

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Virus yang saat ini telah menyebar ke seluruh dunia adalah Coronavirus Disease (Covid). Virus tersebut pertama kali muncul di Wuhan, Ibukota Provinsi Hubei China pada Desember 2019. World Health Organization (WHO) atau Organisasi Kesehatan Dunia mendeklarasikan darurat kesehatan dunia pada akhir Januari 2020. Pada Februari 2020, WHO menamakan virus corona tersebut sebagai Covid-19 atau singkatan dari Coronavirus Disease tahun 2019.

Covid-19 menyebar secara global ke seluruh negara termasuk Indonesia. Presiden Joko Widodo mengkonfirmasi kasus pertama di Indonesia yang diderita dua warga di kota Depok, Jawa Barat pada tanggal 2 Maret 2020. Virus ini menyebar ke berbagai negara-negara lainnya dalam waktu yang singkat. Covid-19 dinyatakan sebagai Darurat Nasional Kesehatan Publik atau Public Health Emergency of International Concern (PHEIC) pada 30 Januari 2020, dan pandemi pada 11 Maret 2020 oleh World Health Organization (WHO).

Pandemi ini telah memakan banyak korban, maka dari itu Covid-19 bukanlah suatu wabah yang bisa diabaikan begitu saja. Setiap negara menerapkan pembatasan pergerakan sosial atau lockdown dan melarang para warga asing masuk. Semua ini dilakukan guna menekan jumlah kasus positif Covid-19. Wabah ini membuat beberapa negara mengalami krisis, dilansir dari detikNews pada tahun pertama kemunculannya virus ini berdampak kepada meningkatnya pengangguran di Indonesia yang mencapai 9,77 juta orang akibat dari karyawan yang di PHK oleh perusahaannya (Ma'arif, 2020). Selain itu, sebanyak 30 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bangkrut, hal tersebut dikatakan oleh Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) M. Ikhsan Ingratubun mengatakan dalam wawancaranya pada media Indonesia (Jelita, 2021).

Riset Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJ) menemukan 69% masyarakat mengalami masalah psikologis selama pandemi, 68% mengalami kecemasan, 67% depresi, dan 77% mengalami trauma psikologis. Menurut Ketua Umum BPP PERHUMAS Agung Laksamana, situasi pandemi ini

penuh dengan ketidakpastian dan beberapa hal yang tidak bisa dikendalikan. Belum lagi banyaknya informasi, termasuk informasi palsu atau informasi bohong yang semakin memperburuk keadaan. “Sebagai praktisi PR, kita perlu fokus pada hal-hal yang bisa kita kendalikan dan kelola,” ujarnya dalam *talkshow* pada Sabtu, 17 Juli 2021 yang berjudul *Lifestyle, Immune, and Germ: Healthy Lifestules to Win Endless War* (Humas, 2021).

Profesi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam setiap perusahaan memiliki peran untuk bertanggung jawab dalam melakukan interaksi, hubungan dan kerjasama dengan khalayak luas terkait dengan organisasi tersebut. Humas memiliki strategi komunikasi yang berguna dalam membangun sebuah hubungan yang saling menguntungkan dengan publik. Sebagai profesi yang memiliki kompetensi di bidang perencanaan, advokasi, manajemen krisis, mitigasi, monitoring dan evaluasi, menurut Fardila Astari, Manajer Komunikasi Rajawali Foundation, mereka perlu benar-benar terlibat untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial akibat pandemi sosial saat ini. "Sebagai Humas, kita harus menunjukkan karakter yang baik dan memberi contoh," katanya. Dia menambahkan: “Kami melakukan PR untuk diri kami sendiri, keluarga kami, perusahaan kami, dan organisasi kami” (Humas, 2021).

Cutlip, Center dan Broom mendefinisikan humas sebagai “fungsi manajemen yang bertujuan untuk menjalin dan memelihara hubungan yang baik dan bermanfaat antara suatu organisasi dengan orang-orangnya yang berdampak positif terhadap keberhasilan atau kegagalan organisasi.”

Kunci dalam penyelenggaraan pelayanan publik untuk membangun dan meningkatkan kepercayaan publik bagi sebuah institusi maupun pemerintah adalah komunikasi. Komunikasi yang efektif dan efisien sangat dibutuhkan dalam penyampaian berbagai informasi program dan kebijakan atau prosedur institusi atau pemerintah yang mempunyai dampak kepada masyarakat. Hadirnya pandemi Covid-19 menjadi tantangan untuk Humas dalam hal komunikasi dan informasi serta mengubah kegiatan yang tadinya *offline* menjadi *online*. Humas dituntut untuk lebih efektif, kreatif dan inovatif dalam menjalankan strategi komunikasi. Pemanfaatan *new media* dalam menyampaikan pesan serta mengoptimalkan teknologi digital dapat

dilakukan oleh seorang humas agar informasi dapat disampaikan dengan baik dan tepat.

Indonesia merasakan dampak yang ditimbulkan dari perkembangan virus Covid-19 yang cukup signifikan dikarenakan penyebarannya yang sudah mendunia ke seluruh negara. Hingga saat ini Indonesai masih bergelut dengan Covid-19. Indonesia pernah melakukan lockdown selama dua minggu, lalu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dan pengetatan Protokol Kesehatan. Namun cara tersebut belum juga bisa menekan banyaknya angka positif Covid-19, sehingga negara Indonesia memasuki zona merah. Pemerintah pun melakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat Jawa-Bali pada 3 Juli-20 Juli 2021. Penerapan PPKM Darurat ini memiliki target dan juga daerah yang diberlakukan. Adapun pembatasan aktivitas dalam setiap tempat seperti perkantoran, belajar, tempat ibadah, area publik, supermarket, dan yang lainnya memiliki aturan kapasitasnya masing-masing, hal tersebut dapat dilihat pada inforafis berikut.



Gambar 1. 1 Infografis PPKM Darurat Jawa-Bali

Sumber: <https://www.suarindo.com/infografis-ppkm-darurat-jawa-bali-antara-news/>

(Diakses pada 15 Oktober 2021, 21:50)

PPKM Darurat yang dilakukan kali ini dilakukan secara ketat dan beberapa sektor usaha pun ditutup. Setelah menjalani PPKM Darurat selama dua minggu lebih, pemerintah kembali mengumumkan perpanjangan PPKM Darurat selama satu minggu. PPKM Darurat kembali diperpanjang dan muncul kebijakan baru dengan menggunakan istilah PPKM Level 1, 2, 3 dan 4. Dalam setiap level memiliki kriteria kebijakan yang berbeda-beda. Berikut adalah gambar penjelasan kriteria PPKM Level 1-4.



Gambar 1. 2 Infografis Kriteria PPKM Level 1-4

Sumber: <https://finance.detik.com/infografis/d-5653307/penjelasan-lengkap-ppkm-level-1-4>

(Diakses pada 15 Oktober 2021, 21:06)

Menjelang akhir tahun selama periode Libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022 (Nataru), pemerintah mengumumkan pada hari Rabu, 17 November 2021 bahwa kebijakan PPKM Level 3 akan diberkukan untuk seluruh Indonesia. Hal tersebut ditegaskan oleh Muhadjir Effendy, Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Menko PMK). Dilansir dari situs Kemenko PMK, Muhadjir Effendy menyampaikan alasan pemberlakuan PPKM Level 3, “Saat ini kondisinya sudah sangat membaik dan mungkin terbaik di dunia. Tapi inilah yang

harus kita lakukan di hadapan contoh negara-negara Eropa, termasuk tetangga kita yang sedang mengalami gelombang ketiga” (Mutiara, 2021).



Gambar 1. 3 Berita PPKM Level 3 pada Natal dan Tahun Baru

Sumber: <https://nasional.kompas.com/read/2021/11/17/20471321/ppkm-level-3-di-seluruh-indonesia-berlaku-mulai-24-desember-2021?page=all> (Diakses pada 28 Desember 2021, 21:54)

Pada 6 Desember 2021 pemerintah memutuskan untuk membatalkan penerapan kebijakan PPKM Level 3 diseluruh wilayah Indonesia pada periode Libur Natal 2021 dan Tahun Baru 2022. Hal ini disampaikan Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Indonesia, dalam keterangan tertulis yang bertajuk ‘Manajemen pandemi terkendali, pemerintah menyeimbangkan aturan sebelum Natal dan Tahun Baru’. Perubahan tersebut dirinci dalam review Kementerian Dalam Negeri dan surat edaran lainnya di Natal dan Tahun Baru (detikcom, 2021).



Gambar 1. 4 Berita Pengumuman Pembatalan PPKM Level 3 pada Natal dan Tahun Baru

Sumber: <https://news.detik.com/berita/d-5844009/pengumuman-ppkm-level-3-saat-nataru-disampaikan-muhadjir-dibatalkan-luhut> (Diakses pada 28 Desember 2021, 21:56)

Presiden Joko Widodo memberikan kepercayaannya kepada Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut B. Pandjaitan bersama dengan Menteri Koordinator Perekonomian Airlangga Hartarto untuk menyampaikan pengumuman perpanjangan PPKM Darurat. Karena, dari berbagai skema PPKM Darurat, usulan Luhut B. Pandjaitan yang disetujui Joko Widodo. Selama kebijakan PPKM Darurat berlangsung, pemerintah mengumumkan melalui konferensi pers *online* yang dilakukan melalui live youtube pada akun Sekretariat Presiden, selain itu pengumuman yang di sampaikan oleh Luhut B. Pandjaitan dan Airlangga Hartarto di sampaikan melalui konferensi pers yang diselenggarakan secara virtual melalui zoom meeting dan *live* pada televisi.



Gambar 1. 5 Live Presiden Jokowi Putusan PPKM Darurat

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=nbTguNnjYwM> (Diakses pada 15 Oktober 2021, 22:24)



Gambar 1. 6 Konferensi Pers Online Pengumuman Perpanjangan PPKM Darurat

Sumber: <https://maritim.go.id/ppkm-level-empat-tiga-diberlakukan-mulai-26-juli-2/> (Diakses pada 15 Oktober 2021, 22:25)

Informasi terkait PPKM tentunya menjadi suatu berita yang penting bagi masyarakat Indonesia. Seluruh media akan menuliskan pemberitaan tersebut, dari media cetak dan juga online. Media online akan membagikan berita tersebut kepada masing-masing platform media sosial mereka, seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter.

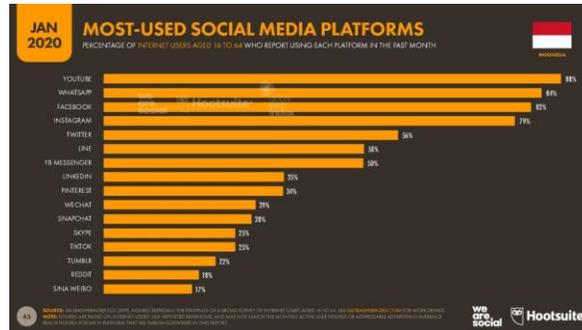
Kehidupan seseorang saat ini tidak bisa dipisahkan oleh perkembangan media yang seolah-olah memaksa kita untuk menggunakannya demi keberlangsungan hidup. Pada era modern ini kemajuan teknologi terus berkembang dan mengalami perubahan, salah satunya sistem informasi. Jika dahulu kita mendapatkan informasi melalui media cetak dan media elektronik, sekarang kita bisa mendapatkan informasi melalui media elektronik seperti handphone atau telephone genggam, karena sistem informasi semakin berkembang dengan adanya media sosial dan juga internet.

Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini orang-orang akan menggali informasi terbaru melalui internet atau media sosial karena lebih cepat dan praktis. Media sosial hadir dengan berbagai macam jenis dan fungsi yang berbeda-beda. Macam-macam media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat adalah Facebook, Instagram, Youtube dan Twitter. Media sosial Twitter saat ini sangat banyak digunakan oleh masyarakat untuk membagikan keluhan dan opini atau pendapat mereka terkait suatu hal.

Twitter dibentuk pada tahun 2006 dan dijuluki dengan “Pesan Singkat dari Internet” karena merupakan media dengan bentuk *microblogging*, yaitu sebuah bentuk blog yang membatasi pengguna dalam setiap postingannya. Pengguna hanya bisa menuliskan pesan untuk di update dengan berisi 140 karakter (Zarrella, 2010:31).

Media sosial yang saat ini kembali membaik dan populer pada masyarakat modern adalah media sosial Twitter. Media sosial ini sempat mengalami pelambatan pertumbuhan pada tahun 2014 di mana semakin ketat nya persaingan media sosial yang ada, seperti Instagram, Snapchat, dan Facebook yang semakin menggurita (Pratomo, 2021). Pertumbuhan Twitter pada tahun 2020 membaik, Twitter menduduki posisi ke 5 Most Used Social Media Platforms dan memiliki frekuensi

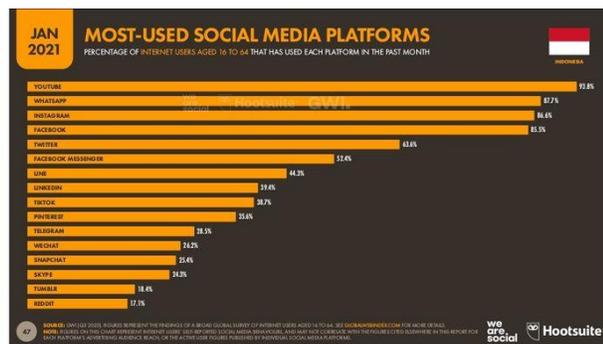
penggunaan bulanan sebesar 56%. Pada tahun 2021 Twitter masih menduduki posisi ke 5 namun frekuensi penggunaan bulanan meningkat menjadi 63,6%.



Gambar 1. 7 Data media Sosial terpopuler 2021 di Indonesia

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

(Diakses pada 18 Desember 2021, 01:05)



Gambar 1. 8 Data Media Sosial terpopuler 2021 di Indonesia

Sumber: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> (Diakses pada 16 Oktober 2021,

20:40)

Gambar 1.5 menunjukkan grafik penggunaan media sosial terpopuler pada masyarakat Indonesia. Berdasarkan data yang terdapat pada gambar tersebut, kita dapat melihat ada dua jenis platform media sosial yaitu, *Social Media* (Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan LinkedIn) dan *Messenger/VOIP/Chat App* (Whatsapp, Facebook Messenger, Line, Telegram, Wechat, Snapchat, Skipe, Tumblr).

Pemilihan media sosial Twitter dalam kegiatan media sosial monitoring karena Twitter saat ini mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berita untuk mendapatkan berbagai macam informasi. Pengguna Twitter sangat senang membagikan pengalaman, perasaan dan juga pendapat mereka. Walaupun pengguna dibatasi hanya bisa menulis tweet sebanyak 280 karakter, tetapi ini membuat mereka mampu membagikannya dengan kalimat-kalimat singkat yang lebih menonjol.

Fitur-fitur yang terdapat pada Twitter yaitu kita dapat menulis status atau di dalam Twitter disebut “*tweet*”, mem-posting foto maupun video, komentar, *like*, *retweet* (mem-posting kembali sebuah *tweet*), *direct message*, *search* dan yang paling membedakan twitter dengan media sosial lainnya adalah fitur trending. pengguna akan selalu *update* segala sesuatu yang sedang banyak diperbincangkan pada media sosial Twitter karena Twitter selalu memperlihatkan *trending topic*.

Fitur *search* ini tidak hanya bisa mencari nama pengguna akun *twitter* lain tetapi kita juga bisa mencari *hashtag* dan *tweet* dari semua pengguna *twitter* dengan cara memasukkan *keyword* sesuai dengan yang ingin dicari tahu. Selain itu iklan pada media sosial twitter tidak mengganggu pengguna, sehingga masyarakat dibuat lebih nyaman memilih untuk membaca dan mencari informasi atau berita melalui Twitter.

Pengumuman kebijakan PPKM 1-4 dan pembatalan PPKM Lebel-3 pada hari Natal dan Tahun Baru ini membuat pro dan kontra dari masyarakat, sehingga topik ini menjadi perbincangan masyarakat saat itu pada media sosial Twitter. Media sosial merupakan wadah untuk berkomunikasi, berinteraksi, bekerjasama dan berbagi dengan pengguna lain yang secara virtual membentuk ikatan sosial. Ada tiga bentuk media sosial yang mengacu pada makna bersosial yaitu pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*co-operation*), menurut Nasrullah (2015) dalam (Setiadi, 2016). Dengan adanya perkembangan teknologi membuat media sosial memiliki berbagai macam informasi yang memudahkan pengguna untuk mengakses dan menggunakannya. Masyarakat mengeluhkan kebijakan tersebut. Melihat dari cuitan masyarakat yang di-upload pada akun media sosial Twitter mereka terkait kebijakan PPKM Level 1-4 yang masih di belakukan dan pembatalan

PPKM Level-3 pada saat Nataru. Berikut beberapa *tweet* masyarakat yang mengeluhkan perpanjangan PPKM.



Gambar 1. 9 Tweet masyarakat terkait perpanjangan PPKM

Sumber: Media sosial Twitter (Jumat, 15 Oktober 2021, 15:24)

Untuk memudahkan penelitian opini publik dalam melihat sentimen masyarakat, peneliti menggunakan media monitoring Brand24 dalam penelitiannya. Brand24 adalah aplikasi jejaring sosial sederhana dan andal yang digunakan oleh bisnis dan perusahaan dari semua ukuran untuk mendefinisikan, melibatkan, dan menganalisis percakapan online berbasis web waktu nyata tentang produk, produk, merek, dan pesaing mereka dikutip dari website Climathon Boston (<https://ind.climathonboston.com/what-are-they-saying-about-your-business-online-5884>) diakses pada (18 Desember 2021, 22:46).

Publik yang saling memengaruhi melalui cuitannya pada akun Twitter masing-masing membuat terbentuknya kesamaan dan menggiring sebuah opini pribadi menjadi opini publik. Sifat media sosial yang cepat dalam penyampaian informasi ini

dan cepat juga dalam membentuk opini publik. Informasi dalam berbagai bidang, termasuk kepada isu yang sedang berkembang dapat dengan mudah diperoleh karena terbuka luasnya jaringan melalui internet di seluruh dunia (Juditha, 2014).

Pemerintah melakukan komunikasi publik untuk mengumumkan kebijakan PPKM Level 1-4 dan pembatalan PPKM Level-3 Nataru. Dalam penyampaian informasi terkait kebijakan dan program tersebut, humas pemerintah menjalankan fungsinya dalam mengelola komunikasi publik. Pengelolaan komunikasi publik pemerintah sudah diatur dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 tahun 2015 dalam rangka menunjang keberhasilan Kabinet Kerja, menanggapi aspirasi rakyat, dan mempercepat informasi tentang kebijakan dan program pemerintah (Thoriq, 2019).

Kebijakan PPKM tersebut berhasil menurunkan kasus Covid-19, berdasarkan evaluasi pelaksanaan PPKM Tingkat 4, 3 dan 2 perpanjangan yang dilakukan di Jawa dan Bali pada 7-16 Agustus 2021, dilakukan perbaikan lebih lanjut. Dilansir dari berita kominfo.go.id “Jaga Tren Penurunan Kasus, PPKM Jawa-Bali Diperpanjang Hingga 23 Agustus”. Hal ini terlihat dari tren kasus terkonfirmasi yang turun menjadi 76% pada 15 Agustus, dari puncak kasus aktif menjadi 53%.

Kebijakan PPKM Level 1-4 dinilai berhasil menekan jumlah kasus virus Covid-19 di Indonesia. Namun mengapa banyak masyarakat yang resah dengan kebijakan tersebut. Beberapa masyarakat yang kontra terhadap kebijakan PPKM yang diperpanjang. Opini dari publik terhadap pemerintah yang harus di pantau oleh humas agar dapat mengetahui apa yang sedang terjadi dan akan terjadi kedepannya. Sehingga humas dapat menghindari atau menangani krisis yang terjadi.

Penelitian opini publik akan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. pentingnya bagi humas dalam melihat opini serta sentimen dari masyarakat untuk mengetahui apa yang sedang terjadi saat ini dan apa yang akan terjadi kedepannya. Pemantau opini tersebut merupakan kegiatan monitoring. Sebagai seorang PR fokus untuk dapat mengendalikan dan mengelolanya. Monitoring ini bermanfaat untuk mengevaluasi dan menentukan strategi humas yang tepat sebagai langkah selanjutnya dan dapat membentuk opini publik yang positif terhadap kebijakan pemerintah yang diterapkan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi tersebut, maka pada penelitian ini peneliti ingin memilih media sosial Twitter dalam pengamatan opini publik terhadap kebijakan PPKM. Pemilihan media sosial Twitter karena peneliti melihat bahwa masyarakat Indonesia senang dalam menyampaikan curahan hati mereka di media sosial tersebut. Melihat juga banyaknya pengguna media sosial tersebut dari remaja hingga dewasa. Peneliti akan melakukan kegiatan monitoring dari bulan November 2021 - Januari 2022, dilihat dari masih terus berlakunya PPKM Level 1-4 pada wilayah Jawa-Bali dan pembatalan PPKM Level-3 Nataru. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sentimen publik terkait kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dan cara pemerintah dalam melakukan komunikasi publik terkait kebijakan tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus pada pengerjaan penelitian ini adalah melihat analisa sentimen masyarakat Indonesia dari data Twitter mengenai Perpanjangan PPKM Level 1-4 Jawa-Bali dan keputusan pemerintah dalam mengubah rencana pemberlakuan PPKM Level 3 pada akhir tahun 2022 melalui Brand24.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah sentimen masyarakat Indonesia yang muncul di Twitter selama pemberlakuan PPKM Level 1-4 Jawa-Bali dan Pembatalan PPKM Level 3 Nataru?
2. Bagaimanakah sentimen publik tersebut dapat muncul?
3. Apakah terdapat *key opinion leaders* yang turut memengaruhi munculnya sentimen publik?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana sentimen opini masyarakat terhadap pengumuman perpanjangan PPKM Level 1-4 Jawa-Bali dan pembatalan PPKM Level 3 Natal dan

Tahun Baru 2022 dan melihat pembentukan opini publik yang terjadi pada masyarakat.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua kegunaan penelitian, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis

1.5.1 Kegunaan Praktis

Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk membangun komunikasi pemerintah dan instansi, serta opini pulik dalam kegiatan media monitoring. Peneliti juga berharap jika penelitian ini dapat memberi masukan dalam media monitoring yang bisa dilakukan oleh praktisi Humas kedepannya.

1.5.2 Kegunaan Toritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bahan rujukan, baik secara teori maupun konseptual terkiat dalam kegiatan media monitoring opini publik kepada praktisi Humas, sehingga memperkaya dan dapat mengembangkan keilmuan Humas. Selain itu peneliti berharap penemuan ini dapat bermanfaat untuk pembaca dan menjadikan bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Waktu Periode Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama bulan September 2021 – Januari 2022. Rincian waktu dan periode penelitian dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1
WAKTU PENELITIAN

No	Tahapan	2021-2022																											
		Bulan																											
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Persiapan dalam mencari tema, judul, dan topik penelitian	■	■	■	■	■	■	■	■																				
2.	Proses penyusunan Bab 1-3					■	■	■	■	■	■	■	■																
3.	Sidang Desk Evaluation													■	■	■	■												
4.	Pengumpulan data dan observasi									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
5.	Proses analisis dan pengolahan data																	■	■	■	■								
6.	Penyelesaian Bab 4-5																	■	■	■	■								
7.	Pengajuan permohonan sidang																					■							
8.	Sidang akhir																									■			