

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Covid-19 telah memberikan dampak yang luar biasa terhadap berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Penyebaran virus yang tidak dapat di lihat oleh mata memaksa pemerintah untuk memutar otak dalam menangani kasus ini. Virus ini muncul pertama kali di Wuhan, Cina dan telah di umumkan oleh *World Health Organization* (WHO) atau Badan Kesehatan Dunia sebagai *pandemic* akhir tahun 2019 (BBCNEWS, 2021). Pemerintah sudah berupaya untuk memberikan sebuah kebijakan dalam upaya mencegah persebaran virus yang lebih luas. Penyebaran virus yang massif membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan yang sangat beragam seperti salah satunya upaya untuk melakukan pembatasan terhadap kegiatan kemasyarakatan. Adapun upaya yang dilakukan pemerintah pusat melalui Kementerian Kesehatan tercermin dari adanya kebijakan 5M yang digencarkan secara terus menerus di kalangan masyarakat seperti mengurangi mobilitas, mencuci tangan, menjaga jarak, menghindari kerumunan, dan memakai masker (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021).

Kebijakan pemerintah ini dilaksanakan secara nasional, artinya semua daerah menerapkan kebijakan yang telah di tetapkan oleh pusat. Namun dalam rangka untuk mendisiplinkan warga masyarakat untuk menjalankan kebijakan dari pemerintah dibutuhkan mekanisme implementasi kebijakan yang komprehensif disertai dengan komunikasi yang konsisten. Masa pandemi covid-19 memang membuat seluruh sektor dituntut untuk cepat berubah dan berbenah terutama terkait dengan kinerja pemerintahan dari level pusat sampai daerah. Sepertinya terkait dengan kinerja yang telah dilakukan oleh pemerintah pusat yang tercermin dari kebijakan yang dikeluarkan oleh Presiden Joko Widodo masih belum memuaskan masyarakat. Hal ini tercermin dari hasil analisa Lembaga Survei Indonesia (LSI)

yang memaparkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dari Presiden Joko Widodo dalam menangani pandemi covid-19 hanya sebesar 43% (Dzulfaroh, 2021).

Reaksi dari publik yang beragam terhadap penanganan covid-19 oleh pemerintah juga dilandasi oleh kasus positif covid-19 yang masih belum bisa terkendali. Laporan terbaru yang diperoleh dari situs (Covid19.go.id, 2021) telah tercatat sebanyak 4.066.404 kasus aktif yang terjadi di Indonesia. Selain krisis kesehatan yang telah disebutkan sebelumnya, persoalan pandemi covid-19 yang belum mereda ditambah lagi dengan berbagai dampak yang ditimbulkannya membuat pemerintah dari semua tingkatan untuk bisa menanggulangnya. Hal lain yang dapat muncul adalah mengenai krisis pada komunikasi pemerintahan dan ruang publik yang implementasinya masih belum optimal. Adapun pada era media baru saat ini yang ditampilkan oleh pemerintah selaku pemangku kepentingan publik malah mengalami krisis terutama pada sektor komunikasinya. Keadaan ini sangat didasari juga oleh banyaknya hoax yang beredar saat pandemi covid-19 (Chumairoh, 2020).

Dengan kondisi serba krisis seperti ini sudah seharusnya komunikasi yang ditampilkan oleh pemerintah kepada masyarakat harus memiliki peran yang maksimal. Apalagi dengan banyaknya opini, isu, maupun hoax yang beredar di kalangan masyarakat dengan memanfaatkan media sosial juga harus mampu diakomodir oleh pemerintah. Sebagai bagian dari wakil pemerintah pusat di daerah, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah berperan krusial untuk membantu pemerintah pusat dalam menanggulangi pandemi covid-19 terutama dalam skala lokal. Terlebih jika mengacu data yang diperoleh dari (Covid19.go.id, 2021) menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Tengah pada bulan Agustus 2020 menjadi wilayah ketiga yang memiliki kasus aktif covid-19 tertinggi di Indonesia. Adapun terkait dengan data persebaran wilayah yang memiliki kasus aktif yang tinggi dapat dilihat melalui gambar berikut:

Gambar 1.1

Grafik Data Perkembangan Kasus Positif Covid-19 Mingguan di Indonesia



Sumber : <https://covid19.go.id/>

Gambar tersebut menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Tengah menjadi wilayah ketiga dengan jumlah kasus covid-19 tertinggi setelah Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Timur yakni sebanyak 13.785 kasus.

Padahal penetapan status tanggap darurat terkait bencana non alam covid-19 di Provinsi Jawa tengah sudah berlangsung sejak 27 Maret 2020 (jatengprov.go.id, 2020). Hal ini dilandasi dengan keluarnya Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 360/3 Tahun 2020 tentang Penetapan Status Tanggap Darurat Bencana Covid-19 di wilayah Provinsi Jawa Tengah. Perlu diketahui bahwa dalam kaitannya dengan penanggulangan covid-19 Pemerintah Provinsi Jawa Tengah telah menetapkan tiga fokus penanganan yakni pada aspek kesehatan, ekonomi, dan jaring pengaman sosial. Dalam masa awal terkait dengan penanganan pandemi covid-19 Pemerintah Provinsi Jawa Tengah tidak menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) seperti beberapa provinsi lainnya di Indonesia (Mohay, 2020).

Selain memiliki kasus aktif yang tinggi, Provinsi Jawa Tengah juga mengalami kenaikan kasus covid-19 yang signifikan secara mingguan dari 837 kasus menjadi 1.309 kasus. Jika dibuat dalam persentase jumlah kenaikan kasus di Provinsi Jawa Tengah mencapai 56,4%. Dengan wilayah yang memiliki tingkat resiko tinggi terhadap penularan covid-19 maka koordinasi antara pemerintah pusat dengan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah harus berjalan dengan lancar. Belum lagi paket kebijakan yang sudah dikeluarkan melalui Gubernur Ganjar Pranowo seperti Jogo Tonggo yang dikeluarkan sejak 25 April 2020 dan telah memperoleh 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 Penangan Covid-19 (Jatengprov.go.id, 2020).

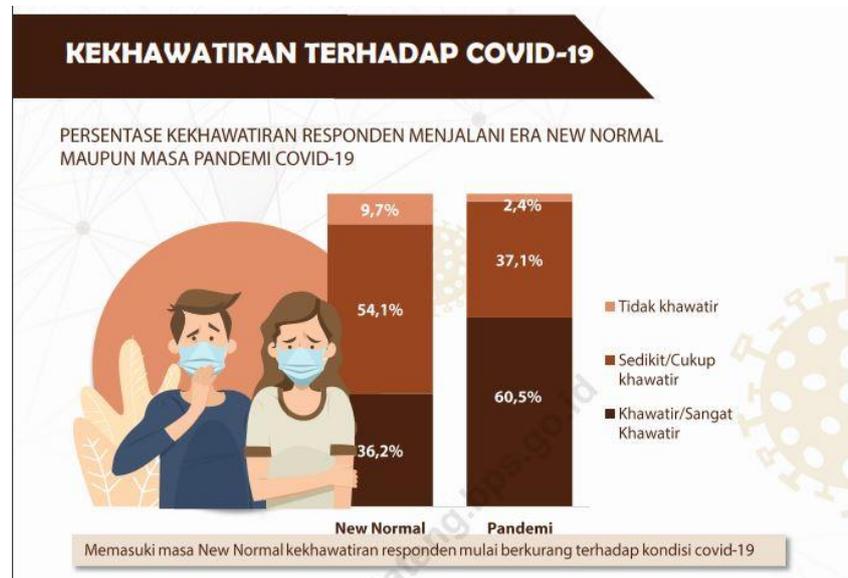
Pemerintah Provinsi Jawa Tengah telah membentuk Satuan Tugas dalam hal Percepatan Penanganan Covid-19 Berbasis Masyarakat di Tingkat Rukun Warga (RW) dengan dikerluarkannya Instruksi Gubernur Nomor 1 Tahun 2020 tentang Pemberdayaan Masyarakat dalam Percepatan Penanganan Covid-19 pada tingkat Rukun Warga (RW) dengan membentuk Satuan Tugas Jogo Tonggo. Setelah pembentukan Satgas Jogo Tonggo tersebut, Badan Pusat Statistik Pemerintah Provinsi Jawa Tengah pada bulan Juli 2020 mengeluarkan hasil survei mengenai profil masyarakat Jawa Tengah pada era new normal yang dikaji dari aspek sosial dan ekonomi akibat pandemi covid-19. Adapun secara lebih detailnya dalam paparan survei tersebut telah dengan gamblang menjelaskan diantaranya mengenai kebijakan new normal, imunisasi untuk flu, kekhawatiran terhadap covid-19, pekerja paling terdampak, sampai dengan aktivitas yang dilakukan saat pembatasan aktivitas kegiatan kemasyarakatan berakhir.

Menindaklanjuti dari keluarnya program “Jogo Tonggo” yang dikeluarkan tiga bulan sebelumnya memperlihatkan bahwa berdasarkan hasil survei yang dirilis oleh Badan Pusat

Statistik Provinsi Jawa Tengah dalam hal kekhawatiran terhadap covid-19 memperlihatkan gambar seperti berikut:

Gambar 1.2

Data Kekhawatiran Masyarakat Jawa Tengah Terhadap Covid-19



Sumber : <https://jateng.bps.go.id/>

Dari gambar tersebut sudah jelas menunjukkan bahwa persentase kekhawatiran dari masyarakat Jawa Tengah dalam menjalani era new normal maupun masa pandemi covid-19 mengalami perbedaan yang signifikan. Saat sebelum pemberlakuan new normal masyarakat Jawa Tengah mengalami kekhawatiran terhadap covid-19 dengan persentase sebesar 60,5%. Situasi kekhawatiran tersebut berubah ketika memasuki fase new normal yakni mengalami penurunan menjadi 36,2%.

Kondisi saat kekhawatiran muncul yang dirasakan oleh masyarakat Jawa Tengah tersebut juga diperkuat dengan keluarnya hasil survei selanjutnya dari (Statistik, 2020) yang mengkaji tentang dampak covid-19 dari aspek sosial demografi di Provinsi Jawa Tengah. Menurut hasil survey tersebut tingkat kekhawatiran terhadap kondisi yang terjadi akibat pandemi covid-19 khususnya dalam hal pemberitaan di media mencapai angka kekhawatiran

yang cukup tinggi yakni sebesar 60,5%. Hal tersebut menunjukkan di era media baru seperti sekarang menunjukkan pentingnya narasi pemberitaan yang positif. Apalagi dalam era media baru pada masa pandemi covid-19 mengharuskan Pemerintah Jawa Tengah untuk mampu memaksimalkan peran media sosial dan media massa online sebagai ruang untuk mengkampanyekan kebijakannya. Dengan banyaknya program yang bermunculan seperti Jogo Tonggo, Gerakan di Rumah Saja, sampai Eling lan Ngelingke perlu dibarengi dengan komunikasi krisis yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah secara konsisten (Jatengprov.go.id, 2021).

Maka perlu kemudian dalam melakukan komunikasi pemerintahannya terutama dalam penanganan pandemi covid-19, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk membentuk citra yang positif serta dapat menyebarkan informasi secara cepat, tepat, dan konsisten. Selain hal tersebut Pemerintah Provinsi Jawa Tengah sebagai pengendali kebijakan dalam skala lokal harus mampu untuk mengelola komunikasi krisis di masa pandemi covid-19 dengan menempatkan isu-isu strategis seperti penerapan protokol kesehatan, vaksinasi, PCR, bantuan sosial maupun yang lainnya sebagai dasar dari praktik komunikasi pemerintahannya. Maka dari itu, merujuk berbagai fakta-fakta terkait penanganan pandemi covid-19 yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Komunikasi Pemerintahan di Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Komunikasi Krisis Dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya. Maka pertanyaan yang muncul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah di masa pandemi covid-19 dilihat dari perspektif komunikasi krisis?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah di masa pandemi covid-19 dengan menggunakan perspektif komunikasi krisis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dapat menjadi salah satu model lain dari komunikasi pemerintahan yang sudah pernah dilakukan oleh pemerintah terutama dalam hal ini Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Selain hal tersebut penelitian ini secara spesifik memiliki harapan dapat menjadi bahan pembelajaran dari mata kuliah Komunikasi Pemerintahan di Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan keilmuan Ilmu Pemerintahan pada umumnya. Dari studi kasus yang diambil oleh penulis harapannya juga dapat menjadi studi perbandingan dari provinsi lain dalam mengimplementasikan teori komunikasi pemerintahan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang signifikan secara praktik bagi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam menjalankan komunikasi pemerintahan yang menempatkan penanganan covid-19 pada perspektif komunikasi krisis. Sehingga yang menjadi fokus kebijakan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam penanganan covid-19 yang terdiri dari aspek kesehatan, ekonomi, dan jaring pengaman sosial dapat terwujud dan masyarakat Jawa Tengah dapat merasakan kehadiran dari program-program yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah secara nyata.

1.5 Tinjauan Pustaka

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Hasil Temuan
1.	(Tulung et al., 2021)	Instagram Sebagai Media <i>Government Public Relations</i> Kementerian Komunikasi dan Informatika di Masa Pandemi Covid-19	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kemenkominfo sebagai komunikator dan mediator tentang penanganan pandemi covid-19 di Indonesia menggunakan konsep <i>Government Public Relations</i> yakni melalui pemanfaatan instagram sebagai media untuk berinteraksi dengan masyarakat. Sebagai penyalur informasi utama dari pemerintah terkait covid-19, kemenkominfo memiliki akun resmi tersendiri yang dikelola sendiri oleh Humas Kemenkominfo.
2.	(ALKOMARI, 2020)	Analisis Komunikasi Krisis Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo Menghadapi Pandemi Covid-19	Penelitian ini lebih menitikberatkan pada komunikasi krisis yang dijalankan oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam penanganan pandemi covid-19 di Provinsi Jawa Tengah. Secara spesifik pelaksanaan dari komunikasi krisis didukung dengan analisis menggunakan teori <i>Situasional Crisis Communication</i>

			(SCC). Namun komunikasi krisis yang dibangun oleh Ganjar Pranowo lebih dititikberatkan pada motif dari politik pencitraan yang sedang dmunculkan oleh sang Gubernur.
3.	(Venus et al., 2020)	Komunikasi Krisis Forum Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Menghadapi Pandemi Covid-19	Penelitian ini menghasilkan bahwa komunikasi krisis yang dijalankan oleh Forum Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat (Fekraf KBB) sudah menggunakan berbagai saluran komunikasi yang ada ditengah pandemi covid-19 yang meliputi seluruh tahapan dan prinsip dari pelaksanaan komunikasi krisis. Adapun tahapan-tahapan yang sudah dilalui oleh Fekraf KBB meliputi <i>crisis preparedness, initial respons, corrective & reaction, dan evaluation.</i>
4.	(Aziz & Wicaksono, 2020)	Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia Dalam Penanganan Covid-19	Komunikasi krisis yang digunakan oleh pemerintah Indonesia dalam penanganan covid-19 menekankan pada langkah <i>apologia</i> dan <i>compensation</i> dengan menggunakan strategi <i>rebuilding posture.</i> Sehingga dalam penelitian ini komunikasi

			<p>krisis yang digunakan oleh pemerintah dalam menangani krisis akibat pandemi covid-19 harus menunjukkan, (1) sense of crisis dari pemerintah kepada seluruh <i>stakeholder</i> lainnya dan tentunya publik pada khususnya. Selain itu, komunikasi yang dijalankan harus berangkat dari tataran tertinggi yakni pusat sampai daerah maupun lingkup paling terkecil seperti Rukun Tetangga (RT). Kemudian, yang paling penting adalah pemerintah sudah seharusnya untuk memperkuat penyebarana dari berbagai pesan komunikasi untuk disampaikan kepada publik.</p>
5.	(Indah & Goeritman, 2021)	<p>Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial</p>	<p>Penelitian ini memasukkan unsur media sosial dalam pelaksanaan komunikasi krisis. Apalagi penggunaan komunikasi krisis yang digunakan oleh pemerintah dengan menggunakan media sosial telah mengalami pergeseran dari yang awalnya berisikan propaganda menjadi melibatkan publik dan juga menekankan pada transparansi. Sebagai hasilnya dalam penelitian ini sudah mampu untuk membaca</p>

			<p>peluang dari merebaknya penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang sering digunakan oleh masyarakat sehingga komunikasi krisis yang digunakan oleh pemerintah lebih menysar kepada penggunaan dari media sosial. Namun yang perlu ditekankan dalam penelitian ini adalah akses internet dan sarana prasarana yang belum tentu dimiliki oleh semua kalangan masyarakat, sehingga komunikasi pemerintah bisa saja menemui hambatan dan tantangan dalam pelaksanaannya bahkan berujung parsial saja.</p>
6.	(Ardiyanti, 2020)	<p>Komunikasi Media yang Efektif Pada Masa Pandemi Covid-19</p>	<p>Pemerintah dalam melakukan penanganan pandemi covid-19 melalui komunikasi media mendapatkan hasil yang belum efektif. Hal ini disebabkan oleh blundernya pernyataan pemerintah yang kerap kali berlebihan. Hal ini berbeda dengan pemerintah Korea Selatan yang berhasil melakukan komunikasi krisis yang baik sejak awal krisis terjadi akibat pandemi covid-19 terjadi di Negara Korea Selatan. Sehingga dalam penelitian ini</p>

			menyimpulkan bahwa komunikasi krisis berbasis media harus mempertimbangkan aspek budaya atau dalam hal ini pemerintah harus memperhatikan budaya yang ada di masyarakat Indonesia.
7.	(Okt ariani & Wuryanta, 2020)	Komunikasi Pemerintah Melalui Media Center Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kepada Publik	Media Center Gugus Tugas Penanganan Covid-19 menjadi titik perhatian bagi penerapan komunikasi pemerintah kepada publik. Dalam penerapannya, media center ini berfungsi sebagai wadah diseminasi informasi kepada publik mengenai bagaimana, apa, dan mengapa tentang covid-19. Namun dalam penerapan komunikasi model ini lebih cenderung satu arah saja dan tidak mampu untuk membantu suatu informasi secara integral yakni sebagai pusat informasi, dokumen, dan kearsipan.
8.	(Ardiyanti, 2020)	Komunikasi Pemerintahan Dalam Penanganan Pandemi Covid-19	Dalam penelitian ini membuktikan bahwa dalam pelaksanaan komunikasi pemerintahan mengenai penanganan covid-19 memiliki empat permasalahan utama yakni sosialisasi yang minim terkait dengan beberapa isu, tidak akuratnya penyediaan

			data dan informasi, tidak efektifnya komunikasi dari organisasi pemerintahan, dan rendahnya tingkat kepercayaan dari publik.
9.	(Sulistyowati & Hasanah, 2021)	Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia dalam Penanganan Covid-19 pada Majalah TEMPO Edisi Maret-Juli 2020	Penelitian ini mengungkap bahwa strategi dalam komunikasi dapat memberikan kejelasan terhadap implementasi kebijakan dari pemerintah terutama dalam menangani pandemi covid-19. Secara khusus dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa <i>framing</i> dari majalah Tempo. Menurut <i>framing</i> yang sudah dilakukan melalui majalah Tempo pada bulan Maret-Juli 2021 menunjukkan bahwa pemerintah belum melakukan strategi komunikasi yang tepat dalam menangani pandemi covid-19 yang dimulai dari awal pandemi sampai masa <i>new normal</i> berlangsung.
10.	(Indasari & Anggriani, 2020)	Krisis Komunikasi Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pemberitaan Penyebaran Covid-19 melalui Udara)	Hasil penerlitan ini menjelaskan bahwa telah terjadi krisis komunikasi dalam masa pandemi covid-19 yang dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan dari masyarakat terutama kepada World Health Organization (WHO) sebagai

			<p>sumber utama terkait covid-19. Padahal berdasarkan pada teori komunikasi krisis Badan Kesehatan Dunia tersebut sudah berusaha kembali untuk membangun kepercayaan publik dengan tidak mengemukakan tindakan dari para peneliti yang beranggapan bahwa WHO sudah tidak kredibel lagi dalam memberikan informasi kepada masyarakat.</p>
11	(Solihin, 2021)	<p>Implementasi Big Data Pada Sosial Media Sebagai Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah</p>	<p>Big Data dalam masa pandemi covid-19 dapat digunakan oleh pemerintah sebagai bahan dalam mengidentifikasi masalah ataupun isu yang berkaitan dengan krisis kesehatan yang menimbulkan kerugian pada berbagai pihak. Hal ini disadari karena untuk melakukan penanggulangan pandemi covid-19 harus mampu untuk mengetahui serta mengidentifikasi krisis yang sedang terjadi. Kemudian dengan pemanfaatan big data sebagai sumber rujukan dari komunikasi pemerintah dianggap sebagai cara yang tepat untuk melakukan diseminasi informasi yang dibutuhkan oleh publik maupun pemerintah itu sendiri.</p>

12	(Anshari, 2013)	Komunikasi Politik di Era Media Sosial	<p>Era media sosial menawarkan kemudahan akses dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Sehingga dalam penelitian ini komunikasi politik di era media sosial merupakan ajang untuk melakukan branding terhadap tokoh politik tertentu. Komunikasi politik ini memang lebih lentur jika dilakukan melalui media sosial. Alasan mendasarnya adalah pada era media sosial seperti ini lebih menekankan pada penggunaan bahasa yang ringan atau sehari-hari dari para pengguna media sosial. Namun dalam penelitian ini masih memiliki kekurangan yakni terkait dengan jumlah pesan yang harus disampaikan setiap harinya belum mampu untuk ditunjukkan hasilnya.</p>
13	(Abbas, 2019)	Strategi Komunikasi Pemerintahan di Masa Umar Ibn Al-Khattab	<p>Penelitian ini mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi pemerintahan dan lebih spesifiknya lagi tentang komunikasi kepemimpinan dari Umar Ibn Al-Khattab. Dalam menjalankan komunikasinya pemerintahan Umar Ibn Al-Khattab mendasarkan pada musyawarah (syura).</p>

			Musyawarah yang dimaksud adalah dengan tidak memaksakan kehendak ataupun pendapat kepada seorang khalifah sebagai pemimpin negara. Namun dengan musyawarah tersebut kekuasaan secara penuh tetap berada dalam kekuasaan khalifah.
14	(Rahmawati & Pratiwi, 2020)	Aktivitas Komunikasi Pemerintah DIY melalui <i>Twitter</i> pada Masa Pandemi Covid-19	Penelitian ini menjelaskan bahwa aktivitas pada akun twitter dari Pemerintah Provinsi DIY saat tiga bulan awal mengalami kenaikan dan ketika terjadinya penyebaran covid-19 secara cepat (<i>community transmission</i>). Hal lain yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah interaksi dari akun twitter milik Pemerintah Provinsi DIY yang memiliki hubungan konektivitas dengan akun-akun lain seperti lembaga non pemerintah, lembaga pemerintah yang lain, masyarakat luas, bahkan para tokoh masyarakat.
15	(Anggreani et al., 2020)	Ruang Publik Virtual Sebagai Pintu Komunikasi Government To	Dalam menjalin hubungan dengan masyarakat media sosial digunakan sebagai alat bagi Pemerintah Kota Surabaya dan Kota Yogyakarta untuk berkomunikasi

		<p>Citizen (Studi Kasus: Perbandingan Media Sosial Pemerintah Kota Yogyakarta dan Surabaya)</p>	<p>dengan masyarakatnya. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun twitter Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki nilai yang responsif dalam menanggapi keluhan dari masyarakat sedangkan Pemerintah Kota Surabaya mendapatkan nilai yang lebih masif dalam menyalurkan informasi kepada masyarakat.</p>
16	(Wodak, 2021)	<p>Crisis Communication and Crisis Management During Covid-19</p>	<p>Dalam penelitian ini menjelaskan komunikasi krisis yang dijalankan oleh pemerintahan di berbagai belahan dunia lain seperti Jerman, Perancis, Austria, Swedia, dan Hongaria. Dari berbagai kasus yang dialami oleh negara-negara ini terkait dengan komunikasi krisis yang dijalankan oleh pemerintahnya, tidak terdapat suatu ukuran tentang pola komunikasi krisis yang rigid untuk bisa diterapkan pada semua negara. Hal ini kemudian sangat tergantung kepada peran dari masing-masing kepemimpinan dalam pemerintahan.</p>

17	(Herman, 2021)	Indonesian Government's Public Communication Management During a Pandemic	<p>Dalam penelitian ini mendeskripsikan bahwa salah satu langkah yang harus ditempuh oleh Pemerintah dalam menangani pandemi covid-19 adalah dengan memaksimalkan komunikasi publik. Hasil penelitian ini kemudian menunjukkan bahwa komunikasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dinilai belum efektif karena beragamnya informasi publik yang beredar dan tentunya tidak adanya konsistensi. Hal lain yang harus ditekankan mengenai komunikasi publik ini adalah dalam implementasinya selama penanganan covid-19 manajemen komunikasi publik harus terpusat pada pemerintahan. Namun dalam pelaksanaannya dapat berkolaborasi dengan berbagai media elektronik dan media massa termasuk media <i>online</i> dan juga media sosial.</p>
18	(Pang, 2021)	Leadership and Crisis Communication During Covid-19: The	<p>Melalui penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa Brunei Darussalam mampu mematahkan anggapan bahwa</p>

		Case of Brunei Darussalam	negara berkembang tidak mampu untuk mengatasi dan menanggulangi pandemi covid-19. Keberhasilan yang diperoleh oleh negara ini dikarenakan pengelolaan komunikasi krisis secara efektif yang dilakukan oleh pemerintahnya. Hal ini juga dipengaruhi oleh kesadaran dari masyarakatnya dan pengetahuan warga Brunei Darussalam terhadap pemberitaan mengenai covid-19 di media sosial dengan menerapkannya pada praktik kehidupan keseharian.
19	(Surahmat et al., 2021)	Analisis Wacana Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah Menangani Covid-19	Penelitian ini memfokuskan pada strategi komunikasi krisis dari pemerintah berdasarkan pada teori <i>Situasional Crisis Communication</i> . Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahapan pra krisis pemerintah lebih memperlihatkan sisi <i>diminish</i> dan <i>deny</i> melalui pernyataan dari Presiden Joko Widodo dan Menteri Kesehatan dengan strategi komunikasi <i>instructive information</i> dan <i>adjusting information</i> . Melalui strategi ini pemerintah berusaha meyakinkan kepada publik untuk

			tetap waspada dan tenang. Namun pada tahap krisis komunikasi pemerintah lebih mengarah kepada <i>justification</i> bahwa covid-19 ini biasa saja dan tidak berbahaya.
20	(Park, 2021)	Developing a Covid-19 Crisis Management Strategy Using News Media and Social Media in Big Data Analytics	Dalam penelitian ini dibahas mengenai strategi dalam hal manajemen yang berkaitan dengan penanganan covid-19 khususnya di negara Arab Saudi melalui media sosial dan sumber media lain yang menjadi rujukan. Kemudian secara khusus penelitian ini menekankan pada penggunaan media sosial dan sumber media lainnya dalam manajemen krisis yang dapat dijadikan para pemimpin negara sebagai bahan rujukan untuk dapat menentukan arah kebijakannya.

Berdasarkan pada beberapa penelitian diatas, penulis kemudian menarik kesimpulan bahwa fokus dalam penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada komunikasi krisis yang dijalankan oleh pemerintah pusat dalam menangani pandemi covid-19 yang memiliki dampak berkepanjangan. Adapun terkait dengan penelitian penulis tentunya berbeda dengan kebanyakan penelitian sebelumnya dengan menambahkan kebaruan mengenai komunikasi krisis sebagai alat analisisnya. Dengan banyaknya program yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk menangani pandemi covid-19 maka penelitian ini mengambil studi kasus pada Pemprov Jawa Tengah melalui media sosial, media massa *online*, maupun website yang dimiliki oleh Pemprov Jawa Tengah. Sehingga penelitian ini memiliki judul yakni

“Komunikasi Pemerintahan di Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Komunikasi Krisis Dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah”. Melalui penelitian ini harapannya mampu untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan khususnya bagi pengembangan ilmu pemerintahan mengenai aspek komunikasi krisis pemerintah di masa pandemi covid-19.

1.6 KERANGKA TEORI

1.6.1 Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi memegang peranan penting dalam penanganan pandemi covid-19 di Indonesia. Persebaran dari virus yang berlangsung dengan sangat cepat membuat peran komunikasi menjadi sangat vital. Komunikasi yang efektif, tepat, dan transparan menjadi senjata penting untuk menanggulangi pandemi covid-19 yang menyebar ke semua lapisan masyarakat. Namun sayangnya komunikasi pemerintahan saat masa pandemi covid-19 berlangsung dengan sangat buruk. Padahal sejatinya komunikasi pemerintahan dipahami sebagai cara bagi pemerintah untuk mampu memahami kebutuhan dan keinginan dari masyarakat (Kamil, 2018). Hal ini sejalan dengan pergeseran paradigma ilmu pemerintahan dari *government* (penyelenggara pemerintahan) menuju *governance* (tata kelola pemerintahan).

Komunikasi dalam aspek pemerintahan dapat dipahami sebagai proses menyampaikan kebijakan, program, dan gagasan dari pemerintah khususnya kepada masyarakat. Pemerintah menurut aspek ini dianggap sebagai aktor yang menjalankan komunikasi. Semua sektor dari pemerintahan yang termasuk dari eksekutif, legislatif, maupun yudikatif bahkan dianggap harus mampu untuk menjalankan komunikasi pemerintahan (Juanda, 2014). Sehingga kemudian komunikasi pemerintahan menjadi salah satu jawaban dalam menangani krisis akibat pandemi covid-19 yang berkepanjangan. Berkaitan dengan persoalan pada penanganan pandemi covid-19 komunikasi pemerintahan harus tetap memperhatikan realita yang dirasakan oleh masyarakat (Mau, 2015).

Dalam menjalankan komunikasi seminimal mungkin harus terdapat unsur-unsur yang perlu diperhatikan yakni: pesan, komunikator, komunikan, media, dan respon. Begitu juga halnya dengan komunikasi pemerintahan yang harus mampu untuk memenuhi kelima unsur tersebut (Rahmawati & Pratiwi, 2020). Dalam kaitannya dengan implementasi proses komunikasi pemerintah ditempatkan sebagai komunikator sedangkan masyarakat sebagai komunikannya. Begitupun sebaliknya, masyarakat bisa saja ditempatkan sebagai komunikator dalam menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah. Pada aspek ini pemerintah harus cermat dalam memahami kebutuhan dan keinginan dari masyarakat.

Komunikasi pemerintahan selanjutnya dapat ditinjau dari tiga hal berikut ini:

- (1) Mengorganisir tanggung jawab guna untuk dapat mengimplementasikan strategi komunikasi pada tingkat manajemen menengah maupun fungsional;
- (2) Menelusuri peraturan dan dokumen terkait yang berguna untuk menjalankan komunikasi pemerintahan;
- (3) Mengetahui analisa dari munculnya persepsi publik terhadap pemerintah.

Sehingga komunikasi pemerintahan tidak saja mengenai bagaimana pengelolaan tentang opini masyarakat tetapi dapat lebih dari pada itu (Canel & Sanders, 2014). Namun secara umum, komunikasi pemerintahan memiliki dua fungsi dasar yakni berupa *managing people* dan *managing staff* (Buluamang, 2017). Dalam pengertian sebagai *managing people* komunikasi berperan untuk mampu menghadirkan informasi terkait dengan banyaknya kebijakan maupun peraturan dari pemerintah kepada masyarakat. Sedangkan dalam ranah *managing staff* komunikasi bertujuan agar semua pihak terkhusus para birokrat mampu untuk memahami dan mengetahui hal-hal yang perlu dikerjakan.

Sebagai upaya untuk dapat menjalankan komunikasi pemerintahan secara efektif, berbagai organisasi pemerintahan baik internal maupun eksternal harus mampu untuk berbagi

perasaan, ide, informasi, dan gagasan dalam bentuk kerjasama (Ardiyanti, 2020). Adapun terkait dengan studi dalam penelitian terdahulu mengenai komunikasi pemerintahan di tingkat daerah mengungkapkan bahwa:

- (1) Para pimpinan dinas, unit kerja, badan, ataupun lembaga daerah sekalipun belum sepenuhnya untuk berkomitmen bahwa komunikasi merupakan salah satu cara yang harus dijalankan dalam belum perimbangan antara kata-kata dan perilaku;
- (2) Terdapat perilaku dan tindakan dari birokrat pemerintahan yang belum mampu untuk menyelaraskan antara perkataan dengan kebijakan;
- (3) Program yang tidak efektif adalah hasil dari komunikasi yang buruk;
- (4) Belum terdapat kesepahaman dalam hal pemanfaatan untuk melakukan komunikasi dua arah (Hasan, 2018).

Sejalan dengan penerapan komunikasi pemerintahan daerah yang efektif akibat beberapa penjelasan tersebut maka komunikasi pemerintahan yang dijalankan harus mampu mempermudah dan memperpendek alur birokrasi tanpa adanya pembatas apalagi sekat yang dapat menyulitkan masyarakat (Munandar & Suherman, 2016). Namun dalam hal kemudahan alur birokrasi dalam pemerintahan menurut (Judge, 2014) terjadi karena beberapa faktornya diantaranya:

- (1) para birokrat pemerintahan harus berkomitmen dengan komunikasi dua arah,
- (2) para birokrat pemerintahan harus mampu mamahami pentingnya dari komunikasi,
- (3) jalannya komunikasi diutamakan dalam bentuk tatap muka,
- (4) keandalan dalam melakukan penanganan situasi paling buruk sekalipun,
- (5) keterbukaan dan transparansi merupakan tujuan bersama dalam menggapai visi, misi, serta tujuan, dan

(6) menempatkan komunikasi sebagai proses yang berkelanjutan.

Kemudian, Harold Laswell mengemukakan bahwa untuk memahami dan mengetahui proses komunikasi diperlukan pembelajaran dalam melewati setiap fasenya yakni *who, says what, in which channel, what effect, dan to whom*.

1.6.2 Komunikasi Krisis

Kondisi yang tidak menentu akibat pandemi covid-19 membuat cara menyelesaikan segenap permasalahan yang ada harus secara ekstra. Salah satu hal yang paling disorot adalah upaya penanganan pandemi covid-19 yang masih berantakan dari sisi pemerintah terutama pada aspek komunikasinya. Padahal kondisi yang krisis juga mengharuskan penggunaan pola komunikasi krisis pula. Dalam level pemerintah daerah sekalipun komunikasi krisis tetap diperlukan terutama melalui respon cepat dan tepat dalam menangani dampak pandemi covid-19. Maka secara definisi komunikasi krisis merupakan pemberian respon dengan segera saat krisis sedang terjadi dengan menggunakan pesan yang jujur dan terbuka kepada seluruh stakeholder yang ada (Prastya, 2011).

Dalam pemaknaannya komunikasi merupakan suatu keadaan yang melibatkan pertukaran dari tanda verbal maupun non verbal ataupun simbol serta terbangunnya hubungan kebersamaan antara komunikan dengan komunikator (Purnomo, 2018). Selanjutnya, Timothy Coombs menjelaskan krisis sebagai perspektif dari kejadian yang tidak dapat diprediksi yang mampu untuk mengancam harapan pemangku kepentingan yang secara serius mampu menyebabkan dampak yang negatif dan mempengaruhi kinerja dari sebuah organisasi (Coombs, 2014). Sehingga dalam pengelolaan krisis (*crisis management*) bagi suatu badan apalagi pemerintah dalam mempertahankan reputasi sangat penting untuk dilaksanakan. Apalagi jika reputasi yang didapatkan oleh pemerintah sudah tidak sesuai dengan harapan berarti hal ini sangat bertentangan dengan teori yang digagas oleh Timothy W. Coombs dan Holladay S.J yakni *situasional crisis communication theory*. Apalagi menurut (Coombs, 2014)

dalam komunikasi krisis prinsip yang harus ditekankan adalah cepat dan efisien, terbuka dan transparan, dan konsisten.

Apalagi kondisi yang serba cepat di tengah keberadaan menguatnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi membuat komunikasi krisis harus selalu dikedepankan. Selain itu, dalam menjalankan komunikasi krisis pesan tidak hanya sebatas ditampilkan saja namun harus dirancang dengan adanya landasan dari visi misi yang strategis. Kemudian muncul dalam komunikasi krisis adalah komunikasi sebagai “*communication as discourse*” (Surahmat et al., 2021). Pada perspektif lain, komunikasi krisis diindentikkan sebagai sebuah dialog antara suatu organisasi dengan publiknya baik sebelum, selama, dan setelah adanya kejadian krisis (Aziz & Wicaksono, 2020). Selain itu, komunikasi krisis juga dirancang untuk meminimalkan sebuah kerusakan yang dapat merusak citra organisasi dengan merincikan sebuah taktik dan strategi (Banks, 2016). Sehingga komunikasi krisis diadopsi oleh pemerintah dalam berkomunikasi dengan rakyatnya (komunikasi pemerintahan) pada masa pandemi covid-19 dikarenakan membutuhkan kecepatan, keterbukaan, dan transparansi.

1.6.3 Media Massa Online dan Media Sosial

Perkembangan media sosial maupun media massa online terjadi dengan sangat pesat di Indonesia. Dengan tumbuhnya media-media tersebut dapat dipastikan memiliki berbagai alasan dibaliknya yang dapat terangkum menurut tiga hal berikut ini:

- (1) Makin banyaknya konglomerat atau pengusaha nasional yang memasuki bisnis di bidang media massa;
- (2) Makin beragamnya bentuk media massa yang beredar dan tidak mengarah kepada spesialisasi tertentu;
- (3) Tata kelola dalam usaha di bidang media massa sudah bergeser dari bentuk yayasan menjadi Perseroan Terbatas (PT) yang kemudian didukung oleh

manajemen yang profesional dan cenderung mengutamakan kepentingan komersial (Samsuar, 2018).

Namun dari sisi yang berbeda, dampak dari adanya komersialisasi dan privatisasi seperti ini kemudian mendorong munculnya inovasi dan kreativitas dalam menciptakan karya dalam industri kreatif. Padahal perlu disadari bahwa menurut Walter Lippmann dalam (Suryadi, 2011) fungsi dari munculnya media adalah sebagai pembentuk makna atau *the meaning construction of the press*.

Dalam dunia media realitas yang ada hanyalah realitas simbolik karena realitas yang seutuhnya tidak dapat disentuh (*untouchable*). Namun definisi mengenai media belum mendapatkan spesifik serta konsisten akibat keberadaannya diterima dimana-mana. Adapun, dalam sejarah menurut pola dari Eropa Barat munculnya media dikarenakan hal-hal sebagai berikut:

- (1) Situasi sosial, politik, dan masyarakat;
- (2) Kebutuhan teknologis;
- (3) Sisi manusia dalam sebuah pengertian sosial maupun kelompok kepentingan;
- (4) Serangkaian kebutuhan dan fungsi.

Selanjutnya, dalam perspektif ini media dipandang sebagai ruang mengembangkan kebudayaan dalam tataran gaya hidup, tata cara, norma-norma, dan mode (Muktiyo, 2015).

Sejalan dengan definisi media sebagai sebuah pemaknaan, dalam sirkulasi menyebarnya informasi secara luas dan cepat juga hasil dari sebuah konstruksi sosial. Dalam perspektif ini, media massa pada sisi yang berbeda mampu menutupi kelemahan dari realitas sosial yang berjalan dengan lambat. Kemudian, posisi dari konstruksi sosial akibat realitas yang sudah terbentuk pada hakikatnya hanya menempatkan kelebihan dari media massa beserta

efeknya (Z.Siregar, 2018). Namun sebelum terjadinya konstruksi sosial dari media massa terdapat beberapa tahap yang harus dilewati yakni sebagai berikut:

(1) Penyiapan materi konstruksi yang mencakup pada beberapa hal;

Pertama, keberpihakan media massa kepada kelompok pengumpul modal (kapital).

Kedua, adanya keberpihakan yang semu kepada masyarakat. Ketiga, keberpihakan pada kepentingan umum yang hanya sebatas slogan.

(2) Penyebaran konstruksi yang dilakukan oleh masing-masing media massa dengan menggunakan prinsipnya yaitu real-time;

(3) Pembentukan konstruksi yang meliputi dua tahapan;

Pertama, pembentukan konstruksi berdasar pada realitas membenaran sebagai sebuah konstruksi media massa yang telah terjadi di masyarakat dengan menggunakan realitas yang cenderung membenarkan apa saja. Kedua, pembentukan konstruksi dengan citra melalui pemberitaan dengan menggunakan iklan.

(4) Adanya konfirmasi;

Tahapan yang menempatkan media massa memberikan ruang bagi pembaca atau audiennya untuk memberikan argumentasi terhadap pilihannya.

Namun, secara lebih lanjut media massa cenderung menggolongkan pemberitaan bencana sebagai *perfect media event* (Rahmadani, 2020).

Adapun dalam sebuah media massa terdapat pengklasifikasian yang terdiri dari *proximity*, *magnitude*, aktualitas, faktualitas, dan kemanfaat dari suatu tema. Akan tetapi, dalam memberitakan bencana suatu media massa harus mampu menjaga nilai dan prinsip jurnalistik sehingga peran utama yang dijalankan dalam menyalurkan informasi dapat berjalan dengan maksimal. Sama halnya dengan media massa, munculnya media sosial dapat memudahkan setiap aktivitas manusia untuk berinteraksi sosial. Kemudian, kehadiran media

sosial merupakan suatu cara baru untuk bekerjasama, berkomunikasi, maupun menjalankan kegiatan-kegiatan lainnya. Sehingga media sosial merupakan media online yang menempatkan penggunanya untuk turut berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten atau isi (Pangaribuan, 2017).

Media sosial sebagai ruang untuk berbagi informasi juga perlu dilihat dari perspektif kredibilitasnya terutama karena dalam media tersebut juga tidak selalu mengandung proses dari verifikasi informasi. Menurut (Pangaribuan, 2017) kredibilitas dari media online sendiri mempunyai tiga unsur utama yakni bias (*bias*), kemutakhiran (*currency*), dan dapat dipercaya (*trustworthiness*). Tidak berbeda halnya dengan unsur-unsur tersebut, dalam kajian yang berjudul, “Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility yang ditulis oleh Minjeong Kang mengungkapkan bahwa salah satu faktor kunci yang dapat meningkatkan dan memunculkan partisipasi publik serta efektivitas komunikasi dalam media sosial adalah melalui kredibilitas itu sendiri. Namun yang paling umum digunakan dalam mengukur kredibilitas media sosial tersebut adalah ketepatan (*accuracy*), hal dapat dipercaya (*believability*), bias (*bias*), keutuhan informasi (*completeness of information*).

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Komunikasi Pemerintahan

Melalui beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemerintahan merupakan cara pemerintah untuk menyampaikan gagasan, kebijakan, dan program khususnya kepada masyarakat. Pemerintah menurut aspek ini dianggap sebagai aktor yang menjalankan proses interaksinya dengan masyarakat.

1.7.2 Komunikasi Krisis

Menurut beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi krisis merupakan cara dari badan, organisasi, maupun pemerintah dalam merespon situasi yang dapat

mengancam tubuh dari pemangku kepentingan terkait sehingga situasi yang mengancam tersebut dapat tertangani dengan baik.

1.7.3 Media Massa Online dan Media Sosial

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pengertian media massa online adalah ruang untuk menyebarkan informasi seluas-luasnya sebagai jawaban atas konstruksi sosial yang berjalan dengan lambat. Sama halnya dengan pengertian tersebut media sosial lebih menekankan kepada ruang untuk berbagi informasi dan menciptakan para penggunanya untuk dapat berpartisipasi serta berinteraksi sosial dengan baik.

1.8 Definisi Operasional

Pelaksanaan dari pola komunikasi pemerintahan ditengah pandemi covid-19 terutama dengan perspektif komunikasi krisis memiliki beberapa indikator yang terkait untuk melihat tingkat efektivitasnya, sehingga dapat dilihat hal-hal seperti berikut:

Table 1.2

Definisi Operasional Menurut Coombs

No.	Variable	Indikator	Parameter
1.	Komunikasi Krisis	Cepat dan Efisien	<ul style="list-style-type: none"> - Prioritas penanganan pandemi Covid-19 dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah - Respon yang diberikan

			<p>Pemerintah Provinsi Jawa Tengah terkait dengan penanganan pandemi covid- 19</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persepsi publik yang muncul dari komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
		<p>Terbuka dan Transparan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Keterbukaan Informasi dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah selama penanganan pandemi covid- 19 - Akuntabilitas dari Pemerintah Provinsi Jawa

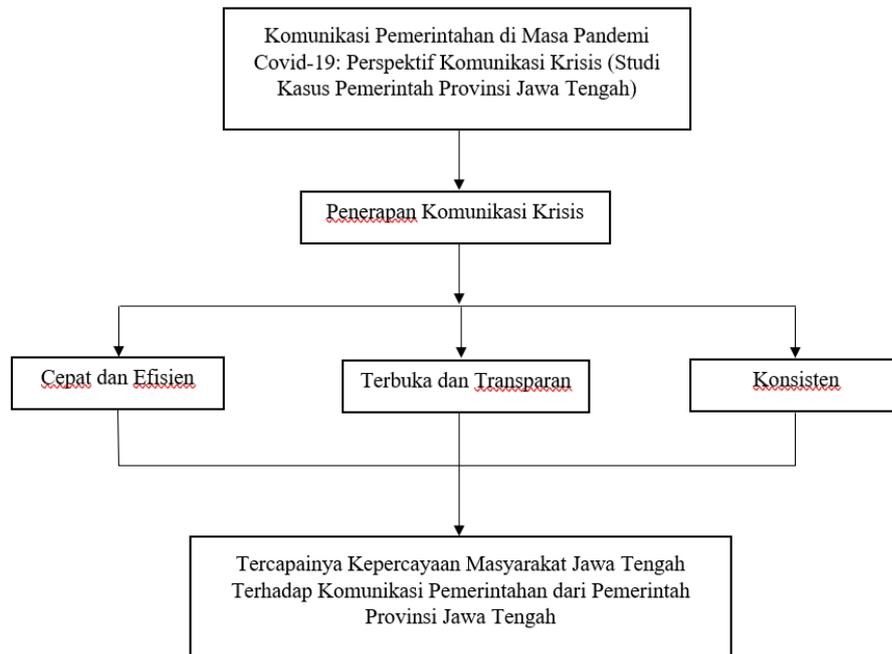
			Tengah dalam menyampaikan pesan, informasi, program, maupun kebijakan kepada masyarakat
		Konsisten	<ul style="list-style-type: none"> - Kesenambungan komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah di masa pandemi covid-19 yang dijalankan secara terus menerus - Keselarasan antara aturan yang mengatur mengenai protokol komunikasi publik yang sudah ditetapkan

			oleh Pemerintah Pusat terhadap komunikasi yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
--	--	--	--

1.9 Kerangka Berpikir

Gambar 1.3

Gambar Bagan Kerangka Berpikir



Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Dari gambar bagan yang diolah oleh peneliti diatas menunjukkan bahwa arah dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sudah ada sebelumnya yakni bagaimana komunikasi pemerintahan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dengan perspektif komunikasi krisis sebagai upaya menanggapi pandemi covid-19. Kemudian dalam bagan tersebut dijelaskan bahwa terdapat indikator dari komunikasi krisis seperti: cepat dan efisien, terbuka dan transparan, serta konsisten. Selain itu dalam kajian komunikasi krisis, indikator tersebut harus mampu dipenuhi agar tercapainya kepercayaan dari masyarakat Jawa Tengah terhadap komunikasi pemerintahan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.

1.10 Metode Penelitian

Penelitian ini secara spesifik menggunakan metode penelitian kualitatif. Namun dalam pengertiannya sendiri penelitian kualitatif menurut Denzin & Lincoln (2011: 3-4) dalam (Ridho

Al-Hamdi et al., 2020) merupakan suatu upaya dalam melakukan penafsiran, interpretasi, dan rasionalisasi terhadap realitas kehidupan berdasarkan dengan yang diteliti oleh seorang peneliti. Kemudian dalam penelitian ini akan mengungkap mengenai realita yang ada sesungguhnya, maka dari itu peneliti memilih pendekatan dengan studi kasus dalam penelitian yang dilakukan. Menurut (Creswell, 2014) pendekatan studi kasus menempatkan peneliti untuk mampu mengungkap dengan cermat mengenai suatu proses, peristiwa, kegiatan, aktivitas, ataupun program sebagai upaya dari penelitian yang dijalkannya.

1.10.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini secara spesifik menganalisa media sosial (Twitter), studi kepustakaan dan wawancara mendalam dengan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang dalam urusan komunikasi publik dipegang oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah mengenai bentuk komunikasi pemerintahan yang dijalankan dengan perspektif komunikasi krisis sebagai upaya menangani pandemi covid-19. Sehingga jenis penelitian dari peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menjelaskan mengenai penekanan pada makna dan bukan tentang generalisasi (Sugiyono, 2019). Adapun terkait dengan jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti bertujuan untuk melukiskan, menggambarkan, menjawab, menerangkan, serta menjelaskan secara lebih *detail* permasalahan yang menjadi topik penelitian.

1.10.2 Lokasi Penelitian

Peneliti melaksanakan penelitiannya di Provinsi Jawa Tengah tepatnya melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang terkait dengan komunikasi yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam menangani pandemi covid-19.

1.10.3 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan sebuah data yang secara langsung diperoleh dari sumber informan dan diberikan kepada peneliti (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini

data primer bersumber dari wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan narasumber yang dianggap memiliki informasi terkait data yang dibutuhkan yakni komunikasi pemerintahan yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Bidang Pelayanan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah dan kemudian dapat dinalisis menggunakan Nvivo 12 plus:

1) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah proses penggalan informasi secara mendalam, fokus, dan terbuka serta diarahkan pada pusat penelitian (Moleong, 2018). Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Bidang Pelayanan Informasi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber seperti buku, jurnal, arsip, maupun melalui internet yang memiliki keterkaitan dengan pokok penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari dokumen seperti artikel jurnal yang terkait dengan komunikasi pemerintahan yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Website Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, media sosial terkhusus Twitter dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan tentunya media massa online seperti kompas.com, detik.com, dan cncindonesia.com yang memberitakan tentang komunikasi dan kebijakan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam penanganan pandemi covid-19. Adapun media sosial yang digunakan dalam pencarian data penelitian adalah melalui Twitter yakni @humasjateng. Sedangkan untuk websitenya adalah jatengprov.go.id.

1.10.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam tahap ini teknik pengumpulan data menjadi bagian penting dalam penelitian yang wajib untuk dilakukan. Seperti yang dijelaskan oleh (Sugiono, 2014) bahwa terdapat dua hal yang sangat mempengaruhi kualitas data dari hasil sebuah penelitian yakni: kualitas pengumpulan data dan kualitas instrumen penelitian. Sehingga dalam teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, setting, dan sumber. Kemudian hal ini dikuatkan oleh (Ridho Al-Hamdi et al., 2020) dari (Creswell, 2014) yang memahami bahwa pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian oleh peneliti untuk mendapatkan informasi atau data dari pihak yang dituju dalam sebuah penelitian.

Penelitian ini mengumpulkan data dengan teknik data time series, dokumentasi, dan wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang terkait dengan komunikasi pemerintahan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dengan perspektif komunikasi krisis. Untuk penggunaan data sekundernya adalah melalui media sosial twitter (@provjateng), website Pemerintah Provinsi Jawa Tengah (jatengprov.go.id), media massa online seperti kompas.com, detik.com, dan cnbcindonesia.com, dan juga artikel jurnal yang terkait dengan komunikasi pemerintahan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Selain menggunakan data dari media sosial penelitian ini juga didukung dengan data primer yang didapatkan dari wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan Bidang Pelayanan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis (Ridho Al-Hamdi et al., 2020).

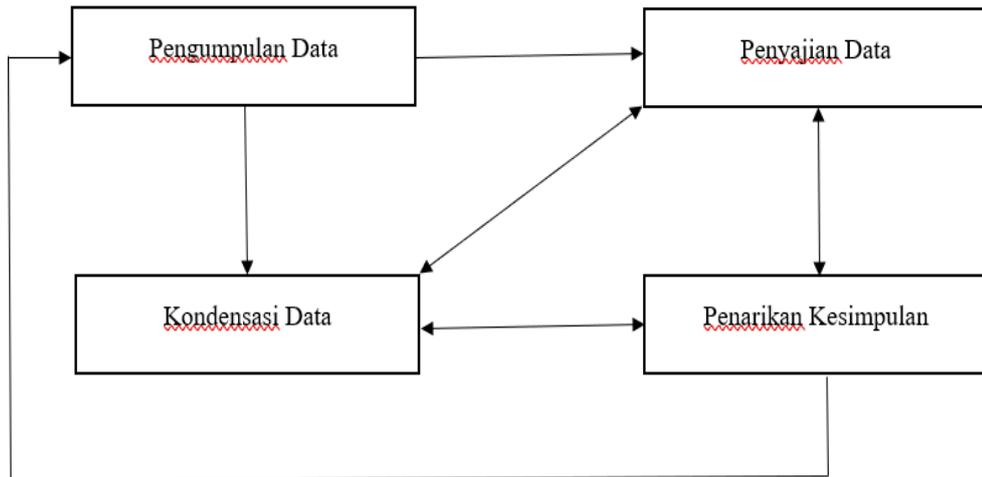
Kemudian data *time series* merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan dalam kurun waktu tertentu. Untuk wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) berarti peneliti menggali suatu informasi secara rinci dan mendalam serta melakukan tanya jawab secara dinamis tanpa pedoman yang baku (Ridho Al-Hamdi et al., 2020). Adapun data yang dikumpulkan dari penelitian ini dapat dilihat dari bulan Agustus 2020 hingga bulan Agustus 2021. Alasan yang melatarbelakangi pengambilan data dalam rentang waktu tersebut adalah

dikarenakan pada bulan Agustus 2020 Provinsi Jawa Tengah menjadi wilayah ketiga dengan kasus aktif covid-19 tertinggi di Indonesia.

1.10.5 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian harus berjalan dengan interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa teknik analisis data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pengumpulan data. Sejalan dengan hal tersebut menurut Schensul, Schensul, & LeCompte (1999) dalam (Ridho Al-Hamdi et al., 2020) menjelaskan bahwa teknik analisis data sebagai suatu proses dalam sebuah penelitian dalam rangka mengurangi adanya data dalam jumlah besar dengan cara menginterpretasikannya. Dalam menganalisis data, peneliti dibantu dengan *tools* yakni NVivo12 Plus.

Sedangkan menurut Susan Stainback dalam (Sugiyono, 2019) mendefinisikan bahwa analisis data adalah hal yang kritis dalam sebuah proses penelitian kualitatif. Analisis tersebut kemudian digunakan sebagai pemahaman antara konsep dan hubungan dalam data sehingga penemuan hipotesis untuk selanjutnya dapat dievaluasi dan dikembangkan. Untuk menganalisis data secara tepat maka peneliti menggunakan teknik analisis data interaktif dari Miles and Huberman (1992) yang diperoleh dari (Sugiyono, 2019) yang terdiri dari pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk lebih jelasnya teknik analisis data dari Miles and Huberman edisi revisi dapat dilihat melalui gambar berikut:



Sumber : Miles and Huberman (1992)

Adapun dalam tahap kondensasi data yang menjadi perbedaan dengan reduksi data menurut Miles and Huberman edisi revisi tidak terlalu berbeda jauh namun agar memperkuat data yang sudah diperoleh.

Dari beberapa tahapan tersebut secara lebih lanjut dapat dilihat sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pada tahap ini kegiatan utama yang dilakukan oleh peneliti adalah mengumpulkan data serta menganalisisnya dengan bantuan *Qualitative Data Analysis Software* seperti Nvivo12. *Software* ini merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mempermudah dalam pengolahan data. Kegunaan dari *software* Nvivo12 ini yang paling menonjol adalah kemampuan mempermudah menganalisis dengan cluster. Dalam analisis cluster peneliti mampu untuk melakukan pengelompokan maupun eksplorasi terhadap dokumen, file, node yang mempunyai karakteristik yang sama. Secara lebih spesifik peneliti menggunakan fitur NCapture yang dapat dimaksimalkan untuk memotret konten yang ada di sosial media. Dalam fitur NCapture ini mampu secara otomatis memotret tweet yang ada di aplikasi Twitter selama 1 tahun belakangan. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data dari akun media sosial

Twitter (@provjateng) dan data dari Bagian Pelayanan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah melalui wawancara secara mendalam (in-depth interview)

b. Kondensasi Data

Kondensasi data merupakan proses untuk memfokuskan dan menyederhanakan berbagai dokumen yang telah diperoleh serta membuat abstraksi terkait dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2019). Tahapan ini peneliti melakukan pemilahan data yang didapatkan dari *software* Nvivo 12 yang kemudian dinarasikan dan dikategorisasikan kedalam fokus pembahasan masing-masing. Selanjutnya agar memperkuat data yang diperoleh maka semua data yang sudah dikategorisasikan tersebut dibuatkan abstraksinya agar memudahkan tahapan berikutnya yakni penyajian data dan penarikan kesimpulan.

c. Penyajian Data

Tahap penyajian data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan *display* data seperti membuat grafik, tabel, bagan, flowchart, dan lainnya. Pada intinya dalam tahap ini peneliti melakukan pendeskripsian terhadap seluruh informasi yang sudah diperoleh. Sehingga secara lugas mampu untuk dinarasikan secara utuh.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dapat untuk menjawab pertanyaan yang sudah dirumuskan sebelumnya maupun untuk menemukan temuan baru setelah ada pengumpulan data, kondensasi data, dan penyajian data yang telah dilakukan oleh peneliti.

1.10.6 Unit Analisis

Untuk memudahkan suatu penelitian maka peneliti menentukan suatu unit analisis yang berkaitan dengan subjek penelitian. Sehingga unit analisis dalam penelitian ini dapat terlihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.3

Unit Analisis

No	Jenis Data	Narasumber	Data yang dibutuhkan	Teknik Pengumpulan Data
1.	Data Primer	Bidang Pelayanan Informasi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah	Data Komunikasi Pemerintahan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dari Bulan Agustus 2020-Agustus 2021	Wawancara Mendalam
2.	Data Sekunder	Twitter (@provjateng), website Pemerintah Provinsi Jawa Tengah (jatengprov.go.id) media massa online (kompas.com, detik.com, dan cnbcindonesia.com), dan artikel jurnal.	Data mengenai komunikasi krisis yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dari Bulan Agustus 2020-Agustus 2021	Dokumentasi