

STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK TERKAIT PEMBERLAKUAN PSBB

Mollita Rusi, Elis Ujjantuti dan Lesmana Nahar

Universitas Paramadina Jakarta, Indonesia

Email: mollitarusi24@gmail.com, elisjia13@gmail.com dan lesmana1209@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima 2 Agustus 2020
Diterima dalam bentuk revisi
15 Agustus 2020
Diterima dalam bentuk revisi
20 Agustus 2020

Kata kunci:

Covid-19; Opini Publik;
PSBB; Indonesia; Lockdown.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui strategi pemerintah pusat dalam pembentukan opini publik bahwa keputusan pemberlakuan PSBB adalah lebih baik dibanding lockdown. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus dengan melakukan penelusuran dan analisa berita pada media konvensional seperti televisi, dan media cetak, serta media online dan media sosial untuk mendapatkan data. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pemerintah pusat nampaknya tidak terlalu fokus pada pembentukan opini publik bahwa kebijakan PSBB lebih baik dibandingkan dengan lockdown. Pemerintah memilih fokus membentuk opini publik bahwa ketaatan masyarakat dalam pelaksanaan PSBB adalah hal yang utama dalam upaya untuk memutus atau menghentikan penularan Covid-19.

Pendahuluan

Awal tahun 2020 ini, dunia digemparkan dengan munculnya wabah baru yang penularannya sangat cepat dan juga sangat mematikan. Wabah ini dilaporkan pertama kali ditemukan di wilayah Wuhan Tiongkok, dimana banyak pasien berdatangan ke rumah sakit karena mengalami gejala sakit yang diakibatkan virus yang belum dikenal. Li Wenliang adalah seorang dokter di rumah sakit Wuhan yang tampil sebagai whist leblower yang menyebarkan berita melalui media sosial bahwa para pasien mengalami gejala berupa radang paru-paru yang diakibatkan oleh virus misterius. Mendengar hal tersebut, pejabat kesehatan Tiongkok langsung bergerak untuk menyelidiki wabah misterius tersebut. Sejumlah pasien pertama yang terjangkit virus, diketahui memiliki akses ke pasar ikan Huanan yang juga menjual hewan liar. Kemudian pejabat kesehatan Tiongkok mengumumkan bahwa

penyebab para pasien jatuh sakit adalah Virus Corona jenis baru. Jumlah yang terinfeksi meningkat drastis dan menyebar dengan cepat ke seluruh dunia (Nugroho, 2020). Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Februari 2020 mengumumkan bahwa "Covid-19" menjadi nama resmi baru untuk Virus Corona yang pertama kali diidentifikasi di Tiongkok pada 31 Desember 2019 (Nugroho, 2020).

Dengan terus bertambahnya penyebaran Covid-19 ke seluruh dunia, dimana pada awal bulan Maret 2020 tercatat sudah lebih dari 118.000 kasus terkonfirmasi di 114 negara dan wilayah, dan 4.291 orang diketahui telah meninggal dunia, akhirnya pada tanggal 11 Maret 2020, Covid-19 diputuskan sebagai pandemi oleh WHO (Hatta, 2020). Menurut WHO, cara penyebaran virus Covid-19 adalah melalui tetesan air liur (droplets) atau muntah (fomites) yang terjadi ketika kita berkontak

dekat orang lain tanpa pelindung. Dengan kata lain, transmisi Virus Corona atau Covid-19 terjadi antara orang yang telah terinfeksi dengan orang lain. Sedangkan cara pencegahan penularan virus Covid-19 yang paling penting adalah sering cuci tangan dan menutup mulut serta hidung saat bersin atau batuk. Langkah pencegahan lain adalah membiasakan menjaga jarak dengan anggota masyarakat lain minimal dengan jarak satu meter (Widiyani, 2020).

Walaupun awalnya diyakini virus Covid-19 tidak ditemukan dan tidak akan masuk ke Indonesia, akhirnya pada awal Maret 2020, Covid-19 ditemukan pertama kali di Indonesia. Hingga tanggal 1 Juni 2020, jumlah orang yang terinfeksi Covid-19 berjumlah 26.940 orang dengan 1.641 orang meninggal dan 7.637 dinyatakan sembuh (Tugas, 2020). Virus yang telah dinyatakan oleh WHO sebagai pandemi ini tidak hanya berdampak buruk pada kesehatan dan hilangnya nyawa, juga melumpuhkan sedikit demi sedikit seluruh aspek kehidupan masyarakat dan negara khususnya sendi-sendi perekonomian di semua lapisan masyarakat tanpa terkecuali.

Dalam upaya menekan jumlah orang yang terinfeksi, sesuai dengan himbuan WHO adalah penerapan social distancing yang kemudian berubah menjadi physical distancing hingga ajuran lockdown yang salah satunya ditujukan kepada Indonesia. Namun, Presiden Jokowi menampik untuk melakukan lockdown dan lebih memilih PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang kemudian penerapannya diserahkan kembali kepada pemerintah daerah untuk mengajukan kebijakan tersebut. Di sisi lain, pemberitaan media juga santer menginformasikan bahwa sebelum PSBB ditetapkan, beberapa pemerintah daerah diketahui telah mengusulkan lockdown kepada pemerintah pusat. Tentu saja kebijakan PSBB melawan permintaan lockdown menimbulkan reaksi pro dan kontra publik. Ditambah lagi berbagai

pemberitaan media yang juga menyoroti perbedaan analisa dan strategi antara pemerintah daerah dan pusat dalam menerapkan PSBB. Hal ini menjadi topik dan isu yang ramai diperbincangkan hingga mendorong timbulnya berbagai opini di masyarakat.

Opini publik sangat penting dalam negara demokrasi seperti Indonesia karena tidak ada pemerintah yang dapat mencapai kesuksesan bila pemerintah tersebut tidak memperdulikan opini publik, karena tujuan pemerintah yang demokratis adalah sepenuhnya untuk kesejahteraan rakyat (Pethe, 2018). Suatu peraturan atau keputusan yang dibuat oleh pemerintah yang sejalan dengan opini publik akan lebih mudah diterima dan dilaksanakan dengan baik oleh rakyat.

Mengevaluasi persepsi publik tentang tindakan pemerintah adalah suatu hal yang sangat penting dilakukan oleh pemerintah, karena persepsi publik dapat dianggap sebagai input yang bermanfaat dalam pengembangan kebijakan (Canel, M. J., & Sanders, 2012). Oleh karenanya opini publik itu diperlukan untuk mengukur berhasil atau tidaknya sebuah pemerintahan dan kebijakan yang dibuat (Khusna, 2016).

Merujuk kepada latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas serta mempertimbangkan pentingnya opini publik, penelitian ini mengambil studi kasus pemberlakuan PSBB untuk menganalisa strategi apa yang dilakukan oleh pemerintah dalam membentuk opini publik terkait dengan kebijakan yang diambil?

Dalam penelitian ini peneliti fokus kepada pembentukan opini publik bahwa pemberlakuan PSBB oleh pemerintah pusat adalah lebih baik dibanding perberlakuan lockdown. Maka pertanyaan penelitian yang akan dan perlu dijawab pada akhir penelitian adalah:

“Bagaimana strategi pemerintah pusat dalam membangun opini publik bahwa

penerapan PSBB lebih baik daripada lockdown?”

Prof. W. Doop menjelaskan bahwa opini publik adalah pendapat umum yang menunjukkan sikap suatu kelompok terhadap suatu permasalahan yang terjadi. Sedangkan Willian Abig menyatakan bahwa opini publik adalah ekspresi dari keseluruhan anggota kelompok yang memiliki kepentingan atas permasalahan yang terjadi. Dari kedua pendapat tersebut dapat dipahami bahwa opini publik adalah (1) pendapat rata-rata dari suatu kelompok atas sesuatu hal yang dianggap penting, (2) kombinasi dari berbagai pikiran, kepercayaan, paham, prasangka, anggapan, dan hasrat, (3) sesuatu hal yang baku dan dapat berubah-ubah. Opini Publik merupakan aspek penting yang harus dikelola dalam aktivitas Public Relations agar tercipta opini positif yang dapat membangun citra atau reputasi yang bagi bagi lembaga atau organisasi yang berkepentingan (Tosepu, 2017).

Opini Publik adalah suatu pernyataan dari sikap dan opini dapat berubah-ubah dalam hal intensitas dan stabilitasnya. Opini Publik mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu (Morissan, 2018).

Menurut (Elvirano, 2012). ada tiga cara dalam membangun opini publik yaitu dengan tekanan (pressure), membeli (buying) dan bujukan (persuasive). Opini publik yang terbentuk karena adanya tekanan (pressure) banyak dipengaruhi oleh pengaruh, wibawa, karisma pribadi, maupun berdasarkan jabatan atau kekuatan tertentu. Memperoleh opini publik dengan membeli (buying) maksudnya adalah mendapatkan suara konsumen atas kepuasan pembelian atau dalam dunia politik disebut money politic untuk mendapatkan suara dukungan. Yang terakhir adalah opini publik yang dihasilkan melalui bujukan (persuasive) dengan tujuan mengubah opini yang bertentangan atau kontra beralih

menjadi opini yang menguntungkan atau berpihak pada organisasi (Sari, 2017).

Menurut (Strömbäck, J., & Kioussis, 2011). opini publik dapat dibentuk dengan cara memaksimalkan publisitas positif dan meminimalkan publisitas negatif, melakukan propaganda dan dengan cara persuasi. Media memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk dan mengendalikan opini publik karena media memiliki tiga sifat atau karakteristik yaitu ubikuitas, kumulatif dan konsonan. Sifat ubikuitas mengacu pada fakta bahwa media yang merupakan sumber informasi yang sangat luas karena mudah ditemukan dimana saja, sifat kumulatif media mengacu pada proses media yang selalu mengulang-ulang apa yang disampaikannya, kemudian sifat konsonan mengacu pada kesamaan kepercayaan, sikap dan nilai yang dianut oleh media massa (Neumann, E. N. Theory. In R. West, 2010). Karena pada kenyataannya bahwa media memegang kunci ruang publik dan dapat memiliki pengaruh besar pada pembentukan opini publik, tidak ada aktor atau institusi politik yang mampu mengambil alih peran media (Littlejohn et al., 2017).

Salah satu cara pemerintah mencapai tujuan untuk membangun opini publik adalah dengan kemampuannya menggunakan kemampuan media untuk membangun agenda publik. Ada dua cara bagi setiap pemerintah untuk mempengaruhi opini publik, yang satu adalah pengaruh langsung dan yang lainnya adalah pengaruh tidak langsung. Pengaruh langsung dilakukan pemerintah dengan cara melalui pidato dan konferensi pers yang dilakukan pada media. Pengaruh tidak langsung dapat dilakukan dengan iklan sosial atau iklan layanan masyarakat serta acara bincang-bincang/talkshow yang dilakukan pada media dengan membahas topik-topik yang diinginkan dibentuk sebagai opini publik oleh pemerintah (Essays, 2016) Pembingkaiannya dalam berita media massa dapat membentuk opini publik namun perlu

dipertimbangkan juga bahwa audiens media adalah pemain aktif dalam proses pembangunan opini publik. Mereka secara sadar memilih media yang akan digunakan dan konten untuk dibaca berdasarkan kebutuhan, kebutuhan, minat dan aspirasi mereka. Mereka juga mengartikan makna untuk isu-isu berbeda berdasarkan variasi dalam karakteristik pribadi (perbedaan individu) dan kebutuhan / kepentingan kelompok yang menjadi tempatnya dinamika kelompok (Oriola, M. O., & Ogbemi, 2016).

Media sosial mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi pendapat masyarakat. Upaya untuk memperoleh dukungan dari masyarakat luas yang cepat menjadi kekuatan media sosial dalam kecepatan penyampaian pesan (Susanto, 2017). Selain itu penyebaran berita online melalui media social memberikan pengaruh kuat melalui pengulangan, nada dan komposisi pada opini publik. Berita online yang lebih pendek memberikan pengaruh kuat pada opini media sosial dari pada artikel yang panjang (Gabore, S. M., & Xiuju, 2018). Penggunaan opinion leader di media sosial juga dapat digunakan untuk membujuk dan merubah serta membentuk pikiran dan opini publik (Weeks, B. E., Abreu, A. A., & de Zuniga, 2017).

Selain melalui media massa, opini publik dapat juga dibangun melalui komunikasi kelompok-kelompok yang berperan dan mempunyai pengikut dalam masyarakat seperti misalnya partai politik, kelompok-kelompok keagamaan, organisasi swadaya masyarakat, tokoh dan artis terkenal karena pendapat mereka dapat juga mempengaruhi opini publik yang menjadi pengikut atau fans mereka (Dur, 2018). dan dapat melalui komunikasi interpersonal (Hernawan, W., 2014).

Strategi komunikasi yang digunakan oleh pemerintah akan sangat berdampak pada persepsi publik dan sentimen mereka terhadap pemerintah yang akan berpengaruh kepada opini publik. Oleh karenanya pemerintah

perlu memperhatikan bagaimana mereka berkomunikasi dengan warga negara dan bagaimana mereka mengatasi masalah dan kebutuhan warga (Kim, S., & Krishna, 2018). Paparan informasi yang lengkap, diskusi, dan musyawarah yang dilakukan sebelum membuat suatu keputusan dapat meningkatkan kualitas opini publik dan modal sosial yang sangat besar bagi pemerintah dengan mengurangi ketidakpastian dan ambivalensi publik dan dengan meningkatkan partisipasi publik (Hallahan, 2011).

Pada penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat menunjukkan bahwa ada hubungan antara komunikasi presiden dengan penerimaan masyarakat terhadap suatu kebijakan negara. Tetapi yang lebih penting adalah "go public" telah menjadi strategi komunikasi dengan hubungan masyarakat politik menjadi lebih vital dari sebelumnya. (Strömbäck & Kioussis, 2011).

Metode Penelitian

Metode metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang merupakan penelitian naturalistik karena penelitian ini dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting) diharapkan dapat terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial dan persepsi sasaran penelitian tanpa tercemar oleh pengukuran formal, Dengan penelitian kualitatif peneliti akan langsung masuk ke obyek permasalahan, melakukan penjelajahan dan eksplorasi lebih mendalam terhadap obyek sehingga jawaban terhadap masalah dapat ditemukan dengan jelas. Peneliti dapat memahami proses dan interaksi sosial dan juga dapat menemukan pola-pola hubungan yang jelas. (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan metode studi kasus dengan melakukan penelusuran dan analisa berita pada media konvensional seperti televisi, dan media cetak, serta media online dan media sosial untuk mendapatkan data.

Data dikumpulkan dalam periode tanggal 2 Maret 2020 sampai dengan tanggal 6 Juni 2020 dengan analisa berita di media konvensional dan media online, website milik Kementerian Kesehatan, Sekretaris Kabinet, Gugus tugas Covid19, BNPB serta percakapan di media sosial Facebook, Twitter dan Instagram melalui akun-akun milik Kementerian Kesehatan, BNPB, Gugus Tugas Covid-19 dan akun media social Presiden Joko Widodo.

Hasil dan Pembahasan

Setelah sempat tidak ditemukannya kasus positif Covid-19 di Indonesia, kasus pertama ditemukan pada dua orang yang terdiri dari ibu dan anak warga Depok, yang langsung diumumkan oleh Presiden Jokowi didampingi oleh Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto pada tanggal 2 Maret 2020 dari Istana Negara Jakarta. Kedua warga Depok tersebut diduga tertular virus Covid-19 karena kontak langsung dengan warga negara Jepang yang datang ke Indonesia. Warga Jepang itu terdeteksi positif virus Covid-19 setelah meninggalkan Indonesia dan tiba di Malaysia. Tim Kemenkes pun segera melakukan penelusuran dengan siapa WN Jepang itu melakukan kontak selama di Indonesia.

Pada tanggal 15 Maret 2020, untuk mencegah penularan virus Covid-19 pemerintah pusat meminta kepala daerah seluruh Indonesia untuk meliburkan sekolah dan perkantoran, serta menyerukan untuk mulai belajar dari rumah dan bekerja dari rumah atau work from home. Selain itu, pemerintah pusat memerintahkan seluruh masyarakat Indonesia untuk #dirumahaja, demi memutus rantai penyebaran Covid-19.

Akibat semakin meningkatnya jumlah masyarakat Indonesia yang positif Covid-19 dan setelah melalui polemik yang cukup panjang dan usulan berbagai pihak untuk memberlakukan lockdown, bahkan beberapa daerah seperti kota Tegal dan Sorong telah terlebih dahulu memberlakukan penutupan

wilayahnya, akhirnya pada tanggal 30 Maret 2020 Presiden Jokowi mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 21 tahun 2020 untuk melaksanakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan status darurat kesehatan masyarakat, dimana pemberlakuan PSBB ini tidak seragam di semua daerah namun berdasarkan keputusan Menteri Kesehatan berdasarkan permintaan daerah yang bersangkutan. Dikutip dari PP No. 21 tahun 2020 tersebut bahwa dasar pertimbangan pemerintah memberlakukan PSBB adalah bahwa penyebaran Covid-19 dengan jumlah kasus dan/atau jumlah kematian telah meningkat dan meluas lintas wilayah dan lintas negara dan berdampak pada aspek politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan, serta kesejahteraan masyarakat di Indonesia, bahwa dampak penyebaran Covid-19 telah mengakibatkan terjadi keadaan tertentu sehingga perlu dilakukan upaya penanggulangan, salah satunya dengan tindakan Pembatasan Sosial Berskala Besar. Peraturan Pemerintah ini kemudian diikuti oleh Keputusan Menteri Kesehatan No. 9 tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19 dengan dasar pertimbangan yang sama dengan PP yang dikeluarkan oleh Presiden Jokowi.

Pemberlakuan PSBB ini menimbulkan pertanyaan dan menjadi perbincangan ditengah masyarakat. Ada dua hal yang sangat ramai dibicarakan oleh masyarakat terkait pemberlakuan kebijakan PSBB oleh pemerintah pusat. Pertama masyarakat tidak melihat adanya perbedaan antara PSBB yang diberlakukan oleh pemerintah dengan pemberlakuan physical distancing atau social distancing yang sudah diberlakukan sebelumnya, dimana sekolah diberlakukan belajar dari rumah, kantor diberlakukan bekerja dari rumah, tempat ibadah ditutup. Hal yang kedua adalah pertanyaan masyarakat, tentang apa alasan pemerintah pusat memberlakukan PSBB bukannya

melakukan lockdown sebagaimana yang disarankan banyak pihak sebelumnya termasuk beberapa kepala daerah dan WHO. Dalam beberapa kesempatan, Presiden Jokowi dan beberapa pejabat pemerintah pusat hanya menjawab bahwa penetapan PSBB adalah pilihan yang rasional dan dipilih berdasarkan dengan kondisi negara, baik geografis, demografi, karakter budaya, kedisiplinan dan kemampuan fiskal negara Indonesia.

Juru bicara pemerintah untuk percepatan penanganan Covid-19 Achmad Yurianto dalam konferensi pers-nya pada tanggal 8 April 2020 menyampaikan bahwa alasan pemberlakuan PSBB oleh pemerintah pusat karena jaga jarak fisik (physical distancing) yang selama ini dilakukan tidak efektif di tengah masyarakat dan hal inilah yang menyebabkan kasus positif Covid-19 di Indonesia terus meningkat.

Pada program talkshow televisi Mata Najwa yang ditayangkan pada tanggal 22 April 2020. Najwa Shihab sang host berkesempatan mewawancarai Presiden Jokowi seputar Covid-19 dengan mengangkat tema “Jokowi Diuji Pandemi”. Presiden Jokowi menjawab pertanyaan Najwa Shihab terkait keputusan mana yang menjadi prioritas pemerintah antara ekonomi atau kesehatan dan Jokowi menjawab, antara ekonomi dan kesehatan tidak dapat dipisahkan. Namun akhirnya dalam wawancara yang berdurasi lebih dari satu jam tersebut, Presiden menyampaikan alasan utamanya, memberlakukan PSBB ketimbang lockdown atau karantina wilayah karena pertimbangan ekonomi rakyat dan negara. Pernyataan ini kembali disampaikan oleh Presiden Jokowi dalam pernyataan resmi Presiden dalam konferensi pers melalui kanal youtube Sekretariat Presiden pada tanggal 7 Mei 2020. Pernyataan ini juga disampaikan melalui akun-akun media sosial Presiden Jokowi.

Sepanjang rentang waktu dari tanggal 2 maret 2020 sampai dengan 6 Juni 2020, terkait alasan pemberlakuan PSBB hanya

alasan umum yang berulang dinyatakan dalam siaran pers pemerintah pusat. Alasan terperinci tentang keputusan memberlakukan kebijakan PSBB tidak terlihat menjadi pesan komunikasi yang diagendakan secara dominan oleh pemerintah pusat dalam hal ini direpresentasikan oleh Presiden Jokowi untuk mempengaruhi atribut atau persepsi masyarakat dalam membangun opini publik. Dalam hal ini, peneliti tidak menemukan adanya kampanye komunikasi atau penjelasan yang dilakukan secara gencar serta konsisten yang disampaikan melalui media mainstream maupun media online lainnya termasuk media sosial dalam upaya menggiring dan membentuk opini publik bahwa pemberlakuan PSBB lebih baik dibanding lockdown.

Akan tetapi peneliti menemukan bahwa pemerintah pusat bersama seluruh instansi dan pihak yang bertugas untuk memerangi Covid-19 lebih fokus dan sangat gencar serta konsisten dalam mengkampanyekan tata cara atau regulasi bagaimana PSBB dapat diterapkan dan dipatuhi pelaksanaannya oleh masyarakat dengan tertib agar berhasil menekan laju penyebaran Covid-19. Melalui observasi, peneliti melihat bahwa semenjak kebijakan PSBB diumumkan oleh pemerintah pusat diikuti berita penerapan diberbagai wilayah di Indonesia, seluruh media massa baik koran, radio hingga televisi secara terus menerus mengkampanyekan penerapan PSBB. Demikian juga dengan media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram yang setiap hari ramai membicarakan PSBB termasuk didalamnya komentar positif maupun negatif, sehingga tagar #PSBB sempat menjadi trending topic di twitter. BNPB dan Kementerian Kesehatan yang bertugas menangani komunikasi krisis pandemi Covid-19 juga bertugas untuk mengelola media sosial setiap harinya dan terkait penerapan PSBB, influencer, tokoh terkemuka, ulama, artis dan tokoh-tokoh terkenal lainnya didaulat untuk memberikan penekanan agar kebijakan dijalankan sebagai

kebijakan terbaik untuk negara dan masyarakat. Tidak lupa akun-akun media sosial milik Presiden Jokowi turut aktif serta komunikatif dalam membangun interaksi dengan masyarakat atau publik terkait kebijakan pelaksanaan PSBB.

Pemerintah pusat juga gencar untuk mempersuasi atau mengajak masyarakat untuk selalu menerapkan protokol kesehatan untuk menghindari terpapar Covid-19 dimana pun mereka berada dengan menggunakan masker, membawa masker cadangan, membawa hand sanitizer di dalam tas, mencuci tangan dengan teratur dan dilarang keluar rumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak. Karena resiko penularan yang sangat cepat, kebijakan PSBB diharapkan dapat membangun mindset atau persepsi seluruh lapisan masyarakat bahwa pembatasan aktivitas dan mobilitas sehari-hari dilakukan untuk melindungi masyarakat.

Semua teori tentang pembentukan opini publik sebagaimana dipaparkan pada tinjauan pustaka di atas, dimulai dari penggunaan media konvensional maupun media online, media sosial, penggunaan influencer, kampanye melalui kelompok dan komunitas serta juga strategi komunikasi Presiden Jokowi yang “go public” dengan akun media sosial beliau, digunakan dengan baik dan konsisten oleh pemerintah pusat maupun daerah, sehingga terbangun opini publik tentang pentingnya mengapa PSBB harus dilaksanakan oleh seluruh masyarakat. Buah dari semua itu, hasil penerapan PSBB yang dinilai berhasil dan menjadi tolak ukur keberhasilan untuk penerapan di kota-kota lainnya adalah PSBB di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Menurut telesurvei yang dilakukan KedaiKOPI kepada warga Jabodetabek sebanyak 405 responden yang terdiri dari 47,7% laki-laki dan 52,3% perempuan, jawaban rata-rata responden berkisar di angka 8,40 (dalam skala 1 sampai 10), artinya responden menilai PSBB efektif

dalam menangkal penularan Covid-19. Berikut ini penilaian responden terhadap bentuk-bentuk PSBB yang ditanyakan dan tercatat oleh Kelompok Diskusi dan Kajian Opini Publik Indonesia (KedaiKOPI) pada 14-15 April 2020, dirilis lewat paparan tertulis: (Darmajati, 2020). Pembatasan moda transportasi (KRL, TransJakarta, dll): 8,7.

1. Penutupan fasilitas umum dan pelarangan kegiatan di tempat umum seperti Mal, tempat hiburan, dll: 8,6.
2. Pembatasan kegiatan sosial dan budaya seperti acara musik, pentas, dll: 8,6.
3. Peliburan sekolah dan tempat kerja: 8,5.
4. Penjagaan dan razia di titik-titik perbatasan daerah oleh polisi: 8,2.
5. Pembatasan kegiatan keagamaan (contoh: Jumatan, Kebaktian, dll): 8,0.

Kesimpulan

Dari hasil temuan diatas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa pemerintah pusat berfokus pada pembentukan opini publik mengenai mengapa pemberlakuan PSBB lebih baik dibandingkan dengan karantina wilayah atau lockdown, hal ini dibuktikan dengan tidak nampak adanya usaha pemerintah pusat yang gencar dan konsisten untuk menjelaskan alasan mengapa pemerintah memilih melaksanakan PSBB. Pemerintah memilih fokus dalam membentuk opini publik bahwa pemberlakuan PSBB itu penting untuk mencegah dan melindungi masyarakat dari penyebaran Covid-19 sehingga penting untuk dijalankan dengan baik. Aktivitas Public Relations pemerintahan dan gugus tugas terkait bagaimana membangun opini positif adalah dengan gencar dan konsisten melakukan kampanye sosial menggunakan semua media yang ada mulai dari media konvensional maupun online, media sosial baik milik instansi yang berkepentingan dan juga milik Presiden Jokowi hingga menggunakan jasa influencer agar pesan yang dikomunikasikan bersifat persuasive atau membujuk.

Dalam hal ini tentu saja pemerintah pusat memiliki alasan dan pertimbangan yang lebih penting mengapa opini publik yang dibangun adalah dari sisi manfaat penerapan PSBB bukan untuk membandingkan PSBB dengan lockdown. Berbagai informasi, publikasi dan siaran pers yang dilakukan pemerintah pusat juga untuk mengedepankan pentingnya PSBB mengapa perlu dilakukan mandiri oleh setiap wilayah, adalah untuk memastikan bahwa pemerintah dan jajaran terkait paham bahwa kepentingan tiap-tiap wilayah berbeda-beda sesuai kondisi yang dihadapinya. Kondisi ini sesuai dengan teori agenda indexing bahwa pada hal-hal yang kritis dan dapat membahayakan kepentingan negara, pemerintah harus melakukan pemilahan terhadap berita-berita yang perlu diberikan kepada publik (Lieber, P. S., & J., 2011).

BIBLIOGRAFI

- Canel, M. J., & Sanders, K. (2012). Government communication: An emerging field in political communication research. *The Sage Handbook of Political Communication*, 2, 85–96.
- Darmajati, D. (2020). *Survei KedaiKOPI: Publik Jabodetabek Nilai PSBB Efektif Lawan Corona*. Springer.
- Dur, A. (2018). How interest groups influence public opinion: Arguments matter more than the sources. *European Journal of Political Research*, 1(2), 1–22.
- Elvirano. (2012). *Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Essays, U. (2016). *Governments Influence On Public Opinion Media Essay*. Springer. <https://www.ukessays.com/>: <https://www.ukessays.com/essays/media/governments-influence-on-public-opinion-media-essay.php>
- Gabore, S. M., & Xiuju, D. (2018). Opinion Formation in Social Media: The Influence of Online News Dissemination on Facebook Posts Communicatio South African. *Journal for Communication Theory and Research*, 44(2), 20–40.
- Hallahan, K. (2011). Political Public Relation and Strategic Framing. *Political Public Relation Principles and Applications*, 69(4), 177–213.
- Hatta, R. T. (2020). Alasan WHO Tetapkan Virus Corona COVID-19 Sebagai Pandemi. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 117, Issue 28). National Acad Sciences.
- Hernawan, W., & M. (2014). Strategi Public Relations dalam Membentuk Opini Publik Tentang Pencitraan di PT. Bukit Asam (Persore) Tbk. Unit Pelabuhan Tarahan-Bandar Lampung. *Jurnal Kom Dan Realitas Sosial*, 4, 174–189.
- Khusna, I. (2016). Opini Publik Cerminan dari Pemerintah dan Kebijakannya. *Promedia*, 2(1), 120–137.
- Kim, S., & Krishna, A. (2018). Unpacking Public Sentiment Toward the Government: How Citizens' Perceptions of Government Communication Strategies Impact Public Engagement, Cynicism, and Communication Behaviors in South Korea. *International Journal of Strategic Communication*, 2(12), 215–236.
- Lieber, P. S., & J., G. G. (2011). Political Public Relations, News Management and Agenda Indexing. *Political Public Relations Principles and Applications*, 306(14), 55–74.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *The Theory of Human Communication*. Illinois. Waveland Press, Inc.
- Morissan. (2018). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, Cetakan ke 4. Jakarta: In

- Prenadamedia Group*. American Association for the Advancement of Science.
- Neumann, E. N. Theory. In R. West, & L. H. T. (2010). *Introducing Communication Theory Analysis and Application Fourth Edition*. American Psychological Association.
- Nugroho, R. S. (2020). Ini Alasan WHO Memberi Nama Resmi Covid-19 untuk Virus Corona. *Www.Kompas.Com: Htps://Www.Kompas.Com/Tren/Read/2020/02/12/063200865/Ini-Alasan-Who-Memberi-Nama-Resmi-Covid-19-Untuk-Virus-Corona, February*, 12.
- Oriola, M. O., & Ogbemi, O. B. (2016). News Analysis as a Media Content for Public Opinion Formation and Moulding. *Benin Mediacom Journal*, 10, 77–90.
- Pethe, R. (2018). Why should public opinion matter in a country? *International Journal of Advance Research and Development*, 3(7), 66–69.
- Sari, A. (2017). *Dasar Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta. Deepublish.
- Strömbäck, J., & Kioussis, S. (2011). *Political public relations: Principles and applications*. Taylor & Francis.
- Strömbäck, J., & Kioussis, S. (2011). Political Public Relation Defi ning and Mapping an Emergent Field. *Journal of Communication*, 60(2), 1–32.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta. EdArXiv.
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379–398.
- Tosepu, Y. A. (2017). Pendapat Umum dan Jejak Pendapat, Teori Konsep dan Aplikasi . Makassar. In *ebook*.
- Tugas, T. K. (2020). *Kasus Positif COVID-19 Naik 467 Orang, Sebanyak 15 Provinsi Tak Laporkan Penambahan Kasus*.
- Weeks, B. E., Abreu, A. A., & de Zuniga, H. G. (2017). Online influence? Social media use, opinion leadership, and political persuasion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), 214–239.
- Widiyani, R. (2020). Cara Penyebaran Virus Corona COVID-19 Menurut WHO. Retrieved from *Detik News*.

Copyright holder :
Mollita Rusi, Elis Ujiantuti dan Lesmana Nahar (2020).

First publication right :
Jurnal Syntax Transformation

This article is licensed under:

