

ANALISIS KEGIATAN *PUBLIC RELATION* PEMERINTAH DESA CIMANGGU DALAM MENANGGULANGI PANDEMI COVID-19

PENULIS

¹⁾Retno Dyah Kusumastuti, ²⁾Siti Maryam, ³⁾Ana Kuswanti,
⁴⁾Airlangga Surya Kusuma

ABSTRAK

Kegiatan *public relation* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk melindungi masyarakat dari bahaya pandemi Covid-19, termasuk pemerintah desa. Fokus dari penelitian ini adalah mengenai kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19. Fenomena ini dikaji karena kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh pemerintah desa juga memiliki peran penting dalam mengatasi pandemi Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan lebih lanjut mengenai kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam menanggulangi pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara dan kajian literatur. Metode analisis data yang digunakan yaitu reduksi, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Hasil penelitian menemukan bahwa Pemerintah Desa Cimanggu menerapkan bauran jenis-jenis komunikasi tertentu pada kegiatan *public relation* dalam menanggulangi pandemi Covid-19, yaitu komunikasi diseminasi, komunikasi melalui *opinion leader*, komunikasi interpersonal, dan komunikasi visual.

Kata Kunci

Kegiatan *Public Relation*, Bauran Komunikasi, Pandemi Covid-19

ABSTRACT

Public relation activities are one of the activities carried out by the government to protect the society from the dangers of the Covid-19 pandemic, including the village government itself. This research focus on the public relation activities of the Cimanggu Village Government in the context of handling the Covid-19 pandemic crisis. This phenomenon is studied because public relation activities by the village government also has an important role in overcoming the Covid-19 pandemic in Indonesia. This study aims to describe further about the public relation activities of the Cimanggu Village Government to overcome the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative descriptive research approach. The data used are primary data and secondary data. Data collection techniques that were used are interviews and literature review. The data were analysed through several steps, namely reduction, data presentation, conclusions withdrawal, and verification. The results of this study is that the Cimanggu Village Government implemented a communication mix of certain types of communication in public relation activities in overcoming the Covid-19 pandemic, namely dissemination communication, communication through opinion leaders, interpersonal communication, and visual communication.

Keywords

Public Relation Activity, Communication Mix, Covid-19 Pandemic

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

¹⁻⁴⁾Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
¹⁻⁴⁾Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
¹⁻⁴⁾Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Retno Dyah Kusumastuti
retnodyah@upnvj.ac.id

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Coronavirus merupakan kelompok virus yang menyebabkan sejumlah penyakit, baik ringan maupun berat. Terdapat dua jenis coronavirus yang menimbulkan penyakit yang dapat mematikan, yaitu *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Coronavirus merupakan virus zoonosis (ditransmisikan dari hewan ke manusia) sekaligus anthroponosis (ditransmisikan dari manusia ke manusia). MERS sendiri awalnya ditularkan dari unta ke manusia, sedangkan SARS ditularkan dari kelelawar dan musang ke manusia (Disemadi & Shaleh, 2020; Susiati, dkk, 2021). Pada November 2019 di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Republik Rakyat Tiongkok (RRT), untuk pertama kalinya muncul penyakit Covid-19 yang ditimbulkan oleh salah satu jenis coronavirus baru, yaitu *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* (SARS-CoV-2) (Hidayat, dkk., 2020). Istilah Covid-19 merupakan singkatan dari coronavirus disease dan tahun 2019. Penyakit ini memiliki masa inkubasi sekitar 5 - 6 hari. Masa inkubasi Covid-19 juga dapat mencapai hingga 14 hari (Sugiyarto, 2020). Penyakit Covid-19 memiliki sejumlah gejala, seperti demam, pilek, batuk kering, dan sakit tenggorokan. Gejala lain dari penyakit ini adalah sakit kepala dan sesak napas. Penyakit ini juga memiliki gejala yang cukup unik, yaitu anosmia (hilangnya kemampuan indra perasa dan penciuman), serta *happy hypoxia* (penurunan kadar oksigen dalam darah) (Abapihi, dkk, 2020; Desai & Aronoff, 2020). Penyakit Covid-19 juga dapat sama sekali tidak menimbulkan gejala (*asymptomatic*), sehingga penderita Covid-19 dapat saja sama sekali tidak sadar jika sudah terjangkit Covid-19 (Olivia, dkk, 2020). Penyakit Covid-19 pada umumnya ditularkan melalui *droplet* (air liur) dari penderita yang batuk atau bersin (Galbadage, dkk, 2020). Seseorang dapat tertular apabila berdekatan dengan penderita Covid-19 atau menyentuh benda dengan partikel virus yang masih aktif, dimana virus SARS-CoV-2 sendiri dapat bertahan 10 menit atau bahkan beberapa jam di permukaan pada suhu 26-27 derajat celsius (Athena, dkk, 2020; Desai & Aronoff, 2020; Nafilah & Muflihah, 2020). Penyakit Covid-19 menimbulkan sejumlah komplikasi, seperti pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan seringkali juga mengakibatkan kematian bagi penderitanya, dimana tingkat kematian dari penyakit ini adalah 4,1% dari total penderita (Abapihi, dkk, 2020; Hasanah, dkk., 2020). Untuk memastikan apakah seseorang menderita Covid-19, pada umumnya dilakukan tes PCR (*Polymarase Chain Reaction*). Selain itu juga terdapat tes-tes lain, namun tidak seakurat tes PCR, seperti tes serologi, tes swab antigen, dan dengan memanfaatkan alat seperti Genose (Abapihi, dkk, 2020; Mina, dkk, 2020).

Sejak pertama kali terdeteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Republik Rakyat Tiongkok, penyakit Covid-19 dengan cepat menyebar ke seluruh penjuru dunia (Setiati & Azwar, 2020). Hal ini dikarenakan penyakit ini sangat mudah menular dan juga banyaknya penderita asimtomatik, sehingga sulit untuk mendeteksi siapa saja yang sudah terjangkit Covid-19. Selain itu dengan adanya kemudahan dan kecepatan dalam bepergian antar negara, serta banyak negara yang kurang siap dalam menanggulangi pandemi Covid-19 juga memudahkan penyebaran penyakit ini ke berbagai negara (Hidayat, dkk., 2020; Nafilah & Muflihah, 2020). Hingga akhir Maret 2021, tercatat bahwa penyakit Covid-19 sudah menjangkau 192 negara, dan hanya beberapa negara di Pasifik saja yang belum melaporkan adanya kasus Covid-19 (Kiribati, Nauru, Palau, Tonga, dan Tuvalu). Secara global, jumlah orang yang sudah pernah atau sedang menderita Covid-19 mencapai 131,5 juta jiwa, dan Covid-19 sudah menyebabkan kematian 2,8 juta jiwa di dunia (John Hopkins University, 2021). Di Indonesia sendiri, penderita Covid-19 pertama kali ditemukan pada 2 Maret 2020, yaitu 2 orang penduduk Kota Depok yang terinfeksi dari seorang Warga Negara Asing (WNA) dari Jepang. Penyakit ini kemudian dengan cepat menyebar ke seluruh wilayah Indonesia (Abdullah, 2020; Djalante, dkk, 2020). Saat ini hingga akhir Maret 2021, tercatat bahwa jumlah penderita dan penyintas Covid-19 di Indonesia sudah mencapai angka sekitar 1,5 juta jiwa, dimana sekitar 41 ribu diantaranya meninggal dunia (Kompas, 2021).

Untuk menghadapi pandemi Covid-19, pemerintah mengupayakan sejumlah strategi dalam rangka menurunkan penyebaran penyakit Covid-19 (Hidayat, 2020). Sejumlah strategi yang diterapkan antara lain adalah penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sejak Maret 2020. PSBB kemudian diganti menjadi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sejak Januari 2021 (Handayanto & Herlawati, 2020). Baik PSBB maupun PPKM ditujukan untuk mencegah terjadinya kerumunan di masyarakat dan terlaksananya *social distancing* (Hidayat, dkk, 2020; Susiati, dkk, 2021). Strategi lain yang diterapkan oleh pemerintah adalah dengan melakukan sosialisasi kebiasaan 3 M (dikenal juga sebagai protokol kesehatan), yaitu menjaga jarak (*social distancing*), memakai masker, dan mencuci tangan setiap saat (Hidayat, 2020; Hidayat, dkk, 2020; Rosidin, dkk, 2020). Namun, penerapan strategi-strategi diatas tidaklah selalu mudah untuk diterapkan secara konsisten di masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat belum sepenuhnya terbiasa terhadap penerapan strategi-strategi tersebut. Selain itu, masyarakat sendiri masih belum bisa lepas dari kebiasaan-kebiasaan lama di era pra pandemi Covid-19. Kebiasaan-kebiasaan tersebut antara lain menghadiri acara-acara yang mengundang banyak orang, serta jarang memakai masker dan mencuci tangan.

Akibatnya, terkadang juga muncul resistensi dari masyarakat terhadap penerapan kebijakan PPKM dan protokol kesehatan (Hidayat, dkk, 2020; Rosidin, dkk, 2020). Oleh karena itu, peran pemerintah desa sebagai lapisan pemerintahan terbawah menjadi penting. Hal ini dikarenakan pemerintah desa memiliki hubungan yang relatif erat dengan masyarakat desa. Oleh karena itu pemerintah desa juga memiliki peran vital dalam melakukan edukasi dan mendorong masyarakat desa untuk mematuhi kebijakan PPKM serta protokol kesehatan (Hidayat, 2020; Hidayat, dkk, 2020). Pemerintah desa juga dapat menggerakkan komponen-komponen masyarakat di pedesaan (seperti Pokdarwis, PKK, dan Karang Taruna). Komponen-komponen tersebut dapat turut serta dalam edukasi serta penegakan kebijakan PPKM dan protokol kesehatan di kalangan masyarakat desa (Sugiyarto, 2020). Mengingat jumlah desa di Indonesia cukup besar (83.813 desa), maka peran seluruh pemerintah desa sendiri sangat signifikan untuk menurunkan penyebaran penyakit Covid-19 (Anurogo, dkk, 2020).

Salah satu pemerintah desa yang turut berperan aktif dalam menerapkan kebijakan-kebijakan penanggulangan pandemi Covid-19 adalah Pemerintah Desa Cimanggu. Desa Cimanggu merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Desa Cimanggu berjarak 207 kilometer dari Jakarta, dan dapat ditempuh dalam waktu 5 jam dari Jakarta. Desa Cimanggu juga berjarak 122 kilometer atau 3,5 jam perjalanan dari Kota Serang (ibukota Provinsi Banten), serta berjarak 99 kilometer atau 2,5 jam perjalanan dari Kota Pandeglang (ibukota Kabupaten Pandeglang). Desa Cimanggu masih termasuk di dalam area Taman Nasional Ujung Kulon, serta jaraknya tidak jauh sejumlah obyek wisata yang sudah cukup terkenal, seperti Pantai Tanjung Lesung, Pulau Umang, Pulau Panaitan, dan Pulau Peucang (BPS Kabupaten Pandeglang, 2019).

Adanya pandemi Covid-19 merupakan suatu krisis yang berpotensi mengancam dan membahayakan keselamatan masyarakat desa. Dalam menghadapi krisis ini, Pemerintah Desa Cimanggu melakukan komunikasi penanganan krisis untuk menanggulangi krisis tersebut. Komunikasi penanganan krisis sendiri merupakan bagian dari kegiatan *public relation* pemerintah ketika terjadi suatu krisis, seperti bencana alam atau pandemi (Olsson, 2014; Lee, 2009). Dalam hal ini, komunikasi penanganan krisis yang dilakukan pemerintah memiliki peran untuk menyebarkan informasi yang bersifat instruktif. Penyebaran informasi yang bersifat instruktif dilakukan untuk mempersiapkan masyarakat agar dapat melindungi diri dan keluarganya di saat krisis (Olsson, 2014). Saat pandemi Covid-19, Pemerintah Desa Cimanggu melaksanakan komunikasi krisis dengan menyebarkan informasi instruktif mengenai protokol kesehatan ke masyarakat desa. Dengan adanya penyebaran informasi ini, maka masyarakat desa dapat melindungi dirinya dan keluarganya dari pandemi Covid-19. Oleh karena itu, di Desa Cimanggu sendiri, hingga saat ini tidak ditemukan kasus positif penderita Covid-19, sedangkan di Kecamatan Cimanggu hanya ditemukan 10 kasus konfirmasi penyakit Covid-19 (Dinas Kesehatan Kabupaten Pandeglang, 2021). Hal ini terjadi salah satunya dikarenakan peran aktif Pemerintah Desa Cimanggu dalam melaksanakan komunikasi krisis untuk menanggulangi pandemi Covid-19.

Public relation pada dasarnya merupakan sebuah kegiatan yang terencana dan dilakukan secara terus-menerus dalam rangka membangun dan mempertahankan nama baik dan kesepahaman antara institusi (baik pemerintahan maupun swasta) dengan publik atau masyarakat (Fill & Turnbull, 2016). Kegiatan *public relation* salah satunya dilakukan dengan melaksanakan komunikasi publik. Komunikasi publik merupakan komunikasi yang dilakukan pemerintah, dimana masyarakat menjadi *audience* dari komunikasi tersebut (Glenny, 2008; Hong et al., 2012). Tujuan dilaksanakannya komunikasi publik oleh pemerintah adalah untuk melayani masyarakat (Hong et al., 2012). Sebagai bagian dari pelayanan tersebut, ketika krisis terjadi, maka komunikasi publik diarahkan untuk melindungi masyarakat dari dampak krisis tersebut. Oleh karena itu, dengan terjadinya pandemi Covid-19, semua lapisan pemerintahan didorong untuk melaksanakan komunikasi penanganan krisis sebagai bagian dari kegiatan *public relation*, tidak terkecuali Pemerintah Desa Cimanggu (Aziz & Wicaksono, 2020; Venus, dkk; 2020). Kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Cimanggu dilakukan dengan tujuan menyadarkan dan memastikan bahwa seluruh masyarakat Desa Cimanggu menerapkan protokol kesehatan, yaitu kebiasaan 3 M (menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan setiap saat) (Mardhia, dkk, 2020). Namun, pelaksanaan kegiatan *public relation* Covid-19 di Desa Cimanggu menghadapi tantangan berupa resistensi dari masyarakat desa terhadap penerapan protokol kesehatan (Hidayat, dkk, 2020; Rosidin, dkk, 2020). Hal ini dikarenakan masyarakat desa belum sepenuhnya terbiasa terhadap penerapan kebiasaan-kebiasaan tersebut, dan masyarakat juga masih belum bisa lepas dari kebiasaan-kebiasaan lama di era pra pandemi Covid-19. Dikarenakan adanya tantangan tersebut, maka untuk memastikan kesuksesan kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19 di Desa Cimanggu, Pemerintah Desa Cimanggu kemudian menerapkan bauran jenis-jenis komunikasi tertentu. Bauran jenis-jenis

komunikasi yang berbeda diperlukan agar pesan komunikasi yang disampaikan dapat benar-benar dipahami (*decoded*) oleh masyarakat Desa Cimanggu, serta menurunkan dampak dari adanya gangguan (*noise*) dalam proses komunikasi tersebut (Assante, dkk, dkk, 2014; Kurniawan, dkk, 2020), sehingga dapat menurunkan serta mencegah resistensi dari masyarakat desa terhadap penerapan protokol kesehatan.

Penelitian ini berfokus membahas mengenai bauran jenis-jenis komunikasi pada kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19 di Desa Cimanggu. Oleh karena itu, yang menjadi obyek penelitian adalah bauran jenis-jenis komunikasi pada kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu tersebut. Bauran jenis-jenis komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Cimanggu sendiri antara lain: 1) Komunikasi diseminasi; 2) Komunikasi melalui *opinion leader*; 3) Komunikasi interpersonal melalui relawan; dan 4) Komunikasi visual melalui poster. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan lebih lanjut mengenai jenis-jenis bauran komunikasi pada kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19 di Desa Cimanggu. Selanjutnya, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi teoritis, terutama terhadap literatur mengenai kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh pihak pemerintahan di masa krisis. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi praktis, yaitu memberikan saran-saran untuk penerapan *public relation* di masa krisis, baik bagi Pemerintah Desa Cimanggu, maupun bagi pihak-pihak lainnya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian tentang kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam menanggulangi pandemi Covid-19 menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menerjemahkan makna, bukan frekuensi, dari suatu fenomena (Cooper & Schindler, 2011). Penelitian kualitatif menekankan pada analisis data yang bersifat lunak (*soft data*), seperti kata, kalimat, foto, dan simbol. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengekstraksi tema dan menyajikan hasil dari analisis data untuk menunjukkan sebuah gambaran yang koheren dan konsisten (Neuman, 2014). Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan gambaran yang konsisten dan koheren mengenai kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam menanggulangi pandemi Covid-19 melalui analisis data berupa kata, kalimat, dan foto yang didapat oleh peneliti. Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan secara spesifik detail-detail mengenai sebuah situasi, setting sosial, atau hubungan dari suatu fenomena. Penelitian deskriptif sendiri berfokus untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” dari suatu fenomena (Neuman, 2014). Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara detail bagaimana kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam menanggulangi pandemi Covid-19. Teknik *sampling* yang digunakan untuk memilih informan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel dimana orang-orang yang dipilih sebagai informan adalah orang yang dapat menyediakan informasi yang diperlukan oleh peneliti, mengingat hanya orang-orang tersebut yang mengetahui mengenai informasi tersebut, atau orang-orang tersebut memenuhi kriteria-kriteria yang ditentukan peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Untuk penelitian ini, terdapat 4 informan yang dipilih oleh peneliti. Informan-informan tersebut adalah Kepala Desa Cimanggu (Bapak Yayat Supiat) beserta staf pemerintah desa. Informan lain adalah anggota PKK dan anggota Karang Taruna Desa Cimanggu. Keempat informan tersebut dipilih dikarenakan mereka banyak mengetahui mengenai kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu. Para informan tersebut juga dapat menyediakan informasi-informasi yang diperlukan oleh peneliti. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan kajian literatur. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui komunikasi yang dilakukan antara peneliti dengan informan, baik secara tatap muka, melalui telepon, maupun melalui *videoconference*. Kajian literatur merupakan teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan data sekunder, seperti laporan, artikel berita, maupun data dari organisasi/perusahaan (Cooper & Schindler, 2011). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan informan melalui *videoconference*, mengingat dikarenakan adanya pandemi Covid-19, tidak memungkinkan bagi peneliti untuk bertemu langsung dengan informan. Peneliti juga melakukan kajian literatur dengan memanfaatkan data sekunder laporan mengenai pandemi Covid-19 dan data dari BPS mengenai Desa Cimanggu. Data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti selanjutnya diolah dengan metode analisis data Miles dan Haberman. Menurut metode ini, terdapat tiga tahap analisis data, yaitu: (1) reduksi data, dimana data-data yang sudah dikumpulkan diringkas, dikelompokkan, dan disusun menjadi suatu konsep; (2) penyajian data, dimana data-data yang sudah direduksi selanjutnya disajikan dalam bentuk teks naratif; (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi, dimana peneliti mengambil kesimpulan dari data-data yang disajikan dan melakukan verifikasi mengenai kebenaran dari simpulan-simpulan yang diambil tersebut (Sugiyono, 2009). Untuk memverifikasi temuan-temuan dari penelitian ini, peneliti menerapkan metode triangulasi. Metode triangulasi merupakan dimana peneliti

menerapkan sejumlah metode pengumpulan data dan analisis data yang berbeda, dalam rangka meningkatkan akurasi temuan penelitian (Neuman, 2014). Peneliti menerapkan dua jenis triangulasi, yaitu triangulasi informan, dan triangulasi metode pengumpulan data. Triangulasi informan merupakan kegiatan mewawancarai beberapa informan yang berbeda untuk menghadirkan perspektif yang berbeda dan mengurangi bias dalam penelitian. Triangulasi metode pengumpulan data merupakan pemanfaatan beberapa metode pengumpulan data yang berbeda dalam rangka meningkatkan kekayaan temuan penelitian (Neuman, 2014). Dalam penelitian ini, triangulasi informan dilakukan dengan mewawancarai sejumlah informan yang berbeda (kepala desa, staf kepala desa, anggota PKK, dan anggota Karang Taruna), sehingga dapat menghadirkan berbagai perspektif yang berbeda mengenai kegiatan *public relation* Pemerintah Desa Cimanggu dalam menanggulangi pandemi Covid-19, serta mengurangi bias dalam penelitian ini. Triangulasi metode pengumpulan data dilakukan dengan menerapkan dua metode pengumpulan data, yaitu wawancara informan dan kajian literatur, dimana selanjutnya peneliti akan membandingkan serta menggabungkan data dari hasil wawancara dengan data dari kajian literatur.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Cimanggu merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Luas wilayah desa ini adalah 12,22 km², atau 6,43% dari luas wilayah Kecamatan Cimanggu (BPS Kabupaten Pandeglang, 2019). Desa Cimanggu berjarak 207 kilometer dari Jakarta, dan dapat ditempuh dalam waktu 5 jam dari Jakarta. Desa Cimanggu juga berjarak 122 kilometer atau 3,5 jam perjalanan dari Kota Serang (ibukota Provinsi Banten), serta berjarak 99 kilometer atau 2,5 jam perjalanan dari Kota Pandeglang (ibukota Kabupaten Pandeglang). Desa Cimanggu masih termasuk di dalam area Taman Nasional Ujung Kulon, serta jaraknya tidak jauh sejumlah obyek wisata yang sudah cukup terkenal, seperti Pantai Tanjung Lesung, Pulau Umang, Pulau Panaitan, dan Pulau Peucang. Wisatawan yang akan berkunjung ke Taman Nasional Ujung Kulon juga sering melintas di desa ini, mengingat di desa ini terdapat jalan akses menuju Taman Nasional Ujung Kulon. Di desa ini juga terdapat salah satu obyek wisata, yaitu Curug Rahong, yang terletak di selatan Desa Cimanggu. Mayoritas penduduk Desa Cimanggu bekerja di sektor pertanian, yaitu 42,5% dari total penduduk yang bekerja. Sisanya bekerja di sejumlah sektor lainnya, seperti industri dan kerajinan, perdagangan dan pariwisata, serta jasa (BPS Kabupaten Pandeglang, 2019). Potensi utama dari desa ini adalah di sektor pertanian, terutama di komoditas padi dan gula aren, serta di sektor pariwisata.

Sejak penyakit Covid-19 pertama kali ditemukan di Indonesia pada 2 Maret 2020, penyakit ini dengan cepat menyebar ke seluruh pelosok Indonesia dan dikategorikan sebagai pandemi. Penyakit Covid-19 juga berdampak terhadap Desa Cimanggu. Meskipun begitu, selama setahun pandemi Covid-19 terjadi, Kabupaten Pandeglang merupakan salah satu wilayah di Provinsi Banten yang relatif tidak terlalu terdampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Dinas Kesehatan Provinsi Banten hingga 30 Maret 2021, tercatat bahwa kasus konfirmasi penyakit Covid-19 di Kabupaten Pandeglang mencapai 1.971 kasus (210 orang dirawat, 1.724 orang sembuh, dan 37 orang meninggal dunia). Kasus konfirmasi penyakit Covid-19 di Kabupaten Pandeglang hanya berkontribusi terhadap 4,5% dari total kasus konfirmasi penyakit Covid-19 di Provinsi Banten (43.142 kasus), dan kasus kematian akibat penyakit Covid-19 di Kabupaten Pandeglang juga relatif rendah, yaitu hanya 3,25% dari total kasus kematian akibat penyakit Covid-19 di Provinsi Banten (1138 kematian) (Dinas Kesehatan Provinsi Banten, 2021). Dari 8 wilayah kabupaten/kota di Provinsi Banten, Kabupaten Pandeglang adalah wilayah dengan kasus konfirmasi penyakit Covid-19 terendah. Di Provinsi Banten sendiri, kasus konfirmasi penyakit Covid-19 memang lebih banyak terjadi di wilayah Tangerang (Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan) yang relatif dekat dengan episentrum pandemi Covid-19, yaitu Provinsi DKI Jakarta. Kasus konfirmasi penyakit Covid-19 di wilayah tersebut mencapai 63,4% dari total kasus di Provinsi Banten (27.357 kasus). Kabupaten Pandeglang dan khususnya Kecamatan Cimanggu, relatif tidak terdampak terhadap penyakit Covid-19. Berdasarkan data Dinas Kesehatan Kabupaten Pandeglang hingga 28 Maret 2021, tercatat bahwa kasus konfirmasi penyakit Covid-19 di kecamatan ini hanya sebanyak 10 kasus. Dari 10 kasus tersebut, 10 orang sudah sembuh dan tidak ada korban meninggal dunia. Berdasarkan keterangan Kepala Desa Cimanggu, Desa Cimanggu merupakan salah satu dari 12 desa di Kecamatan Cimanggu yang hingga saat ini tidak ditemukan kasus konfirmasi penyakit Covid-19. Di Kabupaten Pandeglang, kasus konfirmasi penyakit Covid-19 terpusat pada kecamatan-kecamatan di wilayah timur laut Pandeglang (Kecamatan Majasari, Kecamatan Karangtanjung, Kecamatan Pandeglang, dan Kecamatan Kaduhejo). Di kecamatan-kecamatan tersebut, tercatat bahwa jumlah kasus konfirmasi penyakit Covid-19 mencapai 714 kasus, atau 36,2% dari total kasus konfirmasi penyakit Covid-19 di Kabupaten Pandeglang (Dinas Kesehatan Kabupaten Pandeglang, 2021). Hal ini dikarenakan wilayah timur laut Pandeglang relatif

dekat dengan wilayah utara Provinsi Banten yang cukup terdampak pandemi Covid-19. Selain itu wilayah timur laut Pandeglang juga merupakan pusat pemerintahan dan wilayah terpadat di Kabupaten Pandeglang, sehingga lebih rentan terhadap penyebaran penyakit Covid-19. Wilayah selatan Pandeglang yang relatif sepi penduduk, seperti Desa Cimanggu dan Kecamatan Cimanggu, relatif tidak terdampak terhadap penyakit Covid-19.

Tabel 1. Jumlah Penderita Penyakit Covid-19 di Provinsi Banten (Per 30 Maret 2021)

Kabupaten/Kota	Kasus Konfirmasi	Dirawat	Sembuh	Meninggal Dunia
Kota Tangerang Selatan	9600	425	8807	368
Kabupaten Tangerang	9554	389	8954	211
Kota Tangerang	8203	258	7783	162
Kota Cilegon	5156	132	4868	156
Kabupaten Serang	3365	144	3128	93
Kabupaten Lebak	3062	316	2689	57
Kota Serang	2231	378	1799	54
Kabupaten Pandeglang	1971	210	1724	37
Total	43142	2252	39752	1138

Sumber: Dinas Kesehatan Provinsi Banten, (2021)

Untuk memastikan bahwa Desa Cimanggu tetap terbebas dari penyakit Covid-19 hingga pandemi Covid-19 benar-benar bisa terkendali, Pemerintah Desa Cimanggu berinisiatif untuk melakukan kegiatan *public relation* dengan sasaran masyarakat Desa Cimanggu. *Public relation* pada dasarnya merupakan sebuah kegiatan yang terencana dan dilakukan secara terus-menerus dalam rangka membangun dan mempertahankan nama baik dan kesepahaman antara institusi (baik pemerintahan maupun swasta) dengan publik atau masyarakat (Fill & Turnbull, 2016). Meskipun *public relation* yang dilakukan oleh pihak pemerintahan memiliki tujuan yang sama dengan pihak swasta, yaitu membangun dan mempertahankan nama baik dan kesepahaman dengan masyarakat, namun terdapat perbedaan motivasi antara pihak pemerintahan dengan pihak swasta dalam menjalankan kegiatan *public relation*. Pihak swasta menjalankan kegiatan *public relation* untuk menjaga keberlangsungan perusahaan dan mempertahankan profitabilitas perusahaan, sedangkan pihak pemerintahan menjalankan kegiatan *public relation* untuk memenuhi dan melayani kepentingan masyarakat (Hong, dkk, 2012; Nurjanah & Nurnisya, 2016). Salah satu kegiatan utama dalam *public relation* adalah komunikasi penanganan krisis (crisis communication) (Fill & Turnbull, 2016). Pada pihak swasta, komunikasi penanganan krisis pada umumnya dilakukan apabila terdapat kesalahan fatal yang dilakukan oleh perusahaan, dan kesalahan tersebut merusak hubungan dan kesepahaman antara perusahaan dengan masyarakat (Fill & Turnbull, 2016). Berbeda dengan pihak swasta, komunikasi penanganan krisis dilakukan oleh pihak pemerintahan apabila terdapat fenomena-fenomena yang membahayakan masyarakat, seperti pandemi atau bencana alam (Kim & Liu, 2012; Chon, 2019). Saat ini dengan terjadinya pandemi Covid-19, semua lapisan pihak pemerintahan didorong untuk melaksanakan komunikasi penanganan krisis sebagai bagian dari kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh pihak pemerintahan, tidak terkecuali Pemerintah Desa Cimanggu (Aziz & Wicaksono, 2020; Venus, dkk; 2020). Mengingat kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh pihak pemerintahan berfokus pada kepentingan masyarakat, tujuan dari komunikasi penanganan krisis yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Cimanggu sendiri adalah untuk melindungi masyarakat dari bahaya pandemi Covid-19. Hal ini dicapai dengan kegiatan komunikasi untuk mendorong masyarakat untuk menerapkan kebiasaan-kebiasaan yang dapat melindungi mereka dari penyakit Covid-19 (Seo, 2019).

Kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Cimanggu dilakukan dengan tujuan menyadarkan dan memastikan bahwa seluruh masyarakat Desa Cimanggu menerapkan protokol kesehatan, yaitu kebiasaan 3 M (menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan setiap saat) (Mardhia, dkk, 2020). Namun, pelaksanaan kegiatan *public relation* Covid-19 di Desa Cimanggu menghadapi tantangan berupa resistensi dari masyarakat desa terhadap penerapan protokol kesehatan (Hidayat, dkk, 2020; Rosidin, dkk, 2020). Hal ini dikarenakan masyarakat desa belum sepenuhnya terbiasa terhadap penerapan kebiasaan-kebiasaan tersebut, dan masyarakat juga masih belum bisa lepas dari kebiasaan-kebiasaan lama di era pra pandemi Covid-19, seperti menghadiri acara-acara yang mengundang kerumunan orang banyak (pengajian, syukuran, pernikahan, hajatan, pemakaman, ceramah, konser, seminar, dan kegiatan lainnya), jarang memakai masker, jarang mencuci tangan, serta tidak menjaga jarak saat berada di tempat umum (pasar, pusat perbelanjaan, dan kantor). Dikarenakan adanya tantangan tersebut, maka untuk memastikan kesuksesan kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19 di Desa Cimanggu, Pemerintah

Desa Cimanggu kemudian menerapkan sejumlah bauran jenis-jenis komunikasi yang berbeda. Bauran jenis-jenis komunikasi yang berbeda tersebut diperlukan agar pesan komunikasi yang disampaikan dapat benar-benar dipahami (*decoded*) oleh masyarakat Desa Cimanggu, serta menurunkan dampak dari adanya gangguan (*noise*) dalam proses komunikasi tersebut (Assante, dkk, dkk, 2014; Kurniawan, dkk, 2020). Keberhasilan proses komunikasi selanjutnya diharapkan dapat menurunkan serta mencegah resistensi dari masyarakat desa terhadap penerapan protokol kesehatan. Sejumlah jenis-jenis komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Cimanggu tersebut, antara lain:

- 1) Komunikasi diseminasi, dimana dalam hal ini Pemerintah Desa Cimanggu turut mendukung kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh pemerintahan di atasnya (Pemerintah Kabupaten Pandeglang, Pemerintah Provinsi Banten, dan Pemerintah Pusat) dengan melakukan diseminasi informasi pencegahan Covid-19 di masyarakat desa.
- 2) Komunikasi melalui *opinion leader*, dimana dalam hal ini Kepala Desa Cimanggu sebagai *opinion leader* turut aktif melakukan komunikasi untuk kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan pandemi Covid-19.
- 3) Komunikasi interpersonal, dimana dalam hal ini sejumlah relawan dari organisasi desa (Karang Taruna dan PKK), turut terjun ke masyarakat dan melakukan komunikasi untuk kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan pandemi Covid-19.
- 4) Komunikasi visual, dimana dalam hal ini Pemerintah Desa memasang poster-poster edukasi protokol kesehatan di sejumlah lokasi strategis di Desa Cimanggu, sebagai bagian dari kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan pandemi Covid-19.



Gambar 1. Bauran Komunikasi Kegiatan *Public Relation* Pemerintah Desa Cimanggu

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan pandemi Covid-19 tidak hanya dilakukan oleh Pemerintah Desa Cimanggu saja, namun juga oleh pemerintahan di atasnya (Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi Banten, dan Pemerintah Kabupaten Pandeglang). Dalam hal ini, Pemerintah Kabupaten Pandeglang dengan dukungan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Provinsi Banten, membentuk gugus tugas penanganan Covid-19 yang ada di setiap kecamatan di Kabupaten Pandeglang, termasuk di Kecamatan Cimanggu. Gugus tugas juga melaksanakan kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19. Dalam hal ini, gugus tugas juga melaksanakan komunikasi untuk menyadarkan masyarakat agar selalu menerapkan protokol kesehatan di tempat-tempat keramaian (seperti di pasar). Untuk memperkuat pelaksanaan komunikasi, gugus tugas dengan dukungan TNI/Polri juga melakukan sejumlah kegiatan, seperti razia (pencegatan kendaraan) dan penerapan hukuman berupa *push-up* bagi masyarakat yang tidak menerapkan protokol kesehatan (tidak memakai masker atau tidak bisa menjaga jarak di keramaian). Pemerintah Desa Cimanggu pada dasarnya turut mendukung pelaksanaan kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan pandemi Covid-19 oleh pemerintahan di atasnya. Hal ini dicapai oleh Pemerintah Desa Cimanggu dengan menerapkan komunikasi diseminasi, dimana Pemerintah Desa Cimanggu juga melakukan komunikasi pada masyarakat desa untuk turut menerapkan protokol kesehatan. Selain itu Pemerintah Desa Cimanggu juga menghimbau masyarakat desa agar mematuhi arahan gugus tugas penanganan Covid-19. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Desa Cimanggu Bapak Yayat Supiyat:

“Pemerintah Desa Cimanggu tidak sendirian dalam menangani pandemi Covid-19. Pemerintah desa juga dibantu oleh gugus tugas penanganan Covid-19 yang ada di kecamatan. Untuk memastikan bahwa masyarakat patuh terhadap protokol kesehatan, gugus tugas secara rutin melakukan razia dan mencegat pelanggar protokol kesehatan di jalan. Selanjutnya pelanggar mendapat hukuman push-up dari petugas gugus tugas. Untuk mendukung pihak gugus tugas, pemerintah desa juga selalu mengingatkan agar masyarakat desa disiplin menerapkan protokol kesehatan terutama di tempat-tempat keramaian, seperti ketika berbelanja di pasar. Hal ini sebetulnya untuk kebaikan masyarakat

desa sendiri, karena dengan menerapkan protokol kesehatan selain dapat terhindar dari penyakit Covid-19, masyarakat desa juga tidak mendapat hukuman dari petugas gugus tugas”.

Selain melaksanakan komunikasi diseminasi, Pemerintah Desa Cimanggu juga turut melakukan jenis-jenis komunikasi lain yang merupakan inisiatif dari pemerintah desa sendiri. Salah satu jenis komunikasi tersebut adalah komunikasi melalui *opinion leader*. *Opinion leader* merupakan individu yang mampu mempengaruhi sikap dan perilaku individu-individu lain di sekitarnya (Rogers, 1983; Bamakan, dkk, 2019). Hal ini dikarenakan *opinion leader* memiliki keterikatan sosial yang tinggi dan lebih dipandang oleh masyarakat di sekitarnya (Lamm, dkk, 2016; Quinn, 2020). Di pedesaan sendiri, kepala desa memiliki peran sebagai *opinion leader*. Kepala desa memiliki peran yang sangat dominan di masyarakat desa, dimana masyarakat desa sangat bergantung pada kepala desa sebagai sumber rujukan dalam berbagai masalah kehidupan, seperti masalah kehidupan sehari-hari, masalah antar warga, hingga masalah rumah tangga (Oktarina & Sarwoprasodjo, 2018; Lestario & Hendro, 2020). Di Desa Cimanggu, kepala desa juga memiliki peran sebagai *opinion leader*. Oleh karena itu, kepala desa juga turut serta aktif dalam kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19. Dalam hal ini, kepala desa langsung berkomunikasi ke masyarakat desa, agar masyarakat desa secara disiplin menerapkan protokol kesehatan. Selain itu untuk menegakkan ketentuan *social distancing*, kepala desa menyampaikan larangan atau pembatasan terhadap kegiatan-kegiatan yang berpotensi mengundang keramaian, seperti kegiatan kesenian, hajatan, dan pernikahan. Sebagai *opinion leader*, masyarakat desa lebih mendengar dan mematuhi arahan dari kepala desa untuk disiplin menerapkan protokol kesehatan dan tidak menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang berpotensi mengundang keramaian. Namun, meskipun masyarakat desa mematuhi larangan dari kepala desa, kepala desa juga tetap menyampaikan komunikasi yang menunjukkan empati terhadap masyarakat desa. Hal ini dikarenakan komunikasi yang menunjukkan empati akan semakin memperkuat kepercayaan masyarakat desa terhadap kepala desa, serta pengaruh kepala desa terhadap warga desa (Nan, dkk, 2017; Liu, dkk, 2020). Dalam hal ini, dengan adanya larangan kegiatan – kegiatan yang berpotensi mengundang keramaian mengakibatkan sejumlah kerugian bagi masyarakat desa, seperti hilangnya media untuk bersosialisasi, media hiburan, dan media kreativitas bagi masyarakat desa. Oleh karena itu kepala desa juga membuat kebijakan penyaluran dana desa bagi masyarakat desa yang terdampak terhadap larangan kegiatan-kegiatan tersebut, seperti kelompok kesenian Desa Cimanggu. Dengan adanya kebijakan yang bersifat empatik tersebut, maka akan semakin memperkuat keberhasilan komunikasi *opinion leader* yang disampaikan oleh kepala desa. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Desa Cimanggu Bapak Yayat Supiyat:

“Setiap hari saya selalu rutin mengingatkan masyarakat desa untuk selalu patuh dalam menerapkan protokol kesehatan, seperti memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Demi keselamatan masyarakat desa sendiri, saya dengan terpaksa juga harus melarang adanya kegiatan-kegiatan yang mengundang keramaian, seperti kegiatan kesenian, hajatan, dan pernikahan. Larangan ini sendiri sangat berdampak terhadap berbagai kelompok kesenian di Desa Cimanggu, seperti kelompok kesenian kuda lumping dan kelompok kesenian lainnya. Kelompok-kelompok tersebut menjadi tidak dapat tampil dan tidak lagi mendapat pemasukan dari pentas kesenian. Untuk meringankan beban mereka, saya memutuskan untuk mengusulkan penyaluran dana desa bagi kelompok-kelompok kesenian di Desa Cimanggu. Usulan tersebut sudah dimasukkan di dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes)”.

Selain komunikasi melalui *opinion leader*, jenis komunikasi lain yang merupakan inisiatif dari Pemerintah Desa Cimanggu sebagai bagian dari kegiatan *public relation* adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian dan penerimaan pesan dari seseorang ke orang lain (Irawan, 2017). Dalam hal ini, komunikasi interpersonal dilakukan oleh Pemerintah Desa Cimanggu dengan memanfaatkan relawan dari sejumlah organisasi desa, yaitu karang taruna dan PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). Relawan karang taruna berasal dari pemuda-pemudi di Desa Cimanggu yang tergabung dalam Karang Taruna Desa Cimanggu, sedangkan relawan PKK berasal dari ibu-ibu di Desa Cimanggu yang tergabung dalam PKK Desa Cimanggu. Komunikasi interpersonal melalui relawan dilakukan sebagai bagian dari kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19, dimana para relawan dari karang taruna dan PKK menyampaikan pesan-pesan mengenai penerapan protokol kesehatan secara interpersonal dengan masyarakat desa. Komunikasi interpersonal pada dasarnya sering dimanfaatkan pada kegiatan *public relation* yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat pedesaan, seperti pada saat membiasakan masyarakat desa dengan program Keluarga Berencana (KB) (Marston, dkk, 2020) dan mendorong masyarakat desa untuk mengambil tindakan pencegahan terhadap penyakit tertentu, seperti malaria atau penyakit menular lainnya (Canavati, dkk, 2016). Hal ini dikarenakan komunikasi interpersonal dapat mengamplifikasi pesan-pesan pada kegiatan *public relation*, sehingga pesan-pesan komunikasi dapat mencapai

lebih banyak orang serta mengurangi dampak dari adanya gangguan (*noise*) dalam proses komunikasi. Selain itu, pada komunikasi interpersonal juga dapat menumbuhkan kepercayaan (*trust*) antara relawan sebagai komunikator dengan masyarakat desa sebagai komunikan, sehingga masyarakat desa lebih mudah memahami dan menerima pesan-pesan komunikasi dalam kegiatan *public relation* (Fill & Turnbull, 2016). Pada konteks kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19 di Desa Cimanggu, juga diharapkan dengan adanya komunikasi interpersonal antara relawan dari karang taruna dan PKK, masyarakat desa menjadi lebih patuh dan disiplin menerapkan protokol kesehatan. Oleh karena itu, Pemerintah Desa Cimanggu memutuskan untuk memanfaatkan relawan dari karang taruna dan PKK untuk melakukan komunikasi interpersonal dalam rangka mendukung kegiatan *public relation* untuk penanganan krisis pandemi Covid-19. Untuk mendukung kegiatan relawan dari karang taruna dan PKK, pemerintah desa juga membuat kebijakan penyaluran dana untuk memfasilitasi aktivitas komunikasi interpersonal relawan dari karang taruna dan PKK. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Desa Cimanggu Bapak Yayat Supiyat:

“Tentu saja saya menyadari bahwa tidak cukup jika saya sendiri saja yang mengingatkan masyarakat desa untuk selalu mematuhi protokol kesehatan agar mereka tidak tertular Covid-19. Saya juga butuh dukungan dari para anggota karang taruna dan PKK agar juga selalu mengingatkan masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan. Oleh karena itu saya memutuskan untuk merekrut anggota karang taruna dan PKK sebagai relawan yang bertugas untuk mengingatkan masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan. Kegiatan anggota karang taruna dan PKK ini akan didukung oleh dana desa. Usulan tersebut sudah dimasukkan di dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes)”.

Jenis komunikasi terakhir yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Cimanggu adalah komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan komunikasi dengan media gambar yang hanya bisa ditangkap dengan menggunakan indera penglihatan. Komunikasi visual pada umumnya memanfaatkan kombinasi antara seni, tipografi, warna, ilustrasi, gambar, dan desain grafis dalam penyampaian pesannya. Komunikasi visual dapat memanfaatkan sejumlah media, seperti poster, surat kabar, majalah, baliho, spanduk, brosur, katalog, cendera mata, dan tas (Sunarya, dkk, 2015). Pada jenis-jenis komunikasi sebelumnya (komunikasi diseminasi, komunikasi melalui *opinion leader*, dan komunikasi interpersonal), pesan-pesan komunikasi yang disampaikan semuanya bersifat verbal. Namun komunikasi yang bersifat verbal memiliki kelemahan, yaitu pesan komunikasi hanya dapat disampaikan hanya oleh orang-orang tertentu yang menjadi komunikator, seperti kepala desa atau relawan karang taruna dan PKK (Amit, dkk, 2013). Komunikasi visual sendiri juga memiliki keunggulan, yaitu relatif mudah diingat dibanding pesan-pesan dalam bentuk verbal (Amit, dkk, 2019; Torrez, dkk, 2019). Oleh karena itu, Pemerintah Desa Cimanggu juga memanfaatkan komunikasi visual untuk kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19, sehingga pesan komunikasi tetap dapat tersampaikan meskipun komunikator tidak menyampaikan pesan tersebut secara verbal, serta lebih mudah diingat oleh masyarakat desa. Pemerintah Desa Cimanggu sendiri memanfaatkan media poster untuk aktivitas komunikasi visual. Poster dipilih dikarenakan poster memiliki sejumlah keunggulan, seperti dapat diletakkan di tempat umum sehingga dapat menjangkau banyak orang, serta memuat informasi secara ringkas melalui kalimat dan gambar, agar mudah dimengerti oleh masyarakat desa (Utoyo, 2020). Poster-poster yang digunakan memuat informasi ringkas dan gambar-gambar mengenai penerapan protokol kesehatan serta bahaya dari penyakit Covid-19, dan poster-poster tersebut diletakkan di tempat-tempat strategis di Desa Cimanggu, seperti Kantor Pemerintah Desa Cimanggu dan masjid. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Desa Cimanggu Bapak Yayat Supiyat:

“Agar masyarakat selalu ingat untuk disiplin dalam menerapkan protokol kesehatan serta bahaya dari penyakit Covid-19, pemerintah desa juga berinisiatif untuk menempelkan poster-poster mengenai protokol kesehatan dan bahaya penyakit Covid-19 di tempat-tempat umum, seperti kantor kepala desa dan masjid. Harapannya juga supaya masyarakat selalu ingat untuk selalu disiplin menerapkan protokol kesehatan”.

IV. PENUTUP

Saat ini dengan terjadinya pandemi Covid-19, semua lapisan pihak pemerintahan didorong untuk melaksanakan komunikasi penanganan krisis sebagai bagian dari kegiatan *public relation*, tidak terkecuali Pemerintah Desa Cimanggu. Kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Cimanggu dilakukan dengan tujuan menyadarkan dan memastikan bahwa seluruh masyarakat Desa Cimanggu menerapkan protokol kesehatan, yaitu kebiasaan 3 M (menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan setiap saat). Namun, pelaksanaan kegiatan *public relation* Covid-19 di Desa Cimanggu menghadapi tantangan berupa resistensi dari masyarakat desa terhadap penerapan protokol kesehatan. Hal ini dikarenakan masyarakat desa belum sepenuhnya terbiasa terhadap penerapan kebiasaan-kebiasaan tersebut, dan masyarakat juga masih

belum bisa lepas dari kebiasaan-kebiasaan lama di era pra pandemi Covid-19. Dikarenakan adanya tantangan tersebut, maka untuk memastikan kesuksesan kegiatan *public relation* dalam rangka penanganan krisis pandemi Covid-19 di Desa Cimanggu, Pemerintah Desa Cimanggu kemudian menerapkan bauran jenis-jenis komunikasi tertentu. Bauran jenis-jenis komunikasi yang berbeda diperlukan agar pesan komunikasi yang disampaikan dapat benar-benar dipahami (*decoded*) oleh masyarakat Desa Cimanggu, serta menurunkan dampak dari adanya gangguan (*noise*) dalam proses komunikasi tersebut, sehingga dapat menurunkan serta mencegah resistensi dari masyarakat desa terhadap penerapan protokol kesehatan. Bauran jenis-jenis komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Cimanggu sendiri antara lain adalah komunikasi diseminasi, komunikasi melalui *opinion leader*, komunikasi interpersonal, dan komunikasi visual. Komunikasi diseminasi dilakukan oleh Pemerintah Desa Cimanggu dengan melakukan himbauan pada masyarakat desa untuk menerapkan protokol kesehatan dan mematuhi arahan gugus tugas penanganan Covid-19. Komunikasi melalui *opinion leader* dilakukan oleh Kepala Desa Cimanggu sebagai *opinion leader*. Kepala Desa Cimanggu melakukan komunikasi agar masyarakat desa secara disiplin menerapkan protokol kesehatan serta melarang kegiatan yang mengundang keramaian. Untuk memperkuat keberhasilan komunikasi tersebut, kepala desa melakukan komunikasi yang menunjukkan empati terhadap masyarakat desa. Dalam hal ini, kepala desa juga mengkomunikasikan kebijakan penyaluran dana desa bagi masyarakat desa yang terdampak terhadap larangan kegiatan-kegiatan yang menimbulkan keramaian, seperti kelompok-kelompok kesenian Desa Cimanggu. Komunikasi interpersonal dilakukan oleh sejumlah relawan dari organisasi desa (Karang Taruna dan PKK). Dalam hal ini relawan-relawan tersebut turut terjun ke masyarakat desa dan melakukan komunikasi interpersonal mengenai penerapan protokol kesehatan. Diadakannya komunikasi interpersonal oleh para relawan diharapkan dapat mengamplifikasi pesan-pesan pada kegiatan *public relation*, sehingga pesan-pesan komunikasi dapat mencapai lebih banyak orang serta mengurangi dampak dari adanya gangguan (*noise*) dalam proses komunikasi. Selain itu, pada komunikasi interpersonal juga dapat menumbuhkan kepercayaan (*trust*) antara relawan sebagai komunikator dengan masyarakat desa sebagai komunikan, sehingga masyarakat desa lebih mudah memahami dan menerima pesan-pesan komunikasi dalam kegiatan *public relation*. Komunikasi visual dilakukan dengan memasang poster-poster edukasi protokol kesehatan di sejumlah lokasi strategis di Desa Cimanggu, seperti Kantor Pemerintah Desa Cimanggu dan masjid. Komunikasi visual sendiri juga dipilih karena memiliki keunggulan, yaitu relatif mudah diingat dibanding pesan-pesan dalam bentuk verbal. Penggunaan poster dipilih dikarenakan poster memiliki sejumlah keunggulan, seperti dapat diletakkan di tempat umum sehingga dapat menjangkau banyak orang, serta memuat informasi secara ringkas melalui kalimat dan gambar, agar mudah dimengerti oleh masyarakat desa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis, terutama terhadap literatur mengenai kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh pihak pemerintahan di masa krisis. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis, yaitu memberikan saran-saran untuk penerapan *public relation* di masa krisis, baik bagi Pemerintah Desa Cimanggu, maupun bagi pihak-pihak lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada pihak-pihak yang sudah mendukung terlaksananya penelitian ini, terutama Pemerintah Desa Cimanggu dan Kepala Desa Cimanggu Bapak Yayat Supiyat, serta organisasi-organisasi masyarakat di Desa Cimanggu, yaitu Karang Taruna Desa Cimanggu dan PKK Desa Cimanggu.

REFERENSI

- Abapihi, B., Mukhsar, M., Baharuddin, B., Usman, I., & Sani, A. (2020). Penyiapan Desa Wansugi Kecamatan Kabangka Kabupaten Muna sebagai Desa Siaga Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Terapan*, 2(2), 75-80.
- Abdullah, I. (2020). COVID-19: Threat and Fear in Indonesia. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12(5), 488-490.
- Amit, E., Rim, S., Halbeisen, G., Priva, U. C., Stephan, E., & Trope, Y. (2019). Distance Dependent Memory for Pictures and Words. *Journal of Memory and Language*, 105, 119-130.
- Amit, E., Wakslak, C., & Trope, Y. (2013). The Use of Visual and Verbal Means of Communication Across Psychological Distance. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 39(1), 43-56.

- Anurogo, D., Suarni, A., Sompia, A. W., & Rahim, A. R. (2020). Desa Siaga Covid-19 Menuju Indonesia 5.0. *Jurnal Abmas Negeri*, 1(1), 37-41.
- Assante, L. M., Sukalakamala, S., Wen, H. I., & Knudson, D. A. (2014). Identifying Optimal Communication Mix for Strategic Destination Image Formation: A Case Study of Austria. *Journal of Management and Marketing Research*, 14, 1-15.
- Athena, A., Laelasari, E., & Puspita, T. (2020). Pelaksanaan Disinfeksi Dalam Pencegahan Penularan Covid-19 Dan Potensi Risiko Terhadap Kesehatan Di Indonesia. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 19(1), 1-20.
- Aziz, M. S., & Wicaksono, M. A. (2020). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia dalam Penanganan Covid-19. *Masyarakat Indonesia*, 46(2), 194-207.
- Bamakan, S. M. H., Nurgaliev, I., & Qu, Q. (2019). Opinion Leader Detection: A Methodological Review. *Expert Systems with Applications*, 115, 200-222.
- BPS Pandeglang. (2019). *Kecamatan Cimanggu Dalam Angka 2019*. Pandeglang: BPS Pandeglang.
- Canavati, S. E., de Beyl, C. Z., Ly, P., Shafique, M., Boukheng, T., Rang, C., Whittaker, M. A., Roca-Feltrer, A., & Sintasath, D. (2016). Evaluation of Intensified Behaviour Change Communication Strategies In An Artemisinin Resistance Setting. *Malaria Journal*, 15(1), 249-249.
- Chon, M. (2019). Government Public Relations When Trouble Hits: Exploring Political Dispositions, Situational Variables, and Government-Public Relationships to Predict Communicative Action of Publics. *Asian Journal of Communication*, 29(5), 424-440.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. McGraw-Hill Irwin: New York.
- Desai, A. N., & Aronoff, D. M. (2020). Food Safety and COVID-19. *JAMA : The Journal of the American Medical Association*, 323(19), 1982.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., Mahfud, C., Sinapoy, M.S., Djalante, S., Rafliana, I., Gunawan, L.A., Surtiari, G.A.K., & Warsilah, H. (2020). Review and Analysis of Current Responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6, 1-9.
- Dinas Kesehatan Provinsi Banten (2021). *Peta Sebaran Covid – 19 di Provinsi Banten*. Dinas Kesehatan Provinsi Banten: Serang.
- Disemadi, H. S., & Shaleh, A. I. (2020). Banking Credit Restructuring Policy Amid COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(02), 63-70.
- Fill, C., & Turnbull, S. L. (2016). *Marketing Communications: Discovery, Creation, and Conversations*. Pearson Education Limited: Edinburgh.
- Galbadage, T., Peterson, B. M., & Gunasekera, R. S. (2020). Does COVID-19 Spread Through Droplets Alone? *Frontiers in Public Health*, 8, (163), 1-4.
- Glenny, L. (2008). Perspectives of Communication in The Australian Public Sector. *Journal of Communication Management*, 12(2), 152-168.
- Handayanto, R. T., & Herlawati, H. (2020). Efektifitas Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Kota Bekasi Dalam Mengatasi COVID-19 dengan Model Susceptible-Infected-Recovered (SIR). *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(2), 119-124.
- Hasanah, L., Sumarni, S., & Mulyadi, E. (2020). Pendampingan Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Desa Errabu Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(1), 71-77.
- Hidayat, D., Gustini, L. K., & Dias, M. P. (2020). Digital Media Relations Pendekatan Public Relations dalam Menyosialisasikan Social Distancing di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 257-268.

- Hidayat, E. (2020). Implementasi Kebijakan Dana Desa Untuk Penanggulangan Pandemi Covid-19 di Sampang. *Soetomo Communication and Humanities*, 1(3), 126-136.
- Hong, H., Park, H., Lee, Y., & Park, J. (2012). Public Segmentation and Government-Public Relationship Building: A Cluster Analysis of Publics in The United States and 19 European Countries. *Journal of Public Relations Research*, 24(1), 37-68.
- Irawan, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa. Scholaria. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 7(1), 39-48.
- Johns Hopkins University. (2021). Covid – 19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at John Hopkins University (JHU) [Online] Tersedia di <https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>
- Kim, S., & Liu, B. F. (2012). Are All Crises Opportunities? A Comparison of How Corporate and Government Organizations Responded to The 2009 Flu Pandemic. *Journal of Public Relations Research*, 24(1), 69-85.
- Kurniawan, R., Shall, R., & Meidian, W. T. (2021). The Effect of Communication Mix on Customer Purchase Decision (Survey on Ajimaru Ramen Bandung). *Psychology and Education Journal*, 58(1), 6108-6118.
- Lamm, K. W., Rumble, J. N., Carter, H. S., & Lamm, A. J. (2016). Agricultural Opinion Leader Communication Channel Preferences: An Empirical Analysis of Participants of Agricultural and Natural Resource Leadership Development Programs. *Journal of Agricultural Education*, 57(1), 91-105.
- Lee, K. (2009). How the Hong Kong Government Lost The Public Trust in SARS: Insights For Government Communication in A Health Crisis. *Public Relations Review*, 35(1), 74-76.
- Lestariyono, W., & Hendro, H. (2020). Peran Kepala Desa Sebagai Opinion Leader di Desa Bukit Harapan. *Jurnal Sociopolitico*, 2(1), 1-8.
- Liu, B. F., Austin, L., Lee, Y. I., Jin, Y., & Kim, S. (2020). Telling The Tale: The Role of Narratives in Helping People Respond to Crises. *Journal of Applied Communication Research*, 48(3), 328-349.
- Mardhia, D., Kautsari, N., Syaputra, L. I., Ramdhani, W., & Rasiardhi, C. O. (2020). Penerapan Protokol Kesehatan dan Dampak Covid-19 Terhadap Harga Komoditas Perikanan dan Aktivitas Penangkapan. *Indonesian Journal of Applied Science and Technology*, 1(2), 80-87.
- Marston, C., Arjyal, A., Maskey, S., Regmi, S., & Baral, S. (2020). Using Qualitative Evaluation Components To Help Understand Context: Case Study of A Family Planning Intervention With Female Community Health Volunteers (FCHVs) in Nepal. *BMC Health Services Research*, 20(1), 685-685.
- Mina, M. J., Parker, R., & Larremore, D. B. (2020). Rethinking Covid-19 Test Sensitivity—A Strategy for Containment. *New England Journal of Medicine*, 383(22), 1-3.
- Nafilah, Z. A. (2020). Langkah Taktis Pencegahan Covid-19 di Desa Lowayu Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 360-370.
- Nan, X., Futerfas, M., & Ma, Z. (2017). Role of Narrative Perspective and Modality in The Persuasiveness of Public Service Announcements Promoting HPV Vaccination. *Health Communication*, 32(3), 320–328.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education Limited: Essex.
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2016). Pemanfaatan Digital Public Relations (PR) dalam Sosialisasi Tagline “Jogja Istimewa” Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. *ARISTO*, 4(1), 130-145.
- Oktarina, S., & Sarwoprasodjo, S. (2018). Strategi Komunikasi Politik Opinion Leader Dalam Difusi Program Pembangunan Dan Pengembangan Lembaga Lokal Di Pedesaan (Opinion Leader Political

- Communication Strategy in Diffusion Development Program and Development of Local Institutions in Rural). *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 3(1), 78-90.
- Olivia, S., Gibson, J., & Nasrudin, R. A. (2020). Indonesia in the Time of Covid-19. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 56(2), 143-174.
- Olsson, E. (2014). Crisis Communication in Public Organisations: Dimensions of Crisis Communication Revisited. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 22(2), 113-125.
- Quinn, K. G. (2020). Applying The Popular Opinion Leader Intervention for HIV to COVID-19. *AIDS and Behavior*, 24(12), 3291-3294.
- Rogers, M.E. (1983). *Diffusion of Innovations*. The Free Press: New York.
- Rosidin, U., Rahayuwati, L., & Herawati, E. (2020). Perilaku dan Peran Tokoh Masyarakat Dalam Pencegahan dan Penanggulangan Pandemi Covid-19 di Desa Jayaraga, Kabupaten Garut. *Umbara*, 5(1), 42-50.
- Satuan Tugas Penanganan Covid – 19 Pandeglang (2021). *Peta Sebaran Covid – 19 Kabupaten Pandeglang*. Satuan Tugas Penanganan Covid – 19 Pandeglang: Pandeglang.
- Sekaran, U., & Bougie. R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons Ltd: West Sussex.
- Seo, M. (2021). Amplifying Panic and Facilitating Prevention: Multifaceted Effects of Traditional and Social Media Use During The 2015 MERS Crisis in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(1), 221-240.
- Setiati, S., & Azwar, M. K. (2020). COVID-19 and Indonesia. *Acta Medica Indonesiana*, 52(1), 84-89.
- Sugiyarto, S. (2020). Pemberdayaan Karang Taruna dalam Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Desa Wonokerto Kecamatan Wonogiri. *Jurnal Empathy Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35-41.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarya, L., Sunarya, P. A., & Assyifa, J. D. (2015). Keefektifan Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi pada Perguruan Tinggi Raharja. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 9(1), 77-86.
- Susiati, Tahir, S. Z. B., Hajar, I., & Tenriawali, A. Y. (2021). Optimalisasi Masyarakat Desa Namlea Dalam Menghadapi Tanggap Darurat Pandemi Covid-19. *Journal of Community Dedication and Development (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 50-59.
- Torrez, B., Wakslak, C., & Amit, E. (2019). Dynamic Distance: Use of Visual and Verbal Means of Communication as Social Signals. *Journal of Experimental Social Psychology*, 85, 1-8.
- Total Kasus COVID-19 di Indonesia. (n.d). Diambil tanggal 31 Maret, 2021, dari <https://kompas.id/>
- Utoyo, A. W. (2020). Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial di Jakarta Saat Epidem Covid 19. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 35-42.
- Venus, A., Octavianti, M., El Karimah, K., & Arifin, H. S. (2020). Komunikasi Krisis Forum Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 117-134.