

KOMUNIKASI EMPATI DALAM PANDEMI COVID-19



xsu Pangenurt
Muhamad' Sulhan
Ketua Umum

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

Nurudin | Suprihatin |Awang DhaVmawan
Maria.MWIdianDr] Ntrla Wldlyanl R, oosin¥ja

Komunikasi Empati dalam Pandemi COVID-19

Kata Pengantar:

Muhamad Sulhan

Ketua Umum Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)

Editor:

Nurudin

Suprihatin

Awang Dharmawan

Maria M Widiantari

Fitria Widiyani Roosinda



Komunikasi Empati dalam Pandemi COVID-19

@ Penulis

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
All Rights Reserved

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
All Rights Reserved
356 hal (xviii+338hal), 15cmx23 cm
Cetakan Pertama, Mei 2020
ISBN: 978-602-5681-70-7

Penulis:

Vinda Maya Setianingrum, Anang Sujoko, Awang Dharmawan, Ali Nurdin, Akhirul Aminulloh, Satya Irawatiningrum, Surokim, M. Himawan Sutanto, Rahadi, Amrullah Ali Moebin, Sanhari Prawiradiredja, Monika Teguh, Silvia Arviana, Putri Aisyiyah Rachma Dewi, Maria M Widiantari, Prima Ayu Rizqi Mahanani, Winda Hardyanti, Nurhana Marantika, Bambang Setyo Utomo, Suyono, Fathul Qorib, Sri Wahyuningsih, Suprihatin, Finsensius Yuli Purnama, Nurudin, Eko Pamuji, Sugeng Winarno, Ratna Puspita Sari, Theresia Intan Putri Hartiana, Novin Farid Styo Wibowo, Rila Setyaningsih, Nikmah Suryandari, Novan Andrianto, Aditya Dwi Putra Bhakti, Siti Muyasaroh, Andiwi Meilina, Zulaikha, A.A.I Prihandari Satvikadewi, Frida Kusumastuti, Fitria Widiyani Roosinda, Muhammad Bahruddin, Gatut Priyowidodo, Ido Prijana Hadi, Moch Fuad Nasvian, Didik Hariyanto, Imam Sofyan, Maya Diah Nirwana

Editor:

Nurudin
Suprihatin
Awang Dharmawan
Maria M Widiantari
Fitria Widiyani Roosinda

Perancang Sampul:

Tata Letak:

Ibnu Teguh W

Penerbit:

ASPIKOM Korwil Jawa Timur

Bekerjasama dengan

Buku Litera

Minggiran MJ II/1378 RT. 63/17, Kel. Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta

Telp: 0271 388895, 08179407446

Email: bukulitera3@gmail.com

Berani Berhenti Mengutuk ‘Gelap’: Wacana Empati Versi Ilmu Komunikasi

Muhamad Sulhan

Sulit dipungkiri bahwa pandemik Covid-19 menciptakan frustrasi. Mulai level personal individual, hingga organisasi komunal. Sejak bulan Maret 2020, pemerintah sudah berjibaku dengan virus ini. Berbagai kebijakan tergesa-gesa diterapkan. Centang perenang kemudian terjadi di lapangan. Pengesahan kebijakan berkejaran dengan fakta statistik jatuhnya korban. Virus ini jelas mematikan. Namun jika tidak berbuat apa-apa, jauh lebih berbahaya.

Jawa Timur adalah provinsi dengan populasi terbanyak setelah Jawa Barat dan Jakarta. Kompleksitas bisnis di kawasan ini juga sangat tinggi. Ketika Jakarta mengalami banyak masalah dengan berjangkitnya virus Corona, Jawa Timur terutama Surabaya nampak hanya menunggu giliran saja. Sejak pertengahan April 2020, Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik telah serius untuk mengusulkan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pemicunya tentu saja jumlah korban positif Covid-19 yang naik signifikan. Menyusul kemudian ajukan yang sama disampaikan Wali Kota Malang. Pokoknya, seluruh wilayah pandemi di provinsi ini mengalami situasi yang sama. Penambahan signifikan jumlah korban. Merespon cepat proposal dari Gubernur provinsi tersebut, kebijakan PSBB akhirnya diketuk untuk wilayah Jawa Timur. Persis tanggal 28 April 2020 kebijakan itu diterapkan. Pada satu titik kemudian tercipta satu persepsi yang sama antar pemerintah pusat provinsi dengan pemerintah daerah kabupaten dan kota. Namun tidak demikian dengan penduduknya.

Karakteristik bisnis yang kuat sebagai ciri khas wilayah timur ini membuat penerapan PSBB menemui kendala serius. Dikabarkan bahwa banyak masyarakat yang tidak terlalu merasa perlu mematuhi peraturan PSBB. Salah satu organisasi Islam terbesar, Nahdlatul Ulama (NU) cabang kota Surabaya menegaskan bahwa pemberlakuan PSBB di ibu kota Jawa Timur itu belum efektif sampai tanggal 5 Mei 2020.

Itu artinya sepanjang evaluasi penerapan satu minggu pasca penerapan PSBB, kesadaran dan ketaatan masyarakat mengikuti protokol PSBB masih sangat diragukan. Ini memprihatinkan. Terlepas apa pun alasan yang mengemuka, kepedulian sosial masyarakat ini tengah diuji. Terbukti kemudian meluasnya sebaran positif Covid-19 keluar dari episentrum Surabaya. Meliputi Jember, Pasuruan, Bojonegoro, dan Banyuwangi yang muncul sebagai titik baru. Beragam fakta temuan lapangan menunjukkan bahwa persebaran virus ini telah melalui transmisi lokal. Pemerintah provinsi mendapat tantangan serius. Banyak pihak yang dengan gampang menyalahkan pemerintah. Entah pada sikap aparat yang belum tegas, sosialisasi kurang maksimal, belum terdistribusinya bantuan kebutuhan masyarakat, dan beragam hujatan lainnya. Situasi seperti ini memang mudah menarik opini pada dua titik ekstrim: pro dan kontra.

Syukurlah di tengah pandemi yang membutuhkan energi ekstra ini, masih banyak pihak yang masih menggunakan akal sehat. Mereka tidak terjebak pada demagogi. Tak mudah untuk ikut menghasut. Menjadi pengutuk. Kelompok ini berupaya terus untuk membuka dan meneguhkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat. Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Indonesia merupakan organisasi yang berada dalam kelompok yang memiliki akal sehat tersebut.

Sejak pemerintah RI menetapkan situasi pandemi sebagai sebuah fakta yang harus dihadapi bersama, ASPIKOM telah mengeluarkan himbauan, anjuran, dan beragam kampanye yang sesuai dengan visi misi organisasi. Menghadapi pandemi. Meletakkan kepentingan lembaga pendidikan tinggi, akademisi, dan mahasiswa sebagai pihak yang harus dijaga dan dijamin kepentingannya. Di tengah pandemi yang melanda, harus ada jalan tengah menyelaraskan kepentingan ketiganya. Sebagai organisasi yang peduli kepentingan anggotanya, ASPIKOM menerapkan beragam strategi terkait dengan pandemi ini seperti, menerbitkan jurnal khusus bertema Covid-19, menyelenggarakan webinar (web seminar) tentang strategi komunikasi menghadapi pandemi, serta menerbitkan berbagai tulisan dalam buku bertema Covid-19. Seperti biasa, upaya ini dilakukan secara sinergis baik oleh pengurus ASPIKOM Pusat, dan pengurus ASPIKOM wilayah. Pengurus ASPIKOM Wilayah Jawa

Timur (ASPIKOM Korwil Jatim) merupakan korwil yang konsisten melakukan strategi tersebut.

Buku yang berisi puluhan tulisan rekan-rekan ASPIKOM Korwil Jatim yang tengah Anda baca ini menyuarakan tentang betapa pentingnya kesadaran atas bahaya pandemi. Prinsip utama yang melatarbelakangi terbitnya buku ini adalah kepedulian. Peduli untuk segera menumbuh kembangkan wacana dan isu komunikasi yang berkelindan di tengah pandemi mematikan. Tentu teman-teman ASPIKOM Jatim tidak menulis di ruang kosong. Mereka menyisir fakta dan data, lalu merangkumnya dalam berbagai sudut pandang. Semua menyuarakan keprihatinan dalam berbagai aspek dan harapan. Tak ada kata yang lebih tepat untuk disampaikan bagi tekad dan perjuangan teman-teman ASPIKOM Korwil Jatim selain respek dan penghargaan tertinggi atas segala upaya peduli. Terkait isi dan materi silakan para pembaca menelisik satu demi satu dari 5 (lima) bagian yang telah disusun rapi berdasarkan topik dan perspektif. Atas nama Pengurus Pusat ASPIKOM, saya menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya atas upaya menempatkan akal sehat untuk menyikapi kondisi pandemi ini. Selamat kepada teman-teman ASPIKOM Jatim. Sungguh kalian telah berbuat banyak. Tak terjebak untuk mengutuk ‘gelap’, melainkan berjibaku bersama menyalakan ‘lilin’ pencerahan. Semoga langkah teman-teman ASPIKOM Jatim ini akan segera diikuti oleh koordinator wilayah ASPIKOM lainnya di seluruh nusantara.

Dr. Muhamad Sulhan
Ketua Umum ASPIKOM

Pengantar Editor

Kita kadang dengan mudah meneriakkan empati. Bahwa persoalan masyarakat bisa diselesaikan mudah dengan empati. Karena sering mendengar teriakan tersebut, telinga kita menjadi kebal apa makna empati yang sebenarnya. Bukan tidak penting meneriakkan empati, tetapi empati tanpa diimbangi dengan tindakan nyata hanya sebuah ilusi semata. Sementara itu, sebuah tindakan tertentu, betapapun baiknya tanpa dilandasi dengan empati tidak akan menyelesaikan persoalan secara dasar. Bisa jadi ia mampu menyelesaikan masalah tetapi hanya permukaannya dan tak menyentuh substansinya.

Pertanyaan kita adalah apakah orang meneriakkan empati itu salah? Tentu saja tidak ada hukum yang melegitimasi itu sebagai tindakan tak benar. Teriakan empati tetap harus didengungkan ditengah semakin tergerusnya kepedulian masyarakat di sekitar kita. Bukti bahwa empati semakin berkurang bisa disaksikan saat bangsa Indonesia mengalami pandemi Covid-19. Bukan mereka tak peduli, tetapi masih ada sebagian orang yang tidak peduli pada sesamanya dan hanya menuruti keinginan pribadi dan kelompoknya. Maka, himbuan untuk *stay at home* misalnya hanya kata-kata yang indah diucapkan.

Jika kita tidak mampu melakukan empati coba dibayangkan bagaimana sedih, tertekan, susah, dan prihatinnya pada tenaga medis (Tendis) yang berada di garda terdepan dalam usaha mengatasi virus yang mematikan ini? Bagaimana pula aparat keamanan harus menjaga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di tengah ketidakpedulian masyarakat? Apakah kita pernah membayangkan jika mereka juga mempunyai keluarga yang cemas dan bertambah sedih karena memikirkan para “pahlawan pandemi” itu? Bagaimana jika mereka akhirnya ikut terjangkit wabah? Beruntung jika hanya terjangkit, bagaimana jika mereka akhirnya meninggal sementara “pahlawan pandemi” itu menjadi tulang punggung keluarga? Kemampuan kita memahami keberadaan mereka ini, wujud rasa empati dalam tataran yang paling ringan. Tentu saja wujud lainnya adalah dengan tindakan nyata sesuai kemampuan masing-masing. Semua orang diharapkan

bertindak sesuai kemampuan untuk kebaikan bersama. Maka, masyarakat itu juga pahlawan-pahlawan pandemi yang harus ikut berjuang bersama mengatasinya.

Empati sendiri secara sederhana diartikan sebagai mengidentifikasi atau memahami – dengan cara seolah-olah mengalami sendiri – perasaan, pikiran atau sikap orang lain. Empati menjadi susah diwujudkan karena adanya kecenderungan alamiah seseorang untuk menghakimi, menilai, menyetujui atau membantah pernyataan, tindakan orang atau kelompok lain. Para tuna empati ini selalu mengukur orang lain hanya dari sudut pandangnya sendiri. Intinya, jika sudah tidak cocok sering tuna empati ini menjadi virus penyakit yang kronis dan tak mudah pengobatannya.

Melihat kecenderungan di atas maka berbagai macam carapun harus dilakukan, sekecil apapun cara untuk memupuk semangat empati layak diapresiasi. Wujud empati yang paling dasariah dalam hal ini tak menganggap apa yang diusahakan paling hebat. Maka, ada banyak cara untuk ikut mengatasi visus covid-19. Mereka yang mempunyai harta menyumbangkan kekayaannya, mereka yang bisa kampanye pentingnya bahaya virus ini dipersilakan, mereka yang berteriak menganggap pemerintah lamban dalam menghadang virus ini boleh-boleh saja, menjelaskan ke masyarakat bahwa pencegahan virus membutuhkan peran serta masyarakat bagus dilakukan. Intinya semua bertindak sesuai kemampuan.

Salah satu cara yang layak diapresiasi dilakukan adalah dengan membangun wacana. Apakah wacana hanya berhenti dalam tataran wacana? Wacana ini penting untuk membangun kesadaran. Sekali lagi karena tak ada cara jitu dan paling hebat dalam mengatasi virus ini. Dalam sebuah ungkapan umum dikatakan; “pikiran menciptakan kenyataan”. Oleh karena itu, buku *Komunikasi Empati dalam Pandemi COVID-19* ini menjadi salah satu bagian ikhtiar yang layak diapresiasi. Buku ini menjadi salah satu cara menyadarkan para penulisnya dan pembaca bahwa komunikasi itu juga berperan penting dalam usaha mengatasi berbagai persoalan di masyarakat. Komunikasi tak lantas hanya dipahami mengatasi persoalan hari ini dan saat ini karena ia berperan dalam membangun wacana ke depan dan menjadi daya dorong untuk kebijakan yang lebih baik. Untuk itulah buku ini layak diapresiasi.

Buku karya anggota ASPIKOM Korwil Jawa Timur akarnya berasal dari perbincangan saat dilakukan Webinar yang mengangkat tema, “Menyikapi Krisis Covid-19: Mari Kita Lakukan dan Terapkan yang Kita Bisa” pada tanggal 13 April 2020. Lalu ada wacana kenapa ide-ide itu tidak diwadahi dalam sebuah naskah akademik. Maka teretuslah keinginan membuat buku ini.

Buku ini disusun dalam waktu singkat tetapi para penulis sudah mengeluarkan seluruh kemampuannya dari berbagai sudut pandang. Diharapkan buku ini menjadi sumbangsih kecil dalam usaha mengatasi pandemi covid-19 yang menjadi perhatian masyarakat dunia. Inilah cara kami para akademisi berbicara dengan berbagai data, pengamatan dan analisis sesuai profesinya masing-masing. Selamat membaca.

Surabaya, Mei 2020

Editor

Daftar Isi

Kata Pengantar

Berani Berhenti Mengutuk ‘Gelap’: Wacana Empati Versi Ilmu Komunikasi <i>Muhamad Sulhan</i>	v
Pengantar Editor	ix

BAGIAN 1.

COVID-19 DAN PROBLEM KOMUNIKASI ELITE POLITIK.... 1

Menyoal Komunikasi Pemerintah dan Peran Jubir di Tengah Pandemi Covid-19 <i>Vinda Maya Setianingrum</i>	3
Retorika Politik Elit Penguasa Menjawab Isu Covid-19 <i>Anang Sujoko</i>	9
Covid 19: Disruptor Komunikasi Krisis Digital Pemerintah Provinsi Jawa Timur <i>Awang Dharmawan</i>	19
Erosi Komunikasi Pencegahan Covid-19 <i>Ali Nurdin</i>	25
Problem Komunikasi dan Makna di Masa Krisis Covid-19 <i>Akhirul Aminulloh</i>	31
Pencitraan di Tengah Pandemi <i>Satya Irawatiningrum</i>	37
Optimalisasi Komunikasi Sosial Satgas Gugus Covid-19 Desa Melalui Peningkatan Kompetensi Reportase Publik Menuju Komunikasi Rasional <i>Surokim</i>	41
Komunikasi, Medium, dan Empati Sosial <i>M. Himawan Sutanto</i>	53
Menjebak Covid dalam Perangkap Politik <i>Rahadi</i>	59

BAGIAN 2.

KOMUNIKASI EMPATI, COVID-19 DAN KETAHANAN

MASYARAKAT 65

Penguatan Komunikasi Spiritual Saat Pandemi Covid-19

Amrullah Ali Moebin 67

Pandemi Covid-19 dan Penguatan Komitmen Relasional Komunikasi Keluarga

Sanhari Prawiradiredja 73

Upaya Komunikasi Kesehatan di Puskesmas Trenggalek dalam Pencegahan Penyebaran COVID-19

Monika Teguh dan Silvia Arviana 81

Perempuan yang Tak Pernah (Lagi) Menangis

Putri Aisyiyah Rachma Dewi 89

Perempuan-Perempuan Tangguh di Tengah Pandemi Covid-19

Maria M Widiantari..... 95

Suara Perempuan Bercadar di Tengah Pandemi Covid-19

Prima Ayu Rizqi Mahanani 105

Mik, Jangan Main HP!’, Dilema Komunikasi Keluarga Saat Wabah Corona

Winda Hardyanti..... 111

Pesantren dan Covid-19: Komunikasi Kesiapsiagaan Pesantren dalam Menanggulangi Covid-19

Nurhana Marantika dan Bambang Setyo Utomo 117

Lambung Pangan Berbasis Masjid: Solidaritas Sosial yang Tumbuh di tengah Bencana

Suyono 123

Epidemic Psychology: Memahami Cara Masyarakat Indonesia Hadapi Covid-19

Fathul Qorib..... 131

Lock Down-MU Menjadikan *Mentalku Down*: Pendekatan Psikologi Komunikasi di Masa Pandemi Covid-19

Sri Wahyuningsih..... 137

BAGIAN 3.

PERAN MEDIA DI ERA PANDEMI 149

Media Menyikapi Pandemi

Suprihatin	151
Dengungan Optimisme untuk Jawa Timur <i>Finsensius Yuli Purnama</i>	157
Mengkaji Ulang Objektivitas Media dalam Pemberitaan Covid-19 Nurudin	165
Industri Media dalam Pandemi Covid-19 <i>Eko Pamuji</i>	169
Hiperrealitas Covid-19 <i>Sugeng Winarno</i>	175
Pass the Brush Challenge sebagai Media Interaksi Virtual Saat #dirumahaja <i>Ratna Puspita Sari</i>	183
100 Buruh Positif Covid-19: Perspektif Krisis Perusahaan dan Pemberitaan Media <i>Theresia Intan Putri Hartiana</i>	189
Covid 19 dan TikTok: Sebuah Abnormalitas atau Adopsi Baru? <i>Novin Farid Styo Wibowo</i>	193
 BAGIAN 4.	
PANDEMIDAN TANTANGAN DUNIA LITERASI	199
Ujian Literasi Digital di Balik Pandemi Covid-19 <i>Rila Setyaningsih</i>	201
Stigma dan Labelling Theory dalam Kasus Covid 19: Sebuah Pendekatan Fenomenologi <i>Nikmah Suryandari</i>	207
Tantangan Pembelajaran Berbasis Media Digital Pada Pandemi Covid-19 <i>Novan Andrianto</i>	213
Infografis sebagai Instrumen Penanganan Pandemi COVID-19 <i>Aditya Dwi Putra Bhakti</i>	219
 Interaksi Edukasi Guru dalam Berkomunikasi dengan Murid di Masa Pandemi Covid-19 <i>Siti Muyasaroh</i>	227
Kampanye Berbasis Budaya Lokal dan Penguatan Modal Sosial Masyarakat Jawa sebagai Upaya Pencegahan Covid 19	

<i>Andiwi Meifilina</i>	233
Obral Data Pribadi Di Saat Pandemi <i>Zulaikha</i>	239
Digitalisasi Seni: Determinisme Teknologi dan Represi Corona <i>A.A.I Prihandari Satvikadewi</i>	245

BAGIAN 5.

PERANKOMUNIKASIPASCAPANDEMI..... 251

Memelihara Kebiasaan Baik Pasca Pandemi Covid-19 <i>Frida Kusumastuti</i>	253
Kita, (Bisa Jadi) COVIDIOT! <i>Fitria Widiyani Roosinda</i>	257
Teknologi Komunikasi dan Pembelajaran yang Berempati <i>Muhammad Bahruddin</i>	263
Infodemik Versus Pandemi Covid-19 <i>Gatut Priowidodo</i>	269
Pandemi Covid 19 dan Tantangan Penelitian Kualitatif <i>Ido Prijana Hadi</i>	275
Generasi Phi dalam Komunikasi Masa Covid-19 <i>Moch Fuad Nasvian</i>	281
Matinya Komodifikasi Bulan Ramadhan sebagai Dampak dari Covid -19 <i>Didik Hariyanto</i>	287
Work From Home: Hikmah Lompatan Menuju Masyarakat 5.0 <i>Imam Sofyan</i>	295
Bisnis dan Common Communication Platforms: “Jantungku Terus Berdetak Selama Pandemi Covid-19 dari Best Cruise Port in Asia” <i>Maya Diah Nirwana</i>	301

Daftar Pustaka	311
-----------------------------	-----

Biodata Penulis	329
------------------------------	-----

100 Buruh Positif Covid-19: Perspektif Krisis Perusahaan dan Pemberitaan Media

Theresia Intan Putri Hartiana

- *100 Buruh Sampoerna Surabaya Positif Rapid Test Corona*
- *100 Karyawan Pabrik Rokok Sampoerna Dinyatakan Rekatif (Klaster Pabrik PT Sampoerna Potensi Munculkan Ratusan Positif Corona*
- *Cek Fakta: Jutaan Rokok Sampoerna Terpapar Covid-19 Kompleks Pabrik Sampoerna Terinfeksi Covid-19 Ditutup*

Ini adalah judul-judul pemberitaan beberapa media *online* terkait 100 buruh perusahaan rokok Sampoerna yang dinyatakan positif dalam *rapid test* Covid-19. Pemberitaan tersebut tentu saja menjadi kado pahit sehari menjelang May Day atau Peringatan Hari Buruh Internasional yang jatuh setiap tanggal 1 Mei. Disisi lain, Surabaya baru saja mulai menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang masa berlakunya 28 April hingga 11 Mei 2020. Temuan ini PT HM Sampoerna yang berlokasi di Jalan Rungkut Surabaya itu sebagai klaster besar penyebaran Covid-19. Hal ini tentu saja mempengaruhi *image* PT HM Sampoerna.

Pemberitaan Covid-19 dan Krisis Image Perusahaan

Dalam perspektif teori Public Relations apa yang di alami PT HM Sampoerna merupakan sebuah krisis. W.Timothy Coombs dalam buku *The Handbook of Crisis Communication*, menyebutkan “*the perception of an unpredictable event that threatens important expectancies of stakeholders and can seriously impact an organization’s performance and generate negative outcomes*. Krisis yang dialami PT HM Sampoerna ini merupakan situasi yang tidak terencana, bisa mengancam harapan *stakeholder*, memberikan dampak serius kepada kinerja organisasi, dan menimbulkan efek negatif secara keseluruhan bagi organisasi.

(Coombs, 2010:19). Situasi krisis seperti ini bisa membawa pengaruh buruk terhadap reputasi, citra, dan kredibilitas perusahaan. (Nova, 2009: 54)

Pemberitaan-pemberitaan menyangkut penyebaran Covid-19 di dalam PT HM Sampoerna tersebut tentu saja dapat menimbulkan berbagai resiko terhadap perusahaan, seperti pandangan negatif publik, tekanan pihak internal maupun eksternal seperti pemerintah dan media massa, hingga terancamnya nama baik perusahaan.

Public Relations dan Tantangan Komunikasi Krisis Perusahaan

Menjadi sebuah tantangan berat bagi PT HM Sampoerna dalam mengkomunikasikan langkah penanggulangan krisis ini, mengingat dalam peristiwa COVID-19 ini tidak semua informasi dapat dibuka dengan bebas, dengan dalih upaya tidak menimbulkan kepanikan masyarakat. Kondisi ini dapat menciptakan ketidakpastian informasi baik khususnya bagi masyarakat sekitar atau keluarga di lingkungan tempat karyawan bekerja. Akibatnya, setiap orang akan membuat tafsir, menduga-duga, dan bahkan membuat hoaks dari berbagai informasi bias yang beredar.

Dalam proses terjadinya krisis, Fink mengemukakan ada 4 tahap perkembangan krisis, yaitu : (a) *prodromal*, yaitu masa-masa munculnya tanda-tanda peringatan akan terjadi krisis, (b) *acute*, yaitu berlangsungnya masa krisis, (c) *chronic*, periode pemulihan dimana pada tahap ini peristiwa krisis masih tersimpan dalam ingatan orang untuk waktu yang cukup lama, dan (d) *crisis resolution*, dimana organisasi dapat melakukan aktivitas secara normal lagi. (Fink dalam Coombs, 2010:22) Dalam situasi inilah langkah langkah jitu komunikasi krisis harus dilakukan oleh PT HM Sampoerna, untuk dapat melewati tahap *chronic* dan *resolution* untuk kembali membangun kepercayaan publik dan citra perusahaan. Oleh karena itu diperlukan berbagai strategi komunikasi yang memungkinkan perusahaan bisa melewati situasi krisis sekaligus mengelola *image* agar tidak merugikan nama baik perusahaan.

Dalam hal krisis klaster besar penyebaran Covid-19 yang dialami PT HM Sampoerna Surabaya, strategi komunikasi dapat dibagi dengan dalam beberapa tahapan. Mulai dari tahap pra krisis dan tahap krisis, yaitu dengan membentuk tim internal untuk menelusur sumber krisis

dan sejauh mana krisis ini telah berdampak. Selanjutnya bekerja sama dengan pemerintah, dalam hal ini Tim Ketua Tim Kuratif Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Jawa Timur untuk memberikan informasi secara detail kepada masyarakat. Informasi ini penting karena dapat mengurangi kekhawatiran masyarakat yang dihasilkan oleh minimnya informasi. Bayangkan saja dari 500 karyawan yang di test, apabila ada 1 orang karyawan yang memiliki minimal 2 anggota keluarga yang tinggal krtinya ada 1000 orang yang pernah berinteraksi juga. Belum lagi jika berbicara mengenai *tracing* ke warga sekitar orang-orang yang pernah berhubungan langsung dengan karyawan atau keluarga karyawan.

Setelah melewati masa krisis dan masuk pada tahap pasca recovery, bukan berarti tugas penanganan krisis selesai. Beberapa tindakan diperlukan, diantaranya memanfaatkan media sebagai kawan untuk membantu menyebarkan infomasi perkembangan penanganan krisis. Kehadiran media pada saat terjadi krisis dapat memberikan beberapa manfaat bagi kinerja *Public Relations* dalam menghadapi situasi krisis.

Media menjadi mitra yang menguntungkan dalam tiga hal : (1) untuk menyebarkan informasi tentang situasi terkini krisis secara luas dan berulang – ulang. Informasi ini untuk menjelaskan langkah – langkah yang sudah, sedang dan apa yang akan dilakukan perusahaan sehingga publik merasakan kecukuan informasi. (2) sarana memperoleh umpan balik dari publik. Publik dapat mengungkapkan opininya lewwat surat pembaca (3) sebagai sarana memonitor tentang kondisi organisasi, isu – isu, produk, pesaing, kecenderungan – kecenderungan (*trend*) maupun lingkungan sosial secara keseluruhan yang tercermin dari berita – berita media (Kriyantono, 2012:202)

Melalui kerja sama dengan media massa, bisa menjadi saluran informasi perusahaan terkait perkembangan penanganan kasus ini. Seorang PR Officer bisa menggunakan berbagai media untuk menyampaikan informasi, baik melalui media umum, media internal perusahaan, maupun media sosial. Contohnya seperti Walikota Surabaya Tri Rismaharini yang menggunakan media sosial Instagram untuk mensosialisasikan tentang bahaya Covid-19 dan kinerja penanganan Covid-19 melalui Instagram. Dengan memberikan inforasi sebanyak mungkin, masyarakat tidak kekurangan informasi

dan tidak menimbulkan informasi-informasi liar yang berpotensi hoax, serta memberikan harapan dan ketenangan secara psikologis kepada masyarakat. Juru bicara perusahaan juga menjadi sosok utama dalam pemberian informasi kepada perusahaan agar informasi dapat dipastikan kebenaran dan sumbernya.

Dan langkah yang tidak kalah penting adalah melakukan evaluasi dan monitoring pada setiap perkembangan berita dan informasi di masyarakat untuk dapat melihat arah perkembangan kasus di masyarakat. Monitoring bisa dilakukan dengan berbagai cara, misalnya saja mengikuti pembicaraan publik di media sosial, memperhatikan berbagai pemberitaan di media umum, termasuk melakukan analisis *tone* pemberitaan untuk mengetahui sikap dan reaksi publik. Melalui evaluasi inilah akan dapat ditentukan evaluasi dan menyiapkan langkah selanjutnya.

Daftar Pustaka

Buku

- Coombs, W. Timothy dan Sherry JI. Holladay. (2010). *The Handbook of Crisis Communication*. United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.
- Kriyantono, Rahmat. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Nova, Firza. (2009) . *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.

Media Cetak, Online dll

- Faiq Azmi, Klaster Pabrik PT Sampoerna Potensi Munculkan Ratusan Pasien Positif Corona, 30 April 2020 <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4997517/klaster-pabrik-pt-sampoerna-potensi-munculkan-ratusan-pasien-positif-corona>.
- Slaman, Ghinann. Karyawan Tetap Kerja Saat Harus Isolasi, Ternyata Positif Corona, Pabrik Sampoerna Surabaya Ditutup”, 30 April 2020 <https://surabaya.kompas.com/read/2020/04/30/16003781/karyawan-tetap-kerja-saat-harus-isolasi-ternyata-positif-corona-pabrik?page=all>
- Wicaksono, Febrianto Eko cek-fakta-jutaan-rokok-sampoerna-terpapar-covid-19-beredar-di-masyarakat-, 30 April 2020 <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4241659/cek-fakta-jutaan-rokok-sampoerna-terpapar-covid-19-beredar-di-masyarakat-ini-faktanya>

Pandemi COVID-19 yang berkembang pesat saat ini menjadi teror ketakutan di berbagai negara. Indonesia bukan negara yang sangat siap dalam menghadapi pandemi ini. Komunikasi publik yang dibangun pemerintah juga tanpa tata kelola yang memadai. Masyarakat +62 juga bukan komunitas yang mudah diatur. Suasana saling menyalahkan pun mulai mengemuka. Dalam situasi saat ini kita perlu memupuk semangat empati yang tinggi.

Salah satu aspek penting untuk mengatasinya melalui komunikasi empati. Cara ini dimulai dari membangun wacana, melakukan aksi, evaluasi, kemudian tata kelola kebijakan. Buku dari kalangan akademi komunikasi ini disusun dari berbagai sudut pandang berdasar data akurat dan solusi yang tepat.

Penulis

Vinda Maya Setianingrum, Anang Sujoko, Awang Dharmawan, Ali Nurdin, Akhirul Aminulloh, Satya Irawatiningrum, Surokim, M. Himawan Sutanto Amrullah Ali Moebin, Sanhari Prawiradiredja, Monika Teguh, Silvia Arviana, Putri Aisyiyah Rachma Dewi, Maria M Wdiantari, Prima Ayu Rizqi Mahanani, Winda Hardyanti, Nurhana Marantika, Bambang Setyo Utomo, Suyono, Fathul Qorib, Sri Wahyuningsih, Suprihatin, Finsensius Yuli Purnama, Nurudin, Eko Pamuji, Sugeng Winarno, Ratna Puspita Sari, Theresia Intan Putri Hartiana, Novin Farid Styo Wibowo, Rila Setyaningsih, Nikmah Suryandari, Novan Andrianto, Aditya Dwi Putra Bhakti, Siti Muyasaroh, Andiwi Meifilina, Zulaikha, A.A.I Prihandari Satvikadewi, Frida Kusumastuti, Fitria Widiyani Roosinda, Muhammad Bahruddin, Gatut Priyowidodo, Ido Prijana Hadi, Moch Fuad Nasvian, Didik Hariyanto, Imam Sofyan, Maya Diah Nirwana

Buku ini terbit atas dukungan:



ISBN 978-602-5681-70-7

