

KAITAN ANTARA PEMBANGUNAN DAN KOMUNIKASI KRISIS DALAM ERA NEW NORMAL

Oleh:

Susanna Hutapea ¹⁾

Irene Silviani²⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2)}

E-mail:

Susanhttp17@gmail.com ¹⁾

irenesilviani@gmail.com ²⁾

ABSTRACT

This study aims at finding the relationship between the development and communication of the crisis in the new normal era. This research was conducted by taking information from various sources and then a summary of these sources is put together as reading material. There are many diverse responses from netizens regarding the implementation of new normal in Indonesia today. Based on World Health Organization (WHO) guidelines, everyone inevitably has to adapt to new habits so that during the Covid-19 pandemic. New normal refers to new habits that are felt uncomfortable, but must be made comfortable for the sake of survival. Like studying online at home, working from home, and refraining from leaving the house as long as the Covid-19 outbreak has not subsided. But the definition of new normal in question does not seem to be fully understood by the people of Indonesia. The majority of people understand that new normal is a suggestion to return to activities as usual, the same as before the Covid-19 pandemic occurred. In the Covid-19 crisis, the government needs to conduct effective crisis communication by conveying transparent information related to the handling of Covid-19. Failures in communication can worsen the situation and make it difficult for governments to deal with crises. Not infrequently new problems will emerge, namely the communication crisis. So, ethics in crisis communication is an important part that should not be ignored.

Keywords : Covid-19, New Normal, Crisi Communication

ABSTRAK

Di media sosial, terdapat banyak tanggapan yang beraneka ragam dari netizen mengenai penerapan new normal di Indonesia saat ini. Berdasarkan panduan Badan Kesehatan Dunia (WHO), setiap orang mau tidak mau harus beradaptasi dengan kebiasaan baru agardi masa pandemi Covid-19. New normal merujuk pada kebiasaan baru yang dirasa tidak nyaman, namun harus dibuat nyaman demi keberlangsungan kehidupan. Seperti belajar secara online di rumah, bekerja dari rumah, serta menahan diri untuk tidak keluar rumah selama wabah Covid-19 belum reda. Namun pengertian new normal yang dimaksud sepertinya belum sepenuhnya dipahami masyarakat Indonesia. Mayoritas orang memahami bahwa new normal adalah anjuran untuk kembali beraktivitas seperti biasa, sama seperti sebelum pandemi Covid-19 terjadi. Pada krisis Covid-19 ini, pemerintah perlu melakukan komunikasi krisis yang efektif dengan cara menyampaikan informasi yang transparan terkait penanganan Covid-19. Kegagalan dalam komunikasi dapat memperburuk keadaan dan mempersulit pemerintah menangani krisis. Tak jarang pula bakal muncul masalah baru, yakni krisis komunikasi. Jadi, etika dalam komunikasi krisis merupakan bagian penting yang tidak boleh diabaikan.

Kata kunci : Covid-19, New Normal, Komunikasi Krisis

1. PENDAHULUAN

Kalangan politikus, akademisi dan aktivis sipil banyak yang mengkritik pemerintah atas pengambilan kebijakan yang dilakukan pemerintah. Dalam kondisi krisis seperti ini, komunikasi menjadi persoalan yang krusial bagi pemegang otoritas. Karena pada saat krisis seperti ini masyarakat sangat mengandalkan kinerja pemerintah. Dan pemerintah sudah seharusnya mampu meyakinkan masyarakat bahwa mereka terlindungi dan dapat mempercayakan sepenuhnya kepada pemerintah dilihat pada kebijakan yang pemerintah ambil dalam menangani Covid-19. Ini merupakan wujud kepercayaan publik kepada pemerintah.

Namun pada kenyataannya, seringkali pemerintah gagal dalam mengelola komunikasi krisis yang justru malah menambah kepanikan di tengah masyarakat.

Melalui media sosial, banyak tanggapan yang beraneka ragam dari netizen mengenai penerapan new normal di Indonesia saat ini. Berdasarkan panduan Badan Kesehatan Dunia (WHO), mau tidak mau mengharuskan setiap orang beradaptasi dengan kebiasaan baru agar bisa hidup normal di masa pandemi Covid-19.

New normal sebenarnya merujuk pada situasi baru yang membentuk kebiasaan baru yang mendorong setiap orang menerima keadaan tidak biasa menjadi hal biasa. Meski tidak nyaman, semua ini dilakukan untuk menjaga diri dari risiko penularan penyakit yang belum ditemukan obatnya tersebut.

Namun pemahaman new normal ini sepertinya belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat Indonesia. Mayoritas orang Indonesia memahami new normal sebagai anjuran untuk kembali beraktivitas seperti biasa, sama dengan saat sebelum pandemi Covid-19 terjadi. Sentimen negatif tentang new normal yang bisa jadi merupakan bentuk keresahan warganet soal kondisi negara Indonesia yang dilanda krisis pandemi Covid-19. Seperti halnya

kebijakan new normal yang kebanyakan dipahami sebagai back to normal atau kembali pada keadaan normal.

Bila di perhatikan, masih banyak orang di Indonesia yang tidak mematuhi imbauan pemerintah di era new normal ini. Banyak orang bergerombol di pinggir jalan raya setelah bersepeda bersama tanpa menjaga jarak. Bahkan restoran, kafe, pusat perbelanjaan, hingga salon mulai kebanjiran pengunjung yang sering kali mengabaikan protokol kesehatan.

Hal itu menunjukkan ketidaksiapan pemerintah Indonesia menghadapi krisis sebagai dampak pandemi Covid-19. Padahal, pola komunikasi krisis di tengah bencana harus dilakukan dengan cermat agar tidak menimbulkan krisis lain, yakni krisis komunikasi. Perdebatan kebijakan, jumlah kasus yang tidak jelas, baik dalam masalah pembangunan, hingga stigma soal pasien Covid-19 menunjukkan kegagalan pemerintah Indonesia menciptakan pola komunikasi krisis yang baik.

Komunikasi krisis adalah proses dialog berkelanjutan antara organisasi terkait (dalam hal ini pemerintah) dengan publik yang bertujuan menciptakan makna bersama dalam menghadapi ancaman. Pada dasarnya inti komunikasi krisis adalah merespons cepat krisis yang terjadi dengan pesan yang terbuka dan jujur.

Krisis merupakan suatu permasalahan besar yang tidak terduga dan memiliki dampak negatif sekaligus positif. Krisis berbeda dengan masalah sehari-hari, krisis sering menarik minat dan menjadi perhatian publik melalui liputan media.

Strategi utama komunikasi krisis ini adalah menyelesaikan krisis secepat mungkin. Terlebih keadaan perkembangan era 4.0 saat ini, menimbulkan permasalahan baru yang memperkeruh suasana yaitu penyebaran corona virus yang sangat cepat ini menimbulkan suatu kekhawatiran diberbagai dunia.

Selain itu komunikasi krisis ini pun berdampak pada pembangunan di Indonesia. Yang mana dana negara sudah cukup banyak yang dialokasikan untuk

penanganan COVID-19 ini. Dan ternyata ditemukan pro dan kontra pada masalah ini. Beberapa diantaranya menyebutkan pembangunan adalah salah satu bentuk pemulihan dari krisis akibat COVID-19. Namun yang lainnya lebih menyetujui dana dialokasikan untuk pengobatan dan biaya penanganan COVID-19.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi krisis

Menurut Fearn-Banks (2002:2) berpendapat bahwa "crisis communication is the dialog between the organization and its publics prior to, during, and after the negative occurrence". Yang artinya menyatakan bahwasanya krisis komunikasi adalah dialog yang terjadi antara perusahaan dan publik dalam waktu sebelum dan setelah krisis. Selain itu, Coombs & Sherry(2010:20) juga mengatakan "crisis communication can be defined broadly as the collection, processing, and dissemination of information required to address a crisis situation". Yang artinya komunikasi krisis secara luas dapat didefinisikan sebagai pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran informasi yang diperlukan untuk mengatasi situasi krisis.

Komunikasi Pembangunan

Menurut Nasution, 1996:92 dalam arti yang luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan.

3. METODE PELAKSANAAN

Informasi jurnal di ambil dari berbagai sumber kemudian diambil ringkasan dari sumber tersebut yang dijadikan satu menjadi bahan bacaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Pemerintah yang terbaru yaitu "berdamai" dengan Covid-19 dengan menggaungkan apa yang disebut New Normal atau Pola Hidup Baru tentunya tidak terlepas dari upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah selama ini dalam menangani penyebaran Covid-19.

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya seperti banyak kegiatan yang selama ini dilakukan dengan tatap muka menjadi berubah dengan sistem social distancing ataupun physical distancing, rapid test, hingga kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB).

Selain itu, upaya pemerintah dan humas pada perkembangan era 4.0 memberantas hoax yang terjadi melalui komunikasi krisis berupa media informasi dan keterbukaannya akses informasi dan berbagai evaluasi lainnya yang dilakukan.

Beragam sentimen soal new normal lantas berkembang menjadi obrolan dengan tagar #NewNormal di Twitter.

Dinamika pembicaraan netizen di media sosial bisa direkam dan dianalisis dengan teknologi big data seperti yang diakses di situs Drone Emprit Academic. Berdasarkan data Drone Emprit Academic dari 15 Mei 2020 hingga 13 Juni 2020 tercatat ada 214.796 kicauan tentang Covid-19 dan kaitannya dengan the new normal.

Dari ribuan kicauan soal new normal di Twitter, mayoritas warganet Indonesia menunjukkan sentimen positif dengan total sekitar 12.349 kicauan. Sementara itu sekitar 5.756 kicauan menunjukkan pola sentimen negatif serta sekitar 772 lainnya tampak netral.

Opini netizen tersebut membuktikan narasi pemerintah dalam menyampaikan kebijakan new normal belum sepenuhnya dipahami.

Penyampaian data yang tidak transparan merupakan bentuk pelanggaran standar etika berupa kejujuran yang semestinya dijunjung tinggi oleh pemerintah dalam penyelenggaraan negara. Tetapi yang terjadi justru kebijakan

pemerintah dalam penanganan Covid-19 sering kali tumpang tindih. Ketidakjelasan ini menyebabkan kebingungan publik sehingga respons krisis tidak disertai empati menghambat penanganan wabah Covid-19 di Indonesia. Padahal dalam kondisi seperti ini sangat penting menerapkan etika respons komunikasi krisis yang cepat untuk menanggulangi dampak buruk pandemi Covid-19.

Konsumsi berita akhir-akhir ini terus meningkat khususnya di penayangan media massa televisi. Kehadiran media sosial yang lainpun juga semakin marak, belum jelasnya validitas atas berita yang publik baca malah kian memperpanjang jarak pemerintah dengan publik.

Keterbukaan data merupakan hal penting untuk disampaikan kepada publik supaya publik lebih sadar dan memahami situasi terkini, sehingga membantu publik dalam mengambil keputusan secara rasional dengan meminimalisir risiko yang akan terjadi.

Belum terlambat untuk memperbaiki delegitimasi komunikasi yang tengah terjadi. Pemerintah dapat menerapkan metode dengan model CERM atau Crisis Emergency Risk Communication yang memadukan model risiko komunikasi. Model ini sering digunakan pemerintah untuk menghadapi keadaan darurat dengan model komunikasi krisis yang sering digunakan sektor swasta untuk menghadapi krisis organisasi di dalam perusahaan. Model ini memiliki tahapan dalam strategi penyampaiannya mulai dari Pre crisis (sebelum krisis), Initial event (awal krisis), Maintenance (selama krisis), Resolution (resolusi), dan Evaluation (evaluasi).

Langkah yang dilakukan pemerintah dalam memasuki awal krisis ialah menyediakan informasi satu pintu yang diharapkan dapat memudahkan sirkulasi dan mencegah kesimpangsiuran berita di lingkungan publik.

Setelah melewati fase awal krisis yang baik, maka akan memudahkan pemerintah untuk melewati fase-fase

berikutnya. Informasi yang dikonsumsi publik akan mengalami peningkatan kepada kepercayaan terhadap pemerintah. Pemerintah harus memaparkan metode penanggulangan keadaan darurat dan resolusi pemulihan setelah krisis.

Nah, pada fase resolusi ini sendiri, pemerintah harus tetap menjaga komunikasi yang baik dengan publik sehingga pemahaman publik terhadap krisis pandemi benar, tidak menimbulkan kepanikan. Sehingga pandemi ini dapat segera terlewati.

Strategi Komunikasi Krisis Yang Diambil Pemerintah :

- a. Penentuan target WNI didalam dan luar negeri menjadi target utama penanganan krisis ini
- b. Penentuan narasi pesan yang akan disampaikan ke publik berisikan informasi seputar virus corona beserta info penting lainnya seperti penyebaran, pencegahan dan tindakan jika terinfeksi virus ini
- c. Pemilihan media dan penunjukan jubah media yang digunakan berupa konferensi pers dan yang lainnya. serta jubah yang ditunjuk ialah bapak Achman Yurianto
- d. Melakukan evaluasi apakah strategi yang digunakan sudah efektif menyelesaikan masalah

Selain itu, Untuk mengatasi beredarnya hoax agar terhindar dari kekacauan, pemerintah dan aktor kepentingan lainnya telah bergerak cepat dengan menyediakan berbagai situs yang menyajikan informasi akurat seputar perkembangan corona virus di Indonesia, diantaranya: covid19.go.id dan infeksiemerging.kemkes.go.id.

Sumber-sumber ini digunakan sebagai media penangkal hoax dan sumber informasi akurat. Kemudian beragam media modern digunakan untuk mengatasi krisis corona dan hoax yang ada disekitarnya, contohnya melalui media sosial dan sebagainya.

Pengelolaan Komunikasi Krisis

Berikut ini factor-faktor yang mempengaruhi manajemen komunikasi krisis dan efektivitas tim komunikasi krisis.

1. Interaksi awal

Pengalaman dalam penanganan krisis yang pernah terdisebelumnya menjadi nilai tambah dalam manajemen krisis. Praktisi humas yang menjadi anggota tim komunikasi krisis harus memiliki *sence of crisis* yang peka sehingga mampu mendeteksi sejak dini timbulnya krisis. Semakin cepat dideteksi, semakin tinggi pula tingkat keberhasilan baik dalam mencegah maupun mengatasi krisis yang timbul.

2. Komposisi Tim Komunikasi Krisis

Kinerja tim komunikasi krisis sangat mempengaruhi pengelolaan krisis. Dengan komposisi personil yang kapabel dengan tugasnya, kerja sama tim akan berjalan efektif dan tujuan yang hendak dicapai dapat terwujud.

3. Pengetahuan dan Penguasaan dalam Krisis

Krisis menimbulkan kondisi yang tidak stabil. Dibutuhkan pengetahuan dan penguasaan krisis yang memadai. Praktisi humas wajib mempelajari seluruh aspek krisis yang terkait dengan instansi pemerintahnya sehingga dapat diambil keputusan-keputusan yang tepat.

4. Kemampuan Kepemimpinan

Situasi krisis membutuhkan kepemimpinan yang kuat. Kepemimpinan membantu proses pengelolaan krisis berjalan sesuai dengan koridor dan ketentuan yang telah ditetapkan.

5. SIMPULAN

Dalam kondisi krisis seperti ini, komunikasi menjadi persoalan yang krusial bagi pemegang otoritas. Bagaimana tidak, pada saat krisis seperti ini masyarakat sangat mengandalkan kinerja pemerintah. Namun pada kenyataannya, seringkali pemerintah gagal dalam mengelola komunikasi krisis yang justru malah

menambah kepanikan di masyarakat. Komunikasi krisis harus dilakukan dengan perencanaan yang jelas terlebih dahulu. Pemerintah seringkali mengambil kebijakan yang tumpang tindih sehingga membingungkan publik. Yang malah memperlihatkan kelemahan koordinasi komunikasi di dalam lembaga eksekutif. Pada kondisi krisis seperti ini, kepercayaan publik kepada pemerintah meningkat, tetapi yang dilakukan pemerintah tidak sesuai dengan ekspektasi publik yang akhirnya publik mengalami kekecewaan. Kekecewaan ini berdampak pada kebijakan-kebijakan yang diambil pemerintah menjadi kurang diperhatikan publik.

6. DAFTAR PUSTAKA

Andi Anas Chaerul M (2020) Pelayanan Publik di Era New Normal

<https://ombudsman.go.id/artikel/r/artikel--pelayanan-publik-di-era-new-normal>

https://dea.uui.ac.id/user/lihat_publicasi/buruknya-etika-berkomunikasi-di-tengah-krisis-covid-19

<https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/yoursay/2020/06/08/092611/komunikasi-krisis-pemerintah-di-tengah-pandemi-covid-19>

Karenta Nurma Gustami Universitas Negeri Yogyakarta (2020) Langkah Pemerintah dalam Menangani Komunikasi Krisis Covid-19 Di Era 4.0

<https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/yoursay/2020/06/13/141917/langkah-pemerintah-dalam-menangani-komunikasi-krisis-covid-19-di-era-40>

<https://www.solopos.com/buruknya-etika-berkomunikasi-di-tengah-krisis-covid-19-1067166>

Irene, Silviani. 2020. *Public Relation Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: Scopindo.