

Kepatuhan Masyarakat Pada Komunikasi Persuasif *Social Distancing* yang Dilakukan Pemerintah di Media Massa Saat Pandemi COVID-19

Joshua Yonathan, Roswita Oktavianti
joshuay2300@gmail.com, roswitao@fikom.untar.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Abstract

The Indonesian government, especially Jakarta, has taken various ways to prevent the transmission of the COVID-19 virus, one of which is through persuasive communication. The persuasive communication that is always carried out by the government is washing hands, wearing mask, and maintaining distance. This research will only discuss more about maintaining distance or social distancing. The persuasion of the social distancing movement is carried out by the government in various ways, one of which is through the mass media. Mass media is the official journalistic media, such as radio, newspapers, electronic news, and television. Through this persuasive communication, Jakarta government expects public compliance to jointly break the chain of transmission of COVID-19. Therefore, researchers want to see a picture of public compliance with the persuasive social distancing communication carried out by the government in the mass media during the COVID-19 pandemic. This research is a qualitative research using a case study method in West Jakarta, to be precise in Kalideres sub-district. Data were collected by means of interviews. The result of the research is that there are 2 sources who obey and 2 sources who do not comply with social distancing. The persuasion communication that the government has made through the mass media has reached expectations at a cognitive level. This is evidenced by the good knowledge of the informants about social distancing. However, the affective and behavioral aspects are still not maximally implemented because of the lack of clear sanctions for offenders of social distancing so that people tend to conform because of the ambiguous conditions they experience.

Keywords: *community compliance, COVID-19, mass media, persuasive communication, social distancing*

Abstrak

Pemerintah Indonesia, khususnya Jakarta, melakukan berbagai cara untuk mencegah penularan virus COVID-19, salah satunya dengan melakukan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif yang selalu dilakukan oleh pemerintah adalah gerakan 3M, yaitu mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak. Penelitian ini fokus membahas lebih lanjut tentang gerakan menjaga jarak atau *social distancing*. Persuasi gerakan *social distancing* dilakukan pemerintah dengan berbagai macam cara, salah satunya melalui media massa. Media massa yang dimaksud adalah media jurnalistik resmi, seperti radio, koran, berita elektronik, dan televisi. Melalui komunikasi persuasif ini, pemerintah mengharapkan kepatuhan masyarakat untuk bersama-sama memutus rantai penularan COVID-19. Maka dari itu, peneliti ingin melihat gambaran kepatuhan masyarakat pada komunikasi persuasif *social distancing* yang dilakukan pemerintah di media massa saat pandemi COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus yang dilakukan di daerah Jakarta Barat, tepatnya di kecamatan Kalideres. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara. Hasil dari penelitian adalah terdapat narasumber yang patuh dan narasumber yang tidak patuh terhadap *social distancing*. Komunikasi persuasi yang

dilakukan pemerintah melalui media massa sudah mencapai harapan pada tingkat kognitif. Hal ini dibuktikan dengan pengetahuan yang baik dari para narasumber tentang *social distancing*. Akan tetapi, aspek afektif dan behavioral masih belum terlaksana dengan maksimal karena kurangnya sanksi yang jelas bagi pelanggar *social distancing* sehingga masyarakat cenderung melakukan konformitas karena kondisi ambigu yang dialami.

Kata Kunci: COVID-19, kepatuhan masyarakat, komunikasi persuasif, media massa, *social distancing*

1. Pendahuluan

Pada tahun 2020, dunia digemparkan oleh penemuan virus baru yang bernama COVID-19. Virus ini pertama kali ditemukan di Wuhan, China. *World Health Organization* (WHO) menjelaskan bahwa virus COVID-19 adalah salah satu kelompok virus corona yang dapat menyebabkan infeksi pernapasan pada manusia, mulai dari flu biasa, demam hingga komplikasi penyakit yang dapat menyebabkan kematian. Pada tanggal 11 Maret 2020 WHO menyatakan virus COVID-19 adalah pandemi skala global, dan menjadi perhatian utama di dunia (*World Health Organization*, 2020).

Pada tanggal 10 April 2020, Jakarta merupakan kota pertama di Indonesia yang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB berjalan dari tanggal 10 April 2020 hingga 4 Juni 2020 (*Detiknews*, 2020). Terdapat 3.512 orang yang positif COVID-19 per tanggal 10 April 2020 di Jakarta. Selama PSBB diberlakukan, semua kegiatan massal dilarang dilakukan, seperti kegiatan belajar mengajar, beribadah, dan kegiatan massal lainnya (*Lova*, 2020). Pada tanggal 5 Juni 2020 hingga 10 September 2020, pemerintah memutuskan untuk mengubah status PSBB menjadi PSBB Transisi. Dalam jangka waktu tersebut, Jakarta mengalami lima tahap PSBB transisi. Selama PSBB transisi fasilitas umum kembali dibuka, termasuk pusat perbelanjaan. Keadaan PSBB transisi ini merupakan fenomena *new normal*, yaitu kembalinya penduduk Jakarta melakukan aktivitas sehari-hari, tetapi tetap mematuhi protokol kesehatan yang berlaku. Beberapa protokol yang wajib dilakukan adalah memakai masker, mengecek suhu, dan menggunakan *hand sanitizer*. Akan tetapi, kegiatan belajar mengajar dan kegiatan massal lainnya masih dibatasi (*CNN*, Juni 2020). Pada bulan November 2020, PSBB transisi masih diberlakukan dan jumlah kasus positif hingga November 2020 adalah 132.000 orang (*Harianti*, 2020).

Banyak upaya yang sudah dilakukan pemerintah demi melakukan pencegahan penularan virus COVID-19, salah satunya melakukan komunikasi persuasif. Menurut *Suryana* (2019), komunikasi persuasif adalah kegiatan yang dilakukan dua orang atau lebih dengan sumber, media, dan penerima informasi, guna mengubah perilaku, pendapat, atau pandangan, baik secara verbal maupun nonverbal. Tanpa disadari, persuasi banyak dilakukan dalam kehidupan manusia sehari-hari. Oleh karena itu ruang lingkup persuasi cukup luas dan beragam. Hal ini dapat dilihat dari konteks persuasi, bidang persuasi, sifat persuasi, dan tujuan persuasi. Komunikasi persuasi dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi.

Salah satu komunikasi persuasif yang dilakukan pemerintah adalah dengan mencanangkan gerakan 3M, yaitu: memakai masker saat sedang berada di luar rumah, mencuci tangan dengan sabun dan air, dan menjaga jarak aman 1,5-2 meter. Komunikasi persuasif 3 M tersebut dicanangkan salah satunya melalui media massa

(Ponomban, 2020). Peneliti mengerucutkan pembahasan pada poin ketiga dari gerakan 3M, yaitu menjaga jarak aman 1,5-2 meter atau yang biasa dikenal dengan istilah *social distancing*. *Social distancing* atau pembatasan interaksi sosial adalah sebuah metode yang dilakukan dengan cara membatasi interaksi antar individu dalam jangka waktu tertentu untuk mengurangi penyebaran penyakit tertentu pada sekelompok manusia (Aslam, 2020).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, patuh adalah suka menurut pada perintah atau aturan yang berlaku. Definisi lain dari kepatuhan adalah untuk menjelaskan ketaatan atau pasrah pada tujuan yang sudah ditentukan atau disepakati (Bastable, 2002). Artinya individu memilih untuk melakukan, mematuhi, atau merespon permintaan, atau keinginan seseorang yang memegang otoritas.

Hingga saat ini, ada warga Jakarta yang mematuhi himbauan *social distancing* dari pemerintah. Contohnya adalah penerapan *social distancing* pada saat mengantri, yaitu warga yang ingin mengantri wajib menjaga jarak dengan orang di depan atau di belakangnya. Hal ini dilakukan di beberapa tempat, salah satunya adalah di stasiun kereta Jakarta (Umasugi, 2020). Akan tetapi, ada juga warga Jakarta yang tidak mengindahkan himbauan *social distancing* ini, contohnya terjadi pada beberapa hari lalu di Jakarta, terdapat fenomena balap lari liar yang dilakukan di beberapa tempat, dan mengundang kerumunan massa (Titah, 2020).

Menurut Auliya (dalam Putri dkk, 2020), media massa adalah sarana atau saluran untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima, baik berupa informasi, dan hiburan. Media massa merupakan alat komunikasi dan elemen penting pada komunikasi massa. Media massa dapat berbentuk: 1) media massa cetak (koran, majalah, tabloid); 2) media massa elektronik (televisi, radio, video); 3) media massa *online* atau daring (berita *online*, *cyber media*).

Maka dari itu, peneliti ingin melihat gambaran kepatuhan warga Jakarta pada komunikasi persuasif *social distancing* yang dilakukan pemerintah di media massa saat pandemi COVID-19.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Nasution (dalam Rukajat, 2018), penelitian kualitatif adalah penelitian dengan metode mengamati orang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia dan sekitarnya. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena penelitian tersebut memerlukan data-data berupa kata-kata dan kalimat, sehingga peneliti perlu untuk datang berinteraksi dengan orang-orang dan lingkungannya. Peneliti ingin mengetahui kepatuhan masyarakat pada komunikasi persuasif *social distancing* yang dilakukan pemerintah di media massa saat pandemi COVID-19.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada masyarakat di Kecamatan Kalideres, Jakarta Barat. Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang tinggal dan hidup di Kecamatan Kalideres, Jakarta Barat. Objek penelitian ini adalah kepatuhan masyarakat pada komunikasi persuasif yang dilakukan pemerintah melalui media massa saat pandemi COVID-19. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan adalah wawancara, sedangkan data sekunder yang digunakan adalah dokumentasi foto. Instrumen penelitian yang digunakan adalah panduan

wawancara dan alat perekam. Narasumber yang diwawancara terdiri dari empat orang.

Wawancara ini dilakukan secara tatap muka dengan menerapkan protokol kesehatan COVID-19, yaitu melakukan *social distancing* dan menggunakan masker. Peneliti juga memastikan bahwa narasumber dan peneliti membersihkan diri dengan mencuci tangan sebelum proses wawancara dilakukan. Hal ini dilakukan karena penelitian ini dilaksanakan dalam kondisi pandemi COVID-19.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Komunikasi Persuasif *Social Distancing* Saat Pandemi COVID-19

Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh media massa mempengaruhi 3 aspek, yaitu kognitif, afektif, dan behavioral (Auliya, dalam Putri dkk, 2020). Dalam pembahasan ini, peneliti akan menganalisis jawaban para narasumber berdasarkan ketiga aspek tersebut. Pertama, aspek kognitif. Berdasarkan keempat jawaban narasumber, peneliti menyimpulkan bahwa definisi *social distancing* yang dimengerti oleh para narasumber sejalan dengan yang dikemukakan Aslam (2020), yaitu membatasi interaksi fisik dalam jarak tertentu untuk mengurangi penyebaran penyakit.

“Jaga jarak dengan satu dan lainnya, dan memang ada beberapa tempat yang kita gak boleh bersebelahan, misalnya kayak tempat duduk, atau mungkin bisa dengan cara ada jarak di antara orang-orang.” (narasumber, Varian)

Selain itu, pemerintah mengatakan jarak ideal saat melakukan *social distancing* adalah 1,5-2 meter (Ponomban, 2020). Jarak ideal ini juga diketahui oleh keempat narasumber. Akan tetapi, seluruh narasumber tidak mengetahui sanksi yang diberikan pemerintah apabila tidak melakukan *social distancing*. Keempat narasumber hanya mengetahui sanksi yang diberikan ketika tidak menggunakan masker. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa tidak ada undang-undang pasti yang mengatur tentang *social distancing*. Undang-undang yang dikeluarkan hanya undang-undang bersifat umum yang mengatur sanksi bagi pelanggar karantina kesehatan (Santoso, 2020).

“Malah yang ada hukumannya lebih ke penggunaan masker sih, kayak misalnya kalau ketangkap harus bayar denda atau sapu jalan selama beberapa waktu yang diperlukan.” (narasumber, Ryan)

Kedua, aspek afektif. Keempat narasumber mengetahui berita tentang COVID-19 dan imbauan untuk melakukan *social distancing* melalui berita, baik berita di televisi, radio, maupun berita *online*. Menurut Auliya (dalam Putri dkk, 2020), media berita yang diakses oleh para narasumber adalah media elektronik dan media *online*. Stasiun televisi yang diakses oleh seluruh narasumber adalah Kompas TV, TV One, Berita Satu TV, dan Metro TV. Media *online* yang diakses oleh narasumber adalah Detiknews.com. Stasiun radio yang diakses oleh narasumber adalah Prambors. Berdasarkan fakta ini, penyampaian informasi COVID-19 dan *social distancing* oleh pemerintah melalui media massa konvensional sudah baik.

Hal ini juga disampaikan oleh keempat narasumber. Narasumber menyatakan bahwa usaha pemerintah untuk menyampaikan imbauan *social distancing* sudah

baik. Akan tetapi, respon masyarakat masih kurang baik. Selain itu, ada perbedaan pendapat antara keempat narasumber. Narasumber 1 dan 2 merasa harus lebih berhati-hati dalam menyikapi COVID-19 dengan menaati *social distancing* agar pandemi ini cepat berlalu. Sementara itu, narasumber 3 dan 4 merasa bingung dengan pemberlakuan *social distancing* di Jakarta. Berdasarkan jawaban ini, pernyataan Laswell (dalam Wiryanto, 2004) tentang rendahnya tingkat emosi sosial yang dihasilkan oleh media massa sesuai dengan perbedaan pendapat dari para narasumber.

“Karena ini buat kesehatan masing-masing, buat kesehatan orang lain juga dengan kita patuh untuk melakukan social distancing, penyebaran virus itu juga akan lebih mengecil dampaknya.” (narasumber, Zefanya)

Ketiga, aspek behavioral. Seluruh narasumber sudah berusia di atas 17 tahun dan sudah bekerja. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2006 Pasal 63 Ayat 1 tentang Administrasi Kependudukan menyatakan bahwa penduduk Indonesia di atas usia 17 tahun wajib memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai tanda bahwa mereka bertanggung jawab atas diri sendiri, bukan di bawah naungan orang tua. Para narasumber merasa dapat bertanggung jawab terhadap diri sendiri sehingga mereka berinisiatif untuk menjauh apabila merasa tidak nyaman dengan pelanggaran *social distancing* di sekitarnya.

Selain itu, mereka juga tidak ingin menegur orang tidak dikenal yang melanggar *social distancing*. Para narasumber berkata bahwa masing-masing orang harus memiliki kesadaran sendiri. Narasumber juga mematuhi ataupun tidak mematuhi *social distancing* tanpa paksaan dari pihak manapun. Narasumber juga mampu mengevaluasi perilaku *social distancing* yang selama ini dilakukan.

“Oh enggak, paksaan dari pihak keluarga gitu gak ada sih pak, kembali lagi ke kesadaran diri masing masing pak, karena kan saya juga mikir kan saya masih tinggal sama keluarga saya jadi kalau saya gak melakukan itu takutnya kan saya menularkan keluarga saya” (narasumber, Grady)

Kepatuhan Warga

Menurut Baron dan Byrne (2002), terdapat empat unsur kepatuhan, yaitu: 1) terdapat pihak yang mempunyai otoritas untuk menuntut kepatuhan; 2) adanya pihak yang dituntut untuk melakukan kepatuhan; 3) ada objek atau isi tuntutan tertentu dari pihak yang memiliki otoritas untuk dilaksanakan pihak lain; 4) konsekuensi dari perilaku yang dilakukan. Peneliti meninjau gambaran kepatuhan narasumber berdasarkan poin-poin ini. Pertama, terdapat pihak yang mempunyai otoritas untuk menuntut kepatuhan. Dalam konteks ini, pihak otoritas yang dimaksud adalah pemerintah dan kepatuhan yang dituntut adalah *social distancing*.

Kedua, adanya pihak yang dituntut untuk melakukan kepatuhan. Dalam konteks ini, pihak yang dituntut adalah warga Jakarta. Seluruh narasumber mengatakan bahwa himbuan pemerintah sudah disampaikan cukup baik, akan tetapi respon warga sebagai pihak yang dituntut untuk melakukan kepatuhan kurang sesuai harapan. Terdapat narasumber yang mengindikasikan kepatuhan terhadap himbuan *social distancing*, dan terdapat narasumber yang mengindikasikan ketidakpatuhan terhadap himbuan tersebut. Narasumber yang tidak patuh, mengaku pergi ke bar dalam kondisi ramai pengunjung. Hal ini memperkuat penelitian terdahulu yang

dilakukan Wiranti, Sriatmi, dan Kusumastuti (2020), yaitu jika dilihat dari jenis kelamin, wanita lebih menaati kebijakan PSBB. Dalam penelitian ini, seluruh narasumber adalah laki-laki.

Ketiga, ada objek atau isi tuntutan tertentu dari pihak yang memiliki otoritas. Dalam konteks ini, isi tuntutan adalah himbauan melakukan *social distancing*. Keempat, ada konsekuensi dari perilaku yang dilakukan. Berdasarkan sub bab sebelumnya, tidak ada sanksi yang jelas dari pemerintah untuk pelanggar *social distancing*. Hal ini menyebabkan ambiguitas dari para narasumber. Maka dari itu, peneliti menduga narasumber yang tidak mematuhi *social distancing* karena konformitas, yaitu mengikuti perilaku orang lain, walaupun tidak sesuai dengan protokol pemerintah, karena adanya ketidakjelasan sanksi atau konsekuensi yang diberikan. Selain itu, konformitas dilakukan biasanya dilakukan karena banyak orang yang melakukan hal tersebut (Aronson, Wilson, dan Akert, 2010).

Sementara itu, narasumber yang mematuhi *social distancing* ingin pandemi cepat berlalu dan takut jika keluarga tertular. Walaupun tidak ada sanksi tertulis dari pemerintah, narasumber tetap menaati *social distancing* karena melihat konsekuensi positif dari himbauan pemerintah di media massa.

4. Simpulan

Dalam kondisi pandemi COVID-19, terdapat masyarakat yang patuh dan tidak patuh terhadap *social distancing*. Komunikasi persuasi yang pemerintah lakukan melalui media massa sudah mencapai harapan pada tingkat kognitif. Hal ini dibuktikan dengan pengetahuan yang baik dari para narasumber tentang maksud dari *social distancing*. Media massa yang digunakan masyarakat untuk mengakses informasi adalah berita televisi, media *online*, dan radio.

Penelitian juga menunjukkan bahwa masyarakat menerima komunikasi persuasi melalui media massa yang disampaikan oleh pemerintah dengan baik. Akan tetapi, aspek afektif dan behavioral masih belum terlaksana dengan maksimal karena kurangnya sanksi yang jelas bagi pelanggar *social distancing* sehingga masyarakat cenderung melakukan konformitas atau ikut-ikutan (*melanggar social distancing*), karena kondisi ambiguitas yang dialami.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada keempat narasumber, dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara atas kesempatan dan bantuan yang diberikan kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Aronson, Elliot. Timothy D. Wilson, dan Robin Akert. (2010). *Social Psychology*. Boston: Pearson. ISBN: 978-0-13-814478-4.
- Aslam, Fahim. (2020). *COVID-19 and Importance of Social Distancing*. 10.20944/preprints202004.0078.v1.
- Baron & Byrne. (2000). *Social Psychology*. (9th Edition). *Massachusetts: A Pearson Education Company*.
- Bastable, Susan. (2002). *Perawat Sebagai Pendidik: Prinsip-prinsip Pengajaran dan Pembelajaran*. Jakarta: Anggota IKAPI. ISBN 979-448-574-8

- CNN Indonesia. (26 September 2020). *Jakarta kembali ramai, buntut kebingungan saat PSBB Transisi*. Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200609075650-20-511258/jakarta-kembali-ramai-buntut-kebingungan-saat-psbb-transisi>
- Fendry, Ponomban. (26 September 2020). *Menghadang Covid-19 dengan 3M dan senjata komunitas*. Kompas. Dikuto dari <https://regional.kompas.com/read/2020/09/22/12412141/menghadang-covid-19-dengan-3m-dan-senjata-komunitas?page=all>
- Haryanti, Rosiana. (27 November 2020). *Update 27 November 2020: Ada 9.265 Kasus Aktif Covid-19 di Jakarta*. Kompas. Dikutip dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/11/27/21102761/update-27-november-ada-9265-kasus-aktif-covid-19-di-jakarta>
- Lova, Cynthia. (26 September 2020). *8 Hal yang perlu diketahui saat PSBB diterapkan Jumat ini*. Kompas. Dikutip dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/08/11390231/8-hal-yang-perlu-diketahui-saat-psbb-diterapkan-jumat-ini?page=all>
- Putri, Vira V. P. P., et al (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat* (Eds.). Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan dengan Inteligensia Media. ISBN: 6237374779
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Sleman: CV Budi Utama. ISBN 978-602-475-539-3
- Santoso, Audrea. (2020). *Jokowi didesak keluaran perppu, Atur sanksi pelanggar Social Distancing*. Detiknews. Dikutip dari <https://news.detik.com/berita/d-4949338/jokowi-didesak-keluarkan-perppu-atur-sanksi-pelanggar-social-distancing>
- Suryana, Asep. (2019). *Komunikasi Persuasif (Edisi 3)*. Tangerang: Universitas Terbuka. ISBN 9786023926602.
- Titah. (26 September 2020). *Polda Metro Jaya gencar bubarkan balap lari liar*. Jakarta Info. Dikutip dari <http://www.jktinfo.id/article/polda+metro+jaya+gencar+bubarkan+balap+lari+liar>
- Umasagi, Ryana Aryadita. (26 September 2020). *Terapkan social distancing, PT KAI pasang pembatas jarak penumpang di stasiun*. Kompas. Dikutip dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/03/19/13482441/terapkan-social-distancing-pt-kai-pasang-pembatas-jarak-penumpang-di>
- Wiranti, Ayum S., Wulan, K. (2020). *Determinan Kepatuhan Masyarakat Kota Depok Terhadap Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Pencegahan Covid-19*. *Jurnal Kebijakan Kesehatan Indonesia*. 9 (3). 117-124.
- Wiryanto (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo. ISBN 979-732-747-7.
- World Health Organization*. (2020). Diakses pada tanggal 26 September 2020 dari <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses>