

terdapat tujuh bentuk komunikasi politik silakan saudara memberikan contoh - dari bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic corona -19

dari segi

1. Rektorika
- 2, Agitesi POLitik
- 3, propaganda
4. Public Reletions (PR) politics
- 5, kampanye politik
6. Lobi politik
7. Lewat Media Massa

Nama : Ricky Aprianto

Kelas : IK 4 B

Mata Kuliah : Komunikasi Politik

Tugas : Terdapat tujuh bentuk komunikasi politik. Silahkan saudara memberikan contoh dari bentuk komunikasi politik terkait covid 19

1. RETORIKA

Mitratoday.com-Fantastisnya anggaran belanja tidak terduga (BTT) penanganan covid-19, yang digelontorkan beberapa pemerintah kabupaten/kota di provinsi Bengkulu akhirnya mulai menuai sorotan beberapa kalangan.

Menurut ketua DPW partai solidaritas Indonesia (PSI) provinsi Bengkulu, Muharam, anggaran belanja yang fantastis itu tidak menjadi persoalan, Selagi digunakan untuk kepentingan rakyat. Yang penting tepat guna, Tepat sasaran dan transparan.

“Pemerintah daerah dan tim gugus yang telah dibentuk disetiap kabupaten, Harus transparan dalam menggunakan anggaran tersebut. Supaya tidak meliarkan asumsi publik. Kita berharap transparan yang di maksud tidak hanya sekedar retorika, Silahkan sajikan papan informasi rincian kegunaan anggaran tersebut diruang-ruang publik. Kita harus belajar transparan sebagaimana pengelolaan kas masjid, dan saya pikir merealisasi hal tersebut juga gampang,” Ujar Muharram, Pada hari Sabtu, 11 April 2020.

2. AGITASI POLITIK

Menolak lockdown semata-mata dengan alasan ancaman krisis ekonomi tanpa mempertimbangkan ancaman krisis lainnya memang tidak bijaksana. Ancaman krisis keselamatan masyarakat tentu menjadi argumentasi yang lebih kuat dalam pemikiran banyak orang saat ini. Saat ini semua sektor akan potensial terganggu jika dilakukan lockdown, seperti beberapa sekolah, universitas, badan usaha, dan lainnya, akan berhenti karena tidak tahan tekanan, dan mengubah pendekatan dari offline menjadi online. Lockdown akan menyebabkan proses produksi terhenti dan dapat menyebabkan instabilitas sosial dan ekonomi, jelas Sekretaris Eksekutif Labor Institute Indonesia Andy William Sinaga (liputan6.com, 15/3/2020).

3. PROPAGANDA

Akhir-akhir ini dunia memang ramai oleh sebuah hantu dengan gaya baru, hantu tersebut tidak lain bernama "[Virus Corona](#)" yang tak ubahnya seperti suatu enigma yang mampu membuat dunia jungkir balik menghadapinya dan mengantisipasinya termasuk Indonesia. Virus corona memang sudah di akui oleh dunia bahwa awal mulanya berasal dari wuhan, wilayah tersebut merupakan bagian dari wilayah negeri tirai bambu (china). Dari negeri tirai bambu tersebut, virus corona menyebar hingga ke pelosok dunia dan kurang lebih 2.000 jiwa sudah meninggal dunia akibat terserang virus corona

4. PUBLIK RELATION (PR)

Kemenkes sebagai garda terdepan pemerintah di bidang kesehatan pun lekas bergerak menjalankan strategi komunikasi untuk mengonter informasi bohong dan berita palsu. Strategi itu disampaikan oleh Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Kemenkes Widyawati di hadapan peserta Kopi Darat PR Rembut ke-6 di Jakarta, Kamis (6/2/2020).

Salah satunya, kata Wiwid, sapaan karib Widyawati saat menjadi pembicara di acara yang mengangkat tema "Strategi Komunikasi dalam Manajemen Krisis", melakukan aktivitas media monitoring.

Selain itu, ia bersama tim rutin menyelenggarakan temu media untuk memberikan informasi terbaru setiap hari. Tujuannya tak lain untuk meminimalisasi keresahan masyarakat. Mengutip pernyataan Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto, perempuan yang bergelar dokter gigi ini mengatakan, dibandingkan virusnya, lebih berbahaya informasinya, terutama hoaks yang banyak beredar.

5. KAMPANYE POLITIK

Wabah corona ubah kampanye pilpres amerika. Dalam hitungan hari, kampanye presiden Amerika berubah dari sorak sorai pendukung dalam pawai, menjadi bicara dalam ruang tertutup secara telekonferensi. Virus corona telah mengubah kampanye presiden tahun ini. Lebih dari sepuluh negara bagian dan wilayah telah menanggukhan pemilihan pendahuluan atau mengubah caranya, dengan meminta warga mengirim suara lewat surat. Ini juga menanggukhan nominasi calon presiden Partai Demokrat

6. LOBI POLITIK

Malam itu, Sekretaris Daerah Kota Depok Hardiono telah mengetahui dua warganya terkena virus corona. Namun, melalui pesan whatsapp, dia diminta staff khusus menteri kesehatan dalam bidang pembangunan dan pembiayaan kesehatan Alexander Kaliaga Ginting tak memberitahukan kejadian itu pada siapapun. Tujuannya adalah untuk mencegah kegaduhan pada masyarakat

7. LEWAT MEDIA MASSA

Evakuasi kru WNI "Diamond Princess" adalah salah satu dari sekian banyak pemberitaan mengenai upaya pemerintah meredam wabah virus corona, yang menghiasi layar kaca selama berminggu-minggu. Namun, di mata Nurkholis, warga Yogyakarta, pemberitaan itu justru menakutkan. Pemberitaan di televisi yang tiada henti, tidak banyak memberi edukasi bagaimana menghadapi virus itu sejak awal

Nama : Rizky Adinda Putri

Kelas : IK4A

Nim :181910014

1. Retorika

Berdasarkan pemikiran Foucauldian, *power* dan *knowledge* memiliki hubungan yang saling memberi arti. Seseorang yang memiliki *power* dapat membentuk *knowledge* – seperti kebenaran yang diyakini – di masyarakat. Begitu juga sebaliknya, *knowledge* dapat memberikan *power* pada pemilik pengetahuan.

Mungkin, dengan membuat informasi dan pengetahuan menjadi eksklusif, pemerintah pusat berupaya untuk menjaga *power* yang dimilikinya. Hal inilah yang disebut-sebut dilakukan oleh pemerintahan Xi Jinping di Tiongkok.

Dalam mengatasi penyebaran Covid-19, Xi disebut berupaya untuk menutupi informasi penularan. Pemerintah Tiongkok juga dikabarkan semakin **memusatkan kekuatan** dan control dalam merespons penyakit ini.

Dan pemerintahan Indonesia berupaya menerapkan cara yang sama agar mempertahankan *power* kekuasaan yang ada.

2. Agitas

Di tengah mewabahnya virus yang mematikan itu covid-19 adanya agitasi politik yang dilakukan oleh salah satu menteri hukum dan HAM yosan nalaoly yang menuai kontropersi dimana menteri hukum dan HAM mengusulkan pembebasan narapidana korupsi dan narkoba ditengah pembatasan gerak masyarakat.

Berdasarkan catatan Indonesia Corruption Watch (ICW), napikorupsi yang berpotensi dibebaskan akibat revisi PP No.99 tahun 2012 antara lain:

- Oe Kaligis, pengacara yang menyuap Ketua Pengadilan Tata Usaha Negara
- Siti Fadilah Supari, mantan menteri kesehatan

Napi korupsi besar lainnya seperti politikus Setya Novanto, Patrialis Akbar, dan Jero Wacik berusia di atas 60 tahun namun belum menjalani dua pertiga masa pidananya.

Aktivis anti-korupsi mengecam usul Yasonna tersebut.

"Tidak tepat logika Kemenkumham, dengan dalih virus corona, mengharuskan napi korupsi untuk bebas dengan syarat-syarat tertentu. Semua [koruptor] tidak pantas bebas, berapapun usianya," kata Kurnia Ramadhana, peneliti ICW.

"Yang pertama, misalnya, seringkali terjadi di lapas-lapas itu napi korupsi dapat keistimewaan khusus, bahkan selnya lebih besar dibanding napi yang lainnya. Mereka tinggal saja di lapas yang justru lebih aman buat mereka [ketimbang dibebaskan]."

ICW juga mengkritik Menkumham Yasonna Laoly antara ini bukan pertamakalinya ia mengusulkan revisi PP No.99 tahun 2012.

Sehingga membuat masyarakat menjadi geram dan melakukan gerakan secara online atau pun melalui **TAGAR** di media social akibat pembatasan gerak masyarakat.

3. propaganda

Dalam penyebaran wabah covid-19 yang telah menyebar cepat di berbagai negara di penjuru dunia. Seharusnya dari awal pemberitaan tersebut ke berbagai negara, Indonesia sendiri harus bersiap-siap dengan segala bentuk antisipasi dari virus tersebut bukan malah menyepelekan sehingga mengakibatkan dampaknya menjadi serius seperti sekarang ini. Pemerintah dapat dikatakan lamban dalam penanganan kasus virus corona ini.

Dengan memunculkan tagar #dirumahaja yang terus menerus di gaungkan oleh pemerintah kepada seluruh masyarakat Indonesia sebagai jawaban guna memutus rantai penularan covid-19 membuat masyarakat Indonesia mengisolasi diri di rumah.

Dan tidak sedikit juga yang melanggar hal tersebut di karenakan kebutuhan, propaganda yang di munculkan di Indonesia bukan hanya berlaku di Indonesia saja tetapi di seluruh Negara yang terjangkit wabah covid-19.

4. Public Relations

KOMUNIKASI memegang peranan penting dalam menghadapi ekspansi virus korona (covid-19) secara rasional. Hal ini sangat menentukan menjadikan momentum agar bangsa ini tangguh untuk menghadapi musuh yang sangat berbahaya itu. Komunikasi yang baik dan efektif penting untuk menangkal kesimpang siuran berita tentang covid-19 baik yang disengaja atau pun tidak.

Sayangnya komunikasi yang dilakukan sebagian dari aparat pemerintah masih menuai kritik. Pengumuman dua warganya oleh pejabat positif terjangkit virus korona menuai kritik yang dilayangkan Kelompok Pembela Kebebasan Berekspresi Asia Tenggara (SAFEnet) dan mendapat sambutan dari warganet.

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) meminta pemerintah daerah (pemda) tidak sembarangan menyebarkan informasi terkait covid-19 (virus korona). Informasi menjadi kewenangan media untuk mengumumkan, bukan diumumkan kan orang lain. Tujuannya agar tidak terjadi bias informasi. Komunikasi pemerintahan menjadi penentu bagi ketangguhan bangsa dalam menghadapi serangan korona.

Pr mendaji garda terdepan dalam memberikan sebuah berita valid yang dapat di percaya oleh masyarakat dan sehingga tidak terjadi kegaduhan dan kecemasan di masyarakat dan seiring banyak berkembang nya berita HOAX.

5. Kampanye Politik

Adaptasi strategi politik terkait pandemic pernah terjadi setelah Flu Spanyol 1918, ketika Warren Harding dari Partai Republik memenangkan pemilu presiden 1920 walaupun tetap

berada di rumahnya di Ohio, sementara ratusan ribu pemilih berjubel memadati halaman depan untuk mendengarnya berpidato.

Jika kebijakan untuk tidak berada dalam kerumunan besar tetap berlaku, maka pemungutan suara November nanti mungkin membingungkan.

"Hanya ada empat Negara bagian di Amerika yang melangsungkan seluruh pemilu lewat pos, yang berarti ada 46 negarabagian lain yang memiliki jumlah penduduk signifikan tetapi pemilihnya tidak terbiasa mengirim suara lewat pos," kata Jacob.

Kebiasaan seperti pergi ke TPS, berjabat tangan, mencium bayi, dan swa foto dengan kandidat kemungkinan tidak akan terjadi karena wabah COVID-19 ini.

6.Loby Politik

Pada loby politik kurang lebih seperti kasus nomor 2 dimana mentri yosanna mengajukan pembebasan narapidana korupsi di mana seperti ada kepentingan pribadi dan kelompok di dalamnya terliha tdari para karuptor yang akan di bebaskan pernah berada di jajaran pemerintahan pusat atau pejabat penting negara.

7.Lewat Media Massa

Pada kasus ini juga hamper sama pada kasus nomor 3(propaganda) dimana media massa sangat berperan dalam mempengaruhi masyarakat dalam pandemic corona ini. Dan media massa berperan sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah kepada masyarakat Indonesia.

Nama : Yosa Melania

Kelas : IK4A

Nim :181910035

Penyampaian pesan politik wabah corona dalam :

1.Retorika

Berdasarkan pemikiran Foucauldian, *power* dan *knowledge* memiliki hubungan yang saling memberi arti. Seseorang yang memiliki *power* dapat membentuk *knowledge* – seperti kebenaran yang diyakini – di masyarakat. Begitu juga sebaliknya, *knowledge* dapat memberikan *power* pada pemilik pengetahuan.

Mungkin, dengan membuat informasi dan pengetahuan menjadi eksklusif, pemerintah pusat berupaya untuk menjaga *power* yang dimilikinya. Hal inilah yang disebut-sebut dilakukan oleh pemerintahan Xi Jinping di Tiongkok.

Dalam mengatasi penyebaran Covid-19, Xi disebut berupaya untuk menutupi informasi penularan. Pemerintah Tiongkok juga dikabarkan semakin **memusatkan kekuatan** dan kontrol dalam merespons penyakit ini.

Dan pemerintahan Indonesia berupaya menerapkan cara yang sama agar mempertahankan *power* kekuasaan yang ada.

2.Agitas

Di tengah mewabahnya virus yang mematikan yaitu covid-19 adanya agitasi politik yang dilakukan oleh salah satu menteri hukum dan HAM Yosiana Laoly yang menuai kontroversi dimana menteri hukum dan HAM mengusulkan pembebasan narapidana korupsi dan narkoba ditengah pembatasan gerak masyarakat.

Berdasarkan catatan Indonesia Corruption Watch (ICW), napi korupsi yang berpotensi dibebaskan akibat revisi PP No.99 tahun 2012 antara lain:

- Oce Kaligis, pengacara yang menyuap Ketua Pengadilan Tata Usaha Negara
- Siti Fadilah Supari, mantan menteri kesehatan

Napi korupsi besar lainnya seperti politikus Setya Novanto, Patrialis Akbar, dan Jero Wacik berusia di atas 60 tahun namun belum menjalani dua pertiga masa pidananya.

Aktivis anti-korupsi mengecam usul Yasonna tersebut.

"Tidak tepat logika Kemenkumham, dengan dalih virus corona, mengharuskan napi korupsi untuk bebas dengan syarat-syarat tertentu. Semua [koruptor] tidak pantas bebas, berapapun usianya," kata Kurnia Ramadhana, peneliti ICW.

"Yang pertama, misalnya, seringkali terjadi di lapas-lapas itu napi korupsi dapat keistimewaan khusus, bahkan selnya lebih besar dibanding napi yang lainnya. Mereka tinggal saja di lapas yang justru lebih aman buat mereka [ketimbang dibebaskan]."

ICW juga mengkritik Menkumham Yasonna Laoly lantaran ini bukan pertama kalinya ia mengusulkan revisi PP No.99 tahun 2012.

Sehingga membuat masyarakat menjadi geram dan melakukan gerakan secara online ataupun melalui **TAGAR** di media social akibat pembatasan gerak masyarakat.

3.propaganda

Dalam penyebaran wabah covid-19 yang telah menyebar cepat di berbagai negara di penjuru dunia. Seharusnya dari awal pemberitaan tersebut ke berbagai negara, Indonesia sendiri harus bersiap-siap dengan segala bentuk antisipasi dari virus tersebut bukan malah menyepelekan sehingga mengakibatkan dampaknya mejadi serius seperti sekarang ini. Pemerintah dapat dikatakan lamban dalam penanganan kasus virus corona ini.

Dengan memunculkan tagar #dirumahaja yang terus menerus di gaungkan oleh pemerintah kepada seluruh masyarakat Indonesia sebagai jawaban guna memutus rantai penularan covid-19 membuat masyarakat Indonesia mengisolasi diri di rumah.

Dan tidak sedikit juga yang melanggar hal tersebut di karenakan kebutuhan, propaganda yang di munculkan di Indonesia bukan hanya berlaku di Indonesia saja tetapi di seluruh negara yan terjangkit wabah covid-19.

4.Public Relations

KOMUNIKASI memegang peranan penting dalam menghadapi ekspansi virus korona (covid-19) secara rasional. Hal ini sangat menentukan menjadikan momentum agar bangsa ini tangguh untuk menghadapi musuh yang sangat berbahaya itu. Komunikasi yang baik dan efektif penting untuk menangkal kesimpangsiuran berita tentang covid-19 baik yang disengaja ataupun tidak.

Sayangnya komunikasi yang dilakukan sebagian dari aparat pemerintah masih menuai kritik. Pengumuman dua warganya oleh pejabat positif terjangkit virus korona menuai kritik yang dilayangkan Kelompok Pembela Kebebasan Berekspresi Asia Tenggara (SAFEnet) dan mendapat sambutan dari warganet.

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) meminta pemerintah daerah (pemda) tidak sembarangan menyebarkan informasi terkait covid-19 (virus korona). Informasi menjadi kewenangan medis untuk mengumumkan, bukan diumumkan orang lain. Tujuannya agar tidak terjadi bias informasi. Komunikasi pemerintahan menjadi penentu bagi ketangguhan bangsa dalam menghadapi serangan korona.

Pr mendaji garda terdepan dalam memberikan sebuah berita valid yang dapat di percaya oleh masyarakat dan sehingga tidak terjadi kegaduhan dan kecemasan di masyarakat dan seiring banyak berkembangnya berita HOAX.

5.Kampanye Politik

Adaptasi strategi politik terkait pandemi pernah terjadi setelah Flu Spanyol 1918, ketika Warren Harding dari Partai Republik memenangkan pemilu presiden 1920 walaupun tetap

berada di rumahnya di Ohio, sementara ratusan ribu pemilih berjubel memadati halaman depan untuk mendengarnya berpidato.

Jika kebijakan untuk tidak berada dalam kerumunan besar tetap berlaku, maka pemungutan suara November nanti mungkin membingungkan.

"Hanya ada empat negara bagian di Amerika yang melangsungkan seluruh pemilu lewat pos, yang berarti ada 46 negara bagian lain yang memiliki jumlah penduduk signifikan tetapi pemilihnya tidak terbiasa mengirim suara lewat pos," kata Jacob.

Kebiasaan seperti pergi ke TPS, berjabat tangan, mencium bayi, dan swafoto dengan kandidat kemungkinan tidak akan terjadi karena wabah COVID-19 ini.

6. Lobby Politik

Pada loby politik kurang lebih seperti kasus nomor 2 dimana menteri yosanna mengajukan pembebasan narapidana korupsi di mana seperti ada kepentingan pribadi dan kelompok di dalamnya terlihat dari para karuptor yang akan di bebaskan pernah berada di jajaran pemerintahan pusat atau pejabat penting negara.

7. Lewat Media Massa

Pada kasus ini juga hampir sama pada kasus nomor 3(propaganda) dimana media massa sangat berperan dalam mempengaruhi masyarakat dalam pandemic corona ini. Dan media massa berperan sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah kepada masyarakat Indonesia.

Nama : Ade Rosa Fitri

Kelas : IK4B

Nim : 181910057

1. Rektorika

Peneliti ekonomi Institute for Development of Economics and Finance (Indef) Bhima Yudhistira menolak Jakarta melakukan lockdown karena 70% pergerakan uang nasional berada di Jakarta. Lockdown terlalu beresiko, karena aktivitas ekonomi akan berhenti. Skenario terburuknya Indonesia bisa krisis ekonomi (detik.com, 15/3/2020). Bagaimana jika lockdown dilakukan di tingkat nasional?

2. Agitasi politik

Agitasi politik mulai bermunculan seiring penyebaran covid-19 dan menjadi cara yang digunakan untuk memenangkan persaingan.

3. propaganda

Soal pemberitaan mengenai virus Corona yang kian menjadi momok menakutkan misalnya, terlihat media massa ikut berperan mempropagandakan isu. Hal ini sangat tampak, seketika ada *postingan* yang beredar terkait meninggal maupun sementara dirawatnya beberapa pasien yang diduga atau terindikasi positif Corona.

Namun, selang 3-5 jam kemudian, beredar informasi di grup percakapan WhatsApp dan Facebook terkait klarifikasi dari pasien yang tadinya diduga terinfeksi Covid-19. Tentu, hal ini sangat membingungkan publik.

Kemudian, seminggu terakhir ini media digerogeti dengan mahalannya harga masker yang melonjak drastis. Harga normal masker naik menjadi Rp 400 ribu/boks dari Rp 30 ribu/boks.

Hal inilah yang membuat media berbalik lebih meng-*update* masalah tersebut ketimbang penularan Covid-19 yang sedang merongrong masyarakat dan pemerintah. Terlihat saat ini, debat kusir di media sosial lebih fokus membahas harga masker ketimbang mengantisipasi diri dari penularan virus menakutkan.

4. Public Relations (PR) politics

Dalam kasus ini, media massa memiliki peran besar dalam membangun opini publik terkait pencitraan, hingga dapat mendiskualifikasi kebenaran, dan membuat publik tidak lagi mampu membedakan secara jernih antara realitas, representasi, simulasi, atau hiperrealitas.

5. kampanye politik

Dengan memanfaatkan keadaan masyarakat yang sekarang sedang mengalami krisis ekonomi, kemungkinan banyak para politikus yang diam-diam melakukan kampanye terselubung dengan memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini.

6. Lobi politik

Sejumlah Menteri Presiden Joko Widodo (Jokowi) terlihat lebih sibuk mengurus partainya dibandingkan negara pada saat jam kerja. Padahal saat ini Indonesia tengah disibukkan oleh wabah virus Corona atau COVID-19 yang harus segera ditangani, termasuk dampaknya secara ekonomi.

Salah satunya menteri yang terlihat sibuk mengurus partainya adalah Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartanto. Ketua Umum Golkar itu pada Senin (9/3/2020) kemarin menerima kedatangan Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh. Pertemuan diselenggarakan di kantor DPP Golkar, Slipi, Jakarta.

Hadir pula dalam pertemuan itu Menteri Perindustrian Agus Gumiwang yang juga menjabat sebagai Wakil Ketua Umum Partai Golkar dan Menkominfo Johnny G Plate selaku Sekjen Partai Nasdem.

Ketua DPP Golkar Meutya Hafid mengatakan salah satu agenda pertemuan adalah pembahasan Pilkada 2020. Selain itu, mereka membicarakan soal isu-isu terkini terkait ekonomi.

Menteri Jokowi seharusnya bisa membedakan saat mereka dalam posisi pejabat negara dengan petugas partai.

7. Lewat Media Massa

Media diharapkan dapat bersikap independen, tidak beritikad buruk, menempuh cara yang profesional dalam memberi informasi, menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, tidak menyiarkan berita berdasarkan prasangka. Jika ada informasi yang keliru, harus segera diralat karena pada dasarnya pers adalah instrumen paling baik dalam pencerahan dan meningkatkan kualitas manusia sebagai makhluk rasional, moral dan sosial.

Seperti yang dikatakan Charles Linberg, bahaya terbesar bagi sebuah negara terletak pada kepemilikan dan pengaruhnya yang besar dalam film, pers, radio dan pemerintah. Oleh karena itu, pers harus menjadi garam dan juga terang dalam menyebarluaskan informasi kepada publik.

Nama : Afta apriansya h
Kelas : IK4B
Nim : 181910048
MK : Komunikasi Politik

Contoh dari bentuk Komunikasi Politik

1. Retrorika

Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa pada pandemi **COVID-19** agar masyarakat untuk berdiam diri di rumah, tidak perlu keluar rumah bila tidak ada keperluan yang mendesak atau penting karena semua itu dapat memutuskan rantai penyebaran **COVID-19**.

2. Agitasi

Pengumuman pemerintah bahwasanya masyarakat tidak perlu panik atau takut terhadap wabah **covid-19** tetapi masyarakat tetap waspada dengan cara :

- a. Menghindari kerumunan/keramaian
- b. Menjaga jarak minimal 1 meter
- c. Menggunakan masker apabila batuk / flu
- d. Mencuci tangan dengan baik dan benar.

3. Propaganda

Pemerintahan menyeruhkan masyarakat agar berdiam diri dirumah saja agar terhindar dari wabah **covid-19** dengan cara mengumumkan di media sosial dengan keterangan hashtag #DiRumahAja.

4. Public Relation (PR)

Banyak upaya pemerintah atau melalui juru bicara berdialog atau pidato secara langsung maupun melalui media kepada masyarakat agar mengetahui perkembangan **covid-19**,

5. Kampanye Politik

Pada Pandemi **Covid-19**, Partai Politik maupun kader dari kalangan tertentu membagikan sembako, menyumbangkan donasi uang agar mendapat simpati dari masyarakat

6. Lobi Politik

Di saat pandemi **covid 19** sudah kita ketahui bahwa banyak orang yang merugi baik dari ekonomi maupun moral, banyak kalangan memanfaatkan hal ini dengan cara meminjamkan atau membantu dengan tujuan keuntungan sepihak. Misalnya Bank Dunia akan meminjamkan Uang kepada negara-negara yang terdampak virus covid-19 dengan keuntungan bunga berlipat lipat.

7. Lewat MEDIA MASSA

Dengan Media Massa Pemerintah lebih cepat menyampaikan kabar tentang **covid19** karena pesan yang di sampaikan dapat di jangkau seluruh tempat masing-masing tanpa harus ke daerah tersebut. Tetapi ada kelemahan melalui media banyak berita hoax, jadi masyarakat harus jeli untuk menerima pesan.

#DiRumahAja

#BelajarDiRumah

#BerkaryaDiRumah

Nama : Deo Virgo Tanjung

Nim : 181910062

Mata Kuliah : Komunikasi Politik



TUGAS :

Terdapat tujuh bentuk komunikasi politik. Silakan saudara memberikan contoh dari bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic corona -19

Dari Segi

1. Rektorika
Dalam hal ini retorika memiliki fungsi bagaimana pendengar yakin kebenaran gagasan hal yang dibicarakan pembicara. Contohnya penyebaran informasi korban corona (covid-19) dengan menyertakan data.
2. Agitesi Politik
Contohnya : Pertentangan dalam Masyarakat dalam hal jenazah korban corona (covid-19) yang akan dikebumikan.
3. Propaganda
Contohnya : Dr. Tirta mengajak pada seluruh influencer untuk menjual salah satu kendaraan mereka untuk mensukseskan pencegahan covid-19.
4. Public Relations (Pr) Politics
contohnya : baik masyarakat ataupun elite politik saling menjelaskan dan mengingatkan tentang penerapan PHBS.
5. Kampanye Politik
Contohnya : Pemerintah memberitakan tentang wajib menggunakan masker jika keluar rumah, apabila melanggar akan dikenakan sanksi dan menyediakan pasokan sembako di area red zone agar kebutuhan masyarakat kelas menengah-kebawah tercukupi mengingat banyaknya pengusaha mikro yang terpaksa tidak dapat melakukan aktifitasnya.
6. Lobi Politik
Contohnya : salah seorang melobi penegak hukum (polisi) saat hendak diberikan pushup terkait nongkrong saat masa social distancing.
7. Lewat Media Massa
Contohnya : media massa diharapkan memberitakan hal-hal yang positif untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan menginformasikan untuk masyarakat yang ingin mudik wajib melaporkan kepada pihak berwajib agar didata guna pencegahan virus corona(covid-19).

Nama : Aldo Kevinanda

NIM : 181910051

Kelas : IK4A

a. Retorika, berasal dari bahasa Yunani – *rhetorica*, yang berarti seni berbicara, awalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat kegiatan antarpersona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak. Ada tiga jenis retorika menurut Aristoteles dalam karyanya *Retorika*, (a) retorika deliberatif yaitu dirancang untuk mempengaruhi khalayak dalam kebijakan pemerintah, yang difokuskan pada keuntungan atau kerugian jika sebuah kebijakan diputuskan atau dilaksanakan; (b) retorika forensic, yang berkaitan dengan keputusan pengadilan; (c) retorika demonstrative, yang mengembangkan wacana yang dapat memuji atau menghujat.

Contohnya dalam kasus pandemi Covid-19 adalah Pemberitahuan pemerintah berupa himbuan kepada khalayak atau masyarakat untuk menaati aturan yang telah ditetapkan pemerintah agar dipatuhi atau di turuti oleh masyarakat.

Contoh : contoh paling kongkrit adalah saat pemerintah menyampaikan perkembangan kasus korona yang biasanya di siarkan di sore hari setiap hari.

b. Agitasi Politik, dari bahasa *Agitare* artinya bergerak atau menggerakkan, dalam bahasa Inggris *agitation*. Menurut Harbert Blumer agitasi beroperasi untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan) dengan tujuan menimbulkan kegelisahan dikalangan massa. Orang yang melakukan agitasi disebut agitator yang oleh Nepheus Smith disebut sebagai orang yang berusaha menimbulkan ketidakpuasan, kegelisahan atau pemberontakan orang lain. Ada agitator yang sikapnya selalu gelisah dan agresif, ada juga yang lebih tenang, cenderung pendiam tetapi mampu menggerakkan khalayak dengan ucapan dan tulisannya.

Contohnya dalam kasus Covid-19 adalah adanya pernyataan pemerintah ataupun media yang menyiarkan informasi mengenai covid-19 namun dengan menyajikan berita yang justru membuat gelisah masyarakat atau menambah ketakutan yang dirasakan masyarakat.

Contoh : yang paling gencar adalah dengan digaung-gaungkannya #dirumahaja #ayopakemasker dan hashtag lain-lain.

c. Propaganda, berasal dari kata latin *propagare* (menanamkan tunas suatu tanaman) yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama khatolik pada tahun 1822 Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi cardinal yang bernama *Congregatio de Propaganda Fide* untuk menumbuhkan keimanan kristiani diantara bangsa-bangsa. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar, biasanya dilakukan politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam melakukan sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti, di negara demokratis menurut W.Dobb dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti. Sedangkan Harbert Blumer, suatu kampanye politik dengan sengaja mengajak, mempengaruhi guna menerima suatu pandanganm sentiment atau nilai.

Contohnya dalam kasus covid-19 adalah banyaknya pernyataan konspirasi mengenai asal mula covid-19 ada yang mengatakan bahwa covid1-19 merupakan virus yang sengaja diciptakan oleh Cina ada pula pernyataan bahwa virus ini dibawa oleh Amerika kepada Cina. Hal tersebut dianggap oleh khalayak merupakan suatu kebenaran yang kemudian dipercayai.

Contoh : adalah dengan mulai digalakkannya untuk menggunakan masker berbahan kain, yg tujuan sebenarnya adalah untuk menanggulangi kelangkaan masker medis dengan segala alasannya.

d. *Public Relations (PR) Politics*, yang tumbuh pesat di Amerika Serikat setelah Perang Dunia II, sebagai suatu upaya alternative dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial dan politik, presiden Theodore Rossevelt (1945) mendeklarasikan pemerintahan sebagai *square deals* (jujur dan terbuka) dalam melakukan hubungan dengan masyarakat dan menjalin hubungan timbal balik secara rasional. Sehingga tujuannya untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif

antara politikus, professional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).

Contohnya dalam kasus covid-19 adalah bahwa dalam kondisi seperti pemerintah melalui media berusaha untuk menyatukan masyarakat dalam menghadapi virus covid-19, menumbuhkan rasa percaya masyarakat kepada pemerintah dan pemerintah pun bersikap terbuka kepada masyarakat tentang perkembangan informasi covid-19.

e. Kampanye Politik, adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Menurut Rogers dan Storey (1987) (dalam Venus, 2004:7), merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu, sehingga berbeda dengan propaganda, dimana kampanye cirinya sumber yang melakukannya selalu jelas, waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi, sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak, tujuannya tegas, variatif serta spesifik, modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi, modus tindakannya diatur kaidah dan kode etik, sifat kepentingan mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

Contohnya: Bisa saja virus covid-19 ini merupakan kampanye politik yang sengaja dilakukan dengan tujuan tertentu.

f. Lobi Politik, istilah lobi sendiri sesungguhnya tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di hotel, karena yang hadir para politikus yang melakukan pembicaraan politik (*political lobbying*) terjadi dialog dengan tatap muka (komunikasi antarpersonal) secara informal namun penting. Karena hasil lobi itu biasanya ada kesepakatan dan kesepahaman yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat atau sidang politik yang akan menghasilkan keputusan dan sikap politik tertentu. Dalam lobi politik pengaruh dari pribadi seorang politikus sangat berpengaruh seperti kompetensinya, penguasaan masalah dan charisma. Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan consensus.

Contohnya: Pertemuan antara petinggi-petinggi negara dalam suatu forum dalam penyelesaian masalah covid-19

g. Lewat Media Massa, menurut MacLuhan sebagai perluasan panca indra manusia (*sense extention theory*) dan sebagai media pesan (*the medium in the message*) dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan-otoritas, membentuk dan merubah opini public atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

Contohnya dalam kasus covid-19 adalah penyebaran informasi tentang covid-19 di media-media massa dengan tujuan agar khalayak mengetahui dan mengikuti perkembangan virus covid-19.

Nama : Alj hazal Zuhurga

Kelas : IK4A

Nim : 181910015

1. Retorika

Pengamat kebijakan publik, Jerry Massie menyatakan, meski WHO telah menetapkan status pandemi, namun tindakan pemerintah Indonesia dalam menangani penyebaran virus ini dinilai masih lemah dan terlalu banyak retorika.

“Kecepatan harus dikedepankan, jangan banyak bicara dan argumen tapi tindakan perlu cepat apalagi sudah 114 negara yang sudah terkena epidemi corona,”

Jerry menyarankan pemerintah agar jangan bersikap apriori dan apatis serta jangan menunggu banyak korban baru bertindak.

2. Agitasi politik

Bagi masyarakat golongan rendah, dipengaruhi dan diberikan jaminan yang menjamin kelangsungan dan kemudahan hidupnya tentu tidak akan segan untuk menerimanya. Dari sini komunikator menggunakan rayuan kepada masyarakat untuk ikut berpolitik dan bergabung dengannya untuk kemenangan bersama. Dari sini rakyat tersebut diberikan tawaran jaminan seperti jaminan kesehatan sebagai contoh agitasi politik.

3. Propaganda

Media sosial merupakan sarana yang penting bagi kehidupan publik khususnya anak muda yang menjadikan media sosial sebagai tempat untuk mengkonsumsi berita, mengembangkan jati diri, dan identitas politik. Konten yang ditulis pada media sosial diciptakan untuk mengetahui respons netter yang saling berteman pada media sosial tersebut. Pengguna media sosial atau seringkali disebut netizen saat ini tidak semuanya murni menyuarakan aspirasi politik dari diri sendiri. Ada juga netizen yang memang dibayar untuk mem-viral-kan balik suara yang mereka lontarkan dalam sebuah status atau cuitan.

4. Public Relations

Komunikasi memegang peranan penting dalam menghadapi ekspansi virus korona (covid-19) secara rasional. Hal ini sangat menentukan menjadikan momentum agar bangsa ini tangguh untuk menghadapi musuh yang sangat berbahaya itu. Komunikasi yang baik dan efektif penting untuk menangkal kesimpangsiuran berita tentang covid-19 baik yang disengaja ataupun tidak.

Sayangnya komunikasi yang dilakukan sebagian dari aparat pemerintah masih menuai kritik. Pengumuman dua warganya oleh pejabat positif terjangkit virus korona menuai kritik.

5. Kampanye Politik

Adaptasi strategi politik terkait pandemi pernah terjadi setelah Flu Spanyol 1918, ketika Warren Harding dari Partai Republik memenangkan pemilu presiden 1920 walaupun tetap berada di rumahnya di Ohio, sementara ratusan ribu pemilih berjubel memadati halaman depan untuk mendengarnya berpidato.

Jika kebijakan untuk tidak berada dalam kerumunan besar tetap berlaku, maka pemungutan suara November nanti mungkin membingungkan.

"Hanya ada empat negara bagian di Amerika yang melangsungkan seluruh pemilu lewat pos, yang berarti ada 46 negara bagian lain yang memiliki jumlah penduduk signifikan tetapi pemilihnya tidak terbiasa mengirim suara lewat pos," kata Jacob.

Kebiasaan seperti pergi ke TPS, berjabat tangan, mencium bayi, dan swafoto dengan kandidat kemungkinan tidak akan terjadi karena wabah COVID-19 ini.

6. Lobby Politik

Pada lobby politik kurang lebih seperti kasus nomor 2 dimana menteri Yosanna mengajukan pembebasan narapidana korupsi di mana seperti ada kepentingan pribadi dan kelompok di dalamnya terlihat dari para koruptor yang akan di bebaskan pernah berada di jajaran pemerintahan pusat atau pejabat penting negara.

7. Lewat Media Massa

Pada kasus ini juga hampir sama pada kasus nomor 3(propaganda) dimana media massa sangat berperan dalam mempengaruhi masyarakat dalam pandemic corona ini. Dan media massa berperan sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah kepada masyarakat Indonesia.

Nama : Annisa Ramdhania
Nim : 181910068
Kelas : IK4B
Mata Kuliah : Komunikasi Politik



Contoh Bentuk Komunikasi Politik Terkait Pandemic Covid 19

1. Retorika
Contoh pada segi Retorika adalah pemerintah pusat dan daerah berupaya saling bersinergi, hingga pilihan strateginya. Yang dipilih adalah pembatasan sosial atau social distancing, bukan karantina wilayah atau penutupan (lockdown).
2. Agitasi Politik
Gerakan stay home dan work from home di anjurkan oleh pemerintah untuk memutus mata rantai Covid 19
3. Propaganda
Propaganda di media sosial terkait pentingnya berdiam diri di rumah dan mengurangi aktifitas diluar rumah.
4. Public Relations
Keterbukaan dalam perkembangan pandemic covid 19 oleh kemenkes dan website resmi terkait informasi perkembangan covid19
5. Kampanye Politik
Banyak calon gubernur di provinsi jambi yang memasang banner terkait pencegahan covid 19 dan aktif dalam kegiatan penanganan covid dan itu bisa menaikkan citra politik calon pejabat publik.
6. Lobi Politik
Kebijakan publik yang dikeluarkan kemendikbud berupa un ditiadakan demi pencegahan covid 19.
7. Lewat media sosial
Mayoritas pejabat publik men share kegiatan pencegahan covid versi mereka masing2 dan di website2 pemprov dan pemkot banyak himbauan dan larangan keluar rumah dengan foto pejabat publik masing2

NAMA :AULIA AMANDA

KELAS :IK4A

NIM :181910050

SOAL!

1. Contoh 7 bentuk komunikasi politik terkait pademic covid-19

JAWAB!

1. **Rektorika** :Presiden Joko Widodo memberikan keterangan pers terkait COVID-19 di Istana Bogor, Jawa Barat
2. **Agitasi Politik** :Edaran Rektor Universitas Bina Darma tentang pencegahan penyebaran COVID-19
3. **Propaganda** :Public kini tengah diramaikan oleh berita-berita mengenai virus COVID-19. Kepanikan ini bisa saja diperburuk melalui propaganda di media.
4. **Public Relations** :Setiap Instansi Pemerintahan meminta agar masyarakat Indonesia bekerja, belajar dan beribadah di rumah serta tetap tenang, tidak panik, tetap produktif agar penyebaran COVID-19 ini bisa di hambat dan diberhentikan.
5. **Kampanye Politik** :Kominfo menggelar kompetisi “Ayo Bikin Game di Rumah Aja” yang terbagi dalam beberapa kategori , yaitu Junior dan Mahasiswa/Umum dalam rangka mendukung kampanye #DirumahAja.
6. **Lobi Politik** :“Pecah Telur “ kasus COVID-19 di Indonesia akhirnya disampaikan Presiden Jokowi Dodo di Istana Merdeka pada senin, 2 Maret lalu. Bersama Menteri Kesehatan. Jokowi mengumumkan dua pasien, ibu dan anak, yang terkena virus COVID-19. Keduanya diduga terpapar dari warga negara Jepang yang positif terkena COVID-19 dan sempat ke Indonesia pada pertengahan Februari lalu.
7. **Lewat Media Massa** : Menghadapi pandemi COVID-19, Media Massa dituntut menyunguhkan informasi berkualitas terkait COVID-19. Disisi lain, Awak Media juga berpotensi terkena penularan COVID-19 pada saat peliputan. Wartawan Tv melaporkan kegiatan KOMINFO yang bekerja sama dengan HALODOC saat menggelar test cepat COVID-19 gratis untuk wartawan di kantor KOMINFO, Jakarta, Rabu (8/4/2020)

Nama: Dhea Adinda Merllthon's Poetri

Kelas: IK3B (181910046)

Mata Kuliah : Komunikasi Politik

RETORIKA

Contohnya ditengah pandemi ini biasanya digunakan komunikasi retorika. Retorika ini digunakan oleh presiden ataupun para petinggi daerah dalam menyampaikan perkembangan kasus corona (covid-19)

AGITASI POLITIK

Contohnya ditengah pandemi ini biasanya digunakan komunikasi agitasi politik. Agitasi politik ini hampir sama dengan propaganda namun agitasi ini bertujuan untuk dapat merubah sikap, tingkah laku masyarakat terhadap wabah penyakit covid-19 ini biasanya agitasi ini dipakai oleh politikus atau kader partai politik.

PROPAGANDA

Contohnya ditengah pandemi ini biasanya bentuk komunikasi propaganda ini dipakai oleh politikus atau kader partai politik untuk mempengaruhi/memanipulasi alam pikiran atau kognisi masyarakat agar jangan panik menghadapi covid-19/corona ini.

PUBLIC RELATIONS (PR)

Contohnya ditengah pandemi ini biasanya bentuk komunikasi public relations yaitu untuk menghilangkan rasa panic dan mampu membangun konten positif ditengah kekhawatiran masyarakat tentang wabah virus corona ini

KAMPANYE POLITIK

Contohnya ditengah pandemi ini biasanya digunakan komunikasi kampanye politik, yang dilakukan oleh organisasi atau orang yaitu untuk membantu masyarakat menghadapi wabah penyakit ini.

LOBI POLITIK

Contohnya ditengah pandemi ini biasanya digunakan komunikasi lobi politik yang dilakukan oleh seorang politisi atau pejabat tinggi Negara dan pimpinan organisasi. Untuk menyampaikan tentang wabah penyakit covid-19 ini.

LEWAT MEDIA MASSA

Contohnya ditengah pandemic ini biasanya digunakan komunikasi lewat media massa yaitu untuk mempengaruhi khalayak agar dapat mematuhi yang pemerintah anjurkan dan juga mempengaruhi khalayak agar tidak panik menghadapi pandemi ini.

Nama : Dhea Marellia

Mata Kuliah : Komunikasi Politik

Kelas : IK4B

NIM : 181910058

1. Rektorika

Menurut saya, Rektorika merupakan bentuk komunikasi yang biasanya digunakan Pemerintah, pemimpin pemimpin daerah, aktivis – aktivis. untuk memberikan Informasi Mengenai Virus Corona ini baik dalam pengembangan kasus Corona sendiri atau larangan larangan yang di buat pemerintah untuk memutus mata rantai penularan Virus ini. Biasa juga digunakan untuk mempengaruhi masyarakat agar tidak panik dan tetap menjaga kebersihan.

1. Agitasi Politik

Menurut saya, Agitasi Politik ini digunakan sebagian oknum untuk menyebarkan isu – isu SARA, mereka melakukan rasis terhadap orang – orang Chinise yang membawa Virus ini, agara pribumi membenci warga Chinise juga, memanfaatkan keresahan warga tengah mengadapi Corna ini ditambah di takut-takuti dengan masalah lama yang di munculkan lagi, atau masalah baru yang di munculkan pada saat musibah Wabah Corona ini.

2. Propaganda

Menurut saya, Propaganda sendiri biasanya digunakan penyebar Informasi atau pihak media, contohnya mereka memberitakan pasien pasien Positif Corana atau yang meninggal akibat Corona tapi beberapa jam kemudian bermunculan mengkarifikasi tentang pemberitaan yang di buat pihak media yang dapat menimbulkan masyarakat menjadi bingung, di tambah lagi sebageian oknum melakukan penimbungan Masker sehingga membuat masker menjadi mahal hal inilah yang menjadi hal menarik bagi pihak media untuk diberitakan.

3. Pubic Relation

Menurut saya, peran Public Relation sendiri dalam kasus Virus Corona ini adalah sebagai garda terdepan dari Sebuah perusahaan, termasuk juga menyikapi isu – isu Virus Corona ini karena banyak dampak dari virus ini, jadi Public Relation harus memberikan informasi

dan keputusan dengan cepat dan tepat untuk mengambil langkah dalam strategi menghadapi wabah Corona. Contohnya Buatlah orang – orang yakin keputusan yang di buat adalah yang terbaik dan tidak akan merugikan, jika memang kondisi tidak memungkinkan maka Public Relation berperan untuk menjelaskan sehingga orang – orang atau pelanggan dapat memahami

4. Kampanye Politik

Menurut saya, Pemerintahan atau pementah daerah dapat menghimbau agar tidak memanfaatkan Wabah Corna ini sebagai ajang kampanye mereka. Contohnya Bawaslu Lampung mengimbau agar caalon Walikota tidak memanfaatkan wabah corona untuk kampanye, sesuai dengan surat nomor 021//K.LA-14/PM.00.02/VI/2020 tentang bakal calon walikota tidak memberikan bantuan sisial mengatasnamakan bakal calon Walikota Bandar Lampung

5. Lobi Politik

Menurtu saya, Lobi politik ini di tengah wabah Corona menjadi Lobi Corona kenapa begitu contohnya yaitu, pemerintah melakukan pelobian terhadap masyarakat seperti perusahaan, sekolah, Universitas agar melakukan Work From Home, School From home, Study from home dll. Dan juga melobi masyarakat untuk di suatu daerah agar memperbolehkan Jenaza pasien Corona dimakamkan di daerah mereka. Dsb

6. Lewat Media Massa

Menurut saya. media masaa, media penyampai pesan dapat mempunyai kesuasaan membentuk dan merubah opini masyarakat dalam menghadapi Corona Virus ini, jadi peran media massa ini juga menting maka dari itu untuk berhati hati dalam menyebarkan isu – isu Virus Corona ini. Contoh khususnya agar media massa online tidak melakukan Clickbait atau meletakkan kalimat yang memancing rasa penasaran pembaca yang terletak pada judul berita contohnya pada judul berita “ Pegawai bank BNI Terindikasi Corona “ dengan judul seperti ini akan menimbulkan ketakutan, spekulasi negatif masyarat terhadap institusi yang di sebutkan,ditambah juga media maasa memnumbui dengan unsur SARA untuk saling menjatuhkan atau mendiskriminasi pihak – pihak tertentu.

NAMA : DIKI AFFANDI

KELAS : IK4B

NIM : 181910005

MATA KULIAH : KOMUNIKASI POLITIK

1. Retorika

Saya mengambil contoh retorika lockdown

Retorika, berasal dari bahasa Yunani *-rhetorica*, yang berarti seni berbicara, asalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifar kegiatan antarpersona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak.,

Retorika diliberitif yaitu dirancang untuk mempengaruhi khalayak dalam kebijakan pemerintah, yang difokuskan pada keuntungan atau kerugian jika sebuah kebijakan diputuskan atau dilaksanakan;

Kita tentu paham dalam kondisi darurat tidak mudah untuk merumuskan kebijakan publik yang pluralis. Semua elemen bangsa memang memiliki tanggung jawab bersama untuk menawarkan alternatif sebuah kebijakan publik yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat dalam darurat corona ini. Tapi kita tentu paham, kebijakan pluralis membutuhkan waktu yang panjang dalam perumusannya, dan ada tarik menarik antarkelompok yang saling merasa paling paham terkait persoalan yang dialami bangsa ini. Dalam keadaan darurat seperti sekarang ini, kebijakan elite adalah yang terbaik, dan semua rakyat Indonesia percaya bahwa pemerintah akan memberikan yang terbaik untuk rakyat Indonesia.

Perdebatan persoalan apakah Indonesia perlu melakukan Lock Down atau tidak perlu kita sudahi saja. Apalagi pemerintah pusat sudah menetapkan bahwa Lock Down adalah kebijakan pemerintah pusat. Jika kita paham bahwa dalam sebuah perumusan kebijakan selalu saja ada tarik menarik, dalam konteks ini para aktor politik jangan memancing di air keruh, kepentingan rakyat Indonesia di atas segalanya.

Kita tentu paham bahwa kebijakan publik dibuat bukan untuk membuat masalah baru, karena itu perdebatan yang tak produktif perlu diakhiri, dan kita kuatkan semangat nasionalisme Indonesia untuk perang Corona bukan hanya sekadar retorika.

Lihatlah antusias relawan yang menerima panggilan untuk menolong menangani penyebaran corona, mereka datang dari berbagai lapisan masyarakat dari berbagai daerah, dan tentunya secara khusus adalah kaum muda. Semangat nasionalisme pemuda-pemuda Indonesia itu perlu kita dukung bersama. Kita berharap darurat corona ini akan membangkitkan kembali nasionalisme Indonesia yang mulai redup. Semangat nasionalisme pemuda-pemuda Indonesia pada masa perjuangan kemerdekaan Indonesia perlu digelorakan kembali menghadapi musuh bersama kita virus corona. Pada banyak negara kita sudah menyaksikan korban-korban yang mengerikan akibat corona terus berjatuhan. Pandemi corona ini harus kita lawan bersama.

Samuel Johnson, yang terkenal dengan sebutan singa literatur Inggris "the Lion of English British Literature", pernah mengatakan, "nasionalisme adalah tempat perlindungan terakhir bagi bajingan-bajingan di dalam politik."

Orang kerap memakai nasionalisme untuk menopengi diri, tetapi hatinya tidak mencintai rakyat, itu adalah musuh dalam selimut. Karena itu para tokoh bangsa perlu menjauhi polemik yang tidak perlu dan bersama-sama bersatu memerangi corona. Nasionalisme semua rakyat Indonesia juga harus digelorakan dengan tidak menumpuk bahan pangan secara berlebihan. Ingat, saudara-saudara kita perlu makan. Nasionalisme itu perlu diwujudkan dalam bentuk membangun ketahanan pangan yang dapat melindungi semua orang di Indonesia.

2. Agitasi Politik

Opsi-opsi penyelesaian penularan tidak sesederhana direspons dalam kaca mata kesehatan, sosial dan ekonomi semata, namun justru menjadi simbolisasi dukungan politik tertentu. Ini sangat disayangkan dan makin memperlambat penanganan Covid-19. Opsi karantina wilayah atau *lockdown* misalnya, baik dari segi pendukung ataupun yang menolak, tidak memiliki basis data yang memadai. Karantina wilayah di India, Amerika Serikat maupun Italia telah menimbulkan masalah baru, seperti fenomena *panic buying* (Amerika Serikat), ancaman orang berekonomi lemah (India) atau mudik besar besaran (Italia). Meskipun di tiga negara tersebut menerapkan karantina wilayah, belum terbukti efektif menurunkan angka penularan. Begitu juga, untuk argumentasi yang menolak opsi karantina wilayah seperti di Rusia, yang juga belum terbukti menekan penularan virus yang menyerang saluran pernapasan itu. Persoalan utamanya bukan karantina wilayah atau tolak karantina wilayah. Apalagi, karantina wilayah yang secara dangkal dimaknai secara politis. Semua pihak perlu kembali ke akar penularan, yakni virus menyebar melalui percikan ludah atau *droplet*. Maka minimalisasi penyebaran *droplet* bisa dilakukan dengan menjaga jarak fisik dengan disiplin, waspada pada kebersihan diri dan meningkatkan imunitas tubuh.

Untuk mencapai itu semua, yang tak kurang pentingnya adalah kejelasan informasi. Apa yang harus segera dilakukan oleh masyarakat harus disampaikan secara masif, serentak dan bagaimana tindak lanjutnya. Opsi-opsi yang tersedia pun, dikaji secara memadai dalam kaca mata persoalan substansial dan mengesampingkan kecurigaan dalam dukung-mendukung urusan politik. Jika hanya berkutat pada perdebatan di luar urusan kesehatan, lanjut dia, selain korban tambah banyak, upaya menekan angka kematian juga tak kunjung memperoleh hasil yang menggembirakan. Tak salah jika masalah melebar ke urusan yang lebih dalam dan makin sulit diatasi. Malah yang sebenarnya mengkhawatirkan saat ini, jangan-jangan kita belum pernah masuk pada hari pertama penanganan penularan bersama yang benar menurut

karakteristik Covid-19. Sementara beberapa pihak yang sudah patuh karantina mandiri, sudah mulai bosan dan frustrasi dengan karantinanya.

3. Propaganda

Virus Corona jenis baru, atau yang sekarang dikenal dengan Covid-19, masih merebak di dunia. Pandemi ini telah menewaskan sebanyak lebih dari 60.000 manusia di muka bumi. Adapun Amerika Serikat, menjadi negara paling banyak melaporkan kasus infeksi, yakni sejumlah 312.245 per Minggu (5/4/2020). AS telah menggeser China dan hanya dalam waktu dua minggu Covid-19 membuat sistem kesehatan di negara tersebut hampir lumpuh.

Demikian juga dengan negara-negara Eropa: Italia, Spanyol, Jerman, Inggris dan Perancis juga memiliki kasus infeksi virus corona yang besar padahal sistem kesehatan mereka sudah sangat canggih dan gratis untuk semua warga. Kendati demikian, satu negara di perbatasan China, justru terlihat damai dan tidak terpengaruh dengan virus Corona, yaitu Rusia.

Meski begitu, banyak yang menyebut bahwa Rusia belum secara terbuka menyebutkan angka yang sebenarnya dari total pasien Covid-19. Namun studi baru menunjukkan, ada kemungkinan Rusia memanfaatkan virus Corona untuk membuat tatanan dunia baru.

Melansir express.co.uk, Presiden Rusia Vladimir Putin dituduh mengeluarkan propaganda yang menyatakan virus tersebut adalah senjata dari kekuatan barat. Sementara China dan Rusia sama-sama dituduh Uni Eropa dalam menyebarkan informasi yang salah terkait virus baru ini.

Penulis studi tersebut, Sergey Sukhankin menyebut tujuan Putin adalah untuk menggeser kekuatan Barat. "Rusia sepertinya berniat merusak solidaritas antar anggota Uni Eropa dan mengkapitalisasi kelemahan di dalam Eropa untuk menjelaskan konflik lebih luas lagi.

"Covid-19 dilihat sebagai cara ideal bagi Rusia untuk mengacaukan tidak hanya Uni Eropa tetapi juga kekuatan yang mereka bangun dengan Amerika Serikat dan Kanada."

Dinas Luar Negeri Eropa, sebuah lembaga independen Uni Eropa yang menangani hubungan diplomatik UE dengan negara-negara di luar UE menyebut rekaman lebih dari 150 kasus informasi pro-Kremlin terkait Covid-19 antara bulan Januari sampai akhir Maret. "Informasi yang salah yang digembar-gemborkan oleh media pemerintah Rusia dan media pro-Kremlin terkait Covid-19 masih ada sampai saat ini. "Tujuan lebih besar adalah untuk memperparah krisis kesehatan publik di negara Barat, seiring dengan strategi Kremlin lebih luas untuk membuat masyarakat Eropa kembali miskin."

Tuduhan terhadap Rusia dan China tersebut datang saat kedua negara telah mengirim tenaga medis dan bantuan kesehatan ke Uni Eropa. Italia menerima suplai dan 100 tenaga medis militer dari Rusia pada akhir bulan kemarin. Sementara China mengirim 1.700.000 masker medis ke Yunani, dan tenaga medis mereka kirim ke Inggris.

Studi dari University of Calgary menyebut strategi penyebaran informasi palsu dan suplai tanpa henti ke UE akan membuat kedua negara sebagai negara penguasa dunia. Laporan tersebut juga menuliskan, "Moskow melihat virus ini sebagai pertanda kebetulan akhir dari tatanan dunia setelah perang dingin.

4. Public Relations

komunikasi yang baik dapat menciptakan interaksi yang baik pula antara masyarakat dan pemerintah. sejak adanya wabah virus Corona /Covid-19, penyebaran virus tersebut menyebar secara signifikan ke beberapa negara. hal tersebut merupakan krisis bagi seluruh umat manusia di dunia karena virus Corona/Covid-19 merupakan penyakit yang mengganggu saluran pernafasan sehingga dapat mengakibatkan kematian. virus Corona dapat dicegah tetapi tidak dapat dihindari. agar dapat mencegah dan menghindari wabah virus Corona/Covid-19 maka diperlukannya upaya dalam menanggulangi virus Corona tersebut. diantaranya adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah terhadap masyarakat dalam aspek komunikasi krisis.

selain itu, pemerintah juga menghimbau masyarakat untuk bekerja beraktivitas belajar dan beribadah di dalam rumah untuk menghentikan virus corona/covid 19 ini menyebar. dan masyarakat diharapkan mematuhi instruksi yang diinstruksikan oleh pemerintah, maka diperlukannya public relation agar hubungan antara masyarakat dan pemerintah terjalin dengan baik dan juga masyarakat bisa mematuhi instruksi dari pemerintah tersebut. demikian pula, pemerintah meminta masyarakat untuk memulai hidup sehat seperti mencuci tangan mencuci muka dan memakan sayuran serta perbanyak olahraga Dan dianjurkan memakai masker terhadap orang-orang yang sedang batuk dan pilek.

5. Kampanye Politik

Pentingnya solidaritas dari seluruh elemen negara untuk bangkit dan keluar dari situasi sulit sangat dibutuhkan. Pandemi Covid-19 agaknya mulai membuka mata dan hati kita saat ini bahwa untuk bertahan dan bangkit dari situasi ini adalah dengan saling bahu membahu satu sama lain antar seluruh elemen masyarakat.

“*Sitting ducks*” nampaknya merupakan sebuah idiom dalam bahasa Inggris yang relevan menggambarkan situasi masyarakat akibat Covid-19 ini di mana memaksa kita seolah terpojok di pinggir jurang berbahaya dengan sedikit atau bahkan tanpa perlindungan apapun.

Dalam situasi *sitting ducks*, makna hadirnya bantuan tentu menjadi penting, baik berupa bantuan bersifat masif maupun bantuan sederhana. Hal inilah yang nampaknya dilakukan pula oleh partai politik (parpol) di tengah pandemi Covid-19. Mereka berupaya mengambil momentum ini untuk memberikan bantuan-bantuan sederhana kepada masyarakat demi menarik simpati serta sebagai upaya menjawab kesan hanya hadir di saat pemilihan saja.

Seperti yang terjadi **Singapura**, beberapa **parpol** membantu masyarakat terdampak Covid-19 dengan cara yang kreatif. Progress Singapore Party (PSP) misalnya, memberikan *goodie bag* berisi air mineral dengan logo partai tersebut, biskuit dan makanan ringan lain, origami

berbentuk hati hingga tulisan tangan berisi semangat kepada warga Singapura serta tenaga medis di berbagai rumah sakit.

Sementara partai Bharatiya Janata Party (**bjp**) di **India** memanfaatkan *platform online* untuk menghimpun serta menyalurkan bantuan di tengah keadaan *total lockdown* negara akibat Covid-19. Selain itu, pengeralahan bantuan relawan juga dilakukan secara daring untuk membantu masyarakat secara *door to door*. Dua sampel sikap parpol dari dua negara berbeda di atas nampaknya patut diapresiasi meskipun dengan bantuan yang terlihat tidak besar. Selain sebagai bentuk berbagi semangat kepada sesama dan tenaga medis di garis depan, bantuan-bantuan tersebut juga secara langsung dan tidak langsung membantu upaya pemerintah di kedua negara tersebut untuk menjangkau elemen terkecil masyarakat yang mungkin luput akan urgensi keberadaan bantuan.

Sementara di Indonesia, dengan semakin menghujamnya pandemi Covid-19, membuat berbagai parpol di Indonesia kemudian semakin banyak yang mulai terjun langsung ke masyarakat untuk memberikan berbagai bentuk bantuan menghadapi Covid-19. Ada parpol yang hadir dan memang sudah tenar karena selalu ada di kala bencana, ada yang bergerak serentak di bawah komando pimpinan partai, dan ada pula yang membantu secara sporadis di titik-titik tertentu di wilayah Indonesia.

Philip Kotler dan Neil Kotler dalam “*Political Marketing: Generating Effective. Candidates, Campaigns, and Causes*” menjelaskan bagaimana parpol dapat memanfaatkan strategi pemasaran atau *marketing* demi mendapatkan suara. Konsep *political marketing* dapat diterapkan aktor politik, termasuk parpol, dengan menilai aspirasi publik serta momen tertentu sebagai “permintaan pasar” yang harus terus dipenuhi untuk dapat menuai citra terbaik.

Political marketing yang baik sendiri ditandai oleh dua karakteristik, yaitu karakter struktural (implementasi kepemimpinan dan organisasi yang terstruktur), serta proses (implementasi pendefinisian nilai yang baik).

Berangkat dari konsep tersebut, terdapat **tiga** parpol yang dinilai menonjol dan memenuhi kriteria terbaik dalam merespon dan membantu masyarakat di saat pandemi Covid-19 secara terstruktur dan masif terjadi di berbagai wilayah di **Indonesia**. Parpol itu ialah Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Demokrat dan Partai Gerindra

Bantuan penanganan Covid-19 sendiri pertama kali dieksekusi secara organisasional oleh PKS dengan memberikan bantuan konkret berupa Alat Pelindung Diri (APD) untuk tenaga medis melalui Ikatan Dokter Indonesia (IDI). Momen itu menjadi langkah awal sekaligus simbolisasi presiden partai, Sohibul Iman yang menginstruksikan kader di bawahnya mulai dari tingkat pusat hingga ranting untuk melakukan solidaritas sosial membantu masyarakat dan tenaga medis Covid-19 sejauh kemampuan dan kewenangannya.

Selain itu, Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) sebagai Ketua Umum Partai Demokrat yang dengan elegan memberikan komando kepada seluruh kader partai, terutama yang menjadi kepala daerah dan anggota legislatif untuk melakukan aksi nyata dengan cara menghimpun dan mendistribusikan bantuan, bagi para pekerja medis dan masyarakat secara intensif, masif, dan terkoordinasi.

Bantuan penanganan Covid-19 juga dilakukan oleh Partai Gerindra dengan berbagi Alat Pelindung Diri (APD) dan berbagai sembako yang mana itu kebutuhan masyarakat di Indonesia.

Beberapa ketua umum partai lain, seperti PDIP, Golkar, Nasdem, PAN, PSI, PPP hingga PKB sebenarnya juga melakukan hal yang serupa. Namun, tidak seperti PKS dan Demokrat yang penerapannya bersifat struktural, penerapan bantuan dari partai-partai tersebut terlihat masih bersifat sporadis.

6. Lobi Politik

Respon pemerintah terhadap wabah corona juga mendapat sorotan Badan Kesehatan Dunia. Direktur Jendral Pencegahan dan pengendalian Penyakit Kementerian kesehatan Anung Sugihantono mengatakan, dalam pertemuan rutindengan pejabat perwakilan WHO, pernah ada pertanyaan tentang kemampuan dan keterbukaan Indonesia dalam kasus corona. Menurut Anung, delegasi itu menilai jumlah orang yang di periksa dalam kaitan dengan corona tak sebanding dengan populasi penduduk. “kok, kalian bisa sedikit begitu yang diperiksa,” kata Anung menirukan keraguan yang muncul dalam rapat.

Hal lain yang di persoalkan adalah data pemantauan flu yang di publikasikan Kementerian Kesehatan. Seorang pejabat Kementerian mengatakan sebenarnya sudah ada data Sentinel Influenza Like Illness (ILI). Ini adalah matriks untuk memantau orang yang sudah gejala

terjangkit corona seperti demam, batuk, dan sesak nafas. Menurut dia, WHO meminta data tersebut rutin diunggah di situs yang bisa diakses publik.

Namun, Cuma bertahan dua hari, data Sentinel ILI itu tak pernah diperbarui lagi. Dalam Sentinel ILI terbaru yang terbit pada Februari 2020, tak tercantum Indonesia sebagai negarayang rutin melaporkan kasus flu di wilayahnya. Menjawab hal itu, Anung mengatakan telah mengikuti standar WHO dalam memantau kesehatan seseorang ketika menghadapi kasus penyakit menular.

Dua petinggi pemerintahan dan organisasi internasional yang mengetahui dinamika di antara para menteri soal penanganan corona bercerita bahwa Kementerian Luar Negeri sebenarnya berniat melakukan pembelaan diplomatik. Namun Kementerian Luar Negeri tak memperbolehkan penjelasan yang memadai dari Kementerian Kesehatan untuk menjawab keraguan komunitas internasional,

Di tengah keraguan itu, Menteri Luar Negeri Retno Lestari Priansari Marsudi menemui Direktur Jendral WHO Tedros Adhanom di Jenewa Swiss. Pertemuan itu di adakan sela – sela pertemuan sidanghak asasi manusia perserikatan bangsa-bangsa pada 25 Februari lalu. Seorang pejabat yang mengetahui isi pertemuan itu mengatakan Retno sempat menceritakan soal kesulitan pemerintah mendapatkan pemutakhiran data dari Kementerian Kesehatan sendiri.

Dimintai tanggapan soal pertemuan itu, Retno bercerita bahwa dia berdiskusi dengan Adhanom tentang perkembangan wabah corona secara global. ‘’Beliau mantan Menteri Luar Negeri Ethiopia dan teman baik saya,’’ujarnya melalui pesan whatsapp pada sabtu, 7 maret lalu.

7. Lewat Media Massa

Media massa sebagai penyedia informasi dituntut untuk memberikan informasi yang tepat dan mengedepankan fakta. Di saat wabah virus corona ini misalnya, media mestinya dapat melihat apa yang perlu diketahui masyarakat. Media perlu memberikan pendidikan kepada publik media tidak tepat dalam menggunakan kebebasan.

"Negara kali ini harus 'memaksa' media melakukan pendidikan yang baik bagi publik... Penggunaan frekwensi dan kebebasan di ruang media harus digunakan untuk menyelamatkan keadaan, bukan untuk siaran2 konyol yang tidak sensitif dengan keadaan... ini khususnya buat tv non berita," menyoroti peran media yang mestinya memilih berita atau program yang tepat. Untuk saat ini pemberitaan atau tayangan difokuskan kepada hal-hal yang membangun. Media mestinya memberikan sajian acara yang mengandung unsur pendidikan, terutama saat-saat ini di mana sekolah tutup karena wabah corona dan anak-anak belajar dari rumah.

"Negara harus mendorong media agar lebih kreatif mengisi acara yang mengandung unsur pendidikan. Anak2 kita sedang di rumah karena sekolah mereka ditutup. Maka, acara2 pendidikan anak harusnya diperbanyak sebab tidak bisa dihindari TV akan jadi pilihan mengisi waktu." Sebagai sumber informasi, yang pertama tentunya media massa tidak boleh melupakan kewajiban utamanya untuk mengedukasi masyarakat. Tidak hanya dengan memberikan data statistik korban COVID-19, edukasi yang dimaksud juga termasuk mengkomunikasikan penelitian dan pelayanan kesehatan kepada masyarakat.

Masyarakat perlu diberikan rasa optimis di antara kecemasan akibat wabah ini. Media perlu memberikan berita berimbang dengan tidak hanya menyebutkan angka kasus kematian tetapi juga kabar tentang jumlah pasien yang sembuh. Sebelumnya, Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Prof Wiku B. Adisasmito pernah mengungkapkan, bahwa ada tiga musuh besar yang sempat terlihat di awal penanganan wabah virus corona di tanah air, salah satunya adalah media. "Tiga musuh besar; virusnya itu sendiri, ego sektoral, dan media massa. Hal semacam ini terjadi hampir di banyak negara yang mengalami wabah ini," katanya di Kantor BNPB, Jumat (27/3) malam. Khusus media masuk kategori musuh besar bukan cuma karena sering salah kutip atau membuat judul berita yang bombastis atau clickbait. Media menurut Wiku, terkadang dalam memberitakan isu pandemik corona ini karena kurang memahami persoalan lalu mencari narasumber pakar yang berbeda-beda disiplin ilmu dan kapasitasnya sehingga membingungkan masyarakat.

Nama : dinal solehan nugraha

Nim : 181910031

Kelas : IK4A

Matkul : komunikasi politik

contoh public relation

Pemerintah menghimbau masyarakat untuk bekerja beraktivitas belajar dan beribadah di dalam rumah untuk menghentikan virus corona/copied 19 ini menyebar. dan masyarakat diharapkan mematuhi instruksi yang diinstruksikan oleh pemerintah.maka diperlukannya public relation agar hubungan antara masyarakat dan pemerintah terjalin dengan baik dan juga masyarakat bisa mematuhi instruksi dari pemerintahan tersebut.

Lobi politik

Dr tirta mengkritik pemerintah tentang penanganan covid 19 di indonesia saat berada di ILC (indonesian lawyer club) , serta menyampaikan kritik kepada beberapa influencer kondang di jagad maya, harusnya para influencer tersebut mencontoh Reza Arap, Rachel Venya & Atta Halilintar. Menurut dokter flamboyan ini, orang berpengaruh harusnya bisa menjadi pahlawan sesungguhnya.

Media massa

Media dapat berperan penting dalam membentuk stigma dan mengubah persepsi masyarakat serta mengedukasi bagaimana memandang suatu permasalahan maupun pasien terdampak. Hal ini terjadi ketika beberapa media Barat memotret virus ini dengan nada menyudutkan dan menstigma penduduk Tiongkok.

Contoh agitasi

Organisa kampus mengajak kalangan pemuda , untuk membahas tentang seputar covid 19 melalui via whatsapp , yang di situ ada moderator serta narasumber nya . kenapa melalui via whatsapp karena situasi sekarang tidak mendukung untuk berkumpul , jadi memutuskan lewat via whatsapp tetapi saat berita covid 19 belum memanasi di indonesia kemungkinan besar para pemuda membahas nya di suatu ruangan.

Contoh retorika

Dr tirta mengajak para follower nya untuk mengalng dana untuk keperluan medis yang sedang menangani covid 19 . serta para influencer sama sama mengalng dana medis adapun yang memberi bantuan berupa makanan dan masker yaitu orang orang tidak bisa bekerja hanya di dalam rumah dan orang yang susah membeli masker karena harga nya mahal .

Kampanye politik

Virus Corona telah mengubah kampanye calon presiden as 2020. Lebih dari 10 negara bagian dan wilayah telah menanggukkan pemilihan pendahuluan atau mengubah caranya, dengan meminta warga mengirim suara lewat surat. Ini juga menanggukkan nominasi calon presiden Partai Demokrat.

Sebagian besar kandidat dan tim kampanye juga menggunakan media sosial secara aktif untuk menyampaikan pesan dan mengumpulkan dana. Tetapi bagaimana cara menggunakan dana itupun kini berbeda.

Kita akan melihat begitu banyak uang dihabiskan untuk membayar iklan, dan hal itu disebabkan dua alasan: pertama, karena tidak bisa mengirim orang dari rumah ke rumah untuk mengumpulkan dan membagi-bagikan pesan. Interaksi itu tidak mungkin dilakukan karena kebijakan social distancing. Dan sulit untuk menarik perhatian media karena yang ingin diketahui orang adalah soal pandemi Virus Corona, bukan tentang kandidat capres," tambahnya.

Contoh propaganda

banyak isu atau berita yang beredar mengatakan bahwa covid 19 itu merupakan senjata biologis yang tidak sengaja di ciptakan untuk mengurangi populasi manusia di negeri cina.

Nama : Dinda Aulya

NIM : 181910034

Kelas : IK-4A

Soal :

Dari materi yang disampaikan silahkan membuat contoh dari semua bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic covid-19

Jawaban :

1. Contoh dari bentuk Retorika terkait dengan covid-19

Virus corona jenis baru, atau yang sekarang dikenal dengan Covid-19, masih merebak di dunia. Pandemi ini telah menewaskan sebanyak lebih dari 60.000 manusia di muka bumi. Adapun Amerika Serikat, menjadi negara paling banyak melaporkan kasus infeksi, yakni sejumlah 312.245 per Minggu (5/4/2020).

AS telah menggeser China dan hanya dalam waktu dua minggu Covid-19 membuat sistem kesehatan di negara tersebut hampir lumpuh. Demikian juga dengan negara-negara Eropa: Italia, Spanyol, Jerman, Inggris dan Perancis juga memiliki kasus infeksi virus corona yang besar Padahal sistem kesehatan mereka sudah sangat canggih dan gratis untuk semua warga.

Kendati demikian, satu negara di perbatasan China, justru terlihat damai dan tidak terpengaruh dengan virus Corona, yaitu Rusia. Meski begitu, banyak yang menyebut bahwa Rusia belum secara terbuka menyebutkan angka yang sebenarnya dari total pasien Covid-19. Namun studi baru menunjukkan, ada kemungkinan Rusia memanfaatkan virus Corona untuk membuat tatanan dunia baru.

Melansir express.co.uk, Presiden Rusia Vladimir Putin dituduh mengeluarkan propaganda yang menyatakan virus tersebut adalah senjata dari kekuatan barat. Sementara China dan Rusia sama-sama dituduh Uni Eropa dalam menyebarkan informasi yang salah terkait virus baru ini.

Penulis studi tersebut, Sergey Sukhankin menyebut tujuan Putin adalah untuk menggeser kekuatan Barat. "Rusia sepertinya berniat merusak solidaritas antar anggota Uni Eropa dan mengkapitalisasi kelemahan di dalam Eropa untuk menjelaskan konflik lebih luas lagi. "Covid-19 dilihat sebagai cara ideal bagi Rusia untuk mengacaukan tidak hanya Uni Eropa tetapi juga kekuatan yang mereka bangun dengan Amerika Serikat dan Kanada."

Dinas Luar Negeri Eropa, sebuah lembaga independen Uni Eropa yang menangani hubungan diplomatik UE dengan negara-negara di luar UE menyebut rekaman lebih dari 150 kasus

informasi pro-Kremlin terkait Covid-19 antara bulan Januari sampai akhir Maret. "Informasi yang salah yang digembar-gemborkan oleh media pemerintah Rusia dan media pro-Kremlin terkait Covid-19 masih ada sampai saat ini. "Tujuan lebih besar adalah untuk memperparah krisis kesehatan publik di negara Barat, seiring dengan strategi Kremlin lebih luas untuk membuat masyarakat Eropa kembali miskin."

Tuduhan terhadap Rusia dan China tersebut datang saat kedua negara telah mengirim tenaga medis dan bantuan kesehatan ke Uni Eropa. Italia menerima suplay dan 100 tenaga medis militer dari Rusia pada akhir bulan kemarin. Sementara China mengirim 1.700.000 masker medis ke Yunani, dan tenaga medis mereka kirim ke Inggris.

Studi dari University of Calgary menyebut strategi penyebaran informasi palsu dan suplay tanpa henti ke UE akan membuat kedua negara sebagai negara penguasa dunia. Laporan tersebut juga menuliskan, "Moscow melihat virus ini sebagai pertanda kebetulan akhir dari tatanan dunia setelah perang dingin. "Negara pemimpin dunia yang bangkit dari kelumpuhan liberal ini, akan menjadi Rusia dan China. "Rusia juga menguatkan aliansi dengan China dan Iran. "Yang berbahaya adalah negara lain masih dapat bergabung dengan kekuatan poros timur ini." Namun pihak Rusia menampik klaim tersebut. Juru bicara Kremlin Dmitry Peskov menyebut laporan itu hanyalah contoh dari retorika anti-Rusia.

"Kita membicarakan lagi tuduhan tidak berdasar yang dalam situasi ini sebagai hasil dari obsesi anti-Rusia." Tuduhan kepada Rusia dan China datang bersamaan dengan krisis yang terjadi di Uni Eropa. Perdana Menteri Italia Giuseppe Conte telah terus menerus menanyakan kekuatan Uni Eropa untuk menyokong kondisi negara-negara anggotanya. Conte telah menelepon Uni Eropa untuk mendorong mereka membuat skema yang membuat Italia dapat meningkatkan hutang mereka untuk menangani wabah tersebut. Namun permintaan tersebut diveto oleh Belanda. Conte mengatakan, "Uni Eropa sedang berkompetisi dengan China dan Amerika yang telah mengalokasikan 2 triliun Euro untuk bereaksi melawan virus Corona. "Jika reaksi kita tidak kohesif, keras dan terkoordinasi, Eropa akan semakin kurang kompetitif dalam pasar global."

2. Contoh dari bentuk Agitasi Politik terkait covid-19

Pengamat komunikasi dan budaya digital dari Universitas Indonesia Firman Kurniawan menilai bahwa polemik virus corona sempat dijadikan komoditas politik. "Ekor kontestasi pemilihan presiden yang sengit beberapa saat lalu. Virus pun laku jadi komoditas politik," kata Firman seperti dikutip Kompas.com dari dalam VoaIndonesia.com, Selasa (3/3/2020). "Ketika masyarakatnya 'berhasil' tercegah dari terjangkitnya virus, oleh pihak pendukung dianggap point of success pemerintah dan kabinetnya," ucap Firman.

Hal sebaliknya juga terjadi. Pihak yang dianggap tidak puas dengan hasil Pilpres 2019 karena yang didukungnya kalah, pemerintah dianggap tak bekerja dengan baik terkait virus corona. "Namun oleh kelompok yang kalah, dianggap menutup-nutupi kasus terjangkitnya virus, yang mungkin sudah ada," kata Firman. Firman juga menyayangkan isu virus corona dibicarakan

pemerintah melalui pendekatan agama. Jika pemerintah menggunakan data dan fakta maka akan lebih mudah menangkal pemberitaan tidak benar atau hoax soal virus corona. "Sejak awal tone informasi harus ada di jalur kesehatan, bukan politik, agama, apalagi dunia supranatural, yang kian mengaburkan persoalan yang benar-benar terjadi," ujarnya.

Terkait kepanikan masyarakat, Firman meminta pemerintah lebih banyak memberikan penjelasan dan pedoman mengenai virus corona. "Jika ancaman virus itu nyata adanya, bukan hanya Pak Menkes yang harus mengubah style bicaranya yang sok meremehkan, jadi lebih masuk akal menjelaskan langkah mitigasi," ucap Firman. Ia juga mengingatkan para tokoh di media sosial untuk memberikan pandangan yang proporsional serta tidak membuat resah masyarakat. "Sebelum social panic jadi tak terkendali perlu sumber informasi bisa diterima secara luas dan jelas untuk diikuti sebagai pedoman," ucapnya.

3. Contoh dari bentuk Propaganda terkait covid-19

Merebaknya wabah virus Corona yang awalnya teridentifikasi di Wuhan, China pada 8 Desember 2019, telah menjadi kekhawatiran global. Virus ini telah terkonfirmasi menyebar ke setidaknya 13 negara. Jumlah korban meninggal dan pasien yang terjangkit virus dengan nama resmi 2019 nCoV ini pun semakin bertambah.

Virus yang meneror dunia ini diduga berasal dari pasar hewan di kota Wuhan yang terkenal menjual berbagai jenis hewan liar, termasuk kelelawar dan ular. Virus Corona diduga berasal dari kelelawar yang kemudian menular kepada manusia dengan cara penularan yang belum diketahui secara pasti. Namun, ada yang menduga bahwa virus Corona adalah 'senjata biologi' China yang bocor dari laboratorium penelitian di Wuhan. Sebagaimana ramai diberitakan media sejak beberapa hari yang lalu, adalah mantan intelejen Israel bernama Dany Shoham yang mengatakan kepada *Washington Times* pada Jumat (24/1) lalu bahwa laboratorium di Wuhan tersebut terkait dengan program senjata biologi rahasia China.

China sendiri selalu membantah memiliki senjata biologis ofensif. Otoritas China tetap meyakini bahwa virus Corona berasal dari kelelawar dan ular. Spekulasi lain yang sempat berseliweran di media sosial yaitu adanya konspirasi bahwa virus Corona memang sengaja diciptakan di laboratorium, sudah dipatenkan, dan bahkan telah tersedia vaksinnnya untuk dijual. Akan tetapi faktanya, hingga saat ini belum ada vaksin apa pun yang tersedia untuk virus Corona.

Di media sosial, spekulasi yang lebih ekstrem lagi muncul dari warga Indonesia yang mengaitkan kemunculan virus Corona dengan muslim Uighur. Munculnya virus Corona di Wuhan dinilai sebagai karma atas perlakuan negara itu terhadap muslim Uighur.

4. Contoh dari bentuk Public Relations (PR) terkait covid-19

Komunikasi krisis merupakan salah satu peran PR. Pada umumnya krisis diterjemahkan sebagai sesuatu yang datang secara mengejutkan serta menghadirkan ancaman bagi organisasi, perusahaan, atau industri, begitu juga terhadap publik mereka, produk, layanan, ataupun nama

baik yang sudah dimiliki. Sebagai ancaman, maka krisis harus ditangani secara cepat agar organisasi dapat berjalan normal kembali. Krisis menempatkan penampilan perusahaan berada dalam penilaian publik.

Publik biasanya membutuhkan respon yang segera dari organisasi, sedangkan Hardjana (1998) berpandangan dalam situasi krisis terjadi peningkatan arus informasi yang luar biasa, sistem komunikasi kehilangan keseimbangan, kandungan emosi dalam komunikasi krisis sangat mencolok, jaringan antara komunikasi antar pribadi dan komunikasi media, serta yang terakhir keterikatan manusia pada media massa mengalami lonjakan besar.

Dalam era media baru dan media sosial, keterikatan manusia tidak hanya sebatas pada media massa, tetapi juga pada jejaring sosial. Jaringan komunikasi antarpribadi juga akan meningkat melalui jejaring jejaring sosial tersebut. Interaksi merupakan hal yang terpenting dalam setiap kegiatan dan interaksi sesama individu kelompok dan organisasi. Komunikasi yang baik dapat menciptakan interaksi yang baik pula antara masyarakat dan pemerintah. Sejak adanya wabah virus Corona, penyebaran virus tersebut menyebar secara signifikan ke beberapa negara. Hal tersebut merupakan krisis bagi seluruh umat manusia di dunia karena virus Corona merupakan penyakit yang mengganggu saluran pernafasan sehingga dapat mengakibatkan kematian.

Virus Corona dapat dicegah tetapi tidak dapat dihindari. Agar dapat mencegah dan menghindari wabah virus Corona maka diperlukannya upaya dalam menanggulangi virus Corona tersebut, diantaranya adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah terhadap masyarakat dalam aspek komunikasi krisis. Selain itu, pemerintah juga menghimbau masyarakat untuk bekerja beraktivitas belajar dan beribadah di dalam rumah untuk menghentikan virus corona/copied 19 ini menyebar. Dan masyarakat diharapkan mematuhi instruksi yang diinstruksikan oleh pemerintah. Maka diperlukannya public relation agar hubungan antara masyarakat dan pemerintah terjalin dengan baik dan juga masyarakat bisa mematuhi instruksi dari pemerintahan tersebut. Demikian pula, pemerintah meminta masyarakat untuk memulai hidup sehat seperti mencuci tangan mencuci muka dan memakan sayuran serta perbanyak olahraga. Dan dianjurkan memakai masker terhadap orang-orang yang sedang batuk dan pilek.

Krisis Public Relation

Krisis Public Relations sering disebut krisis komunikasi, terjadi karena disebabkan pemberitaan negatif yang kemudian berimbas buruk pada bisnis perusahaan. Pemberitaan media atau isu yang beredar bisa jadi benar atau mungkin saja tidak, tetapi berpotensi mempengaruhi citra seseorang atau perusahaan. Salah satu tugas Public Relations adalah mengklarifikasi pemberitaan di media yang tidak seimbang. salah satu upaya pemerintahan dalam menanggulangi virus corona/Covid 19 dengan diadakannya public relation sehingga hubungan antara masyarakat dan pemerintah bisa terjalin dengan baik dan juga masyarakat bisa mematuhi anjuran-anjuran yang disarankan oleh pemerintahan sehingga wabah virus korona/Covid 19 tersebut dapat dapat dicegah dan juga dibatasi.

5. Contoh dari bentuk Kampanye Politik terkait dengan covid-19

Juru Bicara Pemerintah untuk Penanganan Covid-19 Achmad Yurianto mengapresiasi kampanye mandiri dan kreatif dari masyarakat dan warganet yang mengajak orang di sekitarnya untuk tetap tinggal di rumah saat wabah virus corona. "Kami sangat bangga dan kagum dengan inisiatif seluruh masyarakat Indonesia untuk memastikan teman, keluarga, untuk tetap tinggal di rumah," kata Yuri dalam jumpa pers di Jakarta, Kamis (2/4). Dia juga memberi apresiasi atas diproduksinya konten-konten kreatif dari para warganet seperti konser amal virtual dan video inspiratif singkat serta menghibur yang berisi tentang ajakan tetap produktif meski tinggal di rumah. Menurut dia, hal itu sangat penting karena dalam mengajak khalayak umum untuk disiplin dan patuh untuk tinggal di rumah tidak hanya bisa dilakukan pemerintah tetapi dari berbagai elemen masyarakat.

Yuri mengatakan kampanye kepatuhan dan kedisiplinan itu nampak tidak hanya ditujukan bagi pembuat konten tetapi juga untuk seluruh masyarakat secara luas. Dengan kedisiplinan dan kepatuhan itu, kata dia, maka tidak terjadi kerumunan-kerumunan yang menjadi ruang penularan virus SARS-CoV-2 penyebab Covid-19. "Terima kasih masyarakat yang bukan hanya patuh dan disiplin untuk dirinya saja, tetapi juga menyemangati agar patuh dan disiplin secara bersama-sama. Terima kasih. Ketahuilah kita sama-sama membutuhkan kerja sama dengan bersatu dengan bersinergi untuk menjaga agar COVID-19 ini bisa kita selesaikan secara sebaik-baiknya," kata dia.

6. Contoh dari Lobi Politik terkait covid-19

Di era virus corona yang secara resmi ditetapkan oleh World Health Organization (WHO) sebagai pandemi global, seakan menjadi contoh nyata dalam episode sejarah manusia secara spektakuler merontokkan equilibrium ekonomi dan politik disegala negara yang disasanya. Dalam situasi dan kondisi ini, Indonesia sebagai negara yang berdaulat dihadapkan kepada tiga persoalan sekaligus, yaitu;

Pertama adalah persoalan bagaimana melawan virus corona itu sendiri. Sebagai biang-inti dari persoalan, covid 19 meski ditemukan antivirus atau obatnya, namun sebelum itu didapati, negara harus kutak-katik strategi terlebih dahulu untuk mencegah penyebaran covid 19 yang semakin hari semakin meluas, dan termasuk penanganan warganya yang telah terpapar. Tentunya, penanganan dan pencegahan meski secara bulat diserahkan kepada ahlinya, yakni para medis yang berada di garda terdepan. Di samping itu, negara juga meski memberikan jaminan fasilitas termasuk menyediakan alat-alat perlengkapan dan pengamanan (sesuai SOP) dalam menjalankan tugasnya.

Kedua ialah persoalan politik. Di tengah kondisi dunia yang gawat darurat, negara tentunya dituntut untuk tanggap darurat. Ekses dari virus corona yang menakutkan adalah kematian dan kepanikan, dalam kondisi demikian negara haruslah hadir untuk menenangkan. Intrik dan basa-basi politik ditanggalkanlah sejenak, mengingat corona pada tiap harinya semakin mengganas

dan pasien terpapar virus bahkan yang meninggal jumlahnya kian meningkat. Negara harus mengambil kebijakan yang tegas, jangan mencla-mencle dan kebijakan diterapkan janganlah pars pro toto, mengeneralisasi semua persoalan. Karena tidak semua daerah menjadi sumber penyebaran virus, dan bahkan daerah hanya menjadi tempat pelarian virus, kalau dibiarkan berkembang menjadi pusat penyebaran virus (begitu seterusnya). Maka diperlukan local wisdom, kebijakan yang cepat dan di tempat yang tepat.

Persoalan ketiga ialah resesi ekonomi dunia. Konsekuensi dihadapkan pada pandemi global ialah melemahnya nilai tukar rupiah, termasuk pasar saham yang anjlok. Akibatnya, harga bahan pokok merangkak naik, suplay bahan pokok terhambat dan produksi menurun. Maka di tengah dunia berperang melawan covid 19, pemerintah tidak bisa tidak juga harus mencegah masuk resesi ekonomi global yang telah menunggu di pintu depan.

Indonesia telah mulai mengambil beberapa langkah, mungkin belum sempurna dan karena belum sempurna ini pemerintah harus memiliki double gardan, 2 poros roda depan-belakang untuk melintasi jalur kubangan yang dipenuhi dengan virus. Poros depan-belakang dimaksud untuk melakukan pergerakan yang mempunyai kekuatan menarik dan sekaligus mendorong terciptanya percepatan pengentasan covid 19, yaitu dengan melakukan komunikasi dan loby di tingkat kepala-kepala negara terkait covid 19 beserta dampak yang ditimbulkan.

Dan, berikutnya ialah membangun kesadaran agar setiap elemen bangsa dapat bersatu dan bersolidaritas dalam menghadapi pandemi ini. Pencegahan covid 19 kata kuncinya adalah Negara harus responsif dengan segala perangkatnya dan konfigurasi yang ada di dalamnya, pada satu sisi. Dan masyarakat harus berpartisipasi aktif dengan memutus mata rantai virus corona melalui jaga jarak atau tetap di rumah, di sisi lainnya.

Dampak lain corona yang harus diantisipasi sebagai imbas (normatif) sedang/akan dirasakan oleh masyarakat bawah, pekerja sektor informal, buruh-tani, kaum miskin perkotaan dan termasuk karyawan serta pegawai kecil meski dibuatkan stimulisasi oleh Negara dengan menjamin stabilitas ketersediaan dan harga, seperti; sembilan bahan pokok, air bersih, listrik, dsb.

Intinya, virus corona berikut dengan dampaknya harus segera dihentikan. Kita mengapresiasi beberapa daerah yang mengkarantina orang yang mau masuk ke dalam daerahnya atau malah dengan tegas menolak orang untuk masuk ke dalam daerahnya. Karena sejatinya virus corona yang menjangkiti masyarakat daerah disebabkan ada orang luar yang masuk ke dalam daerah.

Ketimbang pemerintah mengkampanyekan cuci tangan pakai sabun atau tutup mulut-hidung pakai masker, dll, lebih baik pemerintah atau melalui para kepala daerah secara kongkrit menangani ini dengan menutup pelabuhan, terminal dan bandara sebagai pintu masuk virus corona. Ingat, corona sangat cepat dan tidak pandang bulu dalam penyebarannya, dengan tidak menutup bandara dan semacamnya, artinya pemerintah sama saja menggali kuburan massal

warganya. Fokus utama kita adalah keselamatan warga, di saat umat manusia sedang mengalami kepnikan massal, tinggalkan semua urusan, kecuali urusan kemanusiaan.

7. Contoh bentuk Lewat Media Massa terkait covid-19

Informasi mengenai hal-hal kecil, hal yang tak semua orang tahu, yang dianggap tak penting, atau informasi yang sebenarnya tak dibutuhkan masyarakat bisa berubah menjadi besar, diketahui banyak orang, penting, dan dibutuhkan masyarakat. Peran media massa menjadi semakin penting karena kesadaran massa pada umumnya adalah kesadaran simbolis, yakni kesadaran di permukaan.

Soal pemberitaan mengenai virus Corona yang kian menjadi momok menakutkan misalnya, terlihat media massa ikut berperan mempropagandakan isu. Hal ini sangat tampak, seketika ada *postingan* yang beredar terkait meninggal maupun sementara dirawatnya beberapa pasien yang diduga atau terindikasi positif Corona. Namun, selang 3-5 jam kemudian, beredar informasi di grup percakapan WhatsApp dan Facebook terkait klarifikasi dari pasien yang tadinya diduga terinfeksi Covid-19. Tentu, hal ini sangat membingungkan publik.

Kemudian, seminggu terakhir ini media digerogeti dengan mahalnya harga masker yang melonjak drastis. Harga normal masker naik menjadi Rp 400 ribu/boks dari Rp 30 ribu/boks. Hal inilah yang membuat media berbalik lebih meng-*update* masalah tersebut ketimbang penularan Covid-19 yang sedang merongrong masyarakat dan pemerintah. Terlihat saat ini, debat kusir di media sosial lebih fokus membahas harga masker ketimbang mengantisipasi diri dari penularan virus menakutkan.

Propaganda media inilah yang akhirnya membuat banyak orang cemas, dan berbagai kasus yang semestinya menjadi sorotan dalam ruang diskusi seperti halnya korupsi, rancangan undang-undang (RUU) Cipta Kerja, intoleransi, serta merebaknya demam berdarah di Kabupaten Sikka yang telah merenggut puluhan jiwa seketika hilang begitu saja dari ruang diakletika.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo bahwa ketakutan kita saat ini adalah, bukan virus itu sendiri, melainkan rasa cemas, rasa panik, ketakutan, dan berita-berita hoax. Oleh karena itu, media semestinya tidak turut serta menimbulkan sindrom yang berlebihan ditengah geliat perang melawan Covid-19. Media konvensional harus mampu menetralsir keadaan agar masyarakat menghadapi situasi saat sekarang tanpa ada ketakutan.

Menurut data media komunikasi dari Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (IPK), jumlah media daring pada tahun 2019 ada 2.011. Sementara itu, terdapat media konvensional dan majalah sebanyak 567 penerbit. Yang menarik, jumlah telepon seluler yang beredar 374 juta dari 262 juta penduduk Indonesia. Pengguna medsos yang aktif sebanyak 106 juta. Dalam pembentukan opini publik di Indonesia, angka 106 juta pengguna medsos memiliki peran yang berbeda. Boleh jadi, ini sangat rentan mengingat media memiliki adil yang sangat

besar untuk menentukan kuasa kebenaran dan realita sosial. Tak aneh jika media massa, dari, hingga media sosial menjadi ikon pembentuk kontruksi sosial.

Nama : Febby Ayu Damaiyanti

Kelas : IK4B

NIM : 181910044

Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik dan kaitan dengan Contoh pada Wabah COVID-19

1. RETORIKA

Retorika merupakan bentuk komunikasi massa dimana dalam hal penyampaian seperti ber-Pidato. Tujuannya adalah mempengaruhi khalayak tersebut.

Contohnya adalah Bentuk Komunikasi yang dilakukan oleh Presiden dan Petinggi daerah lainnya. Dalam penyampaian informasi mengenai Wabah COVID-19 biasanya presiden menyampaikan dalam bentuk Retorika .

2. AGITASI POLITIK

Agitasi Politik adalah bentuk komunikasi yang dalam penyampaian mempengaruhi khalayak namun lebih mengarah dan menggerakkan dalam hal yang negatif. Dan biasanya isi pesan dibuat seperti dalam penderitaan.

Contohnya adalah penyebaran informasi mengenai COVID-19 oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab. Dalam hal ini banyak masyarakat lain terpengaruh dan takut akan informasi yang telah tersebar itu. Biasanya isi informasi tersebut dibuat-buat saja atau HOAX dan bahkan sering memanipulasi informasi sehingga terlihat parah dan kacau.

3. PROPAGANDA

Propaganda adalah bentuk komunikasi berupa kampanye politik yang dapat mempengaruhi dan mengajak masyarakat. ini merupakan salah satu Bentuk Komunikasi massa yang Positif.

Contohnya adalah Biasanya bentuk komunikasi ini digunakan oleh para Public Figur atau para artis terkenal yang dalam Wabah COVID-19 ini bisa diajak untuk bekerja sama dan melakukan kebaikan seperti seruan penggunaan masker, Mengajak untuk membagi kan masker, Mengumpulkan donasi untuk para Pasien dan perawat wabah COVID-19

4. PUBLIC RELATIONS

Public Relations adalah bentuk komunikasi massa dan interpersonal. Tujuan dari komunikasi ini adalah menciptakan hubungan baik dan membangun citra positif.

Contohnya dalam Wabah COVID -19 ini penggunaan bentuk komunikasi ini dilakukan antar sesama pejabat daerah sebelum menyampaikan informasi tersebut ke khalayak ramai.

5. KAMPANYE POLITIK

Kampanye Politik ini merupakan bentuk komunikasi yang tujuannya memperoleh dukungan politik dan menciptakan efek berkelanjutan.

Contohnya pada kasus Wabah COVID-19 ini bisa saja beberapa calon partai politik melakukan sumbangsih dan turut bekerja sama untuk memutuskan rantai penyebaran COVID-19 ini . dengan hal tersebut nantinya pada saat ia akan mencalonkan diri masyarakat akan ingat atas sumbangsihnya hari ini.

6. LOBI POLITIK

Lobi Politik adalah bentuk komunikasi untuk mencari kesepakatan bersama.

Contohnya dalam wabah COVID -19 ini petugas dan pejabat daerah melakukan yang terbaik dan saling bermusyawarah atas kesepakatan apa yang harus diambil dalam memutus penyebaran rantai wabah COVID-19. salah satu contohnya adalah bentuk kerja WFH (Work From Home) dan dengan melakukan Karantina dirumah .karena apabila melakukan Lock Down maka yang ditakutkan adalah matinya per-Ekonomian indonesia.

7. LEWAT MEDIA MASSA

Ini merupakan salah satu bentuk komunikasi yang penyebarannya begitu cepat. Lewat media massa siapa saja bisa menyebarkan atau mendapatkan informasi tentang COVID-19 diseluruh negara. Maka dari itu, Kekuatan media massa sangat

berpengaruh dalam kasus ini. Sruan dan ajakn positif serta himbauan apapun itu bisa kita dapatkan di media massa. Mka dari itu penggunaan media ini merupakan platform terbaik dan mudah dijangkau. Namun negatifnya adalah penyebaran informasi yang bohong. Maka dari itu sebagai masyarakat yang pandai kita harus bijak memilih dan memilah informasi yang harus kita konsumsi.

Nama : ikhwal ramadhani

Nim : 181910027

Kelas : IK4A

Matkul : komunikasi politik

Contoh dari retorika

Dr tirta mengajak para follower nya untuk mengalng dana untuk keperluan medis yang sedang menangani covid 19 . serta para influencer sama sama mengalng dana medis adapun yang memberi bantuan berupa makanan dan masker yaitu orang orang tidak bisa bekerja hanya di dalam rumah dan orang yang susah membeli masker karena harga nya mahal .

Contoh agitasi

Organisa kampus mengajak kalangan pemuda , untuk membahas tentang seputar covid 19 melalui via whatsapp , yang di situ ada moderator serta narasumber nya . kenapa melalui via whatsapp karena situasi sekarang tidak mendukung untuk berkumpul , jadi memutuskan lewat via whatsapp tetapi saat berita covid 19 belum memanas di indonesia kemungkinan besar para pemuda membahas nya di suatu ruangan.

Contoh propaganda

banyak isu atau berita yang beredar mengatakan bahwa covid 19 itu merupakan senjata biologis yang tidak sengaja di ciptakan untuk mengurangi populasi manusia di negeri tirai bambu .

contoh public relation

Pemerintah menghimbau masyarakat untuk bekerja beraktivitas belajar dan beribadah di dalam rumah untuk menghentikan virus corona/copied 19 ini menyebar. dan masyarakat diharapkan mematuhi instruksi yang diinstruksikan oleh pemerintah.maka diperlukannya public relation agar hubungan antara masyarakat dan pemerintah terjalin dengan baik dan juga masyarakat bisa mematuhi instruksi dari pemerintahan tersebut.

Kampanye politik

Virus Corona telah mengubah kampanye calon presiden as 2020. Lebih dari 10 negara bagian dan wilayah telah menangguhkan pemilihan pendahuluan atau mengubah caranya, dengan meminta warga mengirim suara lewat surat. Ini juga menangguhkan nominasi calon presiden Partai Demokrat.

Kandidat capres utama Joe Biden kini melakukan webcast dan podcast dari studio seadanya, di rumahnya di Delaware. Tim kampanyenya juga bekerja dari rumah.

Sebagian besar kandidat dan tim kampanye juga menggunakan media sosial secara aktif untuk menyampaikan pesan dan mengumpulkan dana. Tetapi bagaimana cara menggunakan dana itu pun kini berbeda.

Lobi politik

Dr tirta mengkritik pemerintah tentang penanganan covid 19 di indonesia saat berada di ILC (indonesian lawyer club) , serta menyampaikan kritik kepada beberapa influencer kondang di jagad maya, harusnya para influencer tersebut mencontoh Reza Arap, Rachel Venya & Atta Halilintar. Menurut dokter flamboyan ini, orang berpengaruh harusnya bisa menjadi pahlawan sesungguhnya.

Media massa

Media dapat berperan penting dalam membentuk stigma dan mengubah persepsi masyarakat serta mengedukasi bagaimana memandang suatu permasalahan maupun pasien terdampak. Hal ini terjadi ketika beberapa media Barat memotret virus ini dengan nada menyudutkan dan menstigma penduduk Tiongkok.

NAMA : JASA BUDI MULIA
NIM :181910033
KELAS :IK4 B
MATA KULIAH : KOMUNIKASI POLITIK

CONTOH KOMUNIKASI POLITIK

1.RETRORIKA

Seorang komunikator mampu beretorika ketika ia memahami tentang logika dan gramatika. Lalu mengapa kita perlu mempelajari retorika? Sering orang mengatakan, "Dia tahu banyak, hanya tidak dapat mengungkapkan dengan baik. Dia tidak dapat mengungkapkan pikirannya secara meyakinkan." Sangatlah menyedihkan, apabila orang memiliki pengetahuan yang berguna, tetapi tidak dapat mengkomunikasikannya secara mengesankan dan meyakinkan kepada orang lain. Hal tersebut merupakan salah satu contoh mengapa retorika itu perlu.

Dalam beretorika, tentu kita harus memperhatikan situasi dan kondisi dalam berkomunikasi. Retorika yang kita sampaikan tentu akan berbeda kepada orang-orang di pedesaan dengan orang yang sudah memiliki pengetahuan dalam sebuah bidang. Penginformasi tidak boleh menyamaratakan kondisi ketika berkomunikasi dengan semua pihak. Perhatikan situasi dan pendengarnya. Contohnya ketika seorang mahasiswa beretorika dengan pasangannya, beda ketika ia beretorika dengan dosen atau warga dari pedesaan. Teknik penyampaiannya tentu berbeda dan kata-kata yang dilontarkan pun berbeda. Ketika kita beretorika dengan pasangan pasti menggunakan kata-kata yang lembut penuh kasih sayang dan penuh makna yang mampu membuat pasangan kita terbang kelangit (klepek-klepek). Apalagi seorang pria yang baru mendekati wanita yang ia sukai tentu caranya beretorika jauh lebih parah. Namun pahami ketika kita ingin menguasai retorika sebelumnya kita harus menguasai tentang logika dan gramatika.

2. agitasi politik

Pertentangan dalam Masyarakat

Seorang komunikator yang handal tentunya akan sangat mudah membuat berita atau pernyataan yang menimbulkan pertentangan dalam masyarakat. Pertentangan ini bisa terjadi antara masyarakat dengan pemerintah pusat, masyarakat dengan lembaga pemerintah atau bisa juga antar sesama masyarakat. Dalam berpolitik, khususnya pada saat pencegahan covid 19. banyak masyarakat yang enggan mengikuti kebijakan pemerintah

3. propaganda

Rasionalisasi

Rasionalisasi lebih mengajak masyarakat luas untuk berpikir secara logis terhadap suatu kebijakan. Proses ini merupakan proses yang cukup panjang juga dan menjadi sebuah hal yang memang bisa saja berpengaruh dalam banyak hal.

4. public relation

Tujuannya ialah disaat melanda covid 19 ini mereka menginformasikan jumlah seluruh yang terkena virus corona dan membujuk agar semua warga bisa mengikuti himbauan dari pemerintah tidak keluar rumah

5. kampanye politik

Kampanye adalah serangkaian usaha dan tindakan komunikasi yang terencana untuk mendapatkan dukungan dari sejumlah besar khalayak yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang secara terorganisir dalam suatu proses pengambilan keputusan dan dilakukan secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu. Orang sering mempersamakan kampanye dengan propaganda. Hal ini tidak sepenuhnya salah karena keduanya memang merupakan wujud tindakan komunikasi yang terencana dan sama-sama ditujukan untuk mempengaruhi khalayak.

6. lobi politik

- Golongan masyarakat yang memiliki wawasan dan pengetahuan cukup luas dengan reputasi baik pada kecakapannya di bidang tersebut.
- Anggota organisasi yang memiliki kontak yang paling penting dengan pihak-pihak legislatif, eksekutif, maupun yudikatif.
- Tokoh masyarakat/ LSM yang sudah dikenal.
- Kalangan jurnalis (wartawan, reporter, redaktur) yang berpengaruh dan memiliki kekuatan untuk membentuk **opini**
- Pembuat undang-undang, pejabat pemerintahan, pimpinan partai politik, dan lain sebagainya.

7. lewat media massa

Media masaa ini bisa kita katakana informasi seperti internet, televisi dll, nah di media massa ini pemerintah banyak membuat berita seputaran korona contoh ditelevisi kita sering melihatnya itulah fungsi media masa dalam menginformasikan ke masyarakat luas, dan ada juga yang namanya internet disini kita banyak termakan isu berita hoax ini mencakup masyarakat awam jadi kalau mau konsumsi berita lihat dulu sumbernya, disini berita yang tidak ada hoax biasanya seperti cnn, kompas, detik news. dan lainnya sebagainya.

Nama : Jodi Setiawan

Kelas : IK4A

Nim :181910016

Tugas penyampaian pesan politik tentang wabah corona dalam :

1.Retorika

Berdasarkan pemikiran Foucauldian, *power* dan *knowledge* memiliki hubungan yang saling memberi arti. Seseorang yang memiliki *power* dapat membentuk *knowledge* – seperti kebenaran yang diyakini – di masyarakat. Begitu juga sebaliknya, *knowledge* dapat memberikan *power* pada pemilik pengetahuan.

Mungkin, dengan mendapatkan sebuah informasi dan pengetahuan menjadi eksklusif, pemerintah pusat berupaya untuk menjaga *power* yang dimilikinya. Hal inilah yang disebut-sebut dilakukan oleh pemerintahan Xi Jinping di Tiongkok.

Dalam mengatasi penyebaran Covid-19(Corona), Xi disebut berupaya untuk menutupi informasi penularan. Pemerintah Tiongkok juga dikabarkan semakin **memusatkan kekuatan** dan kontrol dalam merespons penyakit ini.

Dan pemerintahan Indonesia berupaya menerapkan cara yang sama agar mempertahankan *power* kekuasaan yang ada.

2.Agitas

Di tengah mewabahnya virus yang mematikan yaitu covid-19 adanya agitasi politik yang dilakukan oleh salah satu menteri hukum dan hak HAM Yosanna Laoly yang menuai kontroversi dimana menteri hukum dan HAM mengusulkan pembebasan narapidana korupsi dan narkoba ditengah pembatasan gerak masyarakat.

Berdasarkan catatan Indonesia Corruption Watch (ICW), napi korupsi yang berpotensi dibebaskan akibat revisi PP No.99 tahun 2012 antara lain:

- Oce Kaligis, pengacara yang menyuap Ketua Pengadilan Tata Usaha Negara
- Siti Fadilah Supari, mantan menteri kesehatan

Napi korupsi besar lainnya seperti politikus Setya Novanto, Patrialis Akbar, dan Jero Wacik berusia di atas 60 tahun namun belum menjalani dua pertiga masa pidananya.

Aktivis anti-korupsi mengecam usul Yasonna tersebut.

"Tidak tepat logika Kemenkumham, dengan dalih virus corona, mengharuskan napi korupsi untuk bebas dengan syarat-syarat tertentu. Semua [koruptor] tidak pantas bebas, berapapun usianya," kata Kurnia Ramadhana, peneliti ICW.

"Yang pertama, misalnya, seringkali terjadi di lapas-lapas itu napi korupsi dapat keistimewaan khusus, bahkan selnya lebih besar dibanding napi yang lainnya. Mereka tinggal saja di lapas yang justru lebih aman buat mereka [ketimbang dibebaskan]."

ICW juga mengkritik Menkumham Yasonna Laoly lantaran ini bukan pertama kalinya ia mengusulkan revisi PP No.99 tahun 2012.

Sehingga membuat masyarakat menjadi geram dan melakukan gerakan secara online ataupun melalui **TAGAR** di media social akibat pembatasan gerak masyarakat.

3.propaganda

Dalam penyebaran wabah covid-19 yang telah menyebar cepat di berbagai negara di penjuru dunia. Seharusnya dari awal pemberitaan tersebut ke berbagai negara, Indonesia sendiri harus bersiap-siap dengan segala bentuk antisipasi dari virus tersebut bukan malah menyepelekan sehingga mengakibatkan dampaknya mejadi serius seperti sekarang ini. Pemerintah dapat dikatakan lamban dalam penanganan kasus virus corona ini.

Dengan memunculkan tagar #stayathome yang terus menerus di gaungkan oleh pemerintah kepada seluruh masyarakat Indonesia sebagai jawaban guna memutus rantai penularan covid-19 membuat masyarakat Indonesia mengisolasi diri di rumah.

Dan tidak sedikit juga yang melanggar hal tersebut di karenakan kebutuhan, propaganda yang di munculkan di Indonesia bukan hanya berlaku di Indonesia saja tetapi di seluruh negara yan terjangkit wabah covid-19.

4.Public Relations

KOMUNIKASI memegang peranan penting dalam menghadapi ekspansi virus korona (covid-19) secara rasional. Hal ini sangat menentukan menjadikan momentum agar bangsa ini tangguh untuk menghadapi musuh yang sangat berbahaya itu. Komunikasi yang baik dan efektif penting untuk menangkal kesimpangsiuran berita tentang covid-19 baik yang disengaja ataupun tidak.

Sayangnya komunikasi yang dilakukan sebagian dari aparat pemerintah masih menuai kritik. Pengumuman dua warganya oleh pejabat positif terjangkit virus korona menuai kritik yang dilayangkan Kelompok Pembela Kebebasan Berekspresi Asia Tenggara (SAFEnet) dan mendapat sambutan dari warganet.

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) meminta pemerintah daerah (pemda) tidak sembarangan menyebarkan informasi terkait covid-19 (virus korona). Informasi menjadi kewenangan medis untuk mengumumkan, bukan diumumkan orang lain. Tujuannya agar tidak terjadi bias informasi. Komunikasi pemerintahan menjadi penentu bagi ketangguhan bangsa dalam menghadapi serangan korona.

Pr mendaji garda terdepan dalam memberikan sebuah berita valid yang dapat di percaya oleh masyarakat dan sehingga tidak terjadi kegaduhan dan kecemasan di masyarakat dan seiring banyak berkembangnya berita HOAX.

5.Kampanye Politik

Adaptasi strategi politik terkait pandemi pernah terjadi setelah Flu Spanyol 1918, ketika Warren Harding dari Partai Republik memenangkan pemilu presiden 1920 walaupun tetap

berada di rumahnya di Ohio, sementara ratusan ribu pemilih berjubel memadati halaman depan untuk mendengarnya berpidato.

Jika kebijakan untuk tidak berada dalam kerumunan besar tetap berlaku, maka pemungutan suara November nanti mungkin membingungkan.

"Hanya ada empat negara bagian di Amerika yang melangsungkan seluruh pemilu lewat pos, yang berarti ada 46 negara bagian lain yang memiliki jumlah penduduk signifikan tetapi pemilihnya tidak terbiasa mengirim suara lewat pos," kata Jacob.

Kebiasaan seperti pergi ke TPS, berjabat tangan, mencium bayi, dan swafoto dengan kandidat kemungkinan tidak akan terjadi karena wabah COVID-19 ini.

6. Lobby Politik

Pada lobby politik kurang lebih seperti kasus nomor 2 dimana menteri yosanna mengajukan pembebasan narapidana korupsi di mana seperti ada kepentingan pribadi dan kelompok di dalamnya terlihat dari para karuptor yang akan di bebaskan pernah berada di jajaran pemerintahan pusat atau pejabat penting negara.

7. Lewat Media Massa

Pada kasus ini juga hampir sama pada kasus nomor 3(propaganda) dimana media massa sangat berperan dalam mempengaruhi masyarakat dalam pandemic corona ini. Dan media massa berperan sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah kepada masyarakat Indonesia.

Nama : Julian Finaldy Mustar

Nim : 181910053

Akhir-akhir ini, publik tengah diramaikan oleh persoalan penyakit menular yang disebabkan oleh virus Corona baru, yakni Covid-19. Virus yang bermula di Wuhan, Tiongkok, ini telah menjangkit banyak negara di berbagai benua.

Penyebarannya pun hingga sekarang diprediksi masih jauh dari kata berhenti. Pasalnya, jumlah kasus penyakit menular ini terus meningkat – khususnya di negara-negara yang menjadi pusat penularan baru seperti Italia dan Iran.

World Health Organization (WHO) sendiri telah menetapkan penyakit akibat virus ini sebagai pandemi global – berarti bahwa penularan dan ancamannya telah melampaui batas-batas antarnegara. Kewaspadaan berbagai negara dan masyarakat internasional pun semakin memuncak.

Dengan adanya perkembangan kasus-kasus positif, menjadi wajar apabila publik semakin ingin tahu mengenai seluk beluk dari penyebaran virus ini di Indonesia. Soal lokasi penyebaran misalnya, dianggap perlu agar masyarakat dapat berantisipasi terhadap penularan di daerahnya.

Namun, tampaknya, pemerintah tidak semudah itu untuk menuruti keinginan ini. Sekretaris Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit (P2P) Kementerian Kesehatan (Kemenkes) Achmad Yurianto menyebutkan bahwa publikasi atas lokasi penyebaran tidak perlu dilakukan oleh pemerintah karena dapat menimbulkan respons bermacam-macam.

Keengganan pemerintah untuk membuka data lokasi penyebaran Covid-19 ini tentunya tak terhindar dari beberapa kritik. Wakil Ketua Umum Partai Gerindra Arief Poyuono misalnya, menilai bahwa pemerintah telah melanggar Undang-Undang (UU) No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan – tepatnya Pasal 154.

Di sisi lain, pemerintah pusat juga dinilai cenderung membatasi ruang gerak pemerintah daerah dalam menangani Covid-19. Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan (Menko Polhukam) Mahfud MD misalnya, menyatakan bahwa pemerintah daerah tidak dianjurkan untuk berbicara mengenai penyakit ini karena informasi penanganannya dianggap terpusat di Kemenkes.

Informasi Jadi Eksklusif?

Bisa dibayangkan bahwa pemerintah pusat berupaya untuk memusatkan informasi penanganan Covid-19 di Kemenkes. Hal ini bisa jadi membuat akses informasi publik dan pihak-pihak lain semakin terbatas.

Padahal, berdasarkan UU Kesehatan yang sempat dikutip oleh Arief Poyuono, pemerintah sebenarnya perlu menyebutkan daerah-daerah yang dapat menjadi sumber penularan penyakit. Selain itu, UU tersebut juga memberikan kewenangan pada pemerintah daerah untuk melakukan hal serupa.

Selain UU Kesehatan, kewenangan pemerintah daerah dalam bidang kesehatan juga diatur dalam UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah. Dalam Pasal 13, disebutkan bahwa penanganan bidang kesehatan termasuk dalam urusan wajib yang menjadi kewenangan pemerintah daerah.

Dengan adanya fakta ketentuan yang terkandung dalam UU Kesehatan dan UU Pemerintah Daerah, bisa dibayangkan bahwa penanganan penyakit menular Covid-19 ini seharusnya tidak secara eksklusif berada di bawah kendali pemerintah pusat.

Political Insecurity?

Peningkatan jumlah kasus yang signifikan akhir-akhir ini tentunya membuat publik merasa terancam. Perasaan tidak aman yang dirasakan di masyarakat bukan tidak mungkin dapat memengaruhi dinamika politik di Indonesia.

Alvin Johnson dalam tulisannya yang berjudul *Economic Security and Political Insecurity* mungkin dapat menggambarkan situasi ini. Dalam tulisan itu, Johnson menjelaskan bahwa setiap manusia pasti menginginkan adanya rasa aman (*security*).

Kecemasan yang dirasakan publik Indonesia kini bisa jadi berakar dari adanya ancaman keamanan dari Covid-19. Pasalnya, berdasarkan buku milik Barry Buzan, Ole Wæver, dan Jaap De Wilde yang berjudul *Security*, keamanan di era sekarang bukan lagi hanya meliputi keamanan tradisional seperti militer.

Bisa jadi, ancaman kesehatan yang disebabkan oleh Covid-19 turut menghantui negara-negara. Ancaman kesehatan seperti ini digolongkan oleh Buzan dan tim penulisnya ke dalam ancaman sektor lingkungan (*environmental*).

Nama : Kiki Sanjaya

Kelas : IK4b

Nim : 181910012

MK : Komunikasi Politik

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI POLITIK TERKAIT DENGAN PANDEMIC COVID-19

1. Rektorika

Pernyataan pejabat publik Indonesia selama ini terkait penanganan Covid-19 dinilai dan terkesan dibalut dengan gaya bahasa yang “menyepelekan” berbagai situasi yang nyatanya sekarang telah bertransformasi ke dalam keadaan darurat.

Salah satu yang telah terjadi ialah pembelian masif atau panic buying terhadap masker dan cairan disinfektan pada saat hampir bersamaan setelah Presiden Jokowi mengumumkan pertama kali kasus positif Covid-19 di Indonesia. Sebelumnya kelangkaan masker yang mengakibatkan harganya menjadi di luar akal sehat serta memicu tindak kriminalitas berupa penimbunan dan produksi ilegal masker sudah terjadi sejak awal Januari.

2. Agitasi Politik

Sebelum WHO mengumumkan Covid-19 menjadi pandemi dan adanya kepanikan global, negara seperti Australia, Rusia, Amerika Serikat, Mongolia, Arab Saudi dan lain lain lebih dulu memberlakukan lockdown dengan memberlakukan untuk melarang masuk warga negara China yang berkunjung ke negaranya.

Namun, hal ini tidak seirama dengan Indonesia. Bisa dikatakan Indonesia tidak begitu berlebihan menanggapi, tidak seperti negara-negara lain. Indonesia lebih memprioritaskan dampak terburuk akibat corona ini terhadap pemasukan negara yang mana negara akan kehilangan potensi devisa wisata kurang lebih Rp54,63 triliun.

Kebijakan ini banyak mendapatkan kritik karena dinilai tidak mementingkan keamanan negara dari wabah virus tersebut. Tetapi, lebih memilih untuk mengamankan pemasukan negara.

3. Propaganda

Kian hari, pemerintah sibuk wartakan sabda kewaspadaan kepada segenap elemen masyarakat terkait penularan Covid-19 yang bagi mereka sangat membahayakan. Bahkan, Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) Viktor Laiskodat menganjurkan solusi alternatif yakni, memperbanyak konsumsi daun kelor demi meningkatkan stimulus antibodi.

Pernyataan Gubernur memang terkesan humor – selalu mencari kesempatan di balik kesempatan demi kelancaran brand yang sedang dikelola oleh pemerintah provinsi NTT walau hingga sekarang masalah stunting di NTT belum bisa teratasi. Ini menunjukkan bahwa produk daun kelor dikapitalisasi sehingga dampak bagi kesehatan dan juga perekonomian masyarakat tidak efektif.

4. Public Relations (PR) politics

Ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) Bambang Soesatyo meminta pemerintah segera memperbaiki sektor perekonomian dan kesejahteraan masyarakat yang terdampak penyebaran virus corona atau covid-19. "Kami yakin dan percaya, pemerintah sebagai pemegang mandat rakyat yang mengelola keuangan negara pasti mampu, menemukan solusi jitu agar para driver ojek online, UMKM, maupun pekerja di sektor informal bisa terselamatkan periuk dapurnya di saat seperti ini," ujar Bambang melalui keterangan tertulisnya.

Bambang mengatakan, mayoritas para pengemudi ojek online tetap bekerja di tengah wabah virus corona untuk mencari nafkah. Selain itu, Bambang meminta semua elemen masyarakat membantu memerangi dan mencegah penyebaran virus corona. Caranya yakni dengan mengikuti anjuran pemerintah terkait *social distancing* atau menjaga jarak fisik untuk mengurangi risiko penularan.

5. Kampanye Politik

Democratic Center for Strategic Studies (Idecenters) memberikan saran kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU) terkait strategi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak 2020 mendatang. Alasannya, karena wabah corona yang belakangan muncul di Indonesia berpotensi mengganggu jalannya Pilkada, "Sangat mungkin virus Corona ini memiliki potensi mengganggu jalannya Pilkada ke depan."

Selain itu, Gerindra meminta Bawaslu bersama instansi lainnya untuk mengantisipasi hal buruk lain ditengah kampanye akibat dampak corona. Sebab, isu corona ini bisa saja dijadikan senjata kampanye hitam (black campaign) oleh oknum-oknum tertentu.

"Oleh Karena itu antisipasi dan sosialisasi baik KPU dan Bawaslu serta instansi terkait harus dideteksi sejak dini, sehingga tidak menjadi semacam teror terhadap jalannya tahapan Pilkada, khususnya Kampanye Terbuka," pungkasnya.

6. Lobi Politik

Wabah virus corona baru (COVID-19) yang melanda Indonesia saat ini menjadi momentum bagi bangsa Indonesia untuk mewujudkan sikap gotong royong dalam nilai-nilai Pancasila.

"Semua kekuatan elemen bangsa, baik Partai politik, pemerintah, tokoh agama, tokoh masyarakat dan masyarakat dan semua, harusnya kita saling bergotong royong untuk mengatasi ini," kata Staf Khusus Dewan Pengarah Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (BPIP) Romo Benny Susetyo dalam Diskusi Empat Pilar dengan tema : "Membangun Integritas Komunikasi dalam Internalisasi Nilai Pancasila" di Kompleks Parlemen Senayan Jakarta, Selasa (17/3/2020).

"Ini saatnya semua pandangan politik yang berbeda harus bersatu, ini saatnya kita bersatu untuk mewujudkan cita-cita pendiri bangsa, yaitu mewujudkan makna kemerdekaan yang sejati," tambahnya.

Romo Benny meyakini virus corona hanya bisa diatasi jika kita memiliki persepsi yang sama dengan mentaati aturan yang sudah dibuat oleh pemerintah secara bijak. Hal ini agar wabah ini tidak menular, tidak masif, maka perlu dibuat ruang pembatas.

"Jadi sekarang ini yang dibutuhkan adalah pentingnya keteladanan elit politik untuk tidak saling menyalahkan tetapi mereka bekerja untuk melayani rakyat," harapnya.

Di sisi lain, Romo Benny mengingatkan semua pihak agar jangan terlalu pesimis bahwa wabah virus corona akan membuat ekonomi guncang. Selain itu, ia mengingatkan masyarakat tidak terlalu khawatir berlebihan dengan virus corona ini.

7. Lewat Media Massa

Media saat ini bukan lagi kekuatan keempat dalam sistem demokrasi, melainkan menjelma menjadi kekuatan kedua, setelah pemerintah atau bahkan menjadi kekuatan pertama sebagai pencipta opini dan propaganda terhadap masyarakat.

Media menjelma menjadi kekuatan politik, sosial budaya, budaya dan ekonomi. Pengaruh media telah mampu menggerakkan perubahan pada masyarakat. Kekuatan media ini menjadikan media berperan dalam setiap aktivitas, termasuk bencana, seperti tsunami, gempa bumi, banjir dan pada tahun 2020 kasus epidemi wabah virus corona (covid19).

Sejak diumumkan oleh Presiden ditemukannya kasus Virus Corona di Indonesia pada Senin, 3 Maret 2020, Indonesia dihentakkan dengan munculnya Corona virus yang mematikan. Pada awal muncul dikenal dengan nama Corona virus Disease-2019 atau disingkat COVID-19.

Dalam menjalankan fungsi informasi media sudah menjalankan fungsinya dengan baik, dengan memberitakan berbagai persoalan, kejadian dan fenomena serta fakta terbaru setiap harinya mengenai virus corona.

Ruang publik yang kuat harus tercipta sehingga penanggulangan epidemi covid-19 dapat dilakukan dengan keselamatan masyarakat maksimal. Ruang publik yang sehat membutuhkan dukungan media sebagai kekuatan tengah yang menjembatani antara kekuatan dan kekuasaan penguasa dan pengusaha dengan kepentingan masyarakat.

Pemilik media banyak yang menjadi bagian aktif dalam politik dan menjadi bagian dari kekuasaan sehingga dicurigai media bagian dari 'kaki tangan' pemerintah dan pemilik modal semata yang akan mematikan 'tanggung jawab sosial media untuk memberikan informasi yang benar dan adil kepada masyarakat.

Bagaimana pun juga pemerintah baik pusat dan daerah adalah pihak yang mempunyai di diberikan kewenangan oleh rakyat oleh karenanya mereka mempunyai kekuasaan untuk membuat kebijakan dan mengambil langkah-langkah yang lebih membela kepentingan masyarakat yaitu kesehatan dan keselamatan mereka. Semoga wabah ini segera berakhir dan Indonesia mampu keluar bersama-sama sebagai 'pemenang' secara cerdas dan berbudi luhur.

Nama : Leo Chandra
Kelas : IK4B
NIM : 181910020
Mata Kuliah : Komunikasi Politik

Terdapat tujuh bentuk komunikasi politik silakan saudara memberikan contoh - dari bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic Covid-19 dari segi:

1. Retorika

Pertama, pertemuan sosial, budaya, keagamaan dan aliran kepercayaan dalam bentuk seminar, lokakarya, sarasehan dan kegiatan lainnya yang sejenis. Kedua, kegiatan konser musik, pekan raya, festival, bazar, pasar malam, pameran dan resepsi keluarga. Ketiga, kegiatan olahraga, kesenian, dan jasa hiburan. Keempat, unjuk rasa, pawai dan karnaval. Terakhir, kegiatan lain yang menjadikan berkumpulnya massa.

2. Agitasi Politik

Dengan cara terlalu memaksa masyarakat untuk dirumah tetap dirumah tetapi kehidupan mereka amat drastis akan susah jika dirumah untuk menghindari penyakit covid-19

3. Propaganda

Presiden menyuruh seluruh rakyat Indonesia di rumah aja dan tidak melakukan aktivitas di luar jika tidak terlalu penting.

4. Public Relations

Saling memberi kepercayaan bahwa jika melakukan Lockdown selama 3 hari akan memberhentikan penyebaran Virus corona-19 atau saling meyakinkan satu sama lain

5. Kampanye Politik

Yang dilakukan satu orang atau kelompok untuk memperoleh kekuatan atau dorongan supaya jika tetap di rumah kita bisa mengurangi virus corona atau kalau di luar rumah tidak lupa untuk mencuci tangan dan memakai masker.

6.Lobi Politik

Harus melontarkan pendapat yang akan disepakati oleh orang banyak baru bisa memberikan pendapat yang pas untuk menghindari penyakit covid-19

7.Lewat media massa

Membentuk dan merubah opini public atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

Nama : Luhur Alfiansyah

Kelas : Ik4 sp

Contoh retorika.

Kronologi, Jakarta — Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO menetapkan wabah virus corona sebagai pandemi global. Artinya, virus ini bisa menyerang siapa saja dan dimana saja, sehingga semua negara harus siap untuk mengantisipasinya.

Pengamat kebijakan publik, Jerry Massie menyatakan, meski WHO telah menetapkan status pandemi, namun tindakan pemerintah Indonesia dalam menangani penyebaran virus ini dinilai masih lemah dan terlalu banyak retorika.

“Kecepatan harus dikedepankan, jangan banyak bicara dan argumen tapi tindakan perlu cepat apalagi sudah 114 negara yang sudah terkena epidemi corona,” kata Jerry di Jakarta, Jumat (13/3/2020).

Jerry menyarankan pemerintah agar jangan bersikap apriori dan apatis serta jangan menunggu banyak korban baru bertindak.

Menurut dia, langkah antisipatif perlu ditingkatkan, karena saat ini sudah 4.585 orang di dunia yang meninggal dan terinfeksi 124.905 orang dari wabah ini.

Untuk itu, kata Jerry, pemerintah juga diminta terbuka soal data mengenai warga yang terinfeksi dan positif corona.

“Seperti Singapura yang bisa diakses jumlah korban dan lokasinya,” ungkap Direktur Political and Public Policy Studies (P3S) itu.

Selain itu, Jerry menyarankan perlu ada penambahan rumah sakit khusus yang menampung warga terinfeksi corona seperti yang dilakukan di Wuhan, sehingga jangan hanya rumah sakit rujukan.

“Biar lebih aman, contoh Amerika yang saat ini melarang warganya ke Eropa untuk satu bulan ke depan,” tandasnya.

2. contoh agitasi

Penyebaran *coronavirus disease (Covid-19)* sudah mencapai lebih 50 negara di seluruh dunia. Sejumlah negara telah menyatakan keadaan darurat. Bahkan Arab Saudi menghentikan sementara kegiatan ibadah umrah dari berbagai negara, termasuk Indonesia.

Kendati demikian, pemerintah masih menyatakan belum ada kasus wabah yang bermula dari Kota Wuhan, Tiongkok tersebut. Meskipun diketahui ada sekitar 136 orang yang dinyatakan *suspect* terinfeksi virus corona dan menjalani pemeriksaan intensif hingga Rabu (26/2). Hasilnya, semua pasien dinyatakan negatif.

Meski begitu, ada dua warga negara asing terinfeksi virus corona sepulang dari Indonesia. Seorang warga negara Tiongkok dinyatakan positif pada 5 Februari 2020 setelah berkunjung ke Bali pada 22 Januari 2020. Lalu, seorang warga negara Jepang juga dinyatakan positif pada 22 Februari 2020. Ia melawat ke Indonesia sepekan sebelumnya.

Beberapa warga negara Indonesia di luar negeri pun terinfeksi Covid-19. *Pertama*, satu orang di Singapura yang telah dinyatakan sembuh pada 19 Februari 2020. *Kedua*, sembilan orang anak buah kapal (ABK) Diamond Princess. Sebanyak lima orang dirawat di rumah sakit Chiba dan Tokyo, Jepang, sementara empat orang masih dirawat di kapal.

Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto mengatakan masyarakat Indonesia harus terus berdoa dan menjaga imunitas tubuh untuk menghindari penyebaran virus corona. "Kalau imunitas tubuh baik, tidak mungkin. Namanya virus itu cari orang yang imunitas tubuhnya lemah," katanya.

3.propaganda

Teheran -

Musim wisata di Iran memasuki puncaknya seputar perayaan Tahun Baru Nowruz yang jatuh pada tanggal 20 Maret. Namun ketika jutaan warga bersiap menyambut masa libur selama dua pekan, seorang pakar medis memprediksi hingga 40% populasi ibukota Teheran akan tertular penyakit Covid-19.

Masoud Mardani, Direktur Pusat Penelitian Penyakit Menular, menerbitkan prediksi muram tersebut pada pekan lalu. Menurut perhitungannya, sekitar 2,5 hingga 3,5 juta penduduk Teheran akan menjadi korban virus Corona, dengan jumlah korban jiwa sebesar 50.000 hingga 70.000 orang sesuai estimasi tingkat kematian Corona yang sebesar 2%.

Namun hanya beberapa hari berselang Mardani mencabut pernyataannya tersebut. Sebaliknya dia mengaku jendela waktu penyebaran virus tidak terbatas pada perayaan Nowruz dan juga tidak terfokus hanya pada kota Teheran.

Bukan kali pertama publik Iran dibuat bingung oleh simpang siur informasi yang dikeluarkan pemerintah. Saat ini media-media nasional menerbitkan wawancara beragam dengan pakar medis dengan pesan yang saling bertentangan.

Celaknya, tokoh agama dan politik Iran mendesak pemerintah untuk hanya melaporkan "kabar positif" tentang wabah Corona. Hal ini mengakibatkan angka

korban yang dikeluarkan pemerintah acap tidak sesuai dengan beragam informasi yang bocor ke media.

Minggu (08/03) pemerintah mengumumkan jumlah infeksi menjadi 194 kasus. Namun di provinsi Gilan saja sebanyak 200 warga dikabarkan telah meninggal dunia akibat Covid-19, menurut Menteri Kesehatan Provinsi, Mohammad Gorbani.

Gorbani awalnya menyebutkan angka tersebut dalam sebuah wawancara dengan situs berita lokal. Namun hasil wawancara tersebut dicabut hanya beberapa saat setelah diterbitkan. Saat diwawancara dengan kantor berita pemerintah, Fars, dia kemudian mengubah pernyataannya.

Kepada Fars Gorbani mengaku angka tersebut berdasarkan data kematian pasien "gangguan pernafasan" selama 16 hari terakhir, bukan serta merta akibat Covid-19. Namun dia tidak menjelaskan kenapa beberapa kota di provinsi Gilan memberlakukan status darurat dan memblokir akses jalan dari dan keluar kota.

Tak cukup simpang siur informasi, publik Iran juga disuguhkan oleh beragam teori konspirasi yang muncul di media.

Hamad Jalali Kashani, aktivis dan sutradara film dokumenter, misalnya membuat klaim spektakuler bahwa wabah Corona diciptakan untuk membuat gentar penduduk agar tidak ikut serta dalam pemilihan umum legislatif, Februari silam. Ironisnya Kashani ikut tertular dan kini berada dalam kondisi kritis di rumah sakit.

Adapun Hossein Salami, Kepala Garda Revolusi Iran, menuding Amerika Serikat berada di balik epidemi Covid-19 di Iran. "Kita akan menang melawan virus, yang mungkin merupakan produk invasi senjata biologis milik Amerika Serikat, yang menyebar ke Cina, lalu Iran dan akhirnya di seluruh dunia," kata dia Kamis pekan lalu tanpa menyediakan bukti.

Menurut laporan-laporan media, setidaknya 23 anggota parlemen Iran telah mengidap Covid-19. Pemerintah membekukan aktivitas di parlemen sejak pekan lalu menyusul kekhawatiran merebaknya wabah Corona di kalangan elit penguasa.

Iran sendiri acap mendulang kritik lantaran diyakini menutupi situasi wabah Corona di dalam negeri. Kota Qom yang menjadi pusat pendidikan Islam dan menjadi tujuan ziarah umat Syiah misalnya tidak ditempatkan di dalam karantina, meski kasus infeksi yang berlipat ganda dan rumah sakit yang membeludak oleh pasien.

Yayasan Robert Koch Institute di Jerman meyakini Qom sebagai salah satu episentrum penyebaran Corona di luar Cina.

Saat ini hanya pejabat tinggi pemerintah atau parlemen yang dibebastugaskan menyusul gelombang penularan virus. Sebaliknya jutaan pegawai negeri masih diwajibkan bekerja meski terancam oleh infeksi Corona.

4. public relation

JAKARTA PRINDONESIA.CO – Kondisi ini makin diperkeruh dengan banyaknya hoaks. Kementerian Kesehatan (Kemenkes) menghimpun lima perkembangan isu virus corona yang berkembang di media nasional dari waktu ke waktu. Minggu pertama terkait

penyebaran virus dari hewan ke hewan, dilanjutkan dengan isu penamaan baru menjadi virus novel corona. Minggu ketiga, isu semakin melebar dan mengkhawatirkan. Yakni, penyebaran virus dari manusia ke manusia.

Minggu keempat, media mulai menyoroti tentang penyebaran virus corona ke sekitar belasan negara di luar Tiongkok, hingga sampai pada penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia (PHEIC) oleh WHO.

Kemenkes sebagai garda terdepan pemerintah di bidang kesehatan pun lekas bergerak menjalankan strategi komunikasi untuk mengonter informasi bohong dan berita palsu. Strategi itu disampaikan oleh Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Kemenkes Widyawati di hadapan peserta Kopi Darat PR Rembut ke-6 di Jakarta, Kamis (6/2/2020).

Salah satunya, kata Wiwid, sapaan karib Widyawati saat menjadi pembicara di acara yang mengangkat tema “Strategi Komunikasi dalam Manajemen Krisis”, melakukan aktivitas *media monitoring*.

Selain itu, ia bersama tim rutin menyelenggarakan temu media untuk memberikan informasi terbaru setiap hari. Tujuannya tak lain untuk meminimalisasi keresahan masyarakat. Mengutip pernyataan Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto, perempuan yang bergelar dokter gigi ini mengatakan, dibandingkan virusnya, lebih berbahaya informasinya, terutama hoaks yang banyak beredar.

Delapan Langkah

Wiwid menyebut setidaknya ada delapan langkah strategi komunikasi dalam rangka mengonter isu virus corona yang dilakukan oleh Kemenkes. Pertama, analisis situasi mulai dari menjelaskan tentang virus novel corona, penyebarannya di dunia dan Indonesia, proses evakuasi WNI dari Tiongkok kembali ke Indonesia.

Kedua, tentukan tujuan. Hal ini untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang situasi dan upaya pemerintah agar tercipta ketenangan dan kewaspadaan, serta membangun kesadaran publik dalam menjaga kesehatan diri dan lingkungan.

Ketiga, tentukan target audiens. Target audiens terbagi atas tiga golongan. Terdiri dari primer (masyarakat yang akan/beru bepergian/kembali dari negara-negara yang terjangkit), sekunder (WNI dan petugas yang terlibat), tersier (lintas program kemenkes, lintas sektor, media, dan publik lainnya).

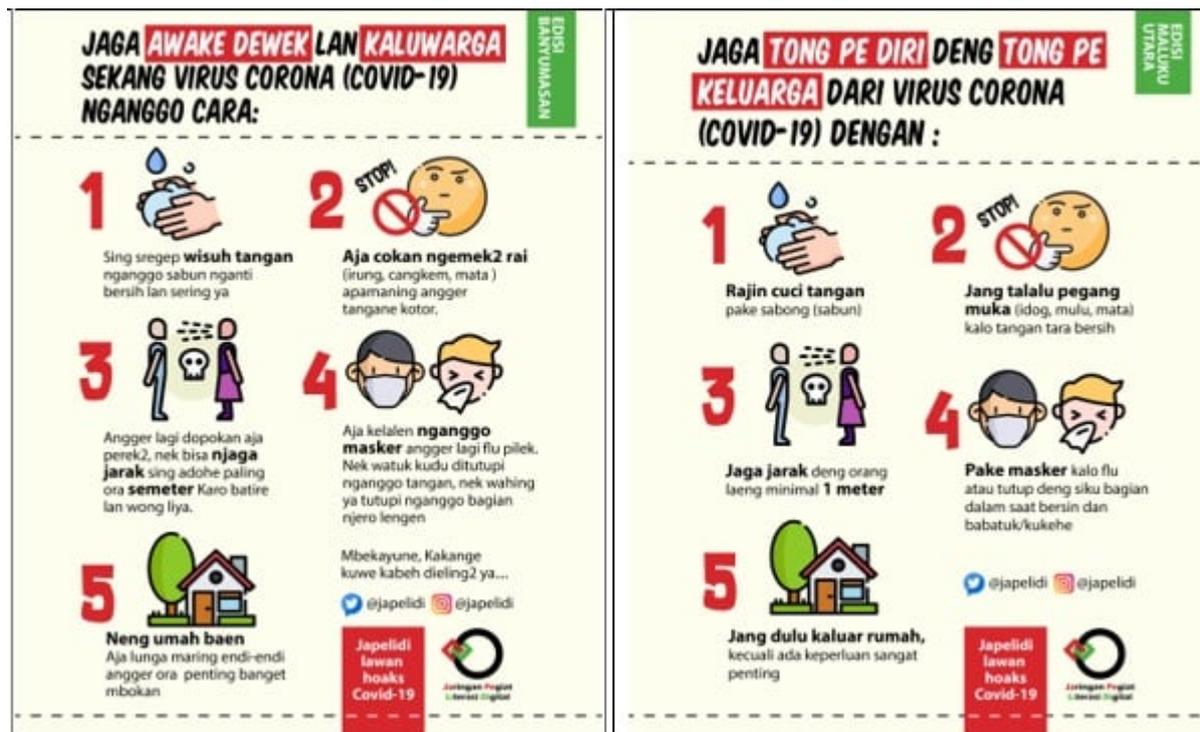
Langkah keempat, tentukan konten/narasi pesan berupa perkembangan upaya terkini, perkembangan kasus, kesiapsiagaan pemerintah, maupun imbauan preventif.

Kelima, tentukan media—*owned, paid, shared, earned media*. Keenam, tunjuk komunikator/juru bicara. Ketujuh, lakukan implementasi/taktik. Caranya, bisa berupa *framing, signing*, maupun *priming*. Kedelapan, *monitoring* dan evaluasi. Tujuannya, untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan strategi komunikasi. “Kami membuat *talking point* untuk Menteri Terawan setiap hari,” ujarnya. **(ais)**

5.kampanye politik

Japelidi Kampanye Covid-19 dalam 42 Bahasa untuk Lawan Hoaks Corona

Pr



Contoh kampanye covid-19 dalam berbagai bahasa.

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) memproduksi beragam informasi akurat terkait Covid-19 ke dalam bentuk video dan poster edukatif bagi masyarakat. Japelidi merupakan jaringan yang sebagian besar anggotanya adalah dosen dari 78 perguruan tinggi di 30 kota di Indonesia.

“Untuk mengimbangi banjir hoaks yang menyesatkan warga di saat pandemi ini, kami membuat beragam konten digital ‘Jaga diri dan Jaga Keluarga’ di dalam 42 bahasa daerah, selain bahasa Indonesia dan bahasa Mandarin, supaya bisa lebih dekat dengan keseharian masyarakat kita yang majemuk,” kata Koordinator Japelidi, Novi Kurnia, dalam siaran pers yang diterima PanturaPost.com

Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Fisipol UGM mengungkapkan, produksi konten berbahasa daerah ini masih akan bertambah sesuai kebutuhan masyarakat. Untuk menyebarkan konten berbahasa daerah tersebut, lanjut Novi, Japelidi bekerjasama dengan Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi, Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI) dan Komunitas “Berbeda Itu Biasa”.

Penyebaran konten dilakukan melalui akun Instagram (<https://www.instagram.com/japelidi/?hl=en>) dan Twitter (<https://twitter.com/japelidi?lang=en>) Japelidi. Selain itu juga dilakukan melalui akun media sosial dan grup WhatsApp para anggota Japelidi yang berjumlah 163 orang dengan membagikan poster digital seperti “Jaga diri dan Jaga Keluarga”, “Perlindungan Data Pribadi”, dan “Sumber Informasi Terpercaya”, serta videografik tips menemani anak belajar di rumah.

“Tanggapan warganet sangat positif. Misalnya, banyak orang atau komunitas meminta kami mengirim file untuk mereka cetak sendiri lalu membagikannya kepada warga berusia lanjut di sekitar mereka. Bahkan ada yang membuatnya menjadi spanduk. Memang banyak orang tidak mengakses jejaring sosial, sehingga akses informasi mereka pun terbatas,” kata Novi Kurnia.

Japelidi juga melakukan kampanye luring dengan membagikan sabun dan hand sanitizer bagi warga yang masih harus bekerja di luar rumah seperti pengendara ojek dan pedagang pasar. Dana untuk ini berasal dari urun daya donasi anggota Japelidi.

Kegiatan luring dilakukan oleh tim Japelidi dan warga dengan membagikan selebaran, poster, dan spanduk di tempat-tempat strategis di banyak daerah: Jakarta, Yogyakarta, Bali, Salatiga, Semarang, Lamongan, Malang, Bandung, Ponorogo, Depok, Surabaya, Sukabumi, Blora, Grobogan, Bogor, Banjarmasin, Kulonprogo, Gresik, Tegal, Wonogiri, Cilacap, Magelang, NTT, Kutai, NTB, Timika, Kab. Semarang, Lombok Timur, Lampung, dan Samarinda. Cakupan wilayah ini masih terus bertambah seiring bertambahnya dukungan warga.

“Kami tidak menyangka dukungan dari warga akan sebesar ini. Seperti halnya kampanye politik, kampanye kesehatan juga harus dilakukan melalui darat di banyak

tempat. Menurut saya masih banyak ruang yang belum terjangkau, padahal isu pandemi ini sangat mendesak,” kata Lestari Nurhajati, dosen LSPR yang menjadi Koordinator Kampanye Japelidi Lawa.

6. **Lobi politik**



Klikberita.co.id - Francis Fukuyama penulis *The End of History and The Last Man* mengungkapkan bahwa hal yang menyebabkan kaya, miskin atau bangkrutnya suatu negara bukanlah faktor geografis, penyakit atau budaya melainkan institusi dan politik.

Memang belum terang dosis ukuran sesuatu dapat membuat miskin-bangkrut suatu negara, namun Daron Acemoglu dan James A. Robinson selama 15 tahun berupaya mengurai dan memaparkan semua kerumitan dengan mengumpulkan berbagai bukti ilmiah tentang hancur-bangunnya suatu peradaban, bangsa dan negara selama ribuan tahun yang kemudian dituangkan kedalam sebuah karya: *Why Nations Fail – The Origins of Power, Prosperity and Poverty*.

Duo penulis ini mengungkapkan negara yang memiliki institusi ekonomi-politik yang bersifat inklusif lebih cenderung berpotensi bertahan dalam menghadapi segala macam persoalan yang datang dari intern atau ekstern dan lokal atau global.

Memasuki caturwulan kedua, sejak diumumkannya oleh Chinese Center for Disease Control and Prevention mengenai ditemukannya coronavirus baru (SARS-CoV-2) atau Coronavirus Disease 2019 (Covid 19) dipenghujung tahun 2019 lalu, hingga kini sebaran virus ini sudah melanda lebih dari 200

negara di dunia. Dengan kecepatan penyebarannya yang massif, bahkan baru memasuki akhir bulan pertama terhitung tanggal 2 Maret 2020 Indonesia dinyatakan terjangkit covid 19, sampai saat ini sudah tercatat 27 provinsi dengan kasus seribu lebih warga yang telah terpapar corona.

Di era virus corona yang secara resmi ditetapkan oleh World Health Organization (WHO) sebagai pandemi global, seakan menjadi contoh nyata dalam episode sejarah manusia secara spektakuler merontokkan equilibrium ekonomi dan politik disegala negara yang disasarnya.

Dalam situasi dan kondisi ini, Indonesia sebagai negara yang berdaulat dihadapkan kepada tiga persoalan sekaligus, yaitu; pertama adalah persoalan bagaimana melawan virus corona itu sendiri. Sebagai biang-inti dari persoalan, covid 19 meski ditemukan antivirus atau obatnya, namun sebelum itu didapati, negara harus kutak-katik strategi terlebih dahulu untuk mencegah penyebaran covid 19 yang semakin hari semakin meluas, dan termasuk penanganan warganya yang telah terpapar.

Tentunya, penanganan dan pencegahan meski secara bulat diserahkan kepada ahlinya, yakni para medis yang berada di garda terdepan. Di samping itu, negara juga meski memberikan jaminan fasilitas termasuk menyediakan alat-alat perlengkapan dan pengamanan (sesuai SOP) dalam menjalankan tugasnya.

Kedua ialah persoalan politik. Di tengah kondisi dunia yang gawatdarurat, negara tentunya dituntut untuk tanggapdarurat. Ekses dari virus corona yang menakutkan adalah kematian dan kepanikan, dalam kondisi demikian negara haruslah hadir untuk menenangkan. Intrik dan basa-basi politik ditanggalkanlah sejenak, mengingat corona pada tiap harinya semakin mengganas dan pasien terpapar virus bahkan yang meninggal jumlahnya kian meningkat.

Negara harus mengambil kebijakan yang tegas, jangan mencla-mencle dan kebijakan diterapkan janganlah pars pro toto, mengeneralisasi semua persoalan. Karena tidak semua daerah menjadi sumber penyebaran virus, dan bahkan daerah hanya menjadi tempat pelarian virus, kalau dibiarkan berkembang menjadi pusat penyebaran virus (begitu seterusnya). Maka diperlukan local wisdom, kebijakan yang cepat dan di tempat yang tepat.

Persoalan ketiga ialah resesi ekonomi dunia. Konsekuensi dihadapkan pada pandemi global ialah melemahnya nilai tukar rupiah, termasuk pasar saham yang anjlok. Akibatnya, harga bahan pokok merangkak naik, suplay bahan pokok terhambat dan produksi menurun. Maka di tengah dunia berperang melawan covid 19, pemerintah tidak bisa tidak juga harus mencegah masuk resesi ekonomi global yang telah menunggu di pintu depan.

Indonesia telah mulai mengambil beberapa langkah, mungkin belum sempurna dan karena belum sempurna ini pemerintah harus memiliki double gardan, 2 poros roda depan-belakang untuk melintasi jalur kubangan yang dipenuhi dengan virus.

Poros depan-belakang dimaksud untuk melakukan pergerakan yang mempunyai kekuatan menarik dan sekaligus mendorong terciptanya percepatan pengentasan covid 19, yaitu dengan melakukan komunikasi dan loby di tingkat kepala-kepala negara terkait covid 19 beserta dampak yang ditimbulkan.

Dan, berikutnya ialah membangun kesadaran agar setiap elemen bangsa dapat bersatu dan bersolidaritas dalam menghadapi pandemi ini. Pencegahan covid 19 kata kucinya adalah Negara harus responsif dengan segala perangkatnya dan konfigurasi yang ada di dalamnya, pada satu sisi. Dan masyarakat harus berpartisipasi aktif dengan memutus mata rantai virus corona melalui jaga jarak atau tetap di rumah, di sisi lainnya.

Dampak lain corona yang harus diantisipasi sebagai imbas (normatif) sedang/akan dirasakan oleh masyarakat bawah, pekerja sektor informal, buruh-tani, kaum miskin perkotaan dan termasuk karyawan serta pegawai kecil meski dibuatkan stimulisasi oleh Negara dengan menjamin stabilitas ketersediaan dan harga, seperti; sembilan bahan pokok, air bersih, listrik, dsb.

Intinya, virus corona berikut dengan dampaknya harus segera dihentikan. Kita mengapresiasi beberapa daerah yang mengkarantina orang yang mau masuk ke dalam daerahnya atau malah dengan tegas menolak orang untuk masuk ke dalam daerahnya. Karena sejatinya virus corona yang menjangkiti masyarakat daerah disebabkan ada orang luar yang masuk ke dalam daerah.

Ketimbang pemerintah mengkampanyekan cuci tangan pakai sabun atau tutup mulut-hidung pakai masker, dll, lebih baik pemerintah atau melalui para kepala daerah secara kongkrit menangani ini dengan menutup pelabuhan, terminal dan bandara sebagai pintu masuk virus corona. Ingat, corona sangat cepat dan tidak pandang bulu dalam penyebarannya, dengan tidak menutup bandara dan semacamnya, artinya pemerintah sama saja menggali kuburan massal warganya. Fokus utama kita adalah keselamatan warga, di saat umat manusia sedang mengalami kepanikan massal, tinggalkan semua urusan, kecuali urusan kemanusiaan.

Akhirnya untuk menutup tulisan ini, loby di tingkat para petinggi negara dimaksud di atas, selain bertujuan untuk menjalin kerja sama dan mensinkronkan kebijakan dan instrumen ekonomi untuk mengatasi resesi ekonomi sebagai dampak dari covid 19 ialah mendukung atau menciptakan rekonsiliasi antar negara-negara besar dunia, apalagi kita mendengar China dan Russia atau Amerika Serikat dan Israel sedang dalam pengembangan atau bahkan dalam proses produksi vaksin dan obat virus corona.

Sekali lagi, untuk penanganan kasus virus corona seratus persen kita serahkan kepada medis. Tetapi untuk mengakhirinya tergantung pada kebijakan tingkat tinggi. Tidak butuh waktu lama menyudahi pandemi ini, tergantung terbuka atau tidaknya hati politisi negara-negara besar ini. Karena kebijakan membuat vaksin dan obat tidak diputuskan oleh para dokter, melainkan tergantung pada palu di tangan para pemimpin dunia.

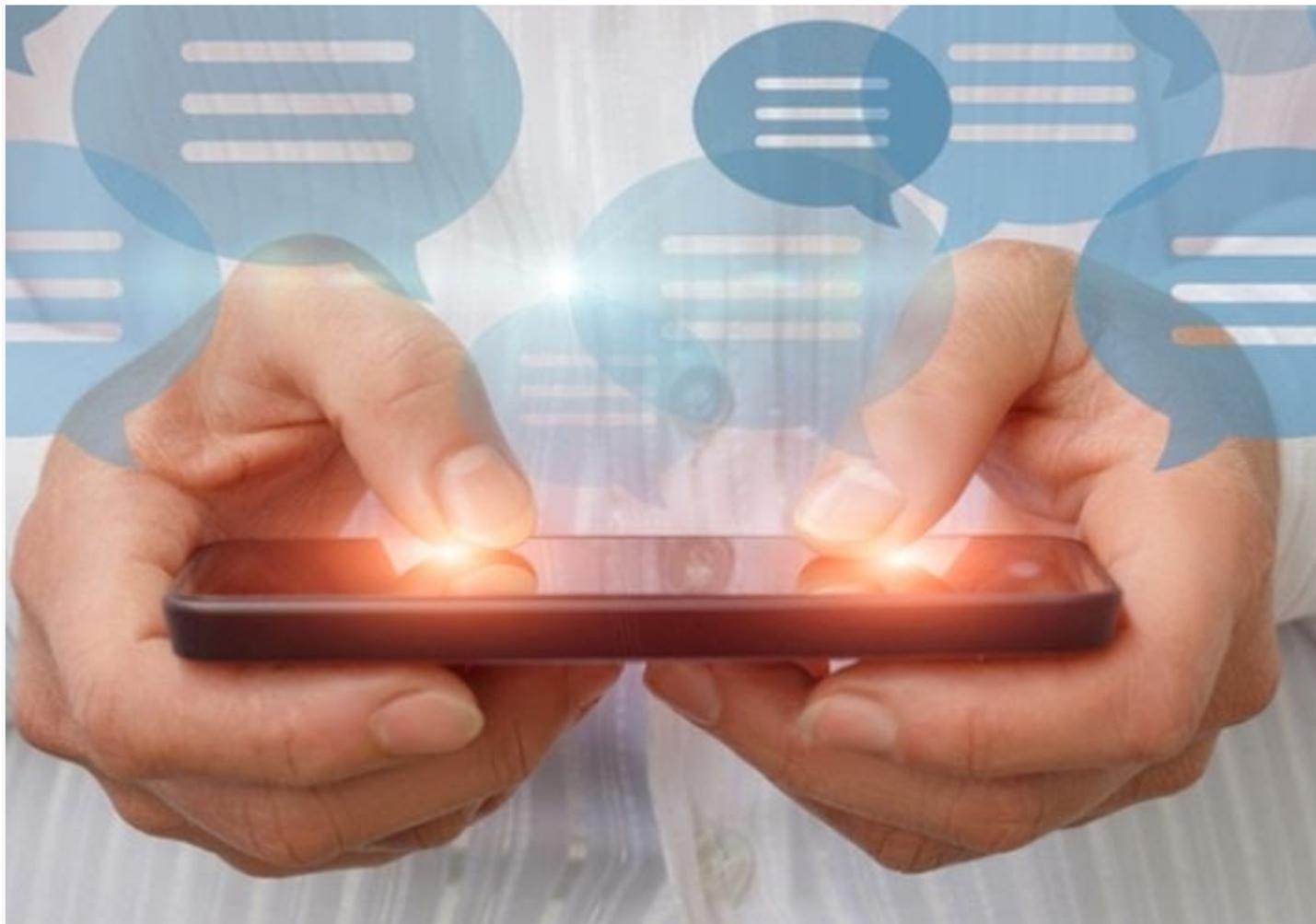
Dibutuhkan institusi yang inklusif dalam negara, agar kuat dalam menghadapi pandemi global, termasuk isu politik dan perubahan global pasca case coronavirus nantinya. Kita berdoa agar episode kelam penyebaran virus corona yang merontokkan equilibrium dunia ini lekas berakhir. Dan kita berharap Indonesia dan dunia dapat melangkah maju memasuki episode baru sejarah manusia yang terbebas dari pandemi atau virus mematikan lainnya. Amin YRA

Ditulis oleh: Prasetyo N

[7.Lewat Media Massa](#)

Bagaimana Media Sosial Pengaruhi Persepsi Publik terhadap Virus Corona?

Selasa, 10 Maret 2020 | 19:11 WIB



Lihat Foto

Thinkstockphotos

Ilustrasi

Penulis: Ahmad Naufal Dzulfaroh

|

Editor: Rizal Setyo Nugroho

[KOMPAS.com](https://www.kompas.com) - Era digital menyuguhkan berbagai kemudahan bagi penggunanya. Media sosial, misalnya, memangkas jarak komunikasi antar individu yang dulu dianggap mustahil.

Melalui media sosial, pengguna bisa berkomunikasi secara langsung dengan semua orang dan mengetahui apa yang sedang terjadi atau hangat diperbincangkan di berbagai belahan dunia.

Seperti halnya dengan kasus virus corona yang mulai merebak di China pada penghujung tahun 2019 lalu.

Banyak pihak tak mau ketinggalan dalam membagikan informasi terkait virus corona penyebab penyakit Covid-19 itu melalui kanal media sosial.

Derasnya informasi dan perbincangan publik di media sosial itu dibuktikan dengan kata "virus corona" atau "Covid-19" yang kerap menempati kata populer di media sosial

Covid-19 di tengah pusaran media sosial

Dibandingkan dengan sejumlah virus sebelumnya seperti SARS, Flu Burung, MERS, dan Flu Babi yang sama-sama merebak di seluruh dunia, virus corona muncul di tengah angka pengguna aktif media sosial sangat tinggi, yaitu 3,6 miliar orang.

Berdasarkan data dari statista.com, pengguna aktif media sosial Facebook pada 2020 mencapai 2,4 miliar, Youtube 2 miliar, WhatsApp 1,6 miliar, Instagram 1 miliar, dan Twitter 340 juta.

Dengan kondisi itu, muncul sebuah pertanyaan "seberapa besar media sosial berpengaruh pada pembentukan persepsi publik terhadap virus corona?"

Pengamat budaya dan komunikasi digital Firman Kurniawan mengatakan, keseimbangan informasi di era digital ini justru mudah tergoyangkan.

Dalam konteks virus corona, menurut Firman, magnitude informasi dan pemberitaan melalui media sosial begitu gencar dan bahkan dianggap menghebohkan oleh publik.

NAMA : M.DAFFA HAZAZI HD

NIM : 181910066

KELAS : IK4B

KOMUNIKASI POLITIK

1. Retrorika

Presiden Indonesia mengumumkan bahwa pada pademik COVID-19 agar masyarakat untuk berdiam diri di rumah, tidak perlu keluar rumah bila tidak ada keperluan yang mendesak atau penting, tujuannya untuk memutuskan rantai penyebaran COVID-19.

2. Agitasi

Pengumuman pemerintah bahwasanya masyarakat tidak perlu panik atau takut terhadap wabah covid-19 tetapi masyarakat tetap waspada dengan cara :

- a. Wajib menggunakan masker jika keluar rumah
- b. Menjaga jarak minimal 1 meter
- c. Menghindari kerumunan
- d. Mencuci tangan dengan baik dan benar.

3. Propaganda

Pemerintah menyeruhkan masyarakat agar berdiam diri dirumah saja agar terhindar dari wabah covid-19 dengan cara mengumumkan di media sosial dengan keterangan hashtag #DiRumahAja.

4. Public Relation (PR)

Banyak upaya pemerintah atau melalui juru bicara berdialog atau pidato secara langsung maupun melalui media kepada masyarakat agar mengetahui perkembangan covid-19,

5. Kampanye Politik

Partai Politik maupun kader dari kalangan tertentu membagikan sembako, menyumbangkan donasi uang agar mendapat simpati dari masyarakat pada saat terjadinya Covid-19

6. Lobi Politik

Saat pademik covid 19 sudah kita ketahui bahwa banyak orang yang merugi baik dari ekonomi maupun moral, banyak kalangan memanfaatkan hal ini dengan cara meminjamkan atau membantu dengan tujuan keuntungan sepihak. Misalnya Bank Dunia akan meminjamkan Uang kepada negara-negara yang terdampak virus covid-19 dengan keuntungan bunga berlipat lipat.

7. Lewat MEDIA MASSA

Dengan Media Massa Pemerintah lebih cepat menyampaikan kabar tentang covid19 karena pesan yang di sampaikan dapat di jangkau seluruh tempat masing-masing tanpa harus ke daerah tersebut. Tetapi media massa banyak berita hoax, jadi sebagai masyarakat kita harus jeli untuk menerima berita/pesan.

NAMA : M.Farid Hidayatullah

NIM : 181910009

KELAS : IK4A

1. Retorika, berasal dari bahasa Yunani yaitu *Rhetorica*, yang artinya seni berbicara, asalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat kegiatan antar personal.
Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak. Yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia ialah dengan cara menutup-nutupi informasi penularan virus COVID-19 ini.
2. Agitas, bertujuan untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Di tengah-tengah virus yang sedang mewabah ini pemerintah justru secara diam-diam ingin kembali mengesahkan RUU Omnibus Cipta Kerja dan RUU KUHP.
3. Propaganda, salah satu propaganda yang dilakukan adalah dengan membuat *Hashtag* #dirumaja dan juga harus mencuci tangan setiap kali kita melakukan aktivitas diluar rumah, dengan menerapkan hal ini masyarakat dianjurkan untuk di rumah saja karena dengan di rumah saja kita dapat memutus rantai penularan, tetapi di sisi lain pemerintah gelagapan dalam menangani pandemik ini, pemerintah dianggap kurang siap dan meremehkan virus ini.
4. Publik Relation, hal yang dilakukan adalah dengan cara memberikan wewenang medis mengenai informasi soal penyebaran virus, karena banyak sekali masyarakat yang sudah termakan HOAX dikarenakan informasi yang diberikan itu belum tentu kredibilitasnya bisa benar.
5. Kampanye politik, adaptasi strategi politik terkait pandemi pernah terjadi setelah Flu Spanyol 1918, ketika Warren Harding dari Partai Republik memenangkan pemilu presiden 1920 walaupun tetap berada di rumahnya di Ohio, sementara ratusan ribu pemilih berjubel memadati halaman depan untuk mendengarkan pidatonya.
Jika kebijakan untuk tidak berada dalam kerumunan besar tetap berlaku, maka pemungutan suara November nanti mungkin membingungkan.
6. Lobby politik, lobby politik yang dilakukan oleh menteri Yosanna mengajukan pembebasan narapidana korupsi dimana seperti ada kepentingan pribadi dan kelompok di dalamnya terlihat dari para koruptor yang akan di bebaskan pernah berada dalam jajaran pemerintahan pusat atau pejabat penting negara.
7. Lewat media massa, media massa memiliki peranan yang sangat penting dan juga efektif dalam mempengaruhi masyarakat, seperti hal yang sedang di sebar luas kan soal informasi mengenai penyebaran virus dan juga cara-cara dan langkah-langkah agar kita terhindar dari virus dengan cara di rumah dan menjaga kebersihan, semua informasi tersebut dapat di akses dan di dapat melalui media massa.

Nama : Mardian Herri Pratama

Nim : 181910038

Kelas : IK4B

Mata Kuliah : Komunikasi Politik

TUGAS :

Terdapat tujuh bentuk komunikasi politik. Silakan saudara memberikan contoh dari bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic corona -19

Saya akan memberikan penjelasan dan contoh bentuk komunikasi dari segi :

1. Retorika

Dalam hal ini retorika memiliki fungsi bagaimana pendengar yakin kebenaran gagasan hal yang dibicarakan pembicara. Contohnya penyebaran informasi korban corona (covid-19) dengan menyertakan data.

2. Agitasi Politik

Contohnya : Pertentangan dalam Masyarakat dalam hal jenazah korban corona (covid-19) yang akan dikuburkan.

3. Propaganda

Contohnya : Dr. Tirta mengajak pada seluruh influencer untuk menjual salah satu kendaraan mereka untuk mensukseskan pencegahan covid-19.

4. Public Relations (Pr) Politics

contohnya : baik masyarakat ataupun golongan tertentu saling menjelaskan dan mengingatkan tentang dan penerapan pada PHBS.

5. Kampanye Politik

Contohnya : Pemerintah memberitakan tentang wajib menggunakan masker jika keluar rumah, apabila melanggar akan dikenakan sanksi.

6. Lobi Politik

Contohnya : salah seorang melobi penegak hukum (polisi) saat hendak diberikan pushup terkait nongkrong saat masa social distancing.

7. Lewat Media Massa

Contohnya : masyarakat yang mudik wajib melaporkan kepada pihak berwajib agar didata guna pencegahan virus corona(covid-19).

Nama : Marisa Nuraini Fadillah Putri

Nim : 181910013

Kelas : IK4A

M. Kuliah : Komunikasi politik

Soal :

terdapat tujuh bentuk komunikasi politik silakan saudara memberikan contoh - dari bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic corona -19

Jawab :

1. Retorika

2. Agitesi politik

interaksi merupakan hal yang terpenting dalam setiap kegiatan dan interaksi sesama individu kelompok dan organisasi.komunikasi yang baik dapat menciptakan interaksi yang baik pula antara masyarakat dan pemerintah. sejak adanya wabah virus Corona /Covid-19, penyebaran virus tersebut menyebar secara signifikan ke beberapa negara. hal tersebut merupakan krisis bagi seluruh umat manusia di dunia karena virus Corona/Covid-19 merupakan penyakit yang mengganggu saluran pernafasan sehingga dapat mengakibatkan kematian. virus Corona dapat dicegah tetapi tidak dapat dihindari. agar dapat mencegah dan menghindari wabah virus Corona/Covid-19 maka diperlukannya upaya dalam menanggulangi virus Corona tersebut. diantaranya adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah terhadap masyarakat dalam aspek komunikasi krisis.

selain itu, pemerintah juga menghimbau masyarakat untuk bekerja beraktivitas belajar dan beribadah di dalam rumah untuk menghentikan virus corona/copied 19 ini menyebar. dan masyarakat diharapkan mematuhi instruksi yang diinstruksikan oleh pemerintah.maka diperlukannya public relation agar hubungan antara masyarakat dan pemerintah terjalin dengan baik dan juga masyarakat bisa mematuhi instruksi dari

pemerintahan tersebut. demikian pula, pemerintah meminta masyarakat untuk memulai hidup sehat seperti mencuci tangan mencuci muka dan memakan sayuran serta perbanyak olahraga Dan dianjurkan memakai masker terhadap orang-orang yang sedang batuk dan pilek.

3. Propaganda

Salah satu contoh dari propaganda ini adalah presiden rusia yang dituduh mengeluarkan propaganda yang menyatakan virus tersebut merupakan senjata dari kekuatan barat Sementara China dan Rusia sama-sama dituduh Uni Eropa dalam menyebarkan informasi yang salah terkait virus baru ini.

4. Public realation (PR) politik

Public Relations sering disebut krisis komunikasi, terjadi karena disebabkan pemberitaan negatif yang kemudian berimbas buruk pada bisnis perusahaan. Pemberitaan media atau isu yang beredar bisa jadi benar atau mungkin saja tidak, tetapi berpotensi mempengaruhi citra seseorang atau perusahaan. Salah satu tugas Public Relations adalah mengklarifikasi pemberitaan di media yang tidak seimbang. salah satu upaya pemerintahan dalam menanggulangi virus corona/Covid 19 dengan diadakannya public relation sehingga hubungan antara masyarakat dan pemerintah bisa terjalin dengan baik dan juga masyarakat bisa mematuhi anjuran-anjuran yang disarankan oleh pemerintahan sehingga wabah virus korona/Covid 19 tersebut dapat dicegah dan juga dibatasi.

5. Kampanye politik

Japelidi adalah komunitas yang terdiri dari akademisi dan pegiat literasi digital yang sebagian besar anggotanya adalah dosen dari 78 perguruan tinggi di 30 kota di Indonesia. jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) menyarikan dan memproduksi beragam informasi akurat terkait virus corona ke dalam bentuk video dan poster edukatif untuk melawan hoaks yang menyesatkan masyarakat selama pandemi COVID-19. "Untuk mengimbangi banjir hoaks yang menyesatkan warga di saat pandemi ini, beragam konten digital 'Jaga diri dan Jaga Keluarga' di dalam 42 bahasa daerah, Koordinator Japelidi, melalui keterangan tertulis, Japelidi bekerja sama dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi, Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI), dan Komunitas "Berbeda Itu Biasa". "[Konten itu] juga tersedia dalam bahasa Indonesia dan bahasa Mandarin, supaya bisa lebih dekat dengan keseharian masyarakat kita yang majemuk,"

dengan membagikan poster digital, seperti “Jaga diri dan Jaga Keluarga”, “Perlindungan Data Pribadi”, dan “Sumber Informasi Terpercaya”, serta videografik tips menemani anak belajar di rumah. Sementara, Japelidi juga melakukan kampanye luring dengan membagikan sabun dan hand sanitizer bagi warga yang masih harus bekerja di luar rumah seperti pengendara ojek dan pedagang pasar. Dana untuk ini berasal dari urun daya donasi anggota Japelidi. Kegiatan luring dilakukan oleh tim Japelidi dan warga dengan membagikan selebaran, poster, dan spanduk di tempat-tempat strategis di banyak daerah, di antaranya ialah Jakarta, Yogyakarta, Bali, Salatiga, Semarang, Lamongan, Malang, Bandung, Ponorogo, Depok, hingga Surabaya. "Kami tidak menyangka dukungan dari warga akan sebesar ini. Kampanye kesehatan juga harus dilakukan melalui darat di banyak tempat. Banyak ruang yang belum terjangkau," kata Lestari Nurhajati, dosen LSPR yang menjadi Koordinator Kampanye Japelidi Lawan Hoaks COVID-19.

6. Lobi politik

7. Lewat media massa

Apabila dilihat dari sebaran pandemi ini sudah hampir merata di seluruh wilayah Indonesia. Pemerintah selaku pihak yang paling bertanggung jawab terhadap kesehatan rakyatnya tidak henti-hentinya memberikan informasi, edukasi, dan motivasi guna menghadapi pandemi corona ini agar tidak meluas dan memperparah keadaan.

Demikian halnya peran media massa, sebagai agen informasi sudah barang tentu tidak henti-hentinya menyampaikan informasi terkait dengan berbagai aspek yang berkaitan dengan pandemi yang sekarang sedang melanda dunia ini. Dengan demikian, masyarakat menjadi lebih paham terkait dengan perkembangan pandemi virus yang makin menganas merenggut ribuan jiwa manusia ini. Bahkan, ada beberapa media yang sudah bergerak sebagai penghimpun dana bantuan dari berbagai pihak untuk membantu masyarakat dan juga rumah sakit yang memang membutuhkan banyak biaya.

Selanjutnya, yang tidak kalah penting adalah bagaimana peran besar dari pihak TNI dan Polri yang dengan serius bekerja penuh semangat ikut aktif terlibat dalam berbagai kegiatan terkait dengan penanganan pandemi virus ini. Mereka (para petugas TNI/Polri) bekerja bahu-membahu, siang malam hampir tanpa henti terjun di tengah masyarakat dalam menghadapi pandemi COVID-19. Bahkan, yang harus kita beri apresiasi adalah pengorbanan para dokter dan paramedis yang berjuang bertaruh

nyawa demi menyelamatkan para korban pandemi virus corona. Mereka berjuang mempertaruhkan seluruh hidupnya, bahkan tidak sedikit para dokter dan perawat yang menjadi korban meninggal dunia

NAMA : MEGAWATI

KELAS : IK4A

NIM : 181910019

KOMUNIKASI POLITIK

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI RETORIKA



Lighthfoot merupakan perempuan berkulit hitam pertama dalam sejarah kota Chicago yang terpilih sebagai wali kota melalui pemilihan umum di bulan April 2019. Ia mewarisi beraneka ragam persoalan perkotaan, seperti tingginya angka kriminalitas, korupsi, imigran, dan defisit anggaran. Belum genap satu tahun memimpin, krisis pandemi muncul.

Lighthfoot berbicara pada warga Chicago di tanggal 19 Maret 2020 menyiapkan kota sebelum angka kasus di Amerika melonjak drastis.

Lewat layar kaca, ia menerangkan langkah-langkah menghadapi krisis COVID-19, misalnya kebijakan stay-at-home atau tinggal di rumah ketimbang lockdown (karantina wilayah) dan penutupan sekolah. Lighthfoot juga memerintahkan social distancing minimal 1 meter guna mencegah penyebaran virus.

Ia menyemangati warga bahwa dalam sejarahnya, Chicago tidak pernah ambruk melampaui berbagai cobaan berat seperti the Great Chicago Fire, kebakaran besar yang melanda jantung kota Chicago di tahun 1871.

Selain mengubah sebuah gedung pertemuan –yang terbesar seantero Amerika Utara– menjadi fasilitas kesehatan, ia memaparkan beberapa langkah strategis, seperti memastikan warga tidak akan terusir karena tidak dapat membayar uang sewa apartemen atau cicilan rumah, dan menjamin pelayanan dasar seperti air bersih dan ketersediaan makanan.

Untuk membantu perekonomian warga, Lightfoot menawarkan berbagai skema bantuan keuangan untuk mengurangi kesulitan pebisnis kecil. Bermitra dengan swasta, pemerintah Chicago menjanjikan paket pinjaman usaha ataupun subsidi bagi mereka yang terkena memutuskan hubungan kerja akibat krisis COVID-19.

Kasus penyebaran COVID-19 di wilayah Chicago telah meningkat tajam dari hanya 422 kasus dan 19 kematian per 19 Maret menjadi 5.057 dan 73 kematian per 31 Maret 2020.

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI AGITASI POLITIK



Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan Wiranto menegaskan bahwa pemerintah telah membentuk Satuan Tugas Lawan Provokasi, Agitasi, dan Propaganda (Satgas Lawan Proapro). Menurut Wiranto, satgas tersebut dibentuk untuk menanggulangi maraknya penyebaran berita palsu (hoax) dan paham radikalisme yang berpotensi menimbulkan aksi terorisme. "Beberapa waktu lalu saat

rapat terbatas dengan Presiden, saya usulkan pemerintah membentuk Satgas Lawan Provokasi Agitasi dan Propaganda. Satgas itu sudah diinisiasi sejak dua bulan lalu," ujar Wiranto saat ditemui se usai menghadiri acara Sarasehan Pencegahan Propaganda Radikal Terorisme di Dunia Maya bersama sejumlah instansi pemerintah, di Hotel Royal Kuningan, Jakarta Selatan, Kamis (16/2/2017). Wiranto menjelaskan, belakangan ini marak beredar informasi dalam bentuk provokasi, agitasi, dan propaganda yang dilancarkan kelompok tertentu. Kelompok tersebut bertujuan untuk mengganggu stabilitas negara. Informasi yang disebar secara terus-menerus dikhawatirkan akan diyakini oleh masyarakat sebagai sebuah kebenaran meski belum melalui proses verifikasi. Oleh sebab itu, pemerintah melihat pentingnya membuat satgas untuk melawan provokasi, agitasi, dan propaganda yang beredar. "Masalah ini kan akan mengganggu eksistensi negara. Ada yang mau memisahkan rakyat dan pemerintah. Ada upaya propaganda seperti itu, maka harus kita redam," ucapnya. Satgas Lawan Proapro, lanjut Wiranto, memiliki kewenangan melakukan counter-narasi dalam meredam informasi yang tidak benar. Selain itu, satgas juga memiliki kewenangan menelusuri sumber informasi dan melakukan penindakan terhadap pelaku penyebaran. Wiranto menegaskan bahwa Satgas Lawan Proapro akan bekerja di bawah koordinasi Kementerian Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan. "Pelaku akan ditindak sesuai undang-undang. Sumber-sumber itu harus dilibas," tutur Wiranto. Ditemui secara terpisah, Kepala Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) Komjen Suhardi Alius memastikan bahwa jajarannya termasuk dalam tim Satgas Lawan Proapro. Suhardi menilai, dengan dibentuknya satgas, maka upaya penanggulangan terorisme dan radikalisme lebih terintegrasi antar-lembaga negara. "Selama ini kan sifatnya parsial, tidak terintegrasi. Sementara propaganda cepat menjadi viral di masyarakat. Jika tidak cepat ditangkal akan dianggap benar oleh masyarakat. Oleh sebab itu, harus ada kebersamaan dalam mencegah itu," ujarnya.

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI PROPAGANDA



Informasi mengenai hal-hal kecil, hal yang tak semua orang tahu, yang dianggap tak penting, atau informasi yang sebenarnya tak dibutuhkan masyarakat bisa berubah menjadi besar, diketahui banyak orang, penting, dan dibutuhkan masyarakat. Peran media massa menjadi semakin penting karena kesadaran massa pada umumnya adalah kesadaran simbolis, yakni kesadaran di permukaan.

Kesadaran massa tak akan pernah menjangkau penjelasan-penjelasan detail dan rasional dari sebuah narasi yang diciptakan produsen informasi (Aditya, 2014). Jadi, tak ada yang bisa disangkal jika efektivitas media massa dan daring dalam membangun opini, hingga mempengaruhi sikap dan tindakan publik.

Soal pemberitaan mengenai virus Corona yang kian menjadi momok menakutkan misalnya, terlihat media massa ikut berperan mempropagandakan isu. Hal ini sangat tampak, seketika ada *postingan* yang beredar terkait meninggal maupun sementara dirawatnya beberapa pasien yang diduga atau terindikasi positif Corona.

Namun, selang 3-5 jam kemudian, beredar informasi di grup percakapan WhatsApp dan Facebook terkait klarifikasi dari pasien yang tadinya diduga terinfeksi Covid-19. Tentu, hal ini sangat membingungkan publik.

Kemudian, seminggu terakhir ini media digerogoti dengan mahalnya harga masker yang melonjak drastis. Harga normal masker naik menjadi Rp 400 ribu/boks dari Rp 30 ribu/boks.

Hal inilah yang membuat media berbalik lebih meng-*update* masalah tersebut ketimbang penularan Covid-19 yang sedang merongrong masyarakat dan pemerintah.

Terlihat saat ini, debat kusir di media sosial lebih fokus membahas harga masker ketimbang mengantisipasi diri dari penularan virus menakutkan.

Propaganda media inilah yang akhirnya membuat banyak orang cemas, dan berbagai kasus yang semestinya menjadi sorotan dalam ruang diskusi seperti halnya korupsi, rancangan undang-undang (RUU) Cipta Kerja, intoleransi, serta merebaknya demam berdarah di Kabupaten Sikka yang telah merenggut puluhan jiwa seketika hilang begitu saja dari ruang diakletika.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo bahwa ketakutan kita saat ini adalah, bukan virus itu sendiri, melainkan rasa cemas, rasa panik, ketakutan, dan berita-berita hoaks. Oleh karena itu, media semestinya tidak turut serta menimbulkan sindrom yang berlebihan ditengah geliat perang melawan Covid-19. Media konvensional harus mampu menetralsir keadaan agar masyarakat menghadapi situasi saat sekarang tanpa ada ketakutan.

Menurut data media komunikasi dari Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (IPK), jumlah media daring pada tahun 2019 ada 2.011. Sementara itu, terdapat media konvensional dan majalah sebanyak 567 penerbit.

Yang menarik, jumlah telepon seluler yang beredar 374 juta dari 262 juta penduduk Indonesia. Pengguna medsos yang aktif sebanyak 106 juta. Dalam pembentukan opini publik di Indonesia, angka 106 juta pengguna medsos memiliki peran yang berbeda.

Boleh jadi, ini sangat rentan mengingat media memiliki andil yang sangat besar untuk menentukan kuasa kebenaran dan realita sosial. Tak aneh jika media massa, dari, hingga media sosial menjadi ikon pembentuk konstruksi sosial.

Seperti halnya kemenangan Presiden Amerika Serikat (AS) Donald Trump di tahun 2016, disinyalir didapat dengan memanfaatkan efek media untuk menyebarkan informasi baik berupa hoax atau lainnya demi memenangkan kompetisi tersebut.

Tak hanya di AS, hal serupa pun bisa saja terjadi di Indonesia. Dalam kasus ini, media massa memiliki peran besar dalam membangun opini publik terkait pencitraan, hingga

dapat mendiskualifikasi kebenaran, dan membuat publik tidak lagi mampu membedakan secara jernih antara realitas, representasi, simulasi, atau hiperrealitas.

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS POLITICS



Semua negara berjibaku menekan penyebaran Covid-19, beragam jumlah korban. Tak terkecuali Indonesia. Sejak tiga bulan lalu, pemerintah dituduh tidak terbuka terkait jumlah korban meninggal akibat Covid-19. Contoh teranyar pemerintah DKI Jakarta umumkan, sejak awal tanggal 6 Maret (kejadian pertama) sampai dengan 29 Maret ada sekitar 283 orang yang meninggal. Namun, pemerintah pusat melalui Gugus Tugas umumkan angka lain: sekitar 122 orang meninggal. Bagaimana bisa adanya perbedaan soal angka? padahal pemerintahannya sama, satu kesatuan.

Perbedaan kemauan, pandangan, strategi dan keinginan antara kepala daerah yang berniat melindungi rakyatnya dari serangan wabah Covid-19 dengan pemerintah pusat yang tertekan karena fiskal ekonomi dan mata uang rupiah merosot. Itu hal yang sulit dapat dipahami, apabila terus bersitegang dalam berkomunikasi. Disinilah muncul segregasi politik yang menyelinap dibawah rangkahan masalah Covid-19.

Apalagi kalau mengacu pada informasi resmi, siaran pers Jubir Istana Kepresidenan, Jubir BNPB, siaran pers Jubir Covid-19 dan beberapa anggota DPR, yang disampaikan tidak seiring sejalan dalam membangun awareness kepada masyarakat sebagai penerima informasi. Dampaknya, multitafsir semua dengan bermacam-macam analisa.

Kalau kesampingkan segregasi politik. Kemudian bisa bekerja sama. Maka tidak terlalu sulit menekan persebaran Covif-19. Namun, faktanya komitmen komunikasi yang baik antara pemerintah: Pusat dan Daerah untuk pencegahan itu tidak berjalan sebagaimana mestinya. Keributan yang paling menyebalkan dalam hubungan

komunikasi pemerintah masalah pengaturan bus AKAP Pulau Jawa. Pemerintah DKI Jakarta ingin lalu lintas bus distop sementara waktu, untuk menekan laju persebaran Covid-19. Namun, pemerintah pusat via Kemenhub tidak setuju dan tetap perbolehkan bus AKAP sesuai trayek yang dimiliki beroperasi.

Ini pertanda hubungan komunikasi: koordinasi dan atensi tidak berjalan baik. Connectivitas pencegahan Covid-19 tidak terbangun secara baik. Sementara pemerintah salah satu pekerjaan pentingnya dan utama yakni perlu penyelamatan nyawa jiwa rakyat serta memulihkan ekonomi nasional yang sedang menuju level terendah alias turbulensi.

Hubungan komunikasi pemerintah sangat penting dilakukan secara efektif. Kehumasan istana harus terlihat optimis dalam memaparkan berbagai masalah dan strategi yang diambil. Kehumasan tidak terkesan bantah membantah opini yang berkembang. Pemerintah sebaiknya jangan mendrive aparat keamanan untuk melakukan penekanan dengan memproses hukum bagi rakyat yang ingin mendapat informasi yang bagus.

Selama ini ada kesalahan besar metode hubungan komunikasi segitiga antara pemerintah, media dan rakyat. Rata-rata persentase rakyat menjadi korban setiap masalah pelik dan rumit yang dihadapi pemerintah, contoh kasus penyebar informasi daring media sosial yang dianggap hoaks. Namun, kehumasan pemerintah tidak memperbaiki pola komunikasi yang efektif dan benar, misalnya: soal jumlah kematian akibat Covid-19, perbedaan data tentu disebabkan dan dimunculkan oleh pemerintah yang membuat polemik. Kemudian rakyat meresponnya. Justru ketika mendapat respon dianggap hoaks.

Pemerintah harus menampilkan komunikasi yang baik tanpa harus mengkriminalisasi rakyat penerima informasi. Karena menghadapi Covid-19 ini membutuhkan ketenangan dan keadaman bersama. Sekarang terpenting mencari jalan terbaik supaya covid-19 ini bisa dikendalikan, minimal area penyebarannya. Tentu permakluman kepada rakyat, kebersamaan itu sangat urgent dan pemerintah lebih fokus pada penanggulangan berdasarkan strategi yang ditetapkan.

Secara gesture, perspektif memilih kata ucapan darurat sipil ketimbang karantina wilayah. Ditambah Pidato kepala negara tidak menyebut kebijakan karantina wilayah,

tetapi memilih pembatasan sosial berskala besar dan pilihan darurat sipil. Konotasi kata dan kalimat kepala negara menunjukkan perasaan bingung dan sikap kaget dalam menghadapi masalah. Sehingga membuat seantearo jagat media memunculkan perdebatan.

Ditambah penegasan oleh pernyataan juru bicara pemerintah, mengenai tahapan baru perang melawan Corona seolah hanya memunculkan dua opsi, yaitu pembatasan sosial berskala besar dan darurat sipil. Ada logika dasar kebijakan yang lompat-lompat, yaitu dari dasar UU Nomor 6 tahun 2018 lompat ke Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 23 tahun 1959 tentang keadaan bahaya. Karantina Wilayah tidak disebutkan sama sekali. Tentu dalam pandangan komunikasi menimbulkan perdebatan panjang dan tak berkesudahan.

Konteks kriteria fenomena komunikasi yang disebutkan oleh Jurgen Habermas, bahwa: pemerintah terkesan peragu, lari dari masalah, tidak mau menanggung beban untuk memenuhi kebutuhan dasar warga negara jika kebijakan karantina wilayah. Padahal, karantina wilayah terdapat pada Bab VII bagian ketiga tentang Karantina Wilayah pada Pasal 53, Pasal 54, dan Pasal 55 Undang-Undang Nomor 6 tahun 2018.

Problem solving pemerintah pada pola hubungan komunikasi antara pusat dan daerah. Sehingga sangat sulit bertemu kata sepakat untuk mempercepat instrumen strategi penanganan Covid-19. Pemerintah lebih dominan mengundang perdebatan dibanding keputusan yang mengarah pada solusi, misalnya rencana pemberlakuan darurat sipil.

Lebih penting lagi, komunikasi pemerintah juga tidak membanding-bandingkan dengan negara lain. Kalau pemerintah menolak menerapkan opsi lockdown atau karantina wilayah demi mencegah penyebaran virus corona. Pemerintah harus memastikan solusi yang tepat selain opsi kebijakan lockdown yang dianggap kacau setelah diterapkan oleh beberapa negara lain.

Apalagi, semua jubar pemerintah membanding dan mencontohkan negara yang sudah menerapkan kebijakan lockdown adalah, Italia, Prancis, Malaysia, hingga India. Namun, kebijakan lockdown di India secara nasional malah berujung kacau. Memang sebaik mungkin, kebijakan lockdown harus dipikirkan secara matang dan hati-hati.

Kemudian polemik menolak opsi lockdown ini membuat usang jawaban pemerintah. Akhirnya, mewacanakan rencana berlakukan darurat sipil yang tertuang dalam

Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 23 Tahun 1959 Tentang Keadaan Bahaya. Disebutkan, darurat sipil diberlakukan jika ada keadaan bahaya atau gejala yang dapat membahayakan hidup negara. Perdebatan pun tak terhindarkan. Energi negatif sangat mendominasi dalam memberi kritik kepada pemerintah.

Mengenai adanya desakan pada pemerintah untuk mengadopsi Undang-Undang Karantina Wilayah juga harus diperhatikan. Arus informasi ini, pemerintah harus mengaturnya, terutama usulan yang tidak hanya mengacu pada satu perundang-undangan saja. Itu sudah menjadi asas. Bahwa seluruh perundangan lain yang terkait harus dipertimbangkan. Jika tidak produk perundangan tersebut bisa dikategorikan cacat hukum.

Setelah menjadi perdebatan dengan tingkat akurasi rakyat dan media menolak rencana “Darurat Sipil”, maka baru kemudian diganti kepada kondisi “Kedaruratan Kesehatan Masyarakat” yang berpijak pada beberapa undang-undang. Inilah contoh komunikasi kurang efektif pemerintah. Mengapa mesti mengundang perdebatan lebih dulu sehingga “Ribut Sana Sini” lalu menutup perdebatan dengan menetapkan sesuai regulasi yang ada: UU Kesehatan, Karantina dan Kebencanaan. Mestinya pemerintah langsung saja. Jadi terlambat seminggu karena berdebat dulu.

Konteks hubungan komunikasi antara pemerintah pusat dan daerah ini penting sekali. Perlu disadari banyak pihak, Covid-19 bukan hanya musuh bangsa Indonesia. Ini adalah musuh global. Bukan saja yang terkena dampaknya sehingga pemerintah pusat harus tegas memberikan arahnya kepada seluruh Gubernur dan Bupati / Walikota se-Indonesia. Jadi cara menghadapinya harus smart, kesiapan dan kesiapsiagaan. Terutama masyarakat kelas menengah dan kelas bawah harus terintegrasi serta simultan saling memberi informasi agar tercipta ketenangan.

Pemerintah mestinya, sedari awal bekerja keras mengantisipasi dengan langkah keputusan disertai pertimbangan komprehensif dan tetap dalam koridor protokol penanganan Covid-19. Langkah-langkah konkrit segera dilakukan dengan pembentukan gugus tugas Covid-19 hingga ke tingkat desa dan dusun. Semua terlibat dan dilibatkan dalam kolaborasi seluruh stakeholders, eksekutif, legislatif dan Yudikatif, Swasta, Media dan seluruh komponen masyarakat.

Pemerintah dan masyarakat harus berkolaborasi, sikap mutualisme simbiosis dan saling memerlukan. Lebih bermakna lagi, pemerintah kembali melengkapi seluruh kebutuhan masyarakat: jaminan pangan, ekonomi, pendapatan, hingga jaminan hidupnya. Karena seyogyanya amanat undang-undang bahwa negara menjamin seluruh hidup rakyat.

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI POLITIK KAMPANYE POLITIK



Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi), yang sebagian besar anggotanya dosen di 30 kota di Indonesia, membuat suatu gerakan melawan hoaks seputar virus corona atau Covid-19. Para dosen mencari dan memproduksi beragam informasi akurat terkait Covid-19, kemudian menuangkannya ke dalam bentuk video dan poster edukatif bagi masyarakat. Koordinator Japelidi Novi Kurnia mengatakan, langkah ini dilakukan untuk mengimbangi banjirnya hoaks yang menyesatkan warga mengenai Covid-19. “Saat pandemi ini, kami membuat konten digital Jaga Diri dan Jaga Keluarga dalam 42 bahasa daerah. Selain bahasa Indonesia dan Mandarin, supaya lebih dekat dengan keseharian masyarakat kita yang majemuk,” tutur Novi dalam keterangan tertulis yang diterima Kompas.com, Jumat (27/3/2020).

Untuk menyebarkan konten berbahasa daerah tersebut, Japelidi bekerja sama dengan berbagai lembaga. Misalnya dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi, Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI) dan Komunitas Berbeda Itu Biasa. Penyebaran konten dilakukan melalui akun Instagram dan Twitter Japelidi. Selain itu disebar melalui akun media sosial dan grup WhatsApp 163 anggota Japelidi.

Informasi dilengkapi pembagian poster digital seperti Jaga diri dan Jaga Keluarga; Perlindungan Data Pribadi dan Sumber Informasi Terpercaya. Selain itu, dilengkapi video tips menemani anak belajar di rumah. “Tanggapan warganet sangat positif. Misalnya, banyak orang atau komunitas meminta kami mengirim file untuk mereka cetak sendiri, lalu membagikannya kepada warga berusia lanjut di sekitar mereka,” ujar Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi Fisipol UGM tersebut.

Bahkan ada yang membuat kampanye itu menjadi spanduk. Sebab masih banyak orang yang tidak mengakses internet dan media sosial, sehingga akses informasi mereka terbatas.

Koordinator Kampanye Japelidi Lawan Hoaks Covid-19, Lestari Nurhajati mengungkapkan, Japelidi juga kampanye dengan membagikan sabun dan hand sanitizer bagi warga yang masih harus bekerja di luar rumah seperti pengendara ojek dan pedagang pasar. Dana untuk ini berasal dari urunan dan donasi anggota Japelidi. Mereka dan warga membagikan selebaran, poster, dan spanduk di tempat-tempat strategis di berbagai daerah. Beberapa daerah di antaranya Jakarta, Yogyakarta, Bali, Salatiga, Semarang, Lamongan, Surabaya, Sukabumi, Bogor, Banjarmasin, NTT, Kutai, NTB, Timika, dan Kabupaten Semarang. “Kami tidak menyangka dukungan warga sebesar ini. Seperti halnya kampanye politik, kampanye kesehatan juga harus dilakukan melalui darat di banyak tempat,” tutur Lestari. Menurut Lestari, masih banyak ruang yang belum terjangkau. Padahal isu pandemi virus corona sangat mendesak.

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI POLITIK LOBI POLITIK



Ketua Umum Partai Golkar Airlangga Hartarto yang juga menjabat sebagai Menteri Koordinator Perekonomian, terus memimpin lobi-lobi terkait RUU Omnibus Law ke sejumlah partai. Airlangga dan jajarannya pun sempat bertemu dengan Ketua Umum Partai Amanat Nasional (PAN) Zulkifli Hasan untuk membahas hal tersebut. Sayangnya pertemuan yang digelar di Kantor DPP Golkar, pada Kamis malam itu, hanya membahas soal hubungan antar partai dan stabilitas politik jelang Pilkada 2020. Tak tersirat dari raut muka kedua politisi besar ini, membahas isu sosial maupun masalah virus corona yang kini dikhawatirkan masyarakat Indonesia.

"Terkait agenda nasional yang diusulkan pemerintah, dalam hal ini Pak Jokowi untuk mendorong Omnibus Law Perpajakan dan Cipta kerja. Kami sepakat ini segera dibahas dan tentu kita carikan jalan keluar terbaik sehingga bisa diselesaikan dalam waktu yang tidak terlalu lama," kata Airlangga kepada wartawan di Kantor DPP Golkar. Safari politik yang dilakukan Airlangga itu dianggap kurang etis, mengingat situasi virus corona di Indonesia saat ini. Di mana telah ada 34 pasien positif COVID-19 dengan satu orang WNA yang dinyatakan meninggal dunia akibat penyakit tersebut. Direktur Eksekutif Indonesia Political Review, Ujang Komarudin pun mengkritisi agenda lobi-lobi politik yang dilakukan oleh Airlangga. Menurutnya pembahas RUU Omnibus Law Cipta Kerja dan Perpajakan bisa ditunda terlebih dulu hingga situasi yang lebih kondusif.

"Sejatinya lobi-lobi Omnibus Law tersebut dihentikan dulu. Karena bangsa ini sedang menghadapi wabah corona," kata Ujang lewat pesan singkatnya kepada VOI, Jumat, 13 Maret. Dia melihat, para politikus ini sedang menunjukkan tabiat yang kurang baik dengan tidak mempedulikan sama sekali kekhawatiran rakyat akan virus corona. Padahal sudah seharusnya pejabat partai sekaligus pembantu presiden, semacam Airlangga bisa berfokus untuk membantu masyarakat dan meringankan kekhawatiran mereka saat ini.

"Jadi tak etis, jika mereka safari politik. Sedangkan masyarakat banyak yang terinfeksi. Bahkan ada yang mati. Harusnya mereka menunjukkan empati pada rakyat untuk membantu warga yang panik karena wabah virus corona," tegas pengamat politik ini. Tabiat yang terkesan mementingkan diri sendiri dan golongannya walaupun ada hal mendesak lainnya yang harus dikerjakan, kata Ujang, tak akan bisa berubah karena memang sudah kebiasaan lazim para politikus.

Dia juga tak menampik, safari politik yang dipimpin oleh Menko Perekonomian yang juga rangkap jabatan sebagai Ketua Umum Partai Golkar ini akan berpengaruh bagi citra pemerintahan Presiden Joko Widodo. Sebab, bukan tak mungkin nantinya publik menilai menteri-menteri ini tak peka terhadap kondisi mereka yang kini sedang khawatir dengan penyebaran COVID-19. Perlu diketahui, beberapa menteri dalam Kabinet Indonesia Maju banyak diisi oleh orang partai. Selain Airlangga, Menkominfo Johnny G Plate juga merupakan Sekjen Partai NasDem, kemudian Menteri Perindustrian Agus Gumiwang yang menjabat sebagai Wakil Ketua Umum Partai Golkar. "Publik akan menilai bahwa para elite hanya ingin senang dan menang sendiri. Rakyat kemudian dibiarkan," tutup Ujang.

CONTOH BENTUK KOMUNIKASI POLITIK LEWAT MEDIA MASSA



Demikian halnya peran media massa, sebagai agen informasi sudah barang tentu tidak henti-hentinya menyampaikan informasi terkait dengan berbagai aspek yang berkaitan dengan pandemi yang sekarang sedang melanda dunia ini.

Dengan demikian, masyarakat menjadi lebih paham terkait dengan perkembangan pandemi virus yang makin mengganas merenggut ribuan jiwa manusia ini. Bahkan, ada beberapa media yang sudah bergerak sebagai penghimpun dana bantuan dari berbagai pihak untuk membantu masyarakat dan juga rumah sakit yang memang membutuhkan banyak biaya.

Selanjutnya, yang tidak kalah penting adalah bagaimana peran besar dari pihak TNI dan Polri yang dengan serius bekerja penuh semangat ikut aktif terlibat dalam

berbagai kegiatan terkait dengan penanganan pandemi virus ini. Mereka (para petugas TNI/Polri) bekerja bahu-membahu, siang malam hampir tanpa henti terjun di tengah masyarakat dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Bahkan, yang harus kita beri apresiasi adalah pengorbanan para dokter dan paramedis yang berjuang bertaruh nyawa demi menyelamatkan para korban pandemi virus corona. Mereka berjuang mempertaruhkan seluruh hidupnya, bahkan tidak sedikit para dokter dan perawat yang menjadi korban meninggal dunia.

Mana Peran Parpol?

Penulis membayangkan seandainya saat ini tidak ada pandemi corona, pada tahun ini adalah tahun politik, yang akan diselenggarakan pilkada serentak di 270 daerah pemilihan.

Seandainya tidak ada pandemi virus corona, kita memasuki masa kampanye yang ingar-bingar penuh dengan perang poster antarkandidat.

Tentu tidak hanya perang poster, kita masih ingat pada saat musim kampanye, ada banyak yang gratis tetapi bukan bantuan, melainkan dari para kandidat yang butuh dukungan politik.

Begitu hebatnya mesin politik memainkan suasana, seketika orang-orang di kampung dibuat heboh kedatangan tim sukses bagi-bagi sembako. Isinya lumayan cukup mengurangi ongkos bulanan, ada beras, gula, garam, minyak goreng, dan lain lain. Supaya lebih afdal, diberi kaus gratis bergambar dan bernomor punggung yang disponsori pasangan calon yang berjanji akan menyejahterakan rakyat.

Saat itulah partai politik berubah wujud bagaikan dewa penyelamat, yang datang dari elite partai tertentu membawa semangat kesejahteraan dan dibumbui semboyan "untuk menyejahterakan rakyat". Itu hanya terjadi pada masa kampanye.

Namun, dalam kondisi genting seperti sekarang ini, ketika rakyat butuh orang-orang yang dahulunya pengobral janji kesejahteraan, semuanya hilang lenyap entah ke mana.

Terlepas dari persoalan politisasi, mestinya ada sikap kepedulian kepada rakyat yang sedang berupaya agar selamat dari kengerian pandemi virus corona.

Pada saat rakyat gamang karena kelangkaan masker dan cairan pembersih tangan, politikus sibuk bahkan mencari kesalahan para pejabat, menteri, bahkan Presiden, hingga perang tagar di Twitter.

Belum lagi, akan ada kondisi lebih buruk lagi setelah jumlah korban pasien positif virus corona dari hari ke hari kian meningkat tajam hingga mencapai ribuan orang.

Saat rakyat butuh masker, tidak mungkin bergantung penuh pada pemerintah yang supersibuk mencegah dan menangani penyebaran virus corona. Pada situasi seperti ini mestinya ada politikus yang sedikit peduli menyiapkan alat pelindung diri, ikut meringankan beban penderitaan rakyat.

Setidaknya mereka mau turun gunung menenangkan rakyat yang panik dan ketakutan menghadapi pandemi corona yang kian mengganas ini.

Bahkan, sampai saat ini hampir sulit ditemukan parpol yang membagi-bagikan masker dan cairan pembersih tangan. Setidaknya meracik cairan pembersih tangan untuk dibagi-bagikan kepada rakyat.

Namun apa daya, beginilah wajah politik kita yang sebenarnya sangat berbeda ketika kampanye atau musim politik.

Dalam kondisi serba tidak karuan, kekhawatiran, dan bahkan kepanikan di mana-mana, arus kritik penanganan dan pencegahan virus makin kuat, justru organisasi yang notabene dekat dengan rakyat tidak menunjukkan eksistensinya.

Jangan bagi-bagi masker, membantu rakyat agar tenang tampak sulit didapatkan. Lain cerita saat masa kampanye, apa pun bisa diberikan selama dipandang sebagai sarana memikat hati rakyat untuk mendulang dukungan.

Lebih ironis lagi, saat genting begini, justru ada tiga menteri yang pantas dikritik karena mengurus parpol saat jam kerja. Ironisnya, menteri-menteri ini malah sibuk mengurus kepentingan parpol di tengah pandemi corona.

Ketiga menteri yang dimaksud adalah Menkominfo, Menko Perekonomian, dan Menteri Perindustrian. Ketiganya terlihat menggelar pertemuan safari politik di Kantor DPP Partai Golkar, Senin (9/3).

Dari definisi dan tujuan serta fungsi dari partai politik, dapat dirumuskan secara umum adalah sebagai mediator antara rakyat dan pemerintah. Begitu pula sebaliknya.

Secara garis besar, partai politik merupakan organisasi yang diciptakan untuk membantu mewujudkan visi pembangunan pada segmen demokrasi dan politik, yang tujuan akhir adalah demi kesejahteraan rakyat.

Di sinilah dituntut adanya tanggung jawab moral parpol kepada rakyat untuk memastikan adil dan makmur benar-benar terwujud. Entah melalui jalur parlemen atau nonparlemen.

Akan tetapi, agak kurang rasanya kalau hanya sibuk bermain pada jalur parlemen melalui kader-kader politikusnyanya tanpa memiliki kepekaan terhadap penderitaan rakyat.

Pemerintah telah menetapkan pandemi virus corona sebagai bencana nasional nonalam. Status kebencanaan ini diperkirakan berlangsung relatif lama sesuai dengan kondisi penanganannya.

Seluruh pemangku kepentingan mestinya terlibat di dalamnya, diberikan tugas sesuai dengan bidang masing-masing.

Bila dibawa dalam konteks pandemi virus corona di Indonesia, narasi ini sangat berkaitan erat sikap peduli terhadap kualitas kesehatan rakyat.

Namun, faktanya parpol justru sibuk memikirkan nasib pemilihan kepala daerah (pilkada) karena pandemi corona dan menunggu skema dari penyelenggara agar pilkada tidak memicu bertambahnya jumlah kasus virus corona.

Kepedulian terhadap pandemi corona adalah soal kemanusiaan yang mestinya menjadi tanggung jawab bersama.

Menghadapi situasi itu, bila berpikir oportunistis dan praktis, kemudian parpol mau bagi-bagi masker, cairan pembersih tangan, atau sarung tangan (alat pelindung diri/APD), sangat menguntungkan parpol yang bersangkutan agar tetap mendapat kepercayaan rakyat di tengah pandemi, mengingat keadaan ini belum bisa diprediksi kapan akan berakhir.

Bayangkan, andaikata semua parpol berlomba-lomba membagikan masker, cairan pembersih tangan, dan keperluan lain terkait dengan pandemi virus corona kepada rakyat, sisi keuntungannya adalah mampu menjaga hasrat rakyat berpolitik agar tetap stabil.

Maka, potensi munculnya stigma parpol hanya hadir menjelang pilkada, reses atau kunjungan kerja sangat sedikit. Pada saat bersamaan, parpol akan lebih dikenal oleh rakyat karena kepeduliannya, bukan hanya peduli ketika masa-masa kampanye.

Nama : Moch Novian Fachri

Nim: 19191006p

Mata kuliah : Komunikasi Politik

Contoh Komunikasi Politik terkait covid-19 yaitu pidato Presiden Joko Widodo melalui akun youtube Sekretariat Presiden:

Saya terus mengikuti perkembangan situasi terkait dengan Covid-19 dari waktu ke waktu dan terus memberikan perintah-perintah yang terukur agar kita bisa menghambat penyebaran virus Covid-19 dan tidak memperburuk dampak ekonomi yang bisa mempersulit kehidupan masyarakat.

Oleh karena itu semua kebijakan baik kebijakan pemerintah pusat maupun kebijakan pemerintah daerah akan dan harus ditelaah secara mendalam agar efektif menyelesaikan masalah dan tidak semakin memperburuk keadaan.

Perlu saya tegaskan yang pertama bahwa kebijakan lockdown baik di tingkat nasional maupun di tingkat daerah adalah kebijakan pemerintah pusat, kebijakan ini tidak boleh diambil oleh pemerintah daerah dan sampai saat ini tidak ada kita berpikiran ke arah kebijakan lockdown.

Sekarang ini yang paling penting yang perlu dilakukan adalah bagaimana kita mengurangi mobilitas orang dari satu tempat ke tempat lain menjaga jarak dan mengurangi kerumunan orang yang membawa risiko lebih besar pada penyebaran Covid-19.

Kebijakan belajar dari rumah, bekerja dari rumah, dan beribadah di rumah perlu untuk terus kita gencarkan untuk mengurangi tingkat penyebaran Covid-19 dengan tetap mempertahankan pelayanan kepada masyarakat baik itu urusan

kebutuhan pokok, layanan kesehatan, dan layanan-layanan publik lainnya. Transportasi publik tetap harus disediakan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dengan catatan meningkatkan tingkat kebersihan moda transportasi tersebut baik itu kereta api, bus kota, MRT, LRT, bus Trans, yang penting bisa mengurangi tingkat kerumuman, mengurangi antrean, dan mengurangi tingkat kepadatan orang di dalam moda transportasi tersebut sehingga kita bisa menjaga jarak satu dengan yang lainnya.

Yang kedua, semua kebijakan besar di tingkat daerah terkait dengan Covid-19 harus dibahas terlebih dahulu dengan pemerintah pusat. Untuk mempermudah komunikasi saya minta kepada daerah untuk berkonsultasi dengan kementerian terkait dan satgas Covid-19.

Yang ketiga, untuk menghindari kesimpangsiuran informasi yang disampaikan kepada publik saya juga minta agar Satgas Covid-19 menjadi satu-satunya rujukan informasi kepada masyarakat.

Terakhir, saya mengajak untuk cuci tangan yang bersih, tetap belajar, tetap bekerja, dan tetap beribadah.

Solidaritas masyarakat adalah modal sosial kita yang penting untuk menggerakkan kita bersama-sama melawan Covid-19 ini.

Nama : Mohammad Iqbal Alrisandi

Nim : 181910065

Kelas : IK4A

1. Retorika

Retorika adalah sebuah teknik pembujuk-rayuan secara persuasi untuk menghasilkan bujukan dengan melalui karakter pembicara, emosional atau argumen. Sebagai contoh, Pengamat kebijakan publik, Jerry Massie menyatakan, meski WHO telah menetapkan status pandemi, namun tindakan pemerintah Indonesia dalam menangani penyebaran virus ini dinilai masih lemah dan terlalu banyak retorika.

“Kecepatan harus dikedepankan, jangan banyak bicara dan argumen tapi tindakan perlu cepat apalagi sudah 114 negara yang sudah terkena epidemi corona,”

Jerry menyarankan pemerintah agar jangan bersikap apriori dan apatis serta jangan menunggu banyak korban baru bertindak.

2. Agitasi Politik

Agitasi. Agitasi memfokuskan diri kepada kelompok-kelompok kecil. Bisa dibilang lebih ke *specific group*. Dan didalam spesifik grup ini, tujuan mereka adalah membahas isu-isu tertentu yang berkaitan dengan kelompok mereka sendiri. Contohnya, gerakan menolak lockdown yang mana lockdown sendiri banyak memberikan beberapa dampak buruk bagi masyarakat, yaitu Dampak *Lockdown* bagi Masyarakat

Logikanya, *lockdown* memang dapat menurunkan angka penyebaran virus Corona karena membatasi mobilitas penduduk dan mencegah berkumpulnya masyarakat.

Namun, di sisi lain, kebijakan ini juga berisiko menimbulkan beberapa dampak bagi masyarakat, yakni:

Dampak psikologis

Dengan diberlakukannya *lockdown*, masyarakat berisiko mengalami ketakutan, kecemasan, dan kesepian karena merasa terasing dari lingkungan sosialnya. Hal-hal tersebut dapat memicu terjadinya gangguan kesehatan mental.

Menurut beberapa penelitian, segala bentuk pembatasan fisik dapat meningkatkan risiko terjadinya masalah psikologis, seperti stres, kecemasan, rasa takut, dan kesepian.

Jika hal ini terjadi, orang-orang yang mengalami masalah psikologis tersebut dapat mengalami penurunan daya tahan tubuh, sehingga justru rentan sakit.

Dampak ekonomi

Kebijakan *lockdown* juga akan sangat berdampak pada perekonomian masyarakat dan negara. Karena tidak dapat keluar rumah, banyak warga yang kesulitan mencari nafkah. Hal ini tentu akan lebih dirasakan oleh orang-orang yang tidak dapat bekerja dari rumah.

Darurat sipil

Menurut peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 23 Tahun 1959 tentang Keadaan Bahaya, darurat sipil didefinisikan sebagai status ketika keamanan atau ketertiban hukum di seluruh wilayah atau sebagian wilayah Republik Indonesia terancam oleh pemberontakan, kerusuhan, atau terkena bencana.

Dalam kasus ini, opsi diberlakukannya darurat sipil oleh pemerintah berkaitan dengan wabah COVID-19 akibat virus Corona.

” maka dari itu ada beberapa golongan yang membuat suatu gerakan yang bertujuan untuk menolak lockdown”

3. Propaganda

Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar. Sebagai contoh “**gerakan satu cara**” yang diluncurkan oleh Andi Rianto yaitu konser penggalangan dan yang melibatkan 38 musisi Indonesia yang bertujuan untuk menghibur, mengajak masyarakat saling membantu sesama atau saling berdonasi untuk menyediakan alat pelindung diri APD dan makanan bergizi untuk para tenaga medis dan kebutuhan pokok bagi masyarakat kecil untuk memenuhi kebutuhannya selama 14 hari.

4. Public Relation

Komunikasi memegang peranan penting dalam dalam menghadapi ekspansi virus corona secara rasional. Hal ini sangat menentukan menjadikan momentum agar bangsa ini tangguh untuk menghadapi musuh yang sangat berbahaya itu. Komunikasi yang baik dan efektif

Penting untuk menangkai kesimpangsiuran berita tentang covid-19 baik yang disengaja ataupun tidak. Sayangnya komunikasi yang dilakukan sebagian dari aparat pemerintah masih menuai kritik. Pengumuman dua warganya oleh pejabat yang positif terjangkit corona menuai kritik.

5. Kampanye Politik

Adaptasi strategi politik terkait pandemic pernah terjadi setelah flu spanyol 1918. Ketika Warren Harding di partai Republik memenangkan pemilu presiden 1920 walaupun tetap berada dirumahnya di Ohio, sementara ratusan ribu pemilih berkerumunan memadati halaman depan untuk mendengarnya berpidato.

Jika kebijakan untuk tidak berada dalam kerumunan besar tetap berlaku, maka penungutan suara November nanti mungkin membingungkan.

6. Lobby Politik

Sebagai contoh, pada lobby politik kurang lebih seperti kasus nomor 2 dimana Menteri Yosanna mengajukan pembebasan narapidana korupsi dimana seperti ada kepentingan pribadi dan kelompok didalamnya terlihat dari para koruptor yang akan dibebaskan pernah berada di jajaran pemerintah pusat atau pejabat penting Negara.

7. Lewat Media Massa

Sudah tidak asing untuk didengar, media massa sudah menjadi asupan kita sehari-hari dalam mencari sebuah informasi, terkhusus wabah corona yang sekarang sedang gejar diperbincangkan, media massa juga dapat memberikan sebuah pengumuman, berita update terkini tentang data pasien corona dan juga cara antisipasi yang dapat kita lakukan dalam pencegahan virus tersebut.

Nama : Muhammad Renaldi

Nim : 181910063

Mata Kuliah : Komunikasi Politik



TUGAS :

Terdapat tujuh bentuk komunikasi politik. Silakan saudara memberikan contoh dari bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic corona -19

Dari Segi

1. Rektorika
Dalam hal ini retorika memiliki fungsi bagaimana pendengar yakin kebenaran gagasan hal yang dibicarakan pembicara. Contohnya penyebaran informasi korban corona (covid-19) dengan menyertakan data.
2. Agitesi Politik
Contohnya : Pertentangan dalam Masyarakat dalam hal jenazah korban corona (covid-19) yang akan dikebumikan.
3. Propaganda
Contohnya : Dr. Tirta mengajak pada seluruh influencer untuk menjual salah satu kendaraan mereka untuk mensukseskan pencegahan covid-19.
4. Public Relations (Pr) Politics
contohnya : baik masyarakat ataupun golongan tertentu saling menjelaskan dan mengingatkan tentang dan penerapan pada PHBS.
5. Kampanye Politik
Contohnya : Pemerintah memberitakan tentang wajib menggunakan masker jika keluar rumah, apabila melanggar akan dikenakan sanksi.
6. Lobi Politik
Contohnya : salah seorang melobi penegak hukum (polisi) saat hendak diberikan pushup terkait nongkrong saat masa social distancing.
7. Lewat Media Massa
Contohnya : masyarakat yang mudik wajib melaporkan kepada pihak berwajib agar didata guna pencegahan virus corona(covid-19).

Nama : Muhammad Robiullah

NIM : 181910060

Bentuk Komunikasi Politik Terkait dengan Pandemic Covid-19

1. Retrorika

Pandemi Covid-19 membuat pemerintah menginstruksikan rakyat Indonesia untuk *Stay at Home* atau dirumah saja. Namun untuk rakyat kecil / rakyat miskin, yang berdagang, dagangan nya sepi, yang ojek online, orderan dari penumpang juga sepi. Sungguh kerugian untuk rakyat miskin.

2. Agitasi Politik

Namun banyak juga influencer atau selebgram di Indonesia mendukung gerakan *Stay at Home* ini. Mereka juga memberi tahu bahaya dari covid 19 ini, namun banyak juga dari mereka yang menggerakkan donasi melawan corona itu sendiri yang uang hasil donasi bertujuan untuk membantu tenaga medis yang kekurangan APD.

3. Propaganda

Teori konspirasinya, virus corona ini berasal dari Russia dan China yang berkerja sama untuk menghancurkan tatanan dari berbagai Negara. Namun sudah jadi rahasia umum bahwa virus corona ini memang berasal dari China, namun masih banyak yang penasaran, apakah sebenarnya virus corona ini adalah senjata biologis yang sengaja di buat ?

4. Public Relation

Indonesia bekerja sama dengan Negara lain untuk melawan virus corona ini sendiri. Indonesia baru memesan obat anti corona dari china untuk membasmi virus covid 19 ini.

5. Kampanye Politik

Di Indonesi sudah lewat masa kampanye politik, namun di Negara Amerika Serikat, Strategi kampanye di ubah dalam Pilpres AS 2020

6. Lobi Politik

Ditengah wabah covid-19 ini, Mentri Hukum dan HAM berencana akan membebaskan NAPI, dan yang paling di dahulukan adalah NAPI Koruptor, namun yang terjadi sekarang NAPI Koruptor tidak jadi dibebaskan, melainkan NAPI Pidana umum saja yang dibebaskan. Namun banyak NAPI yang telah bebas berulah lagi.

7. Lewat Media Massa

Media, selalu membesar-besarkan berita, sehingga berita yang selalu ditampilkan membuat rakyat ketakutan, sampai memborong semua hand sanitizer, masker, bahkan kebutuhan pokok seperti gula juga di borong, dan membuat langkah barang tersebut, sehingga barang yang dibutuhkan menjadi mahal sekali karena barang ini sudah langka.

Nama : Muhammad Sauky

NIM : 181910067

Tujuh Bentuk Komunikasi Beserta Contohnya

1. REKTORIKA

Contohnya adalah bagaimana situasi Covid-19 dapat mempengaruhi perekonomian global?

2. AGITASI POLITIK

Contohnya adalah situasi Covid-19 ini dijadikan peluang oleh gerakan radikalisme untuk membangun ketidakpercayaan publik kepada pemerintah dengan menebar berita-berita hoax terkait gagalnya negara dalam menangani Covid-19.

3. PROPAGANDA

Contohnya adalah teori kemunculan Covid-19. Presiden Rusia Vladimir Putin dituduh mengeluarkan propaganda yang menyatakan virus tersebut adalah senjata dari kekuatan barat. Sementara China dan Rusia sama-sama dituduh Uni Eropa dalam menyebarkan informasi yang salah terkait virus baru ini. Penulis studi tersebut, Sergey Sukhankin menyebut tujuan Putin adalah untuk menggeser kekuatan Barat.

4. PUBLIC RELATIONS (PR) POLITICS

Contohnya adalah konferensi-konferensi pers yang dilakukan Presiden Joko Widodo dalam menyampaikan kebijakan pemerintah dalam menangani Covid-19. Salah satunya yaitu dalam konferensi pers melalui video conference dari Istana Kepresidenan Bogor, Presiden Joko Widodo mengatakan akan menggratiskan tarif listrik 450 VA selama tiga bulan atau sejak April, Mei, dan Juni 2020, sedangkan untuk listrik 900 VA akan dipangkas 50% tarifnya.

5. KAMPANYE POLITIK

Contohnya adalah sebuah kompleks di Sidoarjo, Jawa Timur didatangi beberapa petugas desinfektan yang meminta izin untuk menyemprotkan cairan antivirus untuk

meminimalisir penyebaran virus corona (Covid-19). Namun setelah di cermati melihat sebuah foto pria sedang tersenyum yang terpampang jelas di bodi mobil petugas barulah mengerti bahwa ini bukanlah program dari pemda. Melainkan program dari salah satu calon bupati di daerah tersebut dalam rangka menuju pilkada 2020.

6. LOBI POLITIK

Contohnya adalah Amerika Serikat (AS) melakukan lobi politik dengan Korea Utara dengan menawarkan bantuan untuk memerangi virus corona.

7. LEWAT MEDIA MASSA

Contohnya adalah informasi-informasi dan pemberitaan tentang Covid-19 yang ada di televisi, radio, surat kabar, media sosial, dan lain sebagainya.

Nama : Novalina Mursese

NIM : 181910010

Kelas : IK4A

a. Retorika, berasal dari bahasa Yunani – *rhetorica*, yang berarti seni berbicara, awalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat kegiatan antarpersona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak. Ada tiga jenis retorika menurut Aristoteles dalam karyanya *Retorika*, (a) retorika diliberatif yaitu dirancang untuk mempengaruhi khalayak dalam kebijakan pemerintah, yang difokuskan pada keuntungan atau kerugian jika sebuah kebijakan diputuskan atau dilaksanakan; (b) retorika forensic, yang berkaitan dengan keputusan pengadilan; (c) retorika demonstrative, yang mengembangkan wacana yang dapat memuji atau menghujat.

Contohnya dalam kasus pandemi Covid-19 adalah Pemberitahuan pemerintah berupa himbauan kepada khalayak atau masyarakat untuk menaati aturan yang telah ditetapkan pemerintah agar dipatuhi atau di turuti oleh masyarakat.

b. Agitasi Politik, dari bahasa *Agitare* artinya bergerak atau menggerakkan, dalam bahasa Inggris *agitation*. Menurut Harbert Blumer agitasi beroperasi untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak. Dimulai dengan cara membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan) dengan tujuan menimbulkan kegelisahan dikalangan massa. Orang yang melakukan agitasi disebut agitator yang oleh Nepheus Smith disebut sebagai orang yang berusaha menimbulkan ketidakpuasan, kegelisahan atau pemberontakan orang lain. Ada agitator yang sikapnya selalu gelisah dan agresif, ada juga yang lebih tenang, cenderung pendiam tetapi mampu menggerakkan khalayak dengan ucapan dan tulisannya.

Contohnya dalam kasus Covid-19 adalah adanya pernyataan pemerintah ataupun media yang menyiarkan informasi mengenai covid-19 namun dengan menyajikan berita yang justru membuat gelisah masyarakat atau menambah ketakutan yang dirasakan masyarakat.

c. Propaganda, berasal dari kata latin *propagare* (menanamkan tunas suatu tanaman) yang pada awalnya sebagai bentuk kegiatan penyebaran agama khatolik pada tahun 1822 Paus Gregorius XV membentuk suatu komisi cardinal yang bernama *Congregatio de Propaganda Fide* untuk menumbuhkan keimanan kristiani diantara bangsa-bangsa. Propagandis adalah orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar, biasanya dilakukan politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam melakukan sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti, di negara demokratis menurut W.Dobb dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti. Sedangkan Harbert Blumer, suatu kampanye politik dengan sengaja mengajak, mempengaruhi guna menerima suatu pandanganm sentiment atau nilai.

Contohnya dalam kasus covid-19 adalah banyaknya pernyataan konspirasi mengenai asal mula covid-19 ada yang mengatakan bahwa covid1-19 merupakan virus yang sengaja diciptakan oleh Cina ada pula pernyataan bahwa virus ini dibawa oleh Amerika kepada Cina. Hal tersebut dianggap oleh khalayak merupakan suatu kebenaran yang kemudian dipercayai.

d. *Public Relations (PR) Politics*, yang tumbuh pesat di Amerika Serikat setelah Perang Dunia II, sebagai suatu upaya alternative dalam mengimbangi propaganda yang dianggap membahayakan kehidupan sosial dan politik, presiden Theodore Rossevelt (1945) mendeklarasikan pemerintahan sebagai *square deals* (jujur dan terbuka) dalam melakukan hubungan dengan masyarakat dan menjalin hubungan timbal balik secara rasional. Sehingga tujuannya untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, professional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader,simpatian, masyarakat umum).

Contohnya dalam kasus covid-19 adalah bahwa dalam kondisi seperti pemerintah melalui media berusaha untuk menyatukan masyarakat dalam menghadapi virus covid-19,menumbuhkan rasa percaya masyarakat kepada pemerintah dan pemerintah pun bersikap terbuka kepada masyarakat tentang perkembangan informasi covid-19.

e. Kampanye Politik, adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih. Menurut Rogers dan Storey (1987) (dalam Venus, 2004:7),

merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu, sehingga berbeda dengan propaganda, dimana kampanye cirinya sumber yang melakukannya selalu jelas, waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi, sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak, tujuannya tegas, variatif serta spesifik, modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi, modus tindakannya diatur kaidah dan kode etik, sifat kepentingan mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

Contohnya: Bisa saja virus covid-19 ini merupakan kampanye politik yang sengaja dilakukan dengan tujuan tertentu.

f. Lobi Politik, istilah lobi sendiri sesungguhnya tempat para tamu menunggu untuk berbincang-bincang di hotel, karena yang hadir para politikus yang melakukan pembicaraan politik (*political lobbying*) terjadi dialog dengan tatap muka (komunikasi antarpersonal) secara informal namun penting. Karena hasil lobi itu biasanya ada kesepakatan dan kesepahaman yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat atau sidang politik yang akan menghasilkan keputusan dan sikap politik tertentu. Dalam lobi politik pengaruh dari pribadi seorang politikus sangat berpengaruh seperti kompetensinya, penguasaan masalah dan charisma. Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan consensus.

Contohnya: Pertemuan antara petinggi-petinggi negara dalam suatu forum dalam penyelesaian masalah covid-19

g. Lewat Media Massa, menurut MacLuhan sebagai perluasan panca indra manusia (*sense extension theory*) dan sebagai media pesan (*the medium in the message*) dalam hal ini pesan politik untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan-otoritas, membentuk dan merubah opini public atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

Contohnya dalam kasus covid-19 adalah penyebaran informasi tentang covid-19 di media-media massa dengan tujuan agar khalayak mengetahui dan mengikuti perkembangan virus covid-19.

Nama : Okta Riadi

Kelas : IK4A

Nim :181910021

Penyampaian pesan politik wabah corona dalam :

1.Retorika

Berdasarkan pemikiran Foucauldian, *power* dan *knowledge* memiliki hubungan yang saling memberi arti. Seseorang yang memiliki *power* dapat membentuk *knowledge* – seperti kebenaran yang diyakini – di masyarakat. Begitu juga sebaliknya, *knowledge* dapat memberikan *power* pada pemilik pengetahuan.

Mungkin, dengan membuat informasi dan pengetahuan menjadi eksklusif, pemerintah pusat berupaya untuk menjaga *power* yang dimilikinya. Hal inilah yang disebut-sebut dilakukan oleh pemerintahan Xi Jinping di Tiongkok.

Dalam mengatasi penyebaran Covid-19, Xi disebut berupaya untuk menutupi informasi penularan. Pemerintah Tiongkok juga dikabarkan semakin **memusatkan kekuatan** dan kontrol dalam merespons penyakit ini.

Dan pemerintahan Indonesia berupaya menerapkan cara yang sama agar mempertahankan *power* kekuasaan yang ada.

2.Agitas

Di tengah mewabahnya virus yang mematikan yaitu covid-19 adanya agitasi politik yang dilakukan oleh salah satu menteri hukum dan HAM Yosiana Laoly yang menuai kontroversi dimana menteri hukum dan HAM mengusulkan pembebasan narapidana korupsi dan narkoba ditengah pembatasan gerak masyarakat.

Berdasarkan catatan Indonesia Corruption Watch (ICW), napi korupsi yang berpotensi dibebaskan akibat revisi PP No.99 tahun 2012 antara lain:

- Oce Kaligis, pengacara yang menyuap Ketua Pengadilan Tata Usaha Negara
- Siti Fadilah Supari, mantan menteri kesehatan

Napi korupsi besar lainnya seperti politikus Setya Novanto, Patrialis Akbar, dan Jero Wacik berusia di atas 60 tahun namun belum menjalani dua pertiga masa pidananya.

Aktivis anti-korupsi mengecam usul Yasonna tersebut.

"Tidak tepat logika Kemenkumham, dengan dalih virus corona, mengharuskan napi korupsi untuk bebas dengan syarat-syarat tertentu. Semua [koruptor] tidak pantas bebas, berapapun usianya," kata Kurnia Ramadhana, peneliti ICW.

"Yang pertama, misalnya, seringkali terjadi di lapas-lapas itu napi korupsi dapat keistimewaan khusus, bahkan selnya lebih besar dibanding napi yang lainnya. Mereka tinggal saja di lapas yang justru lebih aman buat mereka [ketimbang dibebaskan]."

ICW juga mengkritik Menkumham Yasonna Laoly lantaran ini bukan pertama kalinya ia mengusulkan revisi PP No.99 tahun 2012.

Sehingga membuat masyarakat menjadi geram dan melakukan gerakan secara online ataupun melalui **TAGAR** di media social akibat pembatasan gerak masyarakat.

3.propaganda

Dalam penyebaran wabah covid-19 yang telah menyebar cepat di berbagai negara di penjuru dunia. Seharusnya dari awal pemberitaan tersebut ke berbagai negara, Indonesia sendiri harus bersiap-siap dengan segala bentuk antisipasi dari virus tersebut bukan malah menyepelekan sehingga mengakibatkan dampaknya mejadi serius seperti sekarang ini. Pemerintah dapat dikatakan lamban dalam penanganan kasus virus corona ini.

Dengan memunculkan tagar #dirumahaja yang terus menerus di gaungkan oleh pemerintah kepada seluruh masyarakat Indonesia sebagai jawaban guna memutus rantai penularan covid-19 membuat masyarakat Indonesia mengisolasi diri di rumah.

Dan tidak sedikit juga yang melanggar hal tersebut di karenakan kebutuhan, propaganda yang di munculkan di Indonesia bukan hanya berlaku di Indonesia saja tetapi di seluruh negara yan terjangkit wabah covid-19.

4.Public Relations

KOMUNIKASI memegang peranan penting dalam menghadapi ekspansi virus korona (covid-19) secara rasional. Hal ini sangat menentukan menjadikan momentum agar bangsa ini tangguh untuk menghadapi musuh yang sangat berbahaya itu. Komunikasi yang baik dan efektif penting untuk menangkal kesimpangsiuran berita tentang covid-19 baik yang disengaja ataupun tidak.

Sayangnya komunikasi yang dilakukan sebagian dari aparat pemerintah masih menuai kritik. Pengumuman dua warganya oleh pejabat positif terjangkit virus korona menuai kritik yang dilayangkan Kelompok Pembela Kebebasan Berekspresi Asia Tenggara (SAFEnet) dan mendapat sambutan dari warganet.

Kementerian Kesehatan (Kemenkes) meminta pemerintah daerah (pemda) tidak sembarangan menyebarkan informasi terkait covid-19 (virus korona). Informasi menjadi kewenangan medis untuk mengumumkan, bukan diumumkan orang lain. Tujuannya agar tidak terjadi bias informasi. Komunikasi pemerintahan menjadi penentu bagi ketangguhan bangsa dalam menghadapi serangan korona.

Pr mendaji garda terdepan dalam memberikan sebuah berita valid yang dapat di percaya oleh masyarakat dan sehingga tidak terjadi kegaduhan dan kecemasan di masyarakat dan seiring banyak berkembangnya berita HOAX.

5.Kampanye Politik

Adaptasi strategi politik terkait pandemi pernah terjadi setelah Flu Spanyol 1918, ketika Warren Harding dari Partai Republik memenangkan pemilu presiden 1920 walaupun tetap

berada di rumahnya di Ohio, sementara ratusan ribu pemilih berjubel memadati halaman depan untuk mendengarnya berpidato.

Jika kebijakan untuk tidak berada dalam kerumunan besar tetap berlaku, maka pemungutan suara November nanti mungkin membingungkan.

"Hanya ada empat negara bagian di Amerika yang melangsungkan seluruh pemilu lewat pos, yang berarti ada 46 negara bagian lain yang memiliki jumlah penduduk signifikan tetapi pemilihnya tidak terbiasa mengirim suara lewat pos," kata Jacob.

Kebiasaan seperti pergi ke TPS, berjabat tangan, mencium bayi, dan swafoto dengan kandidat kemungkinan tidak akan terjadi karena wabah COVID-19 ini.

6. Lobby Politik

Pada lobby politik kurang lebih seperti kasus nomor 2 dimana menteri yosanna mengajukan pembebasan narapidana korupsi di mana seperti ada kepentingan pribadi dan kelompok di dalamnya terlihat dari para karuptor yang akan di bebaskan pernah berada di jajaran pemerintahan pusat atau pejabat penting negara.

7. Lewat Media Massa

Pada kasus ini juga hampir sama pada kasus nomor 3(propaganda) dimana media massa sangat berperan dalam mempengaruhi masyarakat dalam pandemic corona ini. Dan media massa berperan sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah kepada masyarakat Indonesia.

Nama : Regita Dita Rifanni
Nim : 181910018
Kelas : IK4A
MK : Komunikasi Politik

Soal :

terdapat tujuh bentuk komunikasi politik silakan saudara memberikan contoh - dari bentuk komunikasi politik terkait dengan pandemic corona -19

Dari segi

1. Rektorika
2. Agitesi POLitik
3. propaganda
4. Public Reletions (PR) politics
5. kampanye politik
6. Lobi politik
7. Lewat Media Massa

Jawab :

1. Rektorika

Retorika, berasal dari bahasa Yunani – rhetorica, yang berarti seni berbicara, awalnya digunakan dalam perdebatan-perdebatan di ruang sidang pengadilan untuk saling mempengaruhi sehingga bersifar kegiatan antarpersona. Kemudian berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak.

Contoh terkait covid-19 :

Retorika berkembang menjadi kegiatan komunikasi massa berpidato di depan khalayak di tengah wabah covid-19 seperti Gubernur pemerintahan untuk penanganan Covid-19 ini Bapak Achard Yurianto menyatakan kebijaksanaan untuk melakukan pemberantasan skala besar yang bertujuan memutus rantai penularan virus corona, berpidato tentang bahaya corona, beberapa masyarakat yang sudah terkena kasus covid-19 ini, cara memutuskan rantai covid 19 dll.

2. Agitasi Politik

Agitasi Politik, dari bahasa Agitare artinya bergerak atau menggerakkan, dalam bahasa Inggris agitation. Menurut Harbert Blumer agitasi beroperasi untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak.

Contoh terkait covid-19 :

Contohnya menggerakkan masyarakat dan menyadarkan masyarakat akan bahayanya wabah covid-19 ini, menggerakkan masyarakat untuk tetap di rumah saja, mencuci tangan menggunakan sabun, tidak berpergian, menjaga jarak dan sebagainya hal itu di sebutkan dengan lisan maupun tertulis dan membuat masyarakat terangsang dan melakukan tindakan tersebut agar terhindar dari virus covid-19 ini.

3. Propaganda

orang yang melakukan propaganda yang mampu menjangkau khalayak kolektif lebih besar, biasanya dilakukan politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam melakukan sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti, di negara demokratis menurut W.Dobb dipahami sebagai suatu usaha individu atau kelompok yang berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan menggunakan sugesti. Sedangkan Harbert Blumer, suatu kampanye politik dengan sengaja mengajak, mempengaruhi guna menerima suatu pandanganm sentiment atau nilai.

Contoh terkait covid-19 :

Ccontoh salah satu tokoh masyarakat gubernur kita bapak herman deru melaukan sugesti kepada khalayak individu atau kelompok untuk mengajak seluruh masyarakat kota Palembang setiap berpergian menggunakan masker,tanpa kita sadari kita setiap berpergian pada saat wabah covid-19 ini kita menggunakan masker dengan tak sengaja itu sudah mempengaruhi dan dapat di terima masyarakat.

4. Public Relation Politics

mendeklarasikan pemerintahan sebagai square deals (jujur dan terbuka) dalam melakukan hubungan dengan masyarakat dan menjalin hubungan timbal balik secara rasional. Sehingga tujuannya untuk menciptakan hubungan saling percaya, harmonis, terbuka atau akomodatif antara politikus, professional atau aktivis (komunikator) dengan khalayak (kader, simpatisan, masyarakat umum).

Contoh terkait covid-19 :

Pemerintah memberikan arahan dan kabar beberapa kasus yang sudah positif, penagannya seperti apa, sudah adakah yang positif, berapa banyak kasus yang sudah tersembuhkan maka dengan begitu pemerintah menjalin hubungan yang rasional dengan masyarakat untuk tetap berhati-hati dan tetap di rumah saja.

5. Kampanye Politik

tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu, sehingga berbeda dengan propaganda, dimana kampanye cirinya sumber yang melakukannya selalu jelas, waktu pelaksanaan terikat dan dibatasi, sifat gagasan terbuka untuk diperdebatkan khalayak, tujuannya tegas, variatif serta spesifik, modus penerimaan pesan sukarela dan persuasi, modus tindakannya diatur kaidah dan ode etikanya, sifat kepentingan mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

Contoh terkait covid-19 :

Menciptakan efek kepada khalayak dan dilakukan secara kurun waktu tertentu contohnya pada saat ini pemerintah mengeluarkan kampanye tentang kedisiplinan social distancing tujuannya jelas dan spesifik dan mempunyai kepentingan untuk kedua belah pihak .

6. Lobi politik

Lobi politik adalah gelanggang terpenting bagi pembicaraan para politikus atau kader politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan consensus.

Contoh terkait covid-19 :

Terkait kasus corona menteri kesehatan erawan agus putramto mengatakan pemerintah indonesia membuka opsi untuk melakukan negosiasi untuk melobi pemerintah arab saudi terkait keputusan penghentian sementara umrah.

7. Lewat media massa

untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan-otoritas, membetuk dan merubah opini public atau dukungan serta citra politik, untuk khalayak yang lebih luas atau yang tidak bisa terjangkau oleh bentuk komunikasi yang lain.

Contoh terkait covid-19 :

Lewat media massa pemerintah sudah banyak menghimbau melalui poster, influencer dan beberapa tokoh politik telah melakukan galang dana untuk tenaga medis, membuat poster ayo dirumah saja dan memberi tau beberapa banyak kasus positif di indoonesia sehingga cakupan komunikasinya luas dan bisa terjangkau oleh seluruh lapisan msyarakat.