

Strategi Komunikasi Satgas Penanganan Covid 19: Analisis pada Akun *Facebook* BPBD Kabupaten Blitar

Rohmatul Hidayah

Artikel History:
Received 8 Juni 2021
Received in Revised 29 Agustus 2021
Accepted 24 Desember 2021

ABSTRACT

Mass media plays an important role in dealing with the Covid-19 pandemic, especially in the online media Facebook. The importance of communication provides effectiveness in conveying information. Through clear and clear communication, the information conveyed will be received easily even in difficult situations. The purpose of writing this article is to provide an explanation and description of the communication strategy carried out by the Blitar Regency BPBD Covid-19 Handling Task Force through a Facebook account. This research was conducted using descriptive qualitative. The results of the research in this paper explain that through social media Facebook the information obtained makes it easier for people from various circles. In addition, with social media on Facebook, the community can play an active role in providing opinions, ideas, and input in handling Covid-19

Keywords : Covid-19; Facebook; Mass Media

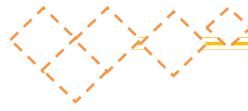
ABSTRAK

Media massa berperan penting dalam menangani pandemi Covid-19 khususnya pada media online Facebook. Pentingnya komunikasi memberikan efektivitas dalam menyampaikan sebuah informasi. Melalui komunikasi yang jelas dan gamblang maka informasi yang disampaikan akan diterima dengan mudah sekalipun disampaikan dalam situasi yang sulit. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk memberikan penjelasan serta gambaran mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Satgas Penanganan Covid-19 BPBD Kabupaten Blitar melalui akun *facebook*. Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian dalam tulisan ini menjelaskan bahwa melalui media sosial Facebook informasi yang diperoleh memudahkan masyarakat dari berbagai kalangan. Selain itu dengan adanya media sosial pada Facebook masyarakat dapat berperan aktif dalam memberikan pendapat, gagasan, serta masukan didalam penanganan Covid-19.

Kata kunci : Covid-19; Facebook; Media Massa

PENDAHULUAN

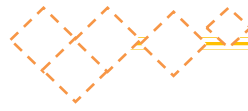
Komunikasi adalah pokok utama yang tidak akan terpisah dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi seseorang dapat bertukar informasi dan memperoleh *feedback*. Ada banyak definisi komunikasi. Salah satunya menerangkan komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, kepada siapa ia menjelaskan, dengan apa ia menjelaskan, dan hasil atau imbal balik apa yang dijelaskan. Definisi tersebut



menegaskan bahwa komunikasi memberikan efektivitas dalam menyampaikan sebuah informasi. Di tengah pandemi seperti sekarang ini berbagai informasi tersebar seolah tanpa batas. Batas antara informasi yang benar dengan yang tidak benar menjadi kabur. Masyarakat menjadi terombang-ambing oleh informasi yang silang sengkabut kurang jelas. Pada titik inilah diperlukan kejelasan mengenai informasi yang akurat dan tidak. Kejelasan ini diperlukan agar masyarakat tidak khawatir mengenai informasi yang simpang siur dan belum jelas kebenarannya. Serta untuk menciptakan rasa tenang kepada masyarakat. Di media sosial banyak dijumpai rumor yang tidak jelas terkait Virus Corona.

Sekarang ini komunikasi massa diperlukan dalam berbagai aspek, terutama pada masa pandemi Covid-19 yang masih gencar diperbincangkan diberbagai belahan dunia terutama di Indonesia. Para ahli diberbagai penjuru dunia memprediksikan pandemi Covid-19 belum akan berakhir dalam waktu dekat bahkan salah satu ahli mengatakan pandemi Covid-19 belum bisa diprediksi kapan akan berakhir. Ditengah pandemi seperti sekarang ini komunikasi yang tepat dan efektif merupakan satu hal utama dalam menyampaikan berita atau informasi kepada khalayak secara luas. Kejelasan dan kebenaran informasi merupakan aspek penting yang diperlukan agar bisa menghadapi persoalan secara baik dan bijak. Riset-riset tentang komunikasi di era pandemi ini sudah cukup banyak dilakukan dengan focus yang sangat variatif. Ada yang fokusnya pada penggunaan *zoom* untuk pembelajaran, urgensi komunikasi untuk menumbuhkan motivasi di era pandemi, komunikasi media yang efektif, dan juga perspektif budaya media sebagai aktualisasi edukasi di era pandemi. Dari penelusuran, belum ada penelitian yang fokus pada media *facebook*. Pada kenyataanya dilapangan dijumpai banyak masyarakat yang memilih media sosial *facebook* untuk mencari kebenaran berita atau informasi terkait pandemi Covid-19. Media sosial ini dianggap paling mudah dijangkau dan paling banyak diminati dan digunakan didunia, termasuk Indonesia.

Menurut data riset dari global digital *statshot* sebanyak 3,17 miliar penduduk di dunia menggunakan internet dalam setiap kegiatan sehari-hari, dan 2,2 miliar diantaranya pengguna media sosial. Untuk pengguna *facebook* mencapai 1,5 miliar. Ini membuktikan

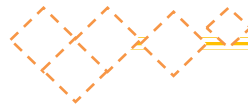


bahwa media sosial *facebook* paling banyak diminati oleh penduduk dunia.

Penelitian yang diperoleh pada referensi menjelaskan bahwa komunikasi media massa dipengaruhi oleh perkembangan teknologi (Tambunan, 2018, p. 27). Melalui perkembangan teknologi dan media massa dapat memberikan pengaruh terhadap pola pikir manusia. Melalui media massa informasi yang dihasilkan harus berupa berbagai isu yang tengah terjadi pada masyarakat. Deddy Mulyana mengatakan dalam komunikasi memiliki beberapa unsur penting. Adapun unsur-unsur tersebut ialah sumber informasi, isi pesan, saluran, penerima pesan, dan efek atau timbal balik pesan yang disampaikan (Riyanto, 2018, p. 3). Melalui kelima unsur tersebut maka proses komunikasi akan mudah terbentuk dan kemudian melihat proses penyampaian serta dampak yang ditimbulkan. Berbagai informasi atau berita yang disampaikan oleh masyarakat dianggap sebagai sesuatu yang penting, sehingga setiap informasi yang disampaikan harus senantiasa akurat dan valid agar dapat dipertanggung jawabkan mengingat setiap berita yang disampaikan berpengaruh besar dalam membentuk dan menggiring opini publik. Cahrley dan Effendy dalam tulisannya berpendapat bahwa setiap informasi atau berita merupakan suatu laporan penting yang penyebarannya sangat cepat dan berisikan fakta, opini yang menarik dan penting bagi setiap khalayak umum (Yuwita, 2018, p. 43).

Melalui tulisan ini, penulis menjelaskan mengenai strategi komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan kepada masyarakat terkait pandemi Covid-19 melalui media sosial *Facebook*. Melalui *Facebook* masyarakat lebih mudah dalam menjangkau setiap informasi yang ingin diperoleh secara cepat dan valid kebenarannya. Media sosial dijadikan salah satu saluran komunikasi yang paling efektif dan efisien dalam menyebarkan sebuah berita dan informasi. Sejauh ini banyak riset yang mengkaji tentang masalah tatatan kehidupan yang baru atau new normal pasca Covid-19, selain itu juga banyak riset atau artikel yang membahas dampak perkonomian akibat Covid-19. Namun penulis belum menemukan kajian atau riset tentang bagaimana perkembangan informasi mengenai covid-19 yang diupdate setiap harinya dan juga memberikan keterangan bagaimana awal mula pasien terjangkit virus ini hingga.

dinyatakan sembuh. Pada riset ini penulis membahas tentang bagaimana medis



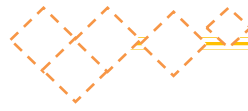
sosial khususnya akun *facebook* BPBD Kab. Blitar dalam memberika informasi terupdate setiap harinya kepada masyarakat terkait perkembangan Covid-19. Media massa dalam pemanfaatnya memiliki peran yang penting dan utama bagi para Tim Gugus Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Blitar. Media massa dijadikan peran utama dalam memberikan informasi maupun berita kepada masyarakat khususnya di Kabupaten Blitar dengan memanfaatkan komunikasi media massa elektronik maupun nonelektronik. Penggunaan media massa menjadi salah satu pilihan utama untuk dapat berkomunikasi secara mudah kepada masyarakat serta memberikan informasi terkini terkait Covid-19. Media sosial dipilih karena sebagian besar masyarakat dapat dengan mudah mengaksesnya dimanapun dan kapanpun. Mulai dari berbagai kalangan dan golongan masyarakat akan mudah untuk mengaksesnya (Asmar, 2020b, p. 57).

Literatur Review

Efekektifitas Komunikasi Massa

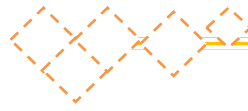
Komunikasi menjadi suatu hal yang penting dalam kehidupan bermasyarakat. Melalui komunikasi seseorang dapat berinteraksi dengan baik secara individual maupun secara berkelompok. Dengan berkomunikasi manusia akan saling bertukar informasi untuk saling bertukar pikiran, menyelesaikan masalah, dan bahkan menjadi salah satu pertimbangan dalam memutuskan suatu masalah. Karenannya melalui komunikasi yang baik maka tatanan kehidupan manusia juga akan berlangsung dengan baik.

Pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara luas melalui media yang menimbulkan efek tertentu disebut dengan komunikasi massa (Abdillah, 2015, p. 34). Komunikasi massa juga disebut sebagai komunikasi yang disampaikan kepada khalayak dengan menggunakan media massa baik media cetak maupun media elektronik. Media massa yang dimaksud seperti halnya radio, televisi, majalah, koran, dan lain sebagainya. Penyampaian pesan ini ditujukan kepada sejumlah orang secara luas yang dan dapat diterima secara serentak dalam waktu yang bersamaan (Jalaluddin & Mulyana, 2012, p. 76). Adapun unsur-unsur komunikasi massa tersebut ialah;

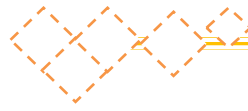


- a) Komunikator, yaitu pihak atau seseorang yang menyampaikan informasi sekaligus mengelola media massa dengan teknologi telematika secara modern. untuk menyebar luaskan informasi agar dapat diterima dengan cepat oleh publik. Komunikator yang dimaksud ialah suatu lembaga yang terdiri dari berbagai orang untuk mengumpulkan, mengelola sampai menyajikan informasi (Bungin, n.d., p. 109).
- b) Pesan, yaitu informasi maupun berita yang disampaikan secara keseluruhan oleh komunikator. Berbagai bentuk pesan yang disampaikan dapat berupa tulisan, gambar, maupun vidio yang dapat merubah sikap dan tingkah laku seseorang, dalam artian pemebentukan sebuah opini terkait efek informasi yang disampaikan.
- c) Sarana komunikasi massa yang dimaksut berupa media massa cetak maupun media eletkronik. Keberhasilan dalam proses penyampaian pesan tergantung media yang dipilih dan tergantung pada sifat berita yang akan disampaikan kepada publik
- d) Komunikan, yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. Jumlah komunikan disini bisa terdiri dari satu orang atau lebih. Komunikan merupakan target penting dalam berkomunikasi

Melalui proses komunikasi yang baik maka informasi yang diberikan maupun yang diterima dapat memberikan pemahaman kepada khalayak dalam satu waktu. Sehingga tidak banyak waktu yang diperlukan dalam proses bertukarya informasi. Masyarakat dengan cepat akan memperoleh informasi secara akurat. Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan dorongan dan efektivitas pada media massa. Berbagai kemudahan dan kemajuan ditawarkan bagi setiap penggunaannya. Bahkan untuk media online itu sendiri paling banyak diminati karena hanya melalui genggam tangan setiap penggunanya akan memperoleh informasi sesuai apa yang mereka butuhkan, dan untuk mengaksesnya pun cukup mudah. Penggunaan media massa mulai berkembang ketika komunikasi digunakan dalam skala yang lebih besar (Ardianto, 2014, pp. 14–17).



Fenomena komunikasi massa mulai terjadi sejak awal tahun 1960-an, dimana pada masa itu ditandai dengan adanya penyebaran pesan dari beberapa komunikator kepada khalayak dalam jumlah besar. pada tahun ini bentuk komunikasi yang paling besar dan berpengaruh pada masyarakat umum dipresentasikan melalui televisi. Televisi kemudian berkembang menjadi sumber yang paling penting dan berpengaruh pada kehidupan masyarakat dari segi pengetahuan, budaya dan perilaku sosial. Kemudian pada tahun 1990-an komunikasi massa mulai berkembang dengan munculnya internet. Teknologi pada masa ini menggerakkan siapapun bisa menjadi komunikator. Melalui komunikasi massa melalui media yang dibantu oleh internet masyarakat bisa dengan mudah mengakses sosial media seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan beberapa media sosial lainnya. Pola komunikasi inilah yang kemudian menjadikan komunikator tidak lagi hanya menyampaikan kepada khalayak dalam jumlah kecil tetapi menjadi lebih variatif. Dengan adanya internet membuat jumlah pengguna komunikasi massa menjadi beragam bahkan tidak terbatas. Khalayak tidak lagi bersikap pasif dengan hanya menerima apa yang disajikan melainkan menjadi lebih aktif menerima dan menanggapi media yang diakses sesuai dengan pilihan dan kebutuhannya. Hal ini berdampak pada kehidupan masyarakat yang mengalami perubahan ketika media jumlahnya sangat banyak. Dalam jurnal komunikasi Indonesai (JKI) menuliskan beberapa artikel singkat terkait fenomena komunikasi media massa, salah satunya artikel yang ditulis oleh Caffé dan Metzger yang menanggapi tentang bagaimana kehadiran internet mengubah kehidupan komunikasi yang terjadi di Indonesia. Tulisan tersebut mengangkat tema dampak penggunaan sebuah blog. Dalam artikel tersebut menjelaskan bahwa seorang blogger bisa menjadi komunikator karena tulisannya dapat disebarluaskan secara luas dan dibaca oleh khalayak dengan jumlah cukup besar. Contohnya ketika mengangkat fenomena banjir yang terjadi di Jakarta pada tahun 2019. Dari tulisan tersebut memperlihatkan bagaimana para blogger memaknai banjir berdasarkan opini mereka. Hasil tulisan tersebut berisikan peristiwa banjir bukan hanya dilihat sebagai bencana alam namun dapat juga dilihat sebagai komoditas berita politik yang dikemas secara rapi dan terperinci.



Media Massa dan Media Sosial

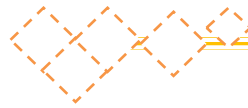
Media massa dan media sosial adalah satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan masyarakat milenial. Media massa dan media sosial tidak pernah lepas dari kehidupan masyarakat, bahkan kehadirannya turut andil dalam pertimbangan setiap permasalahan dalam mengambil keputusan baik dalam rumah tangga, masyarakat, bangsa, dan negara. Bahkan melalui media massa dan media sosial masyarakat mampu menciptakan opininya sendiri kepada publik terkait apa yang diberitakan (Makmur et al., 2020, p. 235).

Media sosial dikatakan dapat menjadi “senjata baru” bagi banyak bidang. Pada masa pandemi seperti ini banyak melibatkan peran media sosial. Pemerintah turut aktif dalam memberikan perhatian kepada masyarakat terkait Covid-19 melalui berbagai informasi yang disampaikan. Berbagai akun resmi pemerintahan daerah di media sosial kian aktif dalam memberikan informasi dan pendekatan kepada masyarakat terkait pandemi Covid-19. Masyarakat lebih mudah menerima informasi *terupdate* setiap harinya dengan jangkauan yang lebih luas. Hal tersebut menjadikan tantangannya yang tidak bisa dipungkiri bahwa kehadiran media sosial memberikan fakta menarik betapa kekuatan internet mampu merubah tatanan kehidupan masyarakat.

New Media

Komunikasi massa menurut Rakhmat yaitu penyampaian pesan yang ditujukan kepada publik dengan jumlah banyak yang disampaikan secara acak melalui media cetak maupun elektronik, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dalam waktu yang singkat secara bersamaan (Ardianto, 2014, p. 69). Media massa telah berkembang begitu pesat, dimulai abad ke 20 dimana media massa masih bersifat satu arah hingga saat ini media semakin canggih dan muncul begitu banyak varian. Melalui media yang ada mempermudah proses komunikasi yang terjadi, hal ini biasa disebut dengan *new media*. Menurut Mc.Quail, perbedaan karakteristik antara media lama dengan media baru dari sisi penggunaannya (Quail & Dennis, 2001, p. 127), yaitu :

- a) Interaktivitas, yaitu proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan



yang dapat berinteraksi secara langsung tanpa harus bertatap muka.

- b) Kehadiran social atau sosiabilitas, yaitu komunikasi terjadi adanya kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan oleh media. Media yang dimaksud berupa media sosial seperti halnya *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* dan beberapa media sosial lainnya.

Menurut (Romli, 2018, p. 119) dalam tulisannya menegaskan bahwa karakteristik media online dibandingkan dengan media konvensional atau media lama yaitu terlihat dari cepat dan *update* setiap berita atau informasi yang disampaikan. Kelebihan lainnya yaitu jangkauannya lebih luas dan *fleksibel*. Sejak adanya media online atau new media kini beberapa peran media konvensional telah digantikan dengan media baru atau *New Media*. Perkembangan teknologi informasi memunculkan berbagai jenis kegiatan yang berbasis teknologi informasi yang semuanya dapat dilakukan dengan menggunakan media baru atau internet.

Pengertian Facebook

Facebook merupakan aplikasi yang memiliki konsep untuk berbagi foto atau video dengan durasi waktu yang relatif pendek, selain itu aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengambil atau membagi foto maupun video. Mereka dengan mudah untuk menyebarkannya ke jejaring sosial yang lainnya. Informasi yang didapatkan dari aplikasi *instagram* yakni berupa kuliner, *fashion*, hobi, sampai dengan informasi atau berita yang sedang trending dibicarakan.

Tepat pada tahun 2006 *facebook* mulai membuka keanggotaannya secara universal. Yang mana *facebook* bisa digunakan oleh siapa pun dari belahan dunia. Saat ini *facebook* menjadi situs sosial networking terbesar. Penggunaan *facebook* memberikan beberapa manfaat dalam kehidupan manusia saat salah satunya yaitu sebagai tempat untuk mencari teman, tempat promosi, tempat diskusi, dan penyampaian informasi maupun isu terkait peristiwa yang sedang terjadi dan masih hangat diperbincangkan. *Facebook* dijadikan sebagai sarana yang digunakan untuk bertukar informasi maupun berinteraksi antara satu dengan yang lainnya dalam waktu yang bersamaan ditempat yang berbeda serta

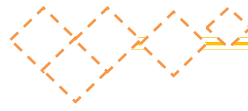
dilakukan secara virtual.

Peran Media Massa dalam Pembentukan Opini

Kajian ilmu komunikasi massa menurut McQuail yaitu ilmu komunikasi yang dipahami sebagai alat untuk berkomunikasi secara langsung melalui sistim terbuka yang dapat dilakukan oleh semua khalayak pada situasi berjarak, luas dalam satu waktu. Media massa itu sendiri memiliki industri personal yang berisikan beberapa peraturan, norma-norma yang menghubungkan antara institusi dengan masyarakat. Media massa masuk dalam kehidupan masyarakat dan menjadi sumber dominan karena telah memberikan serta menyuguhkan beberapa nilai normatif yang dikemas rapi melalui berita dan hiburan (Nuruddin, 2004, p. 99). Istilah media massa atau peran media massa tidak hanya digunakan untuk satu tujuan. Perkembangannya yang semakin pesat berpengaruh besar dalam kehidupan manusia. Adapun pembagian fungsi media massa berdasarkan perannya terbagi menjadi tujuh, diantaranya; Fungsi pengawasan, korelasi, mobilisasi, validasi, sensasionalisasi, penalaran, dan hiburan. Ruben dan Steward berpendapat karakter komunikasi publik dan komunikasi massa memiliki kriteria sama diantaranya adanya *audiens*, tidak bersifat pribadi, direncanakan (baik bersifat formal maupun non formal), dikontrol oleh komunikator, dan adanya umpan balik (Abdillah, 2015, p. 57).

Melalui komunikasi massa menggiring masyarakat untuk menyalurkan opininya terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial. Menurut William Albiq opini publik merupakan pendapat dari beberapa individu yang diperoleh melalui perdebatan sesuai dengan apa yang dipikirkan dalam menanggapi sebuah isu maupun informasi (Prihadi, 2020, p. 49). Sedangkan jika dilihat dari segi ilmu komunikasi opini publik diartikan sebagai suatu tindakan komunikasi yang menggiring suatu permasalahan untuk segera diselesaikan dengan harapan akan memperoleh suatu tanggapan maupun umpan balik. Adapun beberapa penjelasan mengenai teori pembentukan opini publik:

Pertama teori analisis kultivasi yang dikemukakan oleh Gerbner (1969). Dalam pemikirannya ia menjelaskan bahwa teori ini menjelaskan mengenai formasi dalam pembentukan sebuah persepsi membutuhkan jangka panjang dalam memahami sebuah

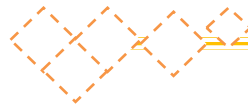


pesan dari media (Ayu, 2021, p. 37). Teori kultivasi menyatakan bahwa dengan menyaksikan tayangan televisi memiliki pengaruh yang kuat dalam mengubah persepsi seseorang, sikap dan nilai individu dalam jangka panjang. Media sosial sering disebut sebagai agen yang menyatukan budaya, sehingga tayangan yang ditampilkan sangatlah beragam. Teori analisis kultivasi berhubungan dengan totalitas pola yang dikomunikasikan oleh media sosial secara kumulatif dalam jangka waktu yang panjang. Teori kultivasi sebagai bentuk perkiraan atau penjelasan mengenai pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia yang telah disampaikan dalam pesan media dalam jangka panjang. George Gebner yang mengembangkan teori kultivasi, menyatakan bahwa informasi melalui media sosial menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas.

Kedua, teori agenda model setting. Teori ini lebih menekankan pada hubungan antara media dengan kebebasan dalam memberikan pendapat. Pada teori ini lebih menekankan bahwa masyarakat memberikan respon positif terhadap media yang dianggapnya penting karena memberikan informasi yang sesuai dan media dianggap penting bagi masyarakat. Pada teori ini terdapat dua efek yakni efek langsung dan tidak langsung. Pada efek langsung khalayak akan memberikan respon terhadap isu yang dianggap penting sedangkan pada efek tidak langsung khalayak hanya mengetahui tentang isu yang sedang terjadi, tanpa memberikan tanggapan maupun respon. Sebuah berita dianggap penting bagi khalayak umum karena memberikan informasi mengenai peristiwa ataupun isu yang sedang terjadi dan masih hangat diperbincangkan. Melalui berita masyarakat dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa yang sedang terjadi di belahan dunia.

Strategi Komunikasi

Dalam menyampaikan sebuah pesan diperlukan perencanaan yang meliputi unsur komunikasi dengan satu frekuensi, dilakukan secara formalitas sehingga isi pesan yang disampaikan akan mudah diterima sesuai dengan tujuan komunikasi. Pesan itu sendiri diartikan sebagai seperangkat lambang yang memiliki makna tertentu yang disampaikan



oleh komunikator kepada komunikan. Yang dimaksud lambang disini yakni bahasa, isyarat, warna, gambar, dan lain sebagainya yang secara langsung dapat dipahami oleh pikiran atau perasaan manusia (Suswanto & Setiawati, 2020, p. 19), lebih lanjut dalam tulisannya mengatakan bahwa terdapat tiga bentuk pesan dalam menyampaikan strategi komunikasi yakni:

- a) Informatif, yaitu teknik penyampaian pesan yang dilakukan melalui jalan penerangan dengan tujuan memberikan pengaruh terhadap khalayak umum. Isi pesan yang disampaikan berupa fakta dan data-data yang sudah diakui kebenarannya. Penyampaian pesan ini dilakukan dalam bentuk keterangan, dan pernyataan terkait berita yang disampaikan.
- b) Persuasif, penyampaian pesan jenis ini dilakukan dengan teknik membujuk. Pada strategi ini informasi yang disampaikan bertujuan untuk mensugesti pikiran maupun perasaan dari khalayak. Dengan demikian khalayak akan lebih mudah diberikan saran atau masukan.
- c) Koersif, pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan mengandung unsur paksaan dan melibatkan sanksi apabila tidak dilaksanakan. Pesan ini berupa intruksi maupun perintah dalam penyampaian pesannya.

METODE

Rancangan Penelitian

Penulisan penelitian ini mengambil metode penelitian pendekatan deskripsi analisis kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan paradigma penelitian yang didasarkan pada konsep yang umumnya tidak memberikan angka numerik. Pendekatan penelitian kualitatif mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara banar, yang dibentuk dari pengumpulan data-data dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi alamiah (Nishimoto & Takagi, 2010, p. 25). Tujuan dari penelitian ialah untuk memecahkan masalah diberbagai persoalan. Peneliti memandang bahwa penelitian dengan metode kualitatif dapat memecahkan penelitian ini secara mendalam tentang analisis pada akun *facebook* BPBD Kab. Blitar guna memperoleh

tingkat akurasi data yang dinyatakan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Analisis akun *facebook* ini dilakukan sejak awal mula munculnya pandemi Covid-19 masuk di Indonesia khususnya di wilayah Kabupaten Blitar.

Objek Penelitian

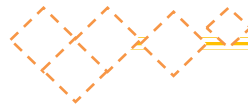
Objek penelitian ini adalah postingan akun facebook BPBD Kab. Blitar yang diberi batasan objek pada Bulan September 2020. Populasi postingan *Facebook* selama Bulan Desember 2019 yakni sebanyak 208 postingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Akun *Facebook* Kabupaten Blitar

Akun facebook BPBD Kabupaten Blitar selalu memberikan informasi *terupdate*

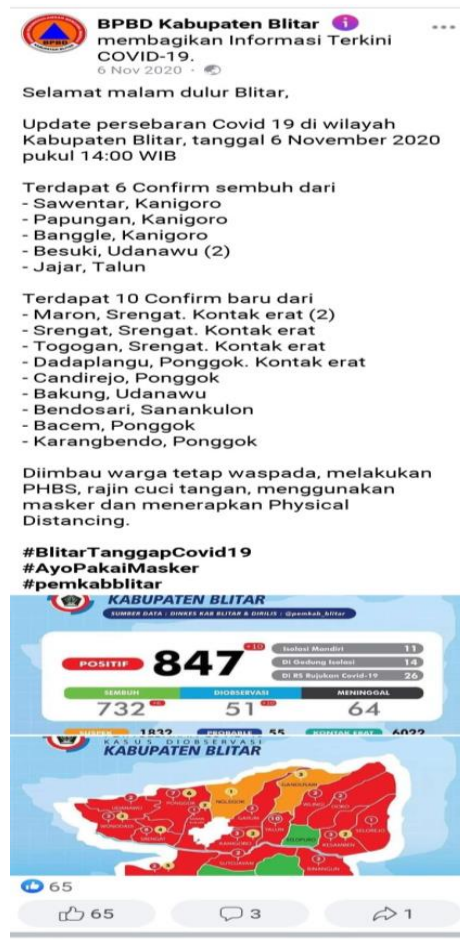


setiap harinya yang berisikan informasi terbaru terkait covid-19 khususnya di kabupaten Blitar. Dalam postingan akun *facebook* ini setiap harinya selalu memposting terkait jumlah pasien yang sembuh maupun yang baru saja terjangkit. Dalam informasi terdapat juga dijelaskan alamat pasien yang terkonfirmasi maupun yang sudah sembuh. Dalam postingannya selalu disertakan gambar peta persebaran Covid-19 di wilayah Kabupaten Blitar. Selain itu juga masyarakat selalu dihibau untuk tetap menjaga kesehatan dimanapun dengan cara rajin mencuci tangan, menggunakan masker apabila bepergian, dan tetap menjaga jarak dengan orang-orang disekelilingnya.

Penanganan maupun informasi terbaru terkait covid-19 masih sangat diperbincangkan sampai saat ini. dalam hal ini peran media massa sangat dibutuhkan dan bahkan peran penanganan dan peran media menjadi dua hal yang saling berkaitan karena komunikasi disini berperan aktif dalam aspek kehidupan manusia. Hal tersebut termasuk dalam memberikan informasi maupun pemberitaan terkait covid-19 khususnya di kabupaten Blitar harus jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Selain komunikasi massa kepada masyarakat komunikasi internal kepada masyarakat juga menjadi suatu hal penting dalam menangani Covid-19. Untuk itu diperlukan strategi komunikasi yang tepat agar informasi maupun berita yang disampaikan diterima dengan mudah oleh masyarakat. Disini penulis menjelaskan beberapa strategi komunikasi yang digunakan dalam memberikan informasi terkait Covid-19 di wilayah Kabupaten Blitar melalui akun facebook yang resmi milik BPBD Kabupaten Blitar.

1. Context "*How we frame our stories*". Dalam hal ini menjelaskan mengenai konteks bagaimana cara menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada khalayak.

Pada akun postingan akun *facebook* BPBD Kabupaten Blitar menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dipahami oleh khalayak dari berbagai golongan. Sehingga para pengikut di akun *facebook* ini mudah menerima berbagai macam informasi atau berita yang disampaikan. Sehingga pengikut akun *facebook* BPBD Kabupaten Blitar selalu bertambah setiap harinya



Gambar 2. Postingan Akun Facebook Kabupaten Blitar Dengan Bahasa Ringan dan Mudah Dipahami

2. *Communication “The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing”.*

Dalam tahap ini ketika memberikan sebuah informasi harus bisa didengarkan dan direspon oleh *khalayak*. Melalui strategi ini diharapkan informasi yang disampaikan terkait Covid-19 yang ada di wilayah Kabupaten Blitar benar-benar diterima oleh masyarakat. Melalui postingan ini masyarakat mengikuti perkembangan Covid-19 setiap harinya dan tetap waspada menjaga diri dan anggota keluarganya beserta orang-orang terdekatnya. Pada postingan ini terlihat masyarakat aktif memberikan tanggapan dan juga membagikan postingan yang diunggah pada tanggal 07 Oktober 2020 tentang pemberitaan

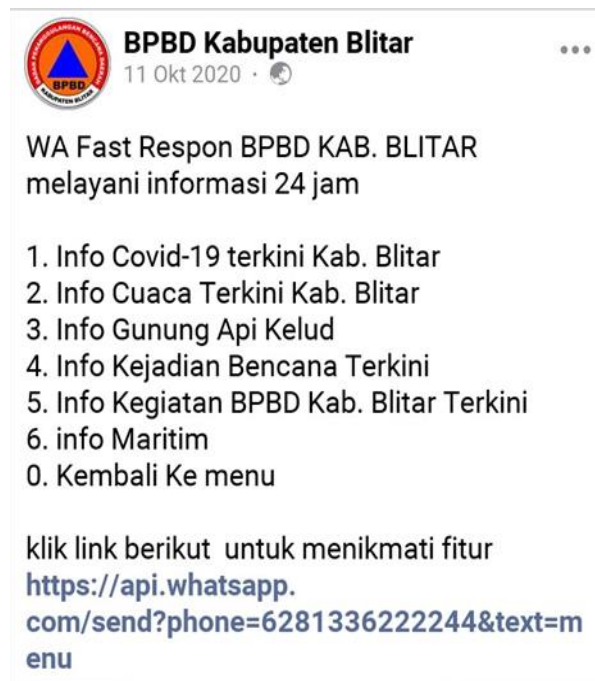
jumlah pasien yang sembuh dan yang baru terkonfirmasi di beberapa daerah Kabupaten Blitar. Selain aktif memberikan tanggapan dan membagikan postingan masyarakat juga aktif memberikan like terhadap postingan di akun *Facebook* BPBD Kabupate Blitar.

Gambar 3. Postingan Akun *Facebook* Kabupaten Blitar Terkait Perkembangan Covid-19

3. *Collaboration “Working together to make things better and more efficient and effective”*

Selain memberikan informasi terkait penyebaran Covid-19 di Kabupaten Blitar melalui media sosial *Facebook*, BPBD Kab. Blitar juga memberikan berbagai informasi lain terkait informasi dan peristiwa lain yang terjadi di wilayah Kabupaten Blitar melalui media massa *Watshapp*. Hal ini dilakukan bertujuan

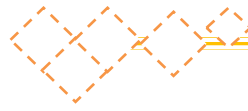
agar masyarakat tidak tertinggal informasi penting yang terjadi disekitarnya, selain itu juga masyarakat dapat memberikan informasi mengenai peristiwa yang terjadi didaerahnya. Diharapkan melalui strateg komunikasilewat media massa *online* pesan yang disampaikan diterima dengan mudah dan tepat sasaran.



Gambar 4. Postingan Akun *Whatsap* Kabupaten Blitar Terkait Info Kejadian dan Peristiwa

4. *Connection “The relationships we forge and maintain”*

Melalui komunikasi yang tepat maka hubungan yang terjalin antara komunikan dan komunikator akan berjalan secara beriringan sesuai apa yang diinginkan dan tentunya secara tepat. BPBD Kab. Blitar memilih media massa online sebagai salah satu strategi berkomunikasi dengan masyarakat maupun pemerintah setempat perihal penanganan dan edukasi ditengah pandemi Covid-19 yang masih hangat diperbincangkan. Melalui media online Facebook pemberitaan maupun data penyebaran Covid-19 di wilayah Kab. Blitar dapat diakses dengan mudah dalam satu waktu secara bersamaan. Komunikasi massa pada media *online* merupakan salah satu langkah solutif dalam penyelesaian pandemi

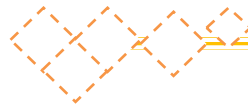


Covid-19. Ditengah maraknya pandemi Covid-19 menjadikan komunikasi sebagai satu langkah penting dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Dalam pengertian secara luas, komunikasi dijadikan terget utama terkait penyampaian informasi seputar Covid-19 (Asmar, 2020a, p. 55). Dengan adanya peraturan pembatasan sosial yang dibuat oleh pemerintah komunikasi massa menjadi salah satu alternatif dalam penyampaian informasi atau berita kepada khalayak. Media massa online dijadikan pokok utama bagi kepentingan publik dalam menanggapi berbagai persoalan yang timbul akibat pandemi Covid-19 ini, media massa membantu terjalinya proses interaksi sosial tengah pandemi Covid-19.

SIMPULAN

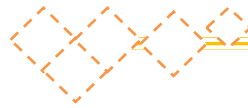
Komunikasi menjadi aspek penting dalam kehidupan masyarakat. Ditengan pandemi seperti ini masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tak lepas dari yang namanya komunikasi massa. Karena dengan komunikasi massa masyarakat dapat memperoleh informasi terkait perkembangan Covid-19. Selain itu juga melalui media massa efektifitas dan strategi komunikasi dalam menyampaikan sebuah informasi pada media sosial facebook dan bagaimana pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh publik.

Dengan adanya media massa membantu terbentuknya kehidupan masyarakat yang lebih stabil dan tertata. Peran media massa dianggap penting sebagai salah satu langkah alternatif dan solutif dalam penyelesaian dampak yang ditimbulkan adanya pandemi Covid-19 yang belum ada titik jelasnya sampai hari ini. Melalui proses komunikasi yang tepat guna mengedukasi masyarakat terkait pandemi Covid-19 yang masih terus terjadi sampai saat ini. Pandemi Covid-19 yang belum juga usai dianggap sebagai bencana global yang tercatat dalam sejarah kehidupan manusia. Pada kenyataannya dampak adanya pandemi merubah kehidupan manusia dari sebelum ada pandemi. Masyarakat dituntut agar menyesuaikan diri ditengah pandemi dengan tetap melakukan aktivitas sehari-hari.



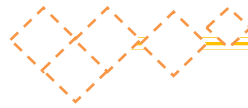
BPBD Kabupaten Blitar memiliki akun media sosial sendiri berupa facebook, instagram, WatshAap, dan Gmail untuk membantu beriteraksi dengan masyarakat secara mudah. Melalui akun media sosial tersebut BPBD Kabupaten Blitar senantiasa memberikan informasi dan edukasi terupdate setiap hari terkait Covid-19 khususnya di kabupaten Blitar. Dari beberapa akun media sosial yang ada masyarakat banyak memilih menggunakan Facebook untuk mengetahui segala informasi yang dipublikasikan. Selain mengunggah jumlah pasien yang terpapar virus Covid-19, akun ini juga memposting cara-cara pencegahan dan memberikan himbauan untuk tetap menjaga diri dan keluarga ketika beraktifitas diluar rumah. Ditengah pandemi seperti sekarang ini diperlukan strategi komunikasi yang tepat agar informasi maupun berita yang disampaikan dapat diterima dengan mudah dan tepat sasaran.

Fungsi dan peran media massa dalam ilmu komunikasi berpengaruh besar dalam menangani dan menanggapi setiap persoalan yang muncul dalam kehidupan masyarakat. Dengan memanfaatkan dan bijak dalam berkomunikasi melalui media massa maka akan mempermudah menghadapi setiap permasalahan yang ada baik permasalahan sederhana maupun yang sulit seperti persoalan terkait Covid-19 yang masih menghantui kehidupan manusia diberbagai belahan dunia. Oleh karena itu perlu menjalin komunikasi melalui media massa untuk membantu memberikan edukasi dan menginformasikan apa saja yang berkaitan dengan Covid-19. Penelitian ini masih dirasa kurang karena hanya membahas persoalan strategi komunikasi massa dalam menanggapi pandem Covid-19. Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya terletak pada objek yang diambil, selain itu juga pada penelitian terdahulu hanya membahas pentingnya media dimasa pandemi. Pada penelitian ini berguna dalam mengembangkan pengetahuan dan dapat dikaji lebih detail peranan media massa dalam menanggapi pandemi Covid-19. Bisa dikaji dalam sisi edukasi, komunikasi, tatanan sosial dan pembahasans lainnya yang berkaitan dengan dampak Covid-19.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Z. (2015). Pelaksanaan Kewajiban Pemerintah Daerah Memberikan Perlindungan Kepada Pedagang Tradisional Di Kota Batu (Studi Pasal 8 Ayat (4) Perda Kota Batu No 8 Tahun 2012) [Other, University of Muhammadiyah Malang]. <https://eprints.umm.ac.id/22493/>
- Ardianto, E. (2014). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media.
- Asmar, A. (2020a). Media dan Realitas Sosial: Refleksi dan Representasi Pemberitaan Virus Corona. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v6i1.851>
- Asmar, A. (2020b). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 54–64. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>
- Ayu, S. A. R. (2021). Pola Komunikasi Islam dalam Mengasuh Anak (Studi pada Aktivis Perempuan di Perwakilan Daerah Salimah Samarinda). *KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah*, 11(01), 29–41. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01.1948>
- Bungin, B. (n.d.). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kencana.
- Jalaluddin, R., & Mulyana, D. (2012). Komunikasi Antarbudaya. Rosda Karya.
- Makmur, Z., Arsyam, M., & Alwi, A. M. S. (2020). Strategi Komunikasi Pembelajaran Di Rumah Dalam Lingkungan Keluarga Masa Pandemi. *KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(02), 231–241. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1516>
- Nishimoto, N., & Takagi, N. (2010). Assessment of the validity of the 28-joint disease activity score using erythrocyte sedimentation rate (DAS28-ESR) as a disease activity index of rheumatoid arthritis in the efficacy evaluation of 24-week treatment with tocilizumab: Subanalysis of the SATORI study. *Modern Rheumatology*, 20(6), 539–547. <https://doi.org/10.3109/s10165-010-0328-0>
- Nuruddin, N. (2004). Pengantar Komunikasi Massa. Rajawali Pers.
- Priyadi, M. D. (2020). Pengenalan Dasar Manajemen Publik Relasi. KBM.
- Quail, M., & Dennis, D. (2001). Teori Komunikasi massa: Suatu Pengantar. Erlangga.
- Riyanto, B. (2018). Media Sosial Dan Multikulturalisme Dikalangan Pemuda Surakarta. *Seminar Nasional Ilmu Komunikasi Politik 2018*, 1(0), Article 0. <http://prosiding.univetbantara.ac.id/index.php/semnasilkompol/article/view/97>
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia.



LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI, 3(2), 16–29.
<https://doi.org/10.23969/linimasa.v3i2.2754>

Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal), 4(1), 24–31. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1475>

Yuwita, N. (2018). Representasi Nasionalisme Dalam Film Rudy Habibie (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). JURNAL HERITAGE, 6(1), 40–48. <https://doi.org/10.35891/heritage.v6i1.1565>