Muhammad Thariq

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK SATUAN TUGAS MUHAMMADIYAH COVID-19

Quick Submit

Quick Submit

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Document Details

Submission ID
trn:oid:::1:3110982030

Submission Date
Dec 11, 2024, 11:26 AM GMT+7

Download Date
Dec 11, 2024, 12:19 PM GMT+7

File Name
ovid-19_Command_Center_dalam_Penanganan_Corona_di_Kota_Medan.pdf

File Size
232.3 KB

10 Pages

4,639 Words

33,063 Characters

19% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Exclusions

- 20 Excluded Sources

Top Sources

18% Internet sources
9% Publications
5% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

18% Internet sources
9% Publications
5% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	doaj.org 2%
2	Internet	romeltea.com 2%
3	Internet	ejournal.unibabwi.ac.id 1%
4	Internet	e-jurnal.lppmunsera.org 1%
5	Internet	www.denpasarinstitute.com 1%
6	Internet	republika.co.id 1%
7	Internet	repositori.umsu.ac.id 1%
8	Internet	pcmbengkong.blogspot.com 1%
9	Internet	kkn.unnes.ac.id 1%
10	Internet	ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id 1%
11	Internet	adoc.pub 1%

12 Internet
jurnal.untidar.ac.id 0%

13 Publication
Nurul Humaidi, Rani Darmayanti, Rahmad Sugianto. "Challenges of Muhammadi... 0%

14 Internet
bircu-journal.com 0%

15 Internet
journal.trunojoyo.ac.id 0%

16 Internet
mahasiswa.jurnalprofit.org 0%

17 Internet
publishing-widyagama.ac.id 0%

18 Publication
Ali Akbar, Nurpratiwi Nurpratiwi, Mimi Amaludin, Uti Rusdian Hidayat, Fauzan Alf... 0%

19 Internet
jurnaliainpontianak.or.id 0%

20 Internet
takihumasunj.com 0%

21 Internet
www.brilio.net 0%

22 Publication
Faisal Riza, Zainuddin Zainuddin. "Pemenuhan Hak Masyarakat Nelayan di Masa ... 0%

23 Internet
eprints.walisongo.ac.id 0%

24 Internet
eprints.stikeshamzar.ac.id 0%

25 Internet
jurnal.umsu.ac.id 0%

26	Internet	
www.ejournal.iaisyarifuddin.ac.id		0%
27	Internet	
bolmong.news		0%
28	Internet	
jurnal.una.ac.id		0%
29	Internet	
repository.unpas.ac.id		0%
30	Internet	
id.123dok.com		0%
31	Internet	
jurnalnasional.ump.ac.id		0%
32	Internet	
lazismubelitung.or.id		0%
33	Internet	
repository.iainpurwokerto.ac.id		0%
34	Internet	
www.tribunnews.com		0%
35	Internet	
journal.um-surabaya.ac.id		0%
36	Publication	
Hera Oktadiana, Myrza Rahmanita, Rina Suprina, Pan Junyang. "Current Issues in ...		0%

P-ISSN: 2548-5067
E-ISSN: 2598-6236
Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
FISIP
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TAPANULI SELATAN

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK SATUAN TUGAS MUHAMMADIYAH *COVID-19 COMMAND CENTER* DALAM PENANGANAN *CORONA* DI KOTA MEDAN

Rafika Audina[1)] Rahmanita Ginting[2)] Muhammad Thariq[3)]

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

rafikaaudinakaka28@gmail.com[1)]
rahmanita_ginting@umsu.ac.id[2)]
muhammadthariq@umsu.ac.id[3)]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang Strategi Komunikasi Publik oleh Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 *Command Center* dalam Penanganan *Corona* di Kota Medan. Teori yang digunakan adalah teori Komunikasi Publik, Komunikasi Risiko, Media Kampanye, Media Massa, Opinion *Leader*, dan Strategi Komunikasi Publik oleh Organisasi Pelayanan Publik. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan teorinya Komunikasi Publik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Satuan Tugas Muhammadiyah *COVID-19 Command Center* Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Medan yakni selain melakukan komunikasi secara langsung mulai dari Daerah, Cabang dan Ranting Muhammadiyah akan tetapi ke masyarakat kegitan yang dilakukan seperti Perencanaan dengan memberikan edukasi 3M Media yang dilakukan oleh Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan seperti media cetak yaitu brosur dan poster, media massa seperti Radio dan TVMu, media online seperti seperti Infomu, Tajdid.id, suaramuhammadiyah.id dan covid19.muhammadiyah.id dan juga media sosial seperti *facebook, instagram, whatsapp*, dan *zoom*. Pendekatan dalam komunikasi risiko yang dilakukan tim Satgas MCCC PDM Kota Medan adalah dengan bekerjasama dengan ortom-ortom Muhammadiyah.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Komunikasi Publik, Penanganan Corona Di Kota Medan.*

PENDAHULUAN

Komunikasi Publik (*Public Communication*) merupakan salah satu tipe ataupun wujud komunikasi dari segi jumlah ataupun banyaknya komunikan (*audiens*) tidak hanya komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*), komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), serta komunikasi massa(*mass communication*), serta pula diketahui dengan banyak sebutan, semacam urusan publik (*public affairs*), data publik (*public information*), serta ikatan publik (*public relation*) ataupun humas (ikatan warga). Sebab jumlah komunikan yang banyak, komunikasi publik pula kerap di identikkan dengan komunikasi massa, sementara itu keduanya berbeda dari segi saluran (*channel*). Komunikasi massa merupakan komunikasi lewat media massa (*communicating with media*). Komunikasi massa" cuma" memakai media massa, seperti Pesan Berita, Majalah, Web, Radio, serta Tv, sebaliknya komunikasi publik lebih luas lagi. Tidak hanya memakai media massa, komunikasi publik pula memakai E-Mail, Web, jejaring sosial semacam Facebook serta Twitter, Yahoo Messengger, Hp (SMS), serta medium lain yang dapat menjangkau khalayak luas(banyak), semacam aksi demo, seminar, dialog, serta sebagainya.

Komunikasi publik di tengah pandemi COVID- 19 ini, mempunyai peranan berarti serta salah satu wujudnya lewat pesan edaran, himbauan serta wujud komunikasi sejenis yang lain ialah metode ataupun pola mengkomunikasikan suatu dalam konteks komunikasi publik. Dalam ilmu komunikasi, komunikator

(pengirim pesan) serta komunikan (penerima pesan) kerapkali terhalang sebab terdapatnya kendala (*noise*) yang bisa menimbulkan pesan tidak diterima secara utuh.

Kecanggihan tekhnolgi dan jugai era serba internet masih saja kurangnya pemahaman masyarakat tentang komunikasi, media sosial dapat menjadi salah satu penyebab *noise* dalam upaya pengendalian bencana publik COVID-19. Saat ini, pemberitaan mengenai COVID-19 akan selalu menjadi sorotan publik. Menurut informasi angka penyebaran jumlah korban pandemi berdasarkan laman *website* resmi pemerintah pusat www.covid19.go.id di rilis 4 Juli 2021 dengan jumlah korban pandemi COVID-19 sebagai berikut: positif sebanyak **2.284.084**, sembuh sebanyak **1.928.274**, dan yang meninggal sebanyak **60.582.** Begitu banyaknya informasi terkait COVID-19 yang tersebar di ruang publik dan bisa jadi malah menimbulkan kebingungan masyarakat.

Kesadaran sebagai bagian dari masyarakat yang saling mendukung, kesadaran sebagai warga negara untuk saat sekarang ini sangat dibutuhkan sebagai rasa sadar yang muncul dari hati dan pikiran masyarakat untuk bersikap dan melakukan sebuah tindakan. Kesadaran akan hak dan kewajibannya sebagai warga sehingga muncul rasa tanggung jawab sebagai warga negara. Maka, komunikasi publik di masa pandemi COVID-19 membutuhkan adanya transparansi dan kepercayaan publik. Begitu juga diperlukan adanya *official counter* terhadap informasi dan isu 'liar' yang menerpa dan menjejali masyarakat lewat media sosial agar kepercayaan khalayak bisa diperoleh oleh pemegang otoritas. Sebab, tujuan utama dari komunikasi publik adalah perubahan perilaku akibat pesan yang disampaikan, yakni pesan tentang bahaya COVID-19.

Strategi komunikasi publik pada keadaan musibah serta darurat ialah strategi utama yang wajib digunakan. Perihal ini dicoba supaya warga terbantu dalam membuat keputusan rasional atas krisis tersebut. Komunikasi diharapkan berperan selaku fasilitas, supaya warga merespon sikap yang sewajarnya dicoba dalam mengeliminasi ataupun merendahkan resiko. Sebab di dikala atmosfer penuh ketidaknyamanan serta ketidakpastian akibat wabah yang menyerang, komunikasi jadi kunci sekalian bagian dari pemecahan. UU Nomor 24/ 2007 melaporkan kalau Penanggulangan Kebencanaan, musibah dibagi jadi 3 tipe musibah, ialah musibah alam, non alam, serta sosial. Pandemi ataupun wabah penyakit dikategorikan selaku musibah non alam.

Perbaikan strategi komunikasi mengenai kebencanaan juga menurut pada aturan dasar yang dinyatakan dalam Undang - Undang No. 24 Tahun 2007 dan juga Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2008 dan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Indonesia terlihat kurang cepat dan tanggap dalam merespons dan belum maksimal dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat dalam mensosialisasikan pencegahan penyebaran COVID-19. Karena kondisi tersebut Muhammadiyah sebagai kekuatan sosial keagamaan yang besar dan berpengaruh tidak ketinggalan di dalam memberikan peran nyatanya. Dalam konteks demokrasi, ketersediaan informasi yang beragam adalah sangat penting karena itu akan menjadikan proses verifikasi informasi berjalan. Menurut Danny Schecter (2007) pluralitas informasi sebagai sebuah keniscayaan dan merupakan format ideal untuk memberikan peran swasta di dalam penyediaan informasi tersebut. Peran swasta yang dimaksud adalah masyarakat sipil seperti halnya Muhammadiyah, NU, Lembaga filantropi, media massa yang independen di Indonesia.

Mempertimbangan penyebaran COVID- 19 yang begitu cepat, Pimpinan Pusat Muhammadiyah melaporkan bahwa wabah tersebut merupakan peristiwa luar biasa yang wajib dilakukan pencegahan serta aksi secara serius, masif, serta terkoordinasi dengan baik. Muhammadiyah mendesak supaya pemerintah mengaitkan seluruh pihak untuk berkolaborasi serta bersinergi dengan diiringi langkah sosialisasi serta kebijakan yang terbuka serta

komprehensif. Lewat Maklumat Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor. 02/MLM/I.0/H/2020 Tentang Wabah COVID- 19, Pimpinan Pusat Muhammadiyah sudah membentuk MCCC yang bertugas mengoordinasikan penerapan program serta aksi penindakan COVID- 19. Halaman web ini dapat dilihat di https://covid19.muhammadiyah.id yang memberikan informasi terupdate baik internal maupun external, termasuk meneruskan info dari www.covid19.go.id. Sama seperti satuan tugas COVID-19 oleh Pemerintah, MCCC juga memiliki peran dalam penanganan COVID-19.

Keterlibatan Muhammadiyah ini dalam teori CERC merupakan wujud partisipasi publik dalam komunikasi dikala kondisi krisis. Terdapat juga komponen Lembaga ini didukung oleh elemen- elemen antara lain: MPKU, MDMC,‘ Aisyiyah, Lazismu, Diktilitbang, Dikdasmen, Majelis Tabligh, IPM, IMM, NA, HW, TSPM, serta Pemuda Muhammadiyah. Pimpinan Universal Pimpinan Pusat Muhammadiyah Haedar Nashir mengapresiasi kiprah MCCC. Di mana, unit spesial Muhammadiyah ini terus bergerak dari pusat sampai nyaris segala wilayah di Indonesia dalam mengalami wabah virus corona tipe baru COVID- 19 secara masif serta tersistem.

Keterlibatan Muhammadiyah dalam kebencanaan terbiasa didukung kinerja, data, dan sistem teknologi informasi yang bagus dengan dukungan PSDM yang menyangga. Melalui MCCC langkah Muhammadiyah diapresiasi publik secara luas, hingga dr Corona Rintawan yang semula menjadi Ketua MCCC ditarik ke BNPB Pusat mewakili Muhammadiyah. Sejak menyebarnya wabah COVID-19 tersebut, dan juga sejalan dengan terbentuknya MCCC ditingkat pusat, maka PD Muhammadiyah juga mengambil tindakan untuk di bentuknya MCCC PDM Kota Medan. Penyebaran wabah COVID-19 pada tanggal 3 Juli 2021 berjumlah pasien COVID-19 khusus di Kota Medan yang positif sejumlah 18640, sembuh 16626, dan yang meninggal 584 orang, sehingga MCCC PDM Kota Medan melalui instruksi MCCC PW Muhammadiyah Sumatera Utara terus bersinergi bersama Aisyiyah, Lazismu, Diktilitbang, Dikdasmen, Majelis Tabligh, IPM, IMM, NA, HW, TSM, dan Pemuda Muhammadiyah dengan menggunakan strategi komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat Kota Medan dalam penanganan COVID-19 di Kota Medan. Selain dengan memberikan edukasi tim SATGAS MCCC PDM Kota Medan juga melakukan program sosialisasi mengenai protokol kesehatan. Sosialisasi yang dilakukan oleh tim SATGAS MCCC PDM Kota Medan hanya bisa diakses oleh fase remaja dan dewasa yang memahami media sosial dan teknologi. Sedangkan untuk fase frenantal, fase kanak-kanak, dan juga fase lansia akan kesulitan untuk mengakses informasi tersebut, dikarenakan keterbatasan pengetahuan untuk melakukan akses media sosial dan teknologi. Beranjak dari hal tersebut perlu adanya peranan tim Satgas MCCC PDM Kota Medan dalam memberikan informasi langsung kepada lansia untuk memberikan pemahaman mengenai wabah yang sedang terjadi dan bagaimana cara menyikapi dan mengatasi masalah tersebut. Dengan begitu kebingungan masyarakat terhadap informasi COVID-19 dan juga keterlibatan masyarakat dalam penangan COVID-19 menjadi salah satu bentuk keberhasilan dari komunikasi publik Muhammadiyah COVID – 19 Commad Center (MCCC) di Kota Medan .

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti tentang bagaimana “Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID – 19 Commad Center (MCCC) dalam Penanganan Corona di Kota Medan”.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang di gunakan adalah metode deskriptif dengan analisis kualitatif, yaitu prosedur pemecahan masalah yang di selidiki dengan pengamatan dengan cara menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta – fakta yang telihat, dengan wawancara secara langsung, atau sebagaimana adanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammaldiyah COVID-19 Command Center Dalam Penanganan Corona Di Kota Medan

Berdasarkan hasil wawancara tentang perencanaan bahwa perencanaan itu dimulai dengan membuat dan melaksanakan program kerja ini khusus untuk Kota Medan, yang pertama melakukan edukasi 3M kepada masyarakat, lalu melakukan penyemprotan sarana amal usaha muhammadiyah dan rumah ibadah, pembagian masker, alat cuci tangan, handsanitizer, disenfektan secara gratis. Ada juga pembagian sembago bagi warga yang terdampak ekonominya. Dan pengumpulan donasi. Setelah itu bisa mulai melakukan Komunikasi langsung dengan kita langsung turun kepada masyarakat bekerjasama dengan Ortom Muhammadiyah seperti Pemuda Muhammadiyah, IMM, IPM, kalau di katakana efektif ya mungkin secara umum ya sudah efektif. Melakukan pelatihan kepada mubaligh, terus mengkodininasi dengan MCCC PWM Sumut untuk sama-sama menjalankan apa yang di instruksikan dari pusat agar bisa sejalan. Perencanaan program kerja perlu strategi komunikasi publik yang efektif dan efisien, sehingga tepat sasaran dan dapat mencapai tujuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Model pilihan strategi melihat bagaimana komunikator memilih diantara berbagai strategi pesan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan model desain pesan memberikan perhatiannya pada bagaimana komunikator membangun pesan untuk mencapai tujuan. Dalam pelaksanaan kegiatan apapun pasti membutuhkan strategi.

Berdasarkan teori tersebut dapat diketahui bahwa strategi komunikasi publik adalah rencana dalam penyampaian suatu pesan untuk mencapai tujuan. Namun dalam pelaksanaannya jika dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti bahwa strategi komunikasi publik yang telah dilakukan oleh MCCC PDM Kota Medan dalam menangani corona di Kota Medan sudah tepat sasaran walaupun hasilnya masih belum efektif karena masih adanya masyarakat yang tidak percaya dengan COVID-19. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi publik MCCC PDM Kota Medan sudah melaksanakan strategi komunikasi publik dalam penanganan COVID- 19 dengan adanya perencanaan, pendekatan, dan juga monitoring dan evaluasi sehingga sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dengan beberapa teknik yang dilakukan seperti melakukan edukasi dan sosialisasi kesehatan dan melakukan beberapa promosi terkait dengan COVID-19 di Kota Medan melalui media online, media sosial dan media cetak dengan tujuan agar masyarakat bisa sadar dan lebih waspada, melakukan pelatihan kepada mubaligh yang turun langsung kepada masyarakat. Untuk pendekatannya dalam komunikasi risiko di lakukan dengan selalu berkordinasi dengan MCCC PWM Sumut agar visi dan misi yang di lakukan dapat sejalan dan juga pelibatan Warga Persyarikatan Muhammadiyah yang terpapar COVID selalu dilakukan pendampingan, sambil kita beri edukasi sehingga mereka bisa memberikan informasi mengenai COVID itu. Untuk monitoring dan evaluasinya tim Satgas MCCC PDM Kota Medan dengan melakukan sebar angket setelah itu ada tindakan yang akan dilakukan dengan harapan kegiatan yang telah dievaluasi itu tidak terulang kembali. Mengawal pergerakan Warga Muhammadiyah dengan tetap mematuhi Protokol Kesehatan dan juga membuat laporan kepada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Medan.

Analisis Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan

Satgas MCCC PDM Kota Medan melakukan *To secure understanding*, yakni mampu memahami pesan-pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat Kota Medan melalui berbagai kegiatan agar nantinya dapat diterima dengan mudah dari berbagai pendekatan, selanjutnya setelah pesan yang disampaikan telah diterima maka penerimanya diberikan pemahaman *To establish acceptance*, sehingga dapat termotivasi *To motivate action* untuk melakukan kegiatan yang disajikan.

Menurut Harold Lasswell, bahwa kegiatan strategi komunikasi harus di hubungkan dengan menggunakan beberapa komponen komunikasi yang merupakan jawaban dari *who*? (siapa komunikatornya?), *says what*? (Pesan apa disampaikan?), *In Which*, *Channel*? (Media apa yang digunakan?), *To Whom*? (Siapa komunikannya?), dan *With What Effect*? (Efek apa yang diharapkan?). Dalam melancarkan strategi komunikasi, Satgas MCCC PDM Kota Medan mengacu pada kebijakan Undang-Undang, adanya kelembagaan (Satgas COVID-19), serta mendiseminasi (menyebarkan) informasi mengenai cara mengurai wabah COVID-19 dari MCCC Pusat untuk membatasi dan menghilangkan laju wabah COVID-19. Sekaligus mendiseminasikan solusi kongkret pemerintah dalam merespon ragam persoalan ikutan dari pandemik ini.

1. *Who*? (Siapa Komunikatornya)

Dalam strategi komunikasi, komunikator memiliki peranan yang sangat penting karena komunikatpr merupakan sumber serta kendala-kendala dalam keseluruhan aktivitas-aktivitas komunikasi. Pada hasil observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti mengetahui bahwa Strategi dalam pemilihan komunikator dari pihak Satgas MCCC PDM Kota Medan sendiri memilih Ketua MCCC PDM Kota Medan sekaligus bagian dari Satgas COVID-19 di Pemprov Sumut. Hal ini dinggap oleh memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat sehingga diharapkan dengan memilih Ketua MCCC PDM Kota Medan sekaligus bagian dari Satgas COVID-19 di Pemprov Sumu sebagai komunikator akan memperlancar jalannya proses penyampaian pesan kepada komunikan. Dalam menyampaikan pesannya, Bapak Delyuzar dibantu oleh para anggota Satgas MCCC PDM Kota Medan untuk melancarkan penanganan wabah COVID-19 di Kota Medan. Dalam hal ini, terdapat faktor pendukung yakni pemilihan komunikator yang memiliki daya tarik sumber yang bagus serta memiliki kredibilitas yang tinggi. Kemudian faktor penghambat pada komunikator yaitu penyampaian pesan yang hanya satu atau dua kali saja sehingga terkadang masih terdapat masyarakat yang belum memahami apa yang disampaikan oleh sumber khususnya dari kalangan Warga Muhammadiyah. Namun, secara keseluruhan bahwa segala informasi yang disampaikan oleh Bapak Delyuzar selain untuk mengatasi warga-warga yang terpapar COVID-19 juga memprioritaskan pemberhentian laju pandemi COVID-19 di Kota Medan.

Komunikator menyampaikan segala informasi kepada para komunikan terkait protokol kesehatan melalui sosialisasi yang meliputi 3M (memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan), memberikan informasi mengenai wabah COVID-19 melalui media sosial grup WhatsApp dan lain sebagainya. Sehingga dengan adanya segala informasi yang disampaikan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan melalui komunikator maka diharapkan dapat memberhentikan laju penyebaran COVID-19 di Kota Medan.

2. *To Whom?* (Siapa komunikannya)

Untuk melancarkan aksi komunikasi, pemilihan komunikan harus tepat sasaran. Berdasarkan UU No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik. Jadi segala informasi yang berkaitan dengan publik harus disampaikan secara menyeluruh kepada komunikan. Sesuai dengan edaran kebijakan pemerintah mengeluarkan Undang -Undang untuk penanggulangan virus corona. Komunikan disini yaitu warga persyarikatan Muhammadiyah yang dipilih oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan yakni Mubaligh PDM, Pemuda Muhammadiyah, dan IMM. Pada BAB II telah dijelaskan bahwa sebelum menyampaikan sebuah komunikasi, kita harus memahami terlebih dahulu siapa saja yang akan dijadikan sebagai komunikan atau penerima pesan, karena hal ini sangat berpengaruh besar terhadap tujuan komunikasi. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam memilih komunikan untuk melancarkan sebuah komunikasi yakni yang pertama, kecakapan komunikasi artinya minimal komunikan dapat membaca, mendengar, serta menangkap apa yang dibaca dan didengarnya. Kedua, sikap artinya sikap atau tingkah laku komunikan tidak bersikap acuh atau memiliki pendapat yang negatif. Kemudian yang ketiga, pengetahuan artinya komunikan terpilih memiliki pengetahuan yang cukup minimal mengenai apa yang sedang dibicarakan sehingga diharapkan komunikan dapat memahami apa saja maksud yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Kemudian yang terakhir yakni keadaan lahiriah, artinya bahwa komunikan dalam keadaan memiliki kondisi tubuh yang normal. Manusia normalnya memiliki indra penglihatan, pendengaran, peraba, perasa, serta penciuman. Komunikan yang baik setidaknya memenuhi kriteria tersebut agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Faktor pendukung pada bagian ini yaitu penggunaan bahasa nasional dan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar sehingga masyarakat dapat memahami apa yang disampaikan oleh komunikator.

3. In Wich Channel? (Media yang digunakan)

Media-media yang digunakan dalam melancarkan proses penyampaian pesan dilakukan dengan berbagai ragam. Di Kota Medan, Satgas MCCC PDM Kota Medan menerapkan 3 media yakni media verbal, non verbal, dan kelompok yang dianggap cukup efisien. Melalui media komunikasi verbal yang dilaksanakan Satgas pada awal tanggal 1 April 2020 dan menjadi agenda Satgas MCCC PDM Kota Medan pada setiap bulannya hingga sampai saat ini, komunikator secara langsung maupun tertulis menyampaikan pesan kepada komunikan terkait edukasi protokol kesehatan dalam kegiatan sehari-hari serta di tempat-tempat umum yang memungkinkan orang banyak bertemu atau berkerumun. Kemudian melalui media komunikasi non verbal yang dilaksanakan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan mewajibkan untuk selalu menjaga jarak, serta memasang poster sambil membagikan masker gratis pada kawasan yang terpapar untuk mengurangi mobilitas masyarakat. Selain itu, Satgas MCCC PDM Kota Medan melakukan komunikasi secara kelompok dengan melakukan sosialisasi terkait protokol kesehatan bersama para Mubaligh dan Korkom dan juga cara penanganannya. Seluruh media yang digunakan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan dinilai cukup efektif karena tidak terlalu menimbulkan kerumunan massa, tetapi warga cukup antusias untuk mengikuti segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan. Faktor pendukung pada komponen ini yaitu adanya banyak mediayang digunakan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan, sehingga komunikan atau warga persyarikatan Muhammadiyah dapat dengan mudah

memahami apa yang disampaikan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan.

4. Says What? (pesan apa yang disampaikan)

Dalam penyampaian pesan, tim Satgas MCCC PDM Kota Medan memilih menyampaikan isi komunikasi dengan bahasa. Yakni dengan penyampaian pesan yang singkat, padat, dan jelas. Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan menyampaikan pesan dengan beberapa cara yang dianggap paling efektif untuk meminimalisir adanya kerumunan warga yang dapat menekan penyebaran COVID-19. Pertama, dengan mengadakan sosialisasi, yang kedua dengan cara membagikan poster mengenai edukasi protokol kesehatan. Kemudian yang ketiga, dengan cara membuat group WhatsApp yang didalamnya beranggotakan seluruh anggota Satgas MCCC PDM Kota Medan dan seluruh ortom-ortom Muhammadiyah. Dengan cara tersebut diharapkan pesan yang disampaikan oleh sumber kepada sasaran akan berjalan sesuai rencana secara maksimal.

5. With What Effect? (Efek apa yang diharapkan)

Setelah Satgas MCCC PDM Kota Medan melakukan berbagai strategi komunikasi untuk menangani wabah COVID-19, maka pembahasan terkait efek atau dampak yang diharapkan dari strategi komunikasi yakni sama halnya dengan tujuan dan fungsi komunikasi. Tujuan dan fungsi komunikasi yaitu memberikan informasi dari komunikator kepada komunikan serta mengubah sikap komunikan setelah mengetahui isi dari pesan yang disampaikan. Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan memiliki peranan yang sangat penting dalam proses penanganan wabah COVID-19. Hal ini dilakukan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan dengan melaksanakan komunikasi verbal, non verbal, dan kelompok yang mereka persiapkan untuk warga persyarikatan Muhammadiyah.

Menurut analisis peneliti bahwa tim Satgas MCCC PDM Kota Medan belum sepenuhnya sukses menggunakan Teori yang dikemukakan oleh Laswell dan panduan terkait pencegahan wabah COVID-19 dari pemerintah. Seperti masih ada beberapa warga persyarikatan Muhammadiyah yang acuh terhadap himbauan Satgas MCCC PDM Kota Medan mengenai edukasi protokol Kesehatan, sehingga dapat mengakibatkan warga yang lainya terpengaruh acuh terhadap aturan dari Satgas, dikarenakan simpang siur informasi soal fakta-fakta tentang COVID-19 yang begitu beragam di kalangan masyarakat. Satgas MCCC PDM Kota Medan mengalami hambatan dalam strategi penyampaian pesan yang lebih mudah diterima oleh komunikan dalam hal ini masyarakat khususnya warga persyarikatan Muhammadiyah tentang pesan pengetahuan masalah bahaya COVID-19, masyarakat sudah terlanjur mendapatkan informasi dari media sosial terkait dengan bahaya wabah. Sebagian masyarakat sudah terlanjur percaya bahwa COVID-19 ini di buat-buat, ada juga sebagian masyarakat yang percaya bahwa memang ini wabah. Dengan hal ini kesadaran masyarakat terbentuk bukan dari Satgas MCCC PDM Kota Medan melainkan mereka sendiri yang menemukan realita di lapangan. Oleh karena itu peran Satgas MCCC PDM Kota Medan belum sepenuhnya memberi andil terhadap penanganan wabah COVID-19 dikarenakan beberapa faktor media sosial yang mempengaruhi masyarakat.

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Satgas MCCC dalam penanganan corona di kota medan ini menjadi menarik untuk dipahami. Itulah sebabnya peneitian

ini ditujukan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan. Ketua Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Medan dalam Penanganan Corona di Kota Medan selalu berupaya membuat kegiatan – kegiatan yang melibatkan seluruh Ortom Muhammadiyah seperti Aisyiah, Pemuda Muhammadiyah, Nasyiatul Aisyiah, IMM, IPM, dan bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Medan dan Pemerintah Kota Medan dengan di bawah arahan MCCC PWM SUMUT dan MCCC PP Muhammadiyah.

Banyak kegiatan yang telah dilakukan seperti melakukan edukasi 3M kepada masyarakat, lalu melakukan penyemprotan sarana amal usaha muhammadiyah dan rumah ibadah, pembagian masker, alat cuci tangan, handsanitizer, disenfektan secara gratis, pelatihan para mubaligh, vaksinasi, distribusi penyaluran sembako, pembagian brosur, publikasi media, pengumpulan donasi. Akibat COVID-19 ini seluruh masyarakat merasakan damPaknya. DamPak yang ditimbulkan oleh COVID-19 ini bukan hanya berdampak kepada masalah kesehatan saja, akan tetapi berdampak kepada lemahnya ekonomi masyarakat. Dengan Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan bersama sebagian Ortom Muhammadiyah seperti Pemuda Muhammadiyah dan IMM dan Kokam terjun langsung ke masyarakat sehingga dapat melihat langsung bagaimana kondisi masyarakat khususnya di Kota Medan yang terkena dampak akibat COVID-19 dan tahu apa yang diperlukan masyarakat yang terkena dampak COVID-19. Satgas MCCC PDM Kota Medan bersama Ortom Muhammadiyah seperti penyaluran sembako, dan pengumpulan donasi.

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Satgas MCCC dalam Penanganan Corona di Kota Medan yakni melakukan komunikasi secara langsung ke pimpinan-pimpinan Muhammadiyah mulai dari Daerah sampai Ranting Muhammadiyah dan ke masyarakat kegitan yang dilakukan seperti memberikan edukasi 3M dan sosialisasi agar masyarakat semakin percaya bahwa risiko bahaya COVID-19 itu ada dengan ditunjukkan beberapa bukti data seperti jumlah kasus positif COVID-19 di Indonesia khususnya di Sumatera Utara, jumlah pasien yang sembuh dari COVID dan jumlah pasien yang meninggal akibat COVID-19 serta memberitahukan ciri – ciri munculnya COVID-19 yang dapat dirasakan.

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Medan yakni selain melakukan komunikasi secara langsung ke majelis ranting muhammadiyah akan tetapi ke masyarakat kegitan yang dilakukan seperti memberikan edukasi 3M dan sosialisasi, dan juga melakukan pembagian brosur terkait dengan bahaya COVID-19 dan publikasi media melalui media sosial maupun media cetak seperti, Facebook, Istagram, dan media milik Muhammadiyah seperti Suara Muhammadiyah, TVMuh dan juga media milik ortom – ortom Muhammadiyah. Tujuannya adalah agar masyarakat tidak abai dan tetap selalu waspada akan bahaya COVID-19.

SIMPULAN

1. Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center menggunakan beberapa strategi yang sesuai. Strategi komunikasi publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center menggunakan beberapa strategi mulai dari perencanaan, pendekatan dalam komunikasi risiko dan juga

monitoring dan evaluasi.

2. Perencanaan yang di lakukan oleh Bapak Dr.dr.Delyuzar, M.Ked(PA),S.p.PA(K) beserta tim memberikan pesan mengenai edukasi 3M (Mencuci Tangan, Memakai Masker dan Menjaga Jarak), edukasi isolasi mandiri bagi kasus konfirmasi COVID-19 tanpa gejala, edukasi bagi wanita menyusui saat pandemi COVID-19, Edukasi untuk imunisasi anak saat pandemi COVID-19, edukasi untuk ibu hamil dengan tetap memberi gizi seimbang pada masa pandemi COVID-19, edukasi bagi ibu bersalin pada masa pandemi COVID-19. Edukasi bersama FK UMSU dan edukasi memberikan pelatihan kepada DAI/Mubaligh. Selain itu juga tim Satgas MCCC PDM Kota Medan melakukan penyemprotan sarana Amal Usaha Muhammadiyah, pembagian masker, alat cuci tangan, handsanitizer, disinfektan secara gratis, pembagian APD ke Rumah Sakit Muhammadiyah dan Klinik Aisyiah dan pembagian sembako. Media yang dilakukan oleh Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan seperti media cetak yaitu brosur dan poster, media massa seperti Radio dan TVMu, media online seperti seperti Infomu, Tajdid.id, suaramuhammadiyah.id dan covid19.muhammadiyah.id dan juga media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, dan zoom. Pendekatan dalam komunikasi risiko yang dilakukan tim Satgas MCCC PDM Kota Medan adalah dengan bekerjasama dengan ortom-ortom Muhammadiyah seperti Pemuda Muhammadiyah dan IMM. Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan Tim satgas MCCC Kota Medan dipilih atau diberi amanah dari PDM Muhammadiyah sebagai bentuk kebijakan yang harus dilakukan dengan diketuai oleh Bapak Dr.dr.Delyuzar, M.Ked(PA),S.p.PA(K) di MCCC Kota Medan sebagai tokoh dari Muhammadiyah itu sendiri sekaligus adalah bagian dari tim Satgas COVID-19 Pemprov Sumut dan juga keterlibatan warga Persyarikatan Muhammadiyah yang terpapar COVID yang terus diberi pendampingan, sehingga nantinya bisa memberikan informasi mengenai bahaya COVID-19. Monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan adalah pertama membuat angket setelah itu ada tindakan yang akan dilakukan dengan harapan kegiatan yang memiliki kekurangan dari hasil evaluasi itu tidak terulang kembali. Mengawal pergerakan Warga Muhammadiyah dengan tetap mematuhi Protokol Kesehatan.

SARAN

1. Secara teoritis, teori yang disarankan adalah Komunikasi Publik harus lebih di perbanyak lagi dan juga mengenai teori Strategi yang lebih di perdalam sesuai dengan keadaan.
2. Secara Akademis, riset mengenai Strategi Komunikasi Publik akan lebih banyak lagi dan riset dengan judul Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan bisa menjadi referensi kedepannya.
3. Secara Praktis, untuk MCCC PDM Kota Medan lebih di tingkatkan lagi dalam memberikan edukasi seputar COVID-19 ini dan juga kedepannya lebih banyak melakukan seminar-seminar baik secara luring maupun daring agar informasi yang diberikan langsung sampai kepada audiensnya.

DAFTAR RUJUKAN

Ardianto, Elvinaro. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosa

Rekatama Media

Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi*: *Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. 2021. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*. Jakarta : Kementerian Kesehatan RI.

Cangara, Hafied (2019). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Departemen Pendidikan Nasional RI. 2004. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Efendy, Onong Uchana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya

Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Muhammad, Arni . 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Mukarom, Zaenal dan Laksana, Muhibudin Wijaya. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nursalam. 2017. *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*: *Pendekatan Praktis*. Jakarta: Salemba Medika.

Sellnow, T. L.., Ulmer, R.R., Seeger, M. W., dan Littlefield, R.S. (2010). *Effective Risk Communication: A Message-Centered Approach.* New York: Springers.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Wibowo. 2017. Manajemen Kinerja. Edisi Ke-5. Jakarta. Rajawali Press. Zaitul Marlina Sepa. 2013.

turnitin Page 15 of 15 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::1:3110982030