

Strategi Komunikasi KPID Jawa Timur Dalam Pencegahan Penyebaran Wabah Corona

Amalia Rosyadi Putri^{1*}, Ellyda Retpitasari²

IAIT Tribakti Kediri

^{*1}Koresponden : Rosyadamelia3@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena yang terjadi pada awal Maret, masyarakat Indonesia dikejutkan dengan adanya wabah pandemi Corona, wabah ini berasal dari Negara China akhirnya menjangkit masyarakat Indonesia. Media penyiaran baik televisi maupun radio berlomba-lomba menyiarkan adanya wabah Corona. KPID Jawa Timur sebagai lembaga independen negara ikut serta menanggulangi kepanikan dan upaya pencegahan Wabah Corona. Tujuan penelitian ini yaitu ingin mendeskripsikan dan mengetahui strategi komunikasi KPID Jawa Timur dalam pencegahan penyebaran wabah Corona. Melalui penelitian kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi dengan analisis *The Pervasive presence theory* , diketahui bahwa Strategi Komunikasi KPID Jawa Timur dalam menanggulangi penyebaran wabah Corona terdiri dari tiga strategi yaitu dengan *talkshow* langsung di televisi dan radio, penyebaran surat edaran kepada lembaga penyiaran radio dan televisi di seluruh Jawa Timur melalui email dan *WhatsApp*, dan publikasi informasi melalui media social yaitu instagram KPID Jawa Timur. Ketiga strategi komunikasi ini menjadi bagian tugas KPID Jawa Timur dalam melakukan pengawasan lembaga penyiaran dan literasi media kepada masyarakat.

Kata Kunci: Corona, The Pervasive Presence Theory, KPID Jawa Timur

Abstract

This research is the background of the phenomenon that occurred early in March, the Indonesian people were shocked to the Corona pandemic, this outbreak originating from China, Eventually it reaches out the Indonesian society. Television and radio outlets raced though the Corona Outbreak. KPID Jawa Timur as an independent state institution participates in the fight against the panic and prevention the Corona Outbreak. The purpose of this research is to describe and find out the communication strategy of the KPID Jawa Timur in preventing the spread of the Corona outbreak. Through qualitative research using a phenomenological approach with The Pervasive presence theory analysis, it is known that the KPID Jawa Timur Communication Strategy in tackling the spread of the Corona outbreak consists of three strategies, namely by live talk shows on television and radio, distributing circulars to radio and television broadcasting institutions throughout Java. Timur via email and WhatsApp, and publication of information through social media, namely Instagram KPID Jawa Timur. These three communication strategies are part of the task of the KPID Jawa Timur in supervising broadcasting institutions and media literacy to the public.

Keywords: Corona, The Pervasive Presence Theory, KPID Jawa Timur

PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia maupun dunia telah mengalami bencana virus pandemi yaitu virus Coronavirus (CoV) yang ditandai dengan gejala ringan hingga berat. terdapat dua jenis coronavirus yang mengakibatkan gejala berat diantaranya *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS-CoV), dan *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS-CoV). Diakhir tahun 2019 coronavirus muncul dan menginfeksi manusia. Hal ini dimumkan oleh WHO China Country Office pada tanggal 31 Desember 2019 mengumumkan tentang kasus pneumonia di Kota Wuhan, China ang akhirnya disebut dengan jenis baru coronavirus (2019-nCoV). Serangan muncul dalam 2 hari hingga 14 hari setelah paparan, terdapat gejala-gejala coronavirus secara umum seperti demam, batuk, dan sesak nafas.

Penyebaran coronavirus pun berkembang dengan pesat hingga ke luar wilayah China, pada tanggal 26 januari 2020 menyebar di wilayah luar China seperti Jepang terdapat 3 kasus, Thailand 4 Pusus, Korea Selatan 2 Kasus, Vietnam 2 Kasus, Singapura 3 Kasus, USA 2 asus, Nepal 1 kasus, Perancis 3 Kasus, dan Australia 3 Kasus. (Kemeterian Kesehatan RI, 2020, hlm. 10)

Virus menginfeksi penduduk Indonesia terhitung pada awal maret 2020, Tidak terkecuali Jawa Timur menjadi salah satu provinsi yang mana warganya positif terinfeksi virus corona. Menurut Heru Tjahjono Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Timur yang merupakan Ketua Satgas Penanganan Virus Corona di Jawa Timur menyatakan terdapat delapan warga positif virus corona, diantaranya berasal dari Malang Kota dan Surabaya (Suara Surabaya, t.t.).

Jawa Timur menjadi salah satu provinsi yang memiliki Jumlah penduduk yang padat kedua setelah Jakarta menjadi provinsi yang rentan akan penyebaran virus corona yang meluas, maka Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Timur dengan menindaklanjuti Surat Edaran Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Nomor 156/PKP/KPI/31.2/03/2002 tentang peran lembaga Penyiaran dalam Penanggulangan Persebaran Wabah Corona seperti mendukung instruksi pemerintah dengan menginformasikan melalui iklan layanan masyarakat tentang *social distancing*, dan pencegahan serta penanggulangan wabah Corona. Lembaga penyiaran merupakan penyelenggaran penyiaran, baik lembaga penyiaran publik (LPP), lembaga penyiaran swasta (LPS), lembaga penyiaran komunitas (LPK) maupun lembaga penyiaran berlangganan (LPB) yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran Bab 1, pasal 1, ayat 7 (*UU Penyiaran No.32 Tahun 2002 Bab 1, Pasal 1, Ayat 7, t.t.*).

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan lembaga independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang (UU) nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, tepatnya mengatur segala hal dalam seputar penyiaran di Indonesia. Adapun dalam ranah provinsi, maka KPI Pusat berkordinasi dengan Lembaga Independen daerah yaitu Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID).

KPID Jawa Timur selain melakukan komunikasi dan pengawasan dengan media lokal yang terdiri dari radio dan televisi juga berhubungan dengan masyarakat. Seperti diketahui bahwa setiap harinya masyarakat tidak terlepas dengan konsumsi media penyiaran televisi dan radio. Dengan adanya wabah Corona ini, menjadikan KPID Jawa Timur melakukan beberapa tindakan untuk mengedukasi masyarakat dan meliterasi media masyarakat tentang adanya wabah Corona. KPID Jawa Timur melakukan komunikasi dengan lembaga penyiaran televisi dan radio, kedua media massa ini memiliki peranan penting dalam menyebarkan informasi dan membentuk opini public agar tidak cemas tetapi tetap waspada dalam menghadapi wabah Corona. Upaya ini guna mencegah dan menanggulangi berita hoax yang menyebar dan menakut-nakuti masyarakat tentang adanya wabah Corona.

Berdasarkan uraian tentang wabah pandemi Corona, maka penelitian ini bertujuan ingin mengetahui dan menjelaskan bagaimana strategi komunikasi KPID Jawa Timur dalam Pencegahan Penyebaran Wabah Virus Corona dengan melalui analisis teori *The Pervasive presence theory* atau pengelolaan media penyiaran. Teori ini berisi asumsi tentang media penyiaran memiliki dominasi yang kuat dalam mempengaruhi masyarakat melalui pesan yang ofensif dan masuk pada wilayah pribadi, maka dari itu media perlu diatur agar masyarakat mendapat rujukan media yang dapat mewedahi aspirasi dan melindungi masyarakat dari maraknya informasi yang tidak benar (hoax) (Masduki, 2007, hlm. 5). *Pervasive Presence Theory* menjelaskan tentang program siaran pada media elektronik dapat tersebar secara luas ke ranah ruang-ruang keluarga dan ruang privasi dalam etiap individu.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam riset ini menggunakan penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif adalah metode untuk mengeksplorasi dan memahami (Cresswall, 2009, hlm. 4). Penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dilakukan oleh peneliti yang tertarik dengan alamiah (Moleong, 2008, hlm. 3). Penelitian kualitatif bergantung dari pengamatan pada manusia, baik dalam kawasannya maupun peristilahannya (Moleong, 2008, hlm. 4). Adapun pisau analisis yang digunakan adalah metode fenomenologi, yang berarti mencari pemahaman mendalam serta berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi tertentu dengan menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang diamati.

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, 'Phainomenon' yaitu yang menampak. Pendekatan fenomenologis untuk mempelajari kepribadian dipusatkan pada pengalaman individual pandangannya pribadi terhadap dunia (Atkinson, 2010, hlm. 5). Alfred Schutz adalah ahli teori fenomenologi yang paling menonjol sekaligus yang membuat fenomenologi menjadi ciri khas bagi ilmu sosial hingga saat ini. Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial (yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang) melalui penafsiran. Dengan kata lain, mendasar pada pengalaman, makna, dan kesadaran (Kuswarno, t.t., hlm. 18). Penelitian ini membahas tentang suatu objek kajian dengan memahami inti pengalaman dari suatu fenomena. Teori fenomenologi terutama membagi tentang

isu-isu bahasa sejauh manakah diberikan kepada peranan utama dalam membentuk pengalaman. Paradigma fenomenologi berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi tertentu (Vardhani & Tyas, 2018, hlm. 9).

Data dalam tulisan ini diperoleh dengan cara observasi wawancara dengan beberapa informan (narasumber), dan studi pustaka. Observasi melalui media televisi dan radio, peneliti melakukan media monitoring terkait iklan layanan masyarakat tentang wabah corona. Sedangkan untuk wawancara dilakukan dengan informan yang terkat. Untuk melengkapi data, peneliti melakukan studi pustaka. Hal ini dilakukan dengan menelusuri topic-topik yang berkaitan dengan fenomena strategi komunikasi, dan pemberitaan wabah virus corona.

PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi

Menurut Rogers dan Kincaid (Vardhani & Tyas, 2018, hlm. 9) komunikasi merupakan proses antara individu yang satu dengan yang lain melakukan pertukaran informasi, dan melakukan pendalaman terhadap pengertian antara yang satu dengan yang lain. Dalam proses komunikasi terdiri dari dua tokoh yang terdiri dari komunikator yaitu orang yang menyampaikan sebuah pesan, dan komunikan yaitu orang yang menerima pesan.

Harold D Lasswell (Vardhani & Tyas, 2018, hlm. 9) menyebutkan model komunikasi terdiri dari beberapa makna diantaranya *who, says what, in which channel, to whom, with what effect*. Model ini dapat diartikan sebagai model komunikasi yang terdiri dari siapa yang menyampaikan pesan (Komunikator), apa yang disampaikan (pesan), melalui saluran apa (media), kepada siapa (komunikan, khalayak, audiens) dan apa pengaruhnya (dampak). Dalam menciptakan komunikasi yang efektif dibutuhkan sebuah strategi, dimana komunikasi yang efektif terjadi jika komunikator dapat menyampaikan apa yang dimaksud, dan dipahami oleh komunikan,.

Keberhasilan suatu komunikasi salah satunya ditentukan dari aspek strategi. Dikutip dari Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia menyatakan bahwa strategi merupakan cara atau taktik. Menurut Bennet (Effendy, 2006, hlm. 36) Strategi merupakan sebuah cara dalam mencapai visi dan misi dalam sebuah organisasi melalui penentuan arah yang dipilih. Sedangkan, Anwar Arifin menyatakan bahwa strategi merupakan keseluruhan dari keputusan kondisiaonal dalam mencapai tujuan melalui sebuah tindakan-tindakan yang dijalankan (Arifin, 2007, hlm. 59). terdapat lima hal yang berkaitan dengan strategi (Visnu & Rejeki, t.t.) yakni;

- a. *Strategi as a plan*. Strategi dalam pengertian ini berupa rencana yang menjadi acuan dan landasan dalam suatu organisasi guna mencapai sasaran dan tujuan yang ditetapkan.
- b. *Strategi as a pattern*. Strategi ialah pola suatu tindakan organisasi yang continue dan konsisten berjalan dalam waktu yang jangka lama.
- c. *Strategi as position*. strategi yang berbentuk cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasikan sesuatu pada tempatnya sesuai dengan posisi, situasi, dan kondisi.

- d. *Strategi as a perspective*. strategi ialah cara pandang sebuah organisasi dan berjalannya suatu kebijakan, hal ini terkait dengan visi dan budaya dalam organisasi.
- e. *Strategi as a play*. Strategi dalam pengertian ini berkaitan dengan bagaimana organisasi bermain terhadap maneuver spesifik organisasi yang bermaksud untuk mengalahkan rival atau competitor.

Maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana dalam mencapai suatu keinginan melalui tindakan-tindakan.

Strategi komunikasi (*communication strategy*) merupakan bagian dari manajemen, tepatnya pada proses perencanaan (*planning*) (Oliver, 2007, hlm. 2). Menurut Wilbur Schramm (Panuju, 2018, hlm. 298) menyatakan bahwa keefektifan sosialisasi melalui media massa dikarenakan beberapa hal diantaranya; media massa dapat menjangkau masyarakat dalam usaha mengenalkan ide atau gagasan kepada masyarakat, dan media massa dapat menjadi sarana persuasi kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan. Strategi komunikasi dapat disebut sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan.

Strategi komunikasi dilakukan melalui usaha dalam operasional perencanaan secara praktik, dan disesuaikan dengan waktu, situasi dan kondisi (Rudi., 2005, hlm. 63–64).

Strategi komunikasi yang menjadi bagian dalam proses perencanaan terjadi sebuah proses komunikasi, proses inilah yang menjadikan strategi komunikasi terdiri dari beragam rangkaian kegiatan. Hal ini diungkapkan dalam buku *Techniques for effective Communication* oleh R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet, ketiganya menyebutkan bahwa kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama yakni *to establish acceptance* yaitu proses membentuk maupun membina penerimaan dan kesepakatan, *to secure understanding* yaitu memberikan kepastian dan jaminan pemahaman sebuah pesan, dan yang terakhir yaitu *to motive action* berarti kegiatan dalam memotivasi dalam upaya agar terjadi sebuah tindakan (Effendy, 2006, hlm. 32). dalam strategi komunikasi diperlukan sebuah tujuan yang jelas, oleh karena hal tersebut, pada saat merumuskan strategi komunikasi harus mempertimbangkan beberapa hal diantaranya; menyusun pesan, mengetahui dan mengenal khalayak, menetapkan metode yang digunakan, dan seleksi serta pemilihan media yang tepat,

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang memiliki beragam audiens dengan latar belakang yang berbeda. Berlo menyatakan bahwa massa berarti khalayak yang menjadi sasaran dari adanya alat-alat komunikasi massa. Massa pun dapat diartikan sebagai banyak orang yang berada pada lokasi yang berbeda dengan waktu yang sama (Wiryanto, 2000, hlm. 2–3). massa ini meliputi semua lapisan dalam struktur social masyarakat, dari beragaman demografi (usia, pekerjaan, status social, keyakinan), dan geografi (wilayah yang berbeda), namun mereka sebagai khalayak dapat menjangkau media massa yang ada.

Para ahli komunikasi menyebutkan bahwa komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang dilakukan menggunakan media massa. Istilah *mass communications*

dengan *mass communication* sendiri memiliki pemahaman yang berbeda, jika *mass communications* diartikan sebagai media massa, maka *mass communication* diartikan sebagai prosesnya (Effendy, 2006, hlm. 20). Sedangkan Black dan Whitney (Nurudin., 2007, hlm. 12) menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan proses dimana sebuah pesan-pesan diproduksi secara massal yang ditampilkan secara massa dengan khalayak yang menjangkau secara luas dan beragam latarbelakang.

Dari beberapa pengertian diatas maka komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang terdiri dari proses penyampaian pesan melalui media massa seperti radio dan televisi dengan khalayak yang luas dan beragam.

KPID Jawa Timur

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) merupakan Lembaga Independen Negara yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 yang berisikan perihal penyiaran yang bertujuan dalam mengatur segala keberlangsungan penyiaran di Indonesia. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah khususnya Provinsi Jawa Timur yang berada di Jalan Ngagel Timur Nomor 52-54 Surabaya ini berperan dalam mengawasi dan melakukan edukasi serta literasi media penyiaran.

Adapun berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 menjadi pedoman bagi penyiaran di Indonesia tepatnya pada pasal 7 ayat 1. KPID berkedudukan di Ibukota Provinsi. Berdasarkan Keputusan Presiden (Keppres) No.267/M/2003, untuk anggota KPI pusat terdiri dari 9 orang yang telah dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Republik Indonesia (DPR-RI), sedangkan KPID yang berada di daerah provinsi berjumlah 7 orang yang telah dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Dalam Tugasnya KPID Jawa Timur melakukan Pengawasan konten siaran secara langsung dalam lembaga penyiaran televisi dan radio, serta literasi media kepada masyarakat.

Analisis Strategi Komunikasi KPID Jawa Timur dalam Pencegahan Penyebaran Wabah Corona

Dalam fenomena saat ini jika dianalisis melalui *The Pervasive presence theory* dalam strategi komunikasi KPID Jawa Timur dalam Pencegahan Penyebaran Wabah Corona, maka media penyiaran memiliki dominasi yang kuat dalam mempengaruhi masyarakat melalui pesan yang ofensif dan masuk pada wilayah pribadi, maka dari itu media perlu diatur agar masyarakat mendapat rujukan media yang dapat mewartakan aspirasi dan melindungi masyarakat dari maraknya informasi yang tidak benar (hoax) tentang virus Corona, hal ini tentunya merugikan masyarakat dan berpengaruh pada psikologis masyarakat.

Strategi komunikasi adalah proses manajemen perencanaan komunikasi dalam mencapai suatu efek komunikasi yang diinginkan. Menurut Hamijoyo efek komunikasi ini diinginkan ini meliputi kesadaran, pemikiran kritis, tanggung jawab dan partisipasi masyarakat. Sesuai dengan penjelasan tentang strategi komunikasi, maka dalam penelitian ini tentang pencegahan penyebaran wabah Corona, KPID berdasarkan surat edaran dari KPI Pusat menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dalam menghadapi dan memerangi penyebaran wabah Corona.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti terhadap kegiatan yang dilakukan oleh komisioner beserta staff monitoring media KPID Jawa Tiimur melakukan tiga langkah strategi dalam pencegahan penyebaran wabah Corona, diantaranya sebagai berikut:

- a. Memberikan surat edaran dan himbauan kepada lembaga penyiaran televisi dan lembaga penyiaran radio di Jawa Timur. Televisi dan radio merupakan salah satu media massa yang banyak dikonsumsi masyarakat saat ini, hal ini karena akan kebutuhan masyarakat terhadap informasi, dan hiburan. Mulai dari kelas menengah ke bawah dan menengah ke atas dapat dengan mudah mengonsumsi informasi dari televisi dan radio, dikarenakan banyaknya jumlah lembaga penyiaran baik televisi dan radio saat ini, mulai dari lokal hingga nasional. Lembaga penyiaran televisi yang terdiri dari LPS TV Lokal 39, LPS TV SSJ 20, LPB 28, LPPL 1, LPP 1 yakni TVRI, dan LPK 2 dengan total 90. Adapun untuk Lembaga Penyiaran Radio terdiri dari LPS 232, LPK 54, LPP 5 (RR), dan LPPL 18 dengan total radio 304. Surat edaran disebarkan langsung dan personal akan informasi yang disampaikan KPID Jawa Timur, selain itu melalui email surat edaran juga dapat disebarkan secara meluas dan serentak. Email memiliki peran yang penting dalam lembaga pemerintah seperti KPID Jatim, meskipun dalam kebaruan, email bukanlah teknologi yang baru. Sebagai media elektronik yang aman dan resmi, email digunakan untuk menyebarkan surat edaran dilingkungan lembaga pemerintahan biasanya disebut dengan *e-mail usage*.

Selain itu surat edaran juga disebarkan melalui WhatsApp Hotline KPID Jawa Timur Kepada Lembaga Penyiaran. WhatsApp merupakan aplikasi berbasis internet yang memberikan dampak pada perkembangan teknologi informasi yang paling populer saat ini. Larasati menyatakan bahwa WhatsApp adalah aplikasi untuk membagikan informasi secara cepat, dengan beragam bentuk diantaranya mulai gambar, video, foto, pesan suara, dan dokumen, serta dapat digunakan untuk berbagi informasi dan diskusi melalui grup. Adapun Andi Miladiyah menyatakan bahwa pemanfaatan WhatsApp memiliki keefektifitasan lebih tinggi dibandingkan aplikasi-aplikasi untuk berbagi informasi dan komunikasi lainnya. Hal ini dikarenakan WhatsApp memiliki kecepatan pesan tanpa waktu yang tertunda, tidak membutuhkan sinyal yang penuh, memiliki kapasitas pengiriman data teks, suara dan video yang besar, tanpa adanya iklan yang tergantung mengganggu penggunaan suatu aplikasi (Rahartri, 2019, hlm. 150). Kelebihan lainnya dari melakukan percakapan menggunakan WhatsApp yaitu dengan menggunakan menu chat dapat digunakan untuk meng-copy, men-delete, atau memforward pesan. Gambar yang terkirim dapat di forward, tindakan atau proses dalam percakapan whatsapp ini dapat disebut sebagai komunikasi (Trisnani, 2017, hlm. 2).

Dalam surat edaran ini KPID Jawa Timur menginstruksikan kepada lembaga penyiaran untuk melakukan beberapa hal diantaranya; mendukung instruksi pemerintah dengan menginformasikan melalui Iklan Layanan Masyarakat (Spot atau *ad lips*) dan pernyataan *host/reporter/penyiar* yang menginformasikan secara massif tentang himbauan kepada masyarakat agar melakukan *social distancing*, mengubah format program siaran yang melibatkan banyak orang (peserta/audiens/penonton) baik disiarkan secara *on air* maupun *off air*, menghimbau lembaga penyiaran akan konten siaran yang ramah bagi

semua umur dan mengutamakan perlindungan anak dan remaja dengan menyediakan program siaran pendidikan dan pembelajaran sebagai pengganti proses belajar dan mengajar, dan mengutamakan keselamatan para jurnalis dan kru penyiaran lainnya dengan menaati prokol pencegahan dan penanggulangan wabah Corona.

- b. Strategi komunikasi kedua yaitu melalui kegiatan Talkshow dengan hadirnya komisioner KPID Jawa Timur di lembaga penyiaran Televisi dan Radio yang disiarkan secara *on air*. Talkshow merupakan ungkapan dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yakni *show*, dan *talk*. *Show* berarti pertunjukan, tontonan, atau pameran, adapun untuk *talk* berarti ngobrol-ngobrol, dan omong-omong. Dari kedua pengertian dapat disimpulkan bahwa talkshow merupakan pertunjukan orang-orang yang sedang mengobrol (Rusnawati & Habibah, 2017, hlm. 166). Talkshow adalah program hiburan di televisi yang memiliki tiga komponen utama yang terdiri dari studio televisi, host (pemandu acara), dan wawancara. Talkshow pertama kali disiarkan pada 27 September 1954 (Sarfio & Djauharie, 2017, hlm. 153). Talkshow radio biasanya berdurasi sekitar 30-60 menit. Talkshow adalah kombinasi seni berbicara dan seni wawancara yang dikemas dengan santai disertai topik terkini di masyarakat. Wawancara dilakukan ditengah atau disela-sela pertunjukkan, mulai dari music, lawakan, peragaan busana, dan sebagainya.

Menurut Harley, dalam acara talkshow diperlukan keterampilan pemandu acara dalam mewawancarai narasumber terhadap suatu topik aktual menjadi sorotan, dialog interaktif dengan narasumber dengan isi yang seimbang dan menghasilkan informasi terbuka untuk masyarakat (Sudarsono, t.t., hlm. 37) . Dikutip dari Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia pasal 8 disebutkan bahwa program perbincangan (talkshow) termasuk dalam program factual, yang dimaksudkan program factual merupakan program siaran yang menyajikan fakta non-fiksi (Sumber P3SPS). Talkshow diselenggarakan dalam beberapa bentuk praktis diantaranya

1. *One-on-on Show*, program dikemas dengan cara presenter atau host dan narasumber mendiskusikan suatu permasalahan aktual dengan dua posisi mikrofon terpisah dalam ruang studio yang sama.
2. *Panel Discussion*, program dikemas dengan hadirnya narasumber lebih dari satu, presenter atau host dalam hal ini sebagai moderator.
3. *Call in show*, program dikemas dengan melibatkan telepon pendengar, sebelumnya host menentukan topik di studio dan memberikan kesempatan dan partisipasi dari para pendengar (Juniawati., t.t., hlm. 55).

Dalam *talkshow* ini, Komisioner memberikan edukasi dan himbuan kepada masyarakat tentang literasi media terhadap pemberitaan terkait virus Corona, dan menjelaskan peran media penyiaran tentang pencegahan penyebaran wabah Corona. Literasi media yang dimaksudkan dalam hal ini merupakan himbuan kepada masyarakat untuk cerdas bermedia, tidak mudah terprovokasi pada pemberitaan media massa dan dapat memilih program siaran yang berkualitas, serta dapat menyaring informasi tentang pemberitaan Wabah Corona Komisioner pun menghimbau kepada masyarakat untuk tidak panik namun tetap waspada dengan adanya wabah Corona. Adapun untuk *Talkshow*

ini dilakukan di beberapa media diantaranya; SBO TV, JTV, Radio Krisna FM Nganjuk, Radio Krisna FM Bojonegoro, Radio Krisna FM Madiun, dan lain sebagainya.

- c. Strategi komunikasi ketiga yang dilakukan oleh KPID Jawa Timur beserta Staff Media Monitoring dengan melalui media social instagram, mengingat instagram menjadi media social yang menjadi rujukan dan digemari oleh para milenial dalam mencari informasi. Media sosial menjadi bagian dari media massa, hal ini dikarenakan sifat dari media sosial yakni terbuka untuk semua khalayak yang berhasil mengaksesnya tanpa ada batas, baik dari demografi, geografi dan ideology. Selain karena sifatnya yang tak terbatas oleh ruang dan waktu, media sosial juga memasuki ranah privasi seseorang (Siagian, 2015, hlm. 53). Media sosial memiliki berbagai peranan diantaranya forum internet, weblog, papan pesan, wiki, podcast, gambar dan video. Ditinjau dari jenisnya, media sosial terdiri dari bookmarking, content sharing, Wiki, Fliker, Connecting, Creating-Opinion, blog (Mayasari & Indrawari, 2018, hlm. 191). Dalam Survei APJII menyatakan bahwa media sosial menjadi layanan yang paling banyak diakses menggunakan internet kedua dengan presentase 87,13% setelah layanan pesan singkat 89,5%(Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, t.t., hlm. 4). penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintahan terdiri dari media sosial didesain untuk menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga serta menggali aspirasi public, media sosial menjadi media interaktif sehingga dapat dengan mudah lembaga dapat berinteraksi dan dekat dengan masyarakat dan dapat berkomunikasi saling memberi feedback secara langsung, media sosial menjadi tempat dokumentasi secara online, dan yang terakhir media sosial menjangkau public yang sangat luas, sehingga memudahkan dalam penyebaran informasi tanpa terhalang geografi.(Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, t.t., hlm. 12–13). Tujuan media sosial dalam lembaga pemerintahan terbagi menjadi 4 hal, diantaranya sebagai berikut:

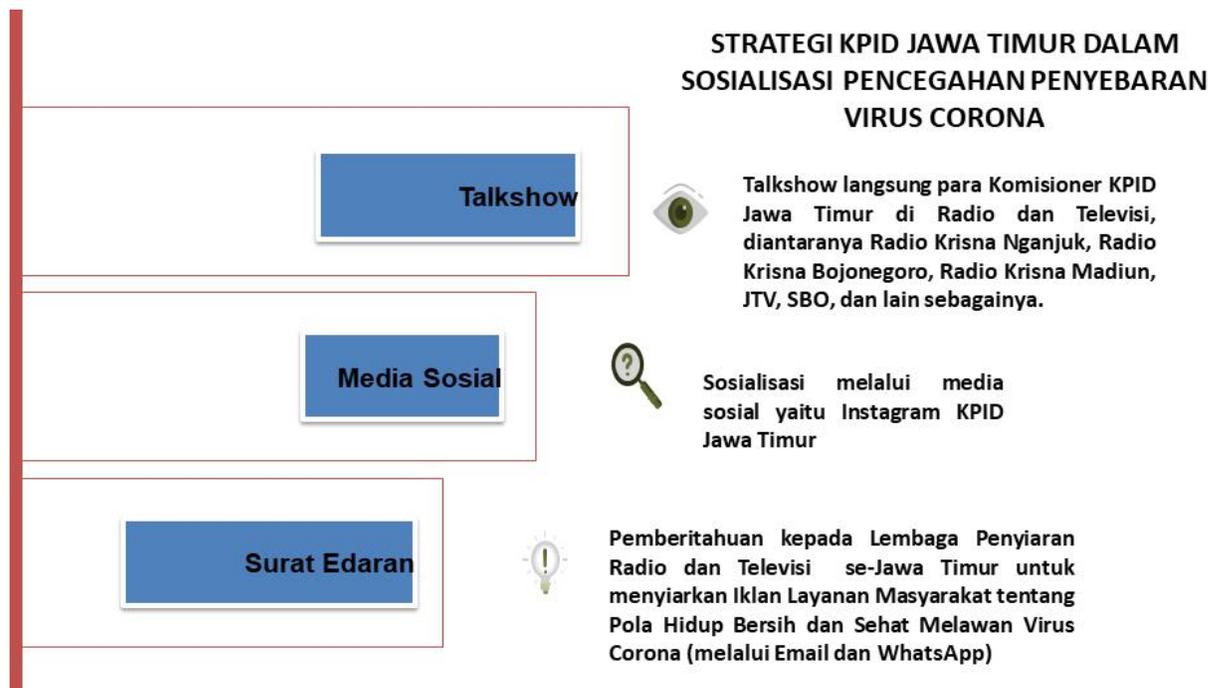
1. Berbagi (Sharing), dalam hal ini lembaga pemerintahan dapat membagikan informasi berupa berita, program terkini, pencapaian atau informasi apapun yang disebarkan secara luas dan secara cepat sehingga lebih efisien.
2. Partisipasi Publik (Public Participation), adanya media sosial memberi peluang dalam membuka opini public untuk berpartisipasi dalam keputusan yang dibuat oleh lembaga pemerintahan.
3. Kolaborasi (Collaboration), lembaga pemerintah dapat menjalin kolaborasi dengan tokoh masyarakat maupun *influencer* media sosial dalam mendukung tujuan bersama.
4. Penanggulangan Resiko (Risk Management), dimana media sosial lembaga pemerintah menjadi rujukan informasi masyarakat, hal ini penting karena saat ini maraknya berita-berita bohong (hoax) sampai ujaran kebencian (Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, t.t., hlm. 20).

Instagram merupakan bagian dari media sosial yang biasanya digunakan masyarakat atau netizen untuk membagikan momen dalam bentuk foto atau video baik melalui feed atau instanstory. Ketentuan durasi video untuk feed 60 detik, sedangkan untuk instanstory 15 detik. Instagram memiliki fitur yang berbeda dengan aplikasi media

sosial lainnya, berikut fitur-fitur yang ada dalam instagram *followers* (pengikut), Upload Foto (mengunggah foto), kamera, efek foto, judul foto, Arroba, Geotagging, Jejaring Sosial, Filter, IG TV, tanda suka (like), komentar dan Popular (Explore)(Mayasari & Indrawari, 2018, hlm. 191–193). Selain itu juga terdapat fitur repost, caption, hashtag, ads, endorse, life video, dan boomerang. Website menjadi sarana untuk menyampaikan informasi yang panjang bagi KPID Jawa Timur yang tidak tersampaikan dalam media sosial.

Dalam instagram KPID Jawa Timur memberikan informasi terkait himbuan dalam literasi media televisi dan radio ketika masyarakat bekerja dari rumah, himbuan menggunakan masker, serta publikasi informasi lainnya yang menjadi program Pemerintah Provinsi Jawa Timur sebagai contoh program Itighotsah Kubro “Dzikir dan Doa 19 Kyai Sepuh, Gubernur dan FORKOPIMDA, dan informasi tentang update jumlahh persebaran masyarakat yang positif virus Corona.

Gambar 1.1 Desain Strategi Komunikasi KPID Jawa Timur dalam Pencegahan Wabah Corona



KESIMPULAN

The Pervasive presence theory merupakan teori tentang media penyiaran memiliki pengaruh dan dominasi yang kuat terhadap masyarakat. Oleh karena itu, KPID Jawa Timur sebagai lembaga independen melakukan pengawasan terhadap media penyiaran. Dalam ranah saat ini ditengah adanya bencana besar yaitu wabah pandemi Corona, KPID Jawa Timur melakukan strategi komunikasi dalam pencegahan penyebaran virus Corona. Strategi komunikasi ini dilakukan dengan tiga cara yaitu *Talkshow* tentang peran media massa dalam memerangi virus corona, sosialisasi melalui media social *instagram* KPID Jawa Timur, dan Surat Edaran melalui *email* dan *whatsapp* kepada lembaga penyiaran baik televisi maupun radio di seluruh wilayah Jawa Timur. Ketiga strategi ini dilakukan menjadi bagian upaya literasi media ditengah wabah Corona melanda Indonesia, dan menjadikan masyarakat untuk tidak panik namun selalu waspada serta dapat menerapkan pola hidup bersih dan sehat demi kenyamanan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2007). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. CV Armico.
- Atkinson, R. L. (2010). *Pengantar Psikologi*. Interaksara.
- Cresswall, J. W. (2009). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed, Edisi Ketiga*. Pustaka Belajar.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. (t.t.). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Juniawati. (t.t.). *Program Talk Show dan Ruang Public Sphere: Upaya Media sebagai Industri Pro Publik*.
- Kemeterian Kesehatan RI. (2020). *Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Infeksi Novel Coronavirus (2019-nCoV)*. Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit.
- Kuswarno, E. (t.t.). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Widya Padjadjaran.
- Masduki. (2007). *Regulasi Penyiaran: Dari Otoriter ke Liberal*. LKIS Yogyakarta,.
- Mayasari, S., & Indrawari, C. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat. *Jurnal Komunikasi*, 9(2).
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Rosda Karya.
- Nurudin. (2007). *Komunikasi Massa*. Cespur.
- Oliver, S. (2007). *Strategi Public Relations*. PT Gelora Aksara Pertama.

- Panuju, R. (2018). Strategi Berjaringan Radio Komunitas Islam Madu FM Tulungagung. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 12(2).
- Rahartri. (2019). WhatsApp Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek. *Visi Pustaka*, 21(2).
- Rudi., T. M. (2005). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. PT. Rafika Aditama.
- Rusnawati, & Habibah, U. (2017). Talkshow Radio Sebagai Program Favorit Pendengar (Study Terhadap Program Friday Talkshow” Pada Radio Siaran Rumoh PMI). *Jurnal Al Bayan*, 23(2).
- Sarfio, E., & Djauharie, Arisanda Satya. (2017). Daya Tarik Acara Talkshow “Ini Talk Show” di Net TV (Studio Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UTA 45 Jakarta. *Jurnal Promedia*, 3(1).
- Siagian, H. F. (2015). *PENGARUH DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK*. 1, 10.
- Suara Surabaya. (t.t.). Jumlah Positif Covid-19 jadi Delapan Kasus di Jawa Timur. *suarasurabaya.net*.
- Trisnani. (2017). Pemanfaatan WhatsApp sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Menyampaikan Pesan di Kalangan Tokoh Masyarakat. . . *Jurnal Komunikasi, Media, dan Informatika*, 6(2).
- UU Penyiaran No.32 Tahun 2002 Bab 1, Pasal 1, Ayat 7*. (t.t.).
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2018). Strategi Komunikasi dalam Interaksi dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gema Societa.*, 2(1).
- Visnu, D. S. I., & Rejeki, M. N. S. (t.t.). *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Grasindo.