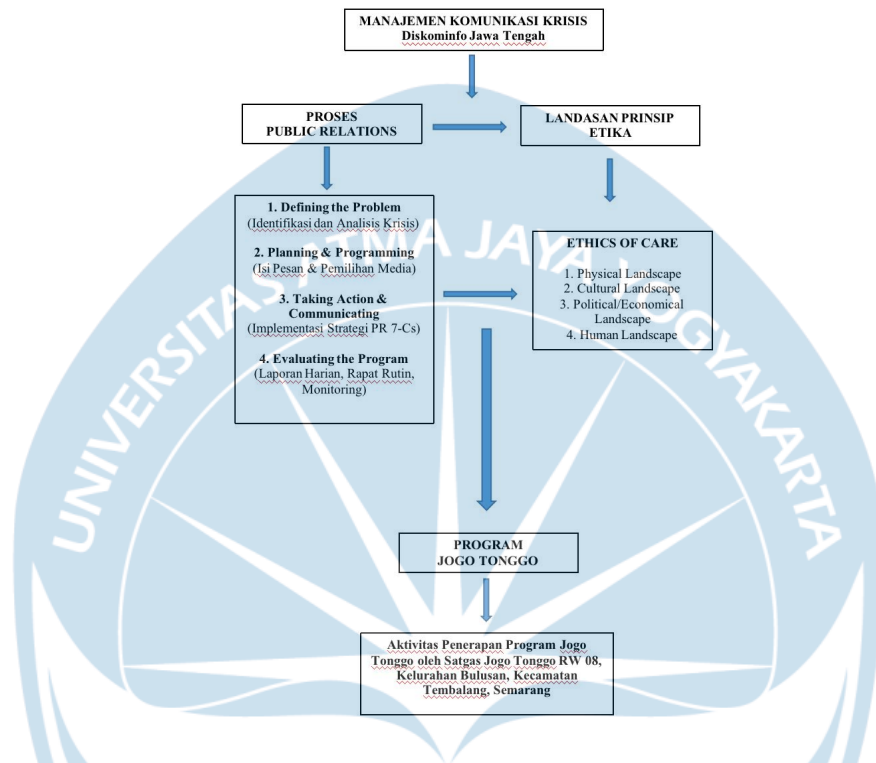
Dalam penelitian ini, berfokus pada teori *landscape of care* yang memiliki empat jenis yaitu *physical landscape*, *cultural landscape*, *political/economic landscape*, dan *human landscape*. Menurut Dias & Blecha (dalam Fraustino & Kennedy, 2018), jenis pertama *landscape of care* yaitu *physical landscape* di mana *public relations* perlu mempertimbangkan kontekstual fisik dalam tindakan dan komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, Diskominfo Jawa Tengah perlu mempertimbangkan seperti jarak ke rumah sakit, ketersediaan bahan pangan, ketersediaan tempat isoman ketika warga mengimplementasikan komunikasi krisis pada program jogo tonggo. Sama halnya dengan jenis *landscape of care* yang kedua yaitu *cultural landscape* di mana *public relations* perlu mempertimbangkan pengetahuan situasional untuk memahami serta menghargai perbedaan budaya yang ada. Dalam konteks penelitian ini, Diskominfo Jawa

Tengah perlu mempertimbangkan norma, adat istiadat, serta kebiasaan yang berlaku di setiap wilayah RW di Jawa Tengah.

Kemudian, *public relations* juga perlu mempertimbangkan jenis *landscape of care* yang ketiga yaitu *political/economical landscape* di mana faktor politik dan ekonomi berkontribusi terhadap proses pesan serta tanggapan penerima pesan. Dalam konteks penelitian ini, Diskominfo Jawa Tengah perlu mempertimbangkan seperti harapan pelayanan publik sampai tingkat kekayaan dan kemiskinan baik itu sumber daya alam maupun infrastruktur di setiap wilayah RW di Jawa Tengah. Terakhir, *public relations* juga perlu mempertimbangkan jenis *landscape of care* yang keempat yaitu *human landscape* di mana elemen manusia individu maupun kolektif merupakan sesuatu yang menonjol. Hal ini perlu disesuaikan karena menjadi sensitivitas dan kontekstual dalam upaya komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, Diskominfo Jawa Tengah perlu mempertimbangkan tingkat pendidikan dan bahasa yang digunakan masyarakat di setiap wilayah di Jawa Tengah. Selain itu, mempertimbangkan perihal hubungan yang terjalin antar masyarakat di setiap wilayah RWnya.

Berdasarkan konsep tersebut, pada penelitian kali ini membahas proses *public relations* meliputi hasil identifikasi krisis, isi pesan, pemilihan media, aktivitas komunikasi, dan aktivitas evaluasi dengan landasan prinsip *ethics of care* yang meliputi empat jenis *landscape of care* yang dilakukan oleh Diskominfo Jawa Tengah pada program pengendalian Covid-19 di Jawa Tengah yakni program jogo tonggo. Penelitian ini juga membahas aktivitas komunikasi penerapan yang dilakukan Satgas Jogo Tonggo RW 08, Kelurahan Bulusan,

Kecamatan Tembalang, Semarang. Secara lebih singkat kerangka konsep dalam penelitian kali ini divisualisasikan dalam gambar 1.5



Gambar 1.4 Bagan Kerangka Konsep

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2016, 15), penelitian kualitatif merupakan metode yang proses penelitiannya lebih bersifat *interpretive* di mana data hasil penelitian merupakan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan kasus yakni program jogo tonggo. Menurut Sugiyono (2016, 17), metode studi kasus adalah penelitian di mana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap suatu program,

kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh aktivitas dan waktu di mana peneliti akan melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian yakni komunikasi krisis dalam program joko tonggo.

3. Subjek Penelitian

Menurut Kriyantono (2006,163), subjek penelitian pada jenis penelitian kualitatif biasa disebut sebagai informan atau subjek riset. Informan atau subjek riset merupakan orang-orang yang dipilih untuk diwawancara sesuai dengan tujuan riset. Dalam mengumpulkan beberapa informan, ada yang disebut sebagai informan kunci (*key informan*) yakni seorang atau beberapa orang yang paling banyak menguasai informasi terkait objek yang sedang diteliti.

Subjek penelitian dalam penelitian ini ada dua pihak, pertama yaitu Diskominfo Prov. Jateng di mana selaku *public relations* pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Peneliti memilih 2 perwakilan yakni kabid informasi dan komunikasi publik yang disebut Diskominfo 1 dan kasi hubungan media dan komunikasi publik yang disebut Diskominfo 2. Pemilihan kedua perwakilan ini didasarkan pada tugas dalam Keputusan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah Nomor 360.2/1020 tentang Pembentukan

Tim Pelaksana Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah. Sesuai dalam keputusan tersebut, kbid informasi dan komunikasi publik menjadi koordinator hubungan masyarakat dengan rincian tugas yakni melaksanakan strategi komunikasi, komunikasi publik dan media monitoring.

Selanjutnya pihak kedua yaitu Satgas Jogo Tonggo di Jawa Tengah, peneliti memilih Satgas Jogo Tonggo di RW 08, Kelurahan Bulusan, Kecamatan Tembalang, Semarang. Hal ini dikarenakan RW tersebut sebagai wilayah yang mendapatkan peringkat nomor 1 dalam perlombaan Satgas Jogo Tonggo se- Jawa Tengah. Peneliti memilih lima perwakilan yakni ketua RW 08 selaku ketua jogo tonggo RW 08 yang disebut Satgas Jogo Tonggo 1, koordinator satgas jogo tonggo bidang kesehatan yang disebut Satgas Jogo Tonggo 2, satgas jogo tonggo bidang ekonomi yang disebut Satgas Jogo Tonggo 3, satgas jogo tonggo bidang sosial & keamanan dan hiburan yang disebut Satgas Jogo Tonggo 4.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016, 145), teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam suatu penelitian karena tujuan utama dari penelitian yakni untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini, peneliti memulai pengumpulan data dengan pihak dituju yakni Diskominfo Prov. Jateng dan satgas jogo tonggo di Jawa Tengah tentang komunikasi krisis dalam program Jogo Tonggo. Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini yaitu :

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016, 137), wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan studi pendahuluan untuk menjawab pertanyaan yang akan diteliti dan di sisi lain jika peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih detail dari responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur di mana peneliti sudah mempersiapkan instrumen penelitian terhadap responden. Peneliti membuat dua instrumen penelitian untuk responden pertama yakni Diskominfo 1 dan Diskominfo 2.

Peneliti memilih Diskominfo 1 sebagai penanggung jawab penyampaian informasi program jogo tonggo terhadap publik, peneliti memperoleh data seperti perencanaan program jogo tonggo, bentuk pesan yang ingin disampaikan kepada publik, dan bentuk koordinasi dengan beberapa pihak dinas terkait. Sedangkan, peneliti memilih Diskominfo 2 sebagai orang yang bertanggung jawab atas pemilihan media dan koordinasi dengan masyarakat seperti monitoring dan evaluasi. Proses wawancara Diskominfo 1 dan Diskominfo 2 ini dilakukan di kantor Diskominfo Prov. Jateng secara tatap muka satu kali.

Selanjutnya, peneliti membuat instrumen penelitian kedua untuk responden kedua yakni Satgas Jogo Tonggo 1, Satgas Jogo Tonggo 2, Satgas Jogo Tonggo 3 dan Satgas Jogo Tonggo 4. Peneliti memilih narasumber Satgas Jogo Tonggo 1 sebagai penanggung jawab pelaksanaan program Jogo Tonggo di wilayah tersebut. Sedangkan, peneliti memilih

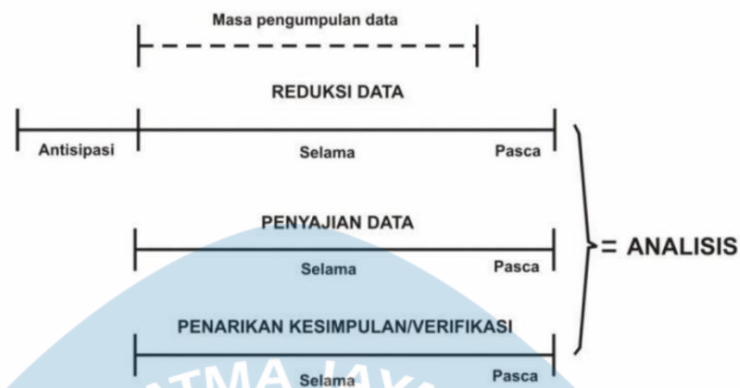
Satgas Jogo Tonggo 2, Satgas Jogo Tonggo 3 dan Satgas Jogo Tonggo 4 untuk melihat aktivitas komunikasi yang dilakukan di setiap bidangnya secara lebih terperinci. Proses wawancara dilakukan secara tatap muka satu kali di rumah Satgas Jogo Tonggo 1.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016, 240), temuan penelitian yang diperoleh dari wawancara akan lebih kredibel jika didukung dengan latar belakang dari masyarakat, sekolah, maupun cerita otobiografi. Studi dokumentasi ini dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya dari seseorang sebagai bagian pelengkap dalam teknik pengumpulan data. Studi dokumentasi dalam penelitian ini meliputi data dokumentasi poster jogo tonggo, data buku pedoman satgas jogo tonggo, visual aplikasi jogo tonggo, data sosialisasi melalui media sosial Diskominfo Jawa Tengah, dan dokumentasi fasilitas serta kegiatan jogo tonggo oleh satgas jogo tonggo RW 08, Kelurahan Bulusan, Kecamatan Tembalang, Semarang.

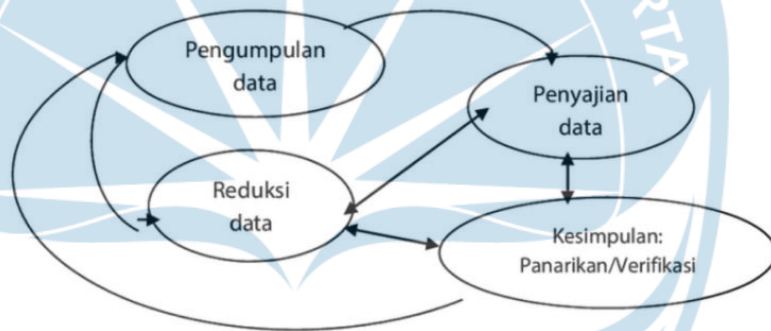
5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Miles & Huberman (1984) dalam Sugiyono (2016, 246) adalah kegiatan analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan langsung secara terus menerus sampai selesai, sehingga data akan jenuh. Analisis data juga dapat dipahami sebagai proses sistematis dalam mempelajari dan sistematis data yang diperoleh dari hasil kerja di lapangan.



Gambar 1.5 Komponen dalam Analisis Data (*Flow Model*)

Sumber : Sugiyono (2016, 246)



Gambar 1.6 Komponen dalam Analisis Data (*Interactive Model*)

Sumber : Sugiyono (2016, 246)

a. **Data Reduction (Reduksi Data)**

Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2016, 247) reduksi data yaitu langkah merangkum, memilah-milah pokok-pokok, memutuskan perhatian pada hal yang penting, menemukan tema dan pola. Pada penelitian ini, hasil dari wawancara narasumber dibuat transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tulisan secara verbal.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2016, 249) proses dalam melakukan *display data* selain dengan teks yang naratif juga dapat berupa grafik, matrik, dan *network*. Pada penelitian ini setelah dituangkan dalam bentuk tulisan verbal, peneliti mengelompokkan temuan data ke beberapa kategori sesuai tujuan penelitian yakni *defining the problem, planning & programming, taking action & communicating, evaluating the program*, dan *ethics of care*.

c. *Conclusion Darwing/Verification* (Kesimpulan)

Menurut Sugiyono (2016, 252), kesimpulan merupakan temuan baru yang berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas atau belum kuat keberadaannya. Verifikasi data dilakukan untuk mengetahui data terbaru dari seluruh proses tahap analisis hingga permasalahan yang terkait dengan komunikasi krisis pada program jogo tonggo yang akan terjawab sesuai dengan data dan permasalahan. Pada penilitian ini, peneliti melakukan interprestasi secara keseluruhan untuk mengambil kesimpulan.