

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Tahun 2021 menjadi tahun ke 2 COVID-19 melanda dunia, setelah pertama kalinya mulai menyebar di China pada awal Oktober 2019 dengan berdasarkan studi terbaru penelitian dari Universitas Kent Inggris. Meskipun angka kasus COVID-19 telah menurun, namun memang pandemi tetap tak kunjung usai. Palsalnya per akhir bulan November 2021, kasusnya masih mencapai 246 juta di dunia, sedangkan di Indonesia 4.24 juta (Agustina, 2021). Berdasarkan keputusan dari *World Health Organization* atau Organisasi Kesehatan Dunia pada tahun 2019 lalu, menyatakan bahwa virus yang disebabkan oleh *severe acute respiratory syndrome* (SARSCoV-2) telah menjadi pandemi karena menyebar secara lebih luas pada tingkat global. Hal tersebut akhirnya berdampak bagi berbagai sektor kehidupan, seperti yang sudah dirasakan dunia di dua tahun terakhir ini. Apalagi dengan munculnya berbagai kebijakan yang membatasi aktivitas sehari-hari.

Di Indonesia, Juru Bicara Satuan Tugas Penanganan COVID-19, Wiku Adisasmito menjelaskan bahwa kondisi pandemi COVID-19 mulai membaik di akhir bulan Oktober tahun 2021. Hal tersebut terjadi karena kerja keras semua pihak. Namun, tentunya masyarakat tetap perlu waspada. Situasi yang terus membaik ini tentu didukung oleh berbagai faktor, termasuk penerimaan vaksinasi di Indonesia dosis ke-2 telah mencapai 72 juta yaitu sebesar 34% dari target

pemerintah. Sedangkan, vaksin dosis pertama sudah sebanyak 118.239.987 orang (Putranto, 2021). Oleh karena itu, dengan adanya transisi tersebut, tentunya berdampak bagi perubahan berbagai kebijakan dari pemerintah sehingga membuat masyarakat memerlukan sumber informasi secara cepat.

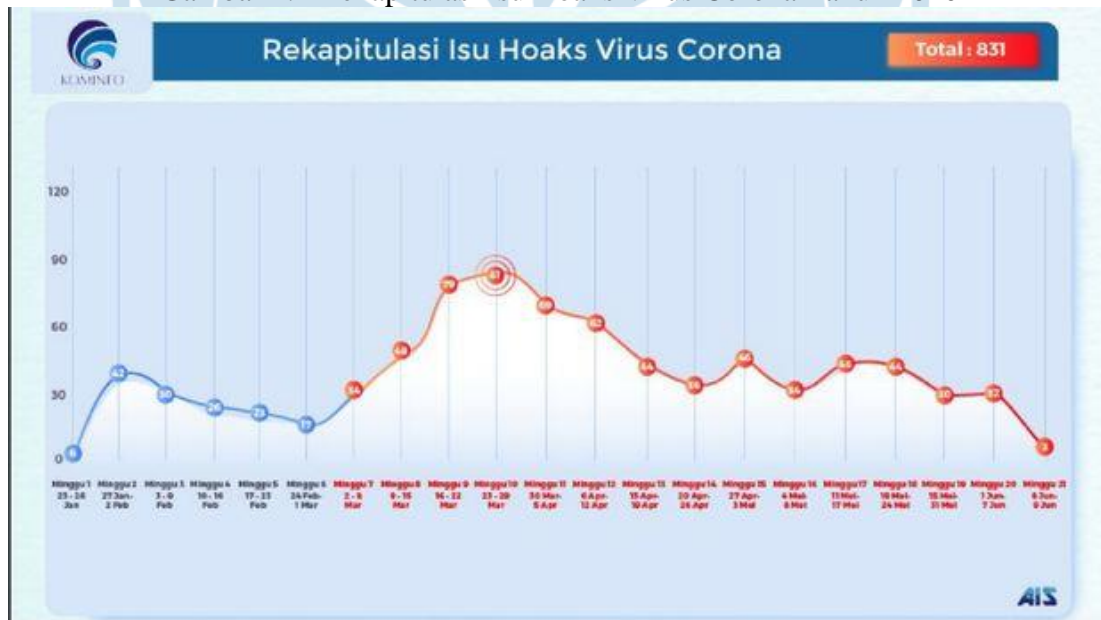
Dilansir dari website Pemerintah Kabupaten Belitang Timur, dalam situasi pandemi COVID-19 secara global, perkembangan informasi sangat dibutuhkan, apalagi yang bersifat digital. Masyarakat membutuhkan informasi yang kredibel dan terpercaya untuk mengetahui perkembangan mengenai COVID-19 (Vlesia, 2021). Selain itu, pada acara forum *Voice of Press* pada 21 Agustus 2021 mendiskusikan peran para jurnalis Indonesia dalam mengalahkan masalah-masalah yang disebabkan permasalahan yang disebabkan oleh kebencian, konflik, kesalahpahaman, dan kurangnya komunikasi ditengah pandemi COVID-19.

Menurut Ketua Editor Harian Jambi Daily, Hendry Nursal menjelaskan bahwa media harus dapat memastikan pembaca dapat merasa nyaman dan aman melalui pemberitaan yang objektif dan seimbang dan informasi secara konsisten kepada komunitas lokal dan internasional. Selain itu, hal tersebut dilakukan demi menjaga arus informasi. Oleh karena itu, dinamika media pun memerlukan para jurnalis untuk mengatasi kebenaran informasi dalam pandemi dan menciptakan berita-berita yang menjaga perdamaian yang dapat membawa perubahan yang positif terhadap perilaku orang-orang (Reditya, 2021).

Namun, pada kenyataannya media belum menjadi sumber informasi yang kredibel dimana *hoaks* pun masih bermunculan di tengah-tengah masyarakat.

Berdasarkan laporan pemetaan hoaks COVID-19 tahun 2020, hoaks akan cenderung sangat mudah menjamur ketika tingkat ketidakpastian informasi tingkat tinggi. Selain itu, konten hoaks di Indonesia sudah menjadi upaya yang terorganisir untuk mengarahkan opini publik. Upaya Pemerintah pun untuk mengatasi *hoaks* mengenai pemberitaan COVID-19 pada tahun 2020 tersebut masih minim (Hidayah, 2020). Hal tersebut pun masih terus berlanjut di tahun 2021 seiring munculnya pemberitaan yang masih meresahkan publik. Berikut data yang dipaparkan oleh KOMINFO sebagai data rekapitulasi isu hoaks virus corona dengan total 831 hingga tahun 2020 (Gambar 1.1)

Gambar 1.1 Rekapitulasi Isu Hoaks Virus Corona Tahun 2020



Sumber: Website CNN Indonesia

Dilansir dari cnnindonesia.com, pada 16 September 2021 muncul pemberitaan mengenai Badan Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) menyoroiti tingginya kasus kluster siswa terinfeksi positif virus corona

setelah dilakukannya pembelajaran tatap muka. Bahkan, Juru Bicara Satuan Tugas (Satgas) Penanganan COVID-19, Wiku Adisasmito telah mengingatkan pihak sekolah untuk berhati-hati dan mengutamakan penerapan protokol kesehatan pencegahan virus corona dalam menggelar pembelajaran tatap muka. Kemudian, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) memaparkan data pada 23 September 2021 bahwa dari 47.033 sekolah yang disurvei, terdapat 2,77% sekolah tercatat menimbulkan kluster COVID-19 akibat pembelajaran tatap muka. Dari kluster tersebut, jumlah kasus positif COVID-19 yang paling banyak terdapat di lingkungan SD dengan total guru dan tenaga kependidikan 3.174 orang positif, sedangkan siswa berjumlah 6.908 orang (Farisa, 2021). Oleh karena itu, dengan banyaknya pemberitaan mengenai kasus kluster terbaru akibat pembelajaran tatap muka membuat orang tua siswa mengaku masih khawatir terhadap anak-anak mereka bahkan dari hasil survei Alvara Research Center memaparkan bahwa sebanyak 54,5% orang tua tidak setuju jika diberlakukan kembali sekolah tatap muka (Safutra, 2020).

Namun, dengan adanya berbagai pemberitaan oleh media mengenai kluster baru akibat pemberlakuan kembali sekolah tatap muka bertolak belakang dengan adanya berbagai pemberitaan yang menyatakan bahwa kasus ini adalah hoaks. Seperti yang terdapat pada portal media online seperti CNBC Indonesia, Nasional Kompas, dan VOA Indonesia memaparkan bahwa Kementerian Kesehatan akhirnya membantah adanya kluster COVID-19 di sekolah akibat Pemberlakuan Tatap Muka dan menyebutkan bahwa adanya hoaks kabar ribuan lebih sekolah

PTM jadi klaster COVID-19 (Intan, 2021). Selain itu, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia mengklasifikasi data ribuan klaster COVID di sekolah, serta Nadiem Makarim pun meluruskan persoalan 2,8% sekolah jadi klaster COVID-19 masih banyak *error*-nya (Tim Detikcom, 2021). Bahkan, pada portal berita bukaberita.id, Kominfo menerpis hoaks tentang isu klaster COVID-19 sekolah akibat PTM.

Walaupun sudah memasuki tahun ke-2 Indonesia dilanda COVID-19, tidak mengurangi pemberitaan bohong atau *hoax* yang beredar ditengah-tengah masyarakat. Werme (Azizah, 2021) *hoax* merupakan berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang, tidak hanya sekedar *misleading* atau menyesatkan, informasinya juga tidak memiliki landasan yang faktual, tapi hanya disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta. Munculnya hoaks merupakan dampak berubahnya fungsi media sosial dari media pertemanan dan berbagi sarana menyampaikan pendapat dan saling bertukar komentar hingga menjadi sarana membuat, menggiring, dan membentuk opini publik/persepsi yang didasari adanya krisis kepercayaan terhadap media *mainstream* (Fakultas Komunikasi & Bisnis, 2021). Adanya perbedaan signifikan pemberitaan mengenai pemberlakuan kembali sekolah tatap muka tentu berdampak bagi berbagai pihak, termasuk Pemerintah Provinsi Bali. Menghadapi kondisi tersebut sangat diperlukan strategi komunikasi krisis untuk menghadapi kebingungan hingga ketakutan masyarakat akibat adanya pemberlakuan kembali sekolah tatap muka, apalagi

ditengah melonjaknya kasus COVID-19 di Bali dan sudah ditemukannya puluhan siswa yang terpapar COVID-19 (Milenia, 2022).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, yang juga dijadikan perbandingan oleh penulis berjudul *“Strategi Komunikasi Krisis Humas Pemerintah Kabupaten Jember dalam Penanganan Pandemi COVID-19”* oleh Siti Lutfiatul Mardiyah dan Aqida Nuril Salma tahun 2021, pandemi COVID-19 menjadi krisis yang tak terduga sehingga tidak ada perencanaan sebelumnya untuk menangani krisis pandemi COVID-19 sehingga Pemerintah Kabupaten Jember mengubah kebijakan sebelumnya yang telah dibuat. Penelitian dengan metode deskriptif kualitatif ini akhirnya dapat mengungkapkan strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Jember dalam Penanganan Pandemi COVID-19 yang terjadi di Jember melalui tiga tahapan manajemen krisis (Mardiyah & Salma, 2021).

Kemudian, penelitian kedua yang berjudul *“Komunikasi Krisis PT. Gojek Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Krisis Driver Service Unit (DSU) Gojek Solo Raya)* oleh Prabowo (Prabowo, 2019). Penelitian ini membahas krisis pada PT Gojek Indonesia, khususnya DSU Gojek Solo Raya dengan pihak kontra yaitu paguyuban transportasi konvensional. Berdasarkan penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa komunikasi krisis yang dilakukan oleh DSU Gojek Solo Raya berhubungan dengan penolakan kehadiran gojek *online* dapat dikatakan berhasil. Komunikasi krisis yang dilakukan oleh DSU Gojek Solo Raya diklasifikasikan menjadi empat tahapan, seperti permintaan maaf, membuat klaim

terbaru sebagai upaya identifikasi serangan dengan pandangan publik dengan citra positif, permintaan kepada publik untuk menunda penilaian hingga seluruh bukti dapat disajikan, dan transendensi dengan cara membuat orang menjauh dari hal-hal khusus kepada interpretasi yang lebih abstrak dari serangan reputasi (Prabowo, 2019).

Kedua penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu mengenai komunikasi krisis, namun dengan perbedaan objek dan tujuan penelitian. Pada penelitian yang pertama, Siti Lutfiatul Mardiyah dan Aqida Nuril Salma memiliki fokus pada objek penelitian yaitu penanganan pandemi COVID-19 yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Jember dalam Penanganan Pandemi COVID-19, sedangkan dalam penelitian kedua memiliki fokus pada DSU (*Driver Service Unit*) Gojek Solo Raya dengan tujuan untuk mengetahui komunikasi krisis yang dilakukan oleh PT Gojek Indonesia, khususnya DSU Solo Raya dalam menangani krisis penolakan kehadiran Gojek di Solo Raya. Penelitian ini menjadi berbeda karena bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi krisis pada yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Bali dalam menghadapi hoaks kemunculan klaster baru pada sekolah tatap muka. Ditengah situasi pandemi COVID-19 yang tak kunjung usai seiring dengan masih munculnya pemberitaan hoaks di tengah-tengah masyarakat, apalagi ditambah dengan varian COVID-19 yang terus ada membuat perlunya peran Pemerintah Provinsi Bali untuk menanggulangi hal tersebut, terlebih supaya masyarakat di provinsi Bali tidak ketakutan hingga hilangnya kepercayaan

terhadap pemerintah. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi krisis Pemerintah Bali dalam menanggapi hoaks munculnya klaster baru pada pemberlakuan kembali sekolah tatap muka. Selain itu, peneliti melihat masih jarangya penelitian yang mengangkat topik hoaks klater baru pada pemberlakuan kembali sekolah tatap muka.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi komunikasi krisis Pemerintah Provinsi Bali dalam menghadapi hoaks kemunculan klaster baru baru sekolah tatap muka?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi krisis Pemerintah Provinsi Bali dalam menghadapi hoaks kemunculan klaster baru pada sekolah tatap muka.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan secara praktis mengenai strategi komunikasi krisis yang terjadi disekitar, terlebih pada masa pandemi COVID-19 yang telah dilakukan oleh Pemerintah. Selain itu, dapat memberikan gambaran

untuk menangani krisis pada pemberitaan hoaks yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

2. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian strategi komunikasi krisis pada masa pandemi COVID 19.

E. KERANGKA TEORI

1. Komunikasi Krisis

Menurut (Juwita, 2007) memaparkan bahwa komunikasi krisis menjadi bidang kajian yang telah berkembang dengan pesat dalam bidang komunikasi dan organisasi melalui penekanan tentang bagaimana organisasi menjelaskan keberadaannya dengan cara terbaik kepada pemangku kepentingan dan publik ketika krisis melanda, baik karena pihak internal maupun eksternal. Benoit (Juwita, 2007) menjelaskan bahwa terdapat lima teknik komunikasi krisis yang sering digunakan oleh praktisi komunikasi organisasi, seperti penolakan, penghindaran diri dari tanggung jawab, pengurangan sifat defensif atas peristiwa yang terjadi, tindakan korektif dan permohonan maaf atas permasalahan yang terjadi. Wasesa (Silviani et al., 2020) menambahkan definisi komunikasi krisis menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan apa yang ingin dikatakan, ingin dilakukan dan apa yang telah dilakukan organisasi dalam merespon krisis.

Situasi krisis biasanya dapat terjadi pada tiga kondisi, seperti yang dijelaskan oleh Argenti (Prasty, 2016) antara lain: (1) Elemen-elemen yang sifatnya tidak terduga; (2) Informasi yang tidak mencukupi; dan (3) Cepatnya dinamika yang terjadi. Selanjutnya ketika terjadinya situasi krisis maka terdapat tiga prinsip utama dalam komunikasi krisis yaitu (Prasty, 2016):

a) Menyampaikan pesan dengan cepat dimaksudkan untuk memberikan kesempatan bagi pemangku kepentingan, terutama media massa guna mengetahui situasi yang terjadi guna mengisi kekosongan informasi ketika krisis berlangsung. Selain itu, dengan merespon cepat maka akan membentuk persepsi di mata publik bahwa perusahaan atau organisasi dapat mengendalikan situasi.

b) Konsisten

Prinsip kedua ini menekankan bahwa berbagai pesan disampaikan organisasi bebas dari kontradiksi atau berbicara dalam satu suara.

c) Terbuka

Dengan mengedepankan keterbukaan maka akan menjadi satu-satunya prinsip yang kontroversial. Hal tersebut terjadi karena ketika munculnya kontroversi maka diakibatkan adanya interpretasi yang berbeda terhadap pemahaman keterbukaan. Oleh karena itu diperlukan pengungkapan secara terbuka yaitu sebuah organisasi harus mengatakan semua yang diketahui tentang krisis segera setelah mendapatkan informasi.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, komunikasi krisis memang berhubungan erat dengan pemberitaan yang sejalan dengan Millar & Heath (Prastya, 2016) memaparkan bahwa dalam situasi krisis berita dapat menyebar begitu cepat yang berpotensi melumpuhkan jajaran manajemen sebelum organisasi dapat mengontrol situasi dengan efektif. Selain itu, situasi krisis dapat terjadi ketika arus informasi yang meningkat yang luar biasa, sistem komunikasi kehilangan keseimbangan, sistem komunikasi kehilangan keseimbangan, kandungan emosi dalam komunikasi krisis sangat mencolok, jaringan antara komunikasi antar pribadi dan komunikasi media, serta keterikatan manusia pada media massa mengalami lonjakan besar (Prastya, 2016). Oleh karena itu, dalam situasi pemberitaan *hoaks* data ribuan kasus klaster baru pada sekolah tatap muka dapat dilakukan komunikasi krisis oleh Pemerintah Provinsi Bali.

2. *Situational Crisis Communication Theory*

Situational crisis communication theory atau teori situasional komunikasi krisis dikembangkan oleh W. Timothy Coombs di tahun 1995 dengan premis yang menekankan bahwa krisis menjadi peristiwa negatif yang tidak terduga dan tidak disangka sehingga memungkinkan *stakeholder* memiliki atribusi mengenai krisis. Atribusi tersebut merupakan persepsi publik mengenai sumber krisis. Oleh karena itu, atribusi dapat menciptakan makna untuk menjustifikasi berbagai perilaku yang mempengaruhi reputasi perusahaan (Mulki, 2001).

Situational crisis communication theory telah berkembang dengan sistem penilaian krisis yang terdiri dari dua tahapan, seperti penilaian krisis dan ancaman krisis terhadap reputasi dengan jenis krisis yang dibagi menjadi tiga kelompok, seperti (Indasari & Anggriani, 2020):

- a) Korban merupakan jenis krisis dimana sebuah organisasi menjadi korban krisis, misalnya bencana alam, desas-desus, kekerasan di tempat kerja dan kedengkian dalam organisasi;
- b) Tidak disengaja merupakan organisasi meminimalkan tanggungjawab dikarenakan krisis tidak sengaja, misalnya tantangan, kesalahan teknis, dan bahaya produk;
- c) Krisis yang dapat dicegah merupakan krisis dengan kemungkinan pemangku kepentingan guna mempercayai sepenuhnya bahwa organisasi harus bertanggung jawab sebagai kesalahan manusia, kelakuan buruk organisasi, kelakuan manajemen, kesalahan organisasi dengan cedera sehingga terdapat tantangan bahwa pemangku kepentingan mengklaim bahwa organisasi sedang melakukan bisnis dengan cara yang tidak pantas.

3. Strategi Komunikasi Manajemen Krisis

Situasi krisis harus segera ditangani melalui proses manajemen krisis. Menurut artikel dari Direktorat Hukum dan Hubungan Masyarakat berjudul “*Urgensi Manajemen Krisis di Tengah Kondisi Pandemi*”, manajemen krisis merupakan strategi responsif menghadapi situasi krisis yang harus efisien serta dapat segera dilakukan (Ashari, 2020). Selain itu, dalam kaitannya dengan

sebuah pemberitaan maka manajemen krisis dapat dilakukan melalui proses komunikasi yang intens dengan masyarakat dalam menyaring informasi yang dibutuhkan.

Menurut Soleh Soemirat (Mustofa, 2020) terdapat tiga strategi komunikasi manajemen krisis atau yang disebut 3P, antara lain:

a) Pencegahan

Tindakan preventif dengan cara mengantisipasi situasi krisis melalui kepekaan terhadap gejala-gejala yang timbul mendahului krisis.

b) Persiapan

Sebuah organisasi harus membentuk tim krisis dan tim inti apabila krisis tidak dapat dicegah sejak dini.

c) Penanggulangan

Pada tahapan ini terdapat langkah-langkah apabila terjadi kondisi krisis yaitu kondisi krisis akut yang dibagi menjadi tiga tahapan yakni mengidentifikasi, mengisolasi, dan mengendalikan krisis, serta kondisi kesembuhan ketika perusahaan dapat mengintrospeksi latar belakang krisis terjadi.

F. KERANGKA KONSEP

1. Berita Hoaks

Hoaks berasal dari bahasa Inggris yaitu *hoax* berarti tipuan, menipu, berita bohong, atau berita palsu. Hoaks merupakan eksese negatif kebebasan berbicara dan berpendapat di internet, khususnya media sosial dan blog.

Menurut Pellegrini (Juditha, 2018) memaparkan penjelasan dalam perkembangan definisi hoaks yaitu sebuah kebohongan yang dikarang sedemikian rupa oleh seseorang bertujuan untuk menutupi atau mengalihkan perhatian dari kebenaran demi kepentingan pribadi, baik intrinsik maupun ekstrinsik.

Berdasarkan penjelasan singkat mengenai hoaks tersebut maka munculnya hoaks ditengah-tengah masyarakat tentu berhubungan dengan pemberitaan yang diberikan untuk masyarakat. Pada kamus jurnalistik, hoaks diartikan sebagai berita bohong yang tidak benar sehingga mengarah pada kasus pencemaran nama baik. Kemudian, berikut ciri-ciri hoaks yang dirangkum dalam beberapa sumber (Dewan Pers, 2017):

- a) Redaksi pemberitaan tidak ada
- b) Biasanya memiliki sifat sensasional
- c) Bermuatan kata proaktif, misalnya “*Sebarkan!*”, “*Lawan!*” atau *like* dan *share* sebelum terlambat
- d) Berita yang disampaikan sudah *expired*
- e) Berisi diskriminatif yang memojokan pihak lain
- f) Tidak ada tanggal kejadian dan tempat tidak jelas
- g) Alur cerita cenderung tidak logis dan aneh
- h) Menekankan pada isu SARA

Kemunculan hoaks di tengah-tengah masyarakat tentu dapat menimbulkan dampak yang sangat negatif. Hoaks dapat memprovokasi dan

agitasi negatif masyarakat seperti menyulut kebencian kemarahan, hasutan kepada orang banyak, memanipulasi pikiran, menimbulkan opini negatif sehingga dapat mengakibatkan disintegrasi bangsa. Melihat hal tersebut, hoaks menjadi isu yang perlu diteliti sehingga mengurangi dampak yang akan terjadi di tengah-tengah terjadi.

Sejak adanya pandemi di Indonesia bulan Maret 2020 lalu, pemberitaan hoaks terus menghantui masyarakat. Akibatnya masyarakat pun tidak mempercayai pemerintah hingga media yang memberikan informasi, hoaks telah menimbulkan keresahan dan kesalahpahaman tentang bagaimana seharusnya masyarakat dapat berhadapan dengan COVID-19. Penyebaran berita hoaks memang sangat fatal bagi masyarakat bahkan dapat mempengaruhi keberhasilan penanganan COVID-19. Sangat disayangkan dengan umur pandemi COVID-19 yang hampir 2 tahun hoaks pun masih bermunculan, bahkan dengan adanya *Laporan pemetaan Hoaks Covid-19 Tahun 2020* pun tidak berpengaruh apapun dengan masih munculnya pemberitaan hoaks di tahun berikutnya.

Dilansir dari artikel Kompas.com, hoaks mengenai COVID-19 yang terus bermunculan bahkan sudah menyesuaikan dengan perkembangan terkini penanganan pandemi, termasuk vaksinasi. Salah satu faktor yang mendorong hoaks terus bermunculan adalah perbedaan *platform* media sosial dan media konvensional yang tidak melalui proses *gatekeeping* atau penyaringan pihak ketiga, pemeriksaan fakta ataupun penilaian editorial. Dengan tidak

dilakukannya proses penyaringan pada media sosial menyebabkan hoaks lebih mudah dibuat dan disebar (Tim Cetak Fakta, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus terhadap hoaks yang terjadi pada masa pandemi COVID-19. Di tengah pandemi COVID-19 yang tak kunjung usai ini, masyarakat sangat membutuhkan pemberitaan yang tidak mengandung hoaks. Namun kenyataannya, data pemberitaan mengenai hoaks pun terus bertambah sehingga menyebabkan gangguan yang dapat berpotensi untuk memperlambat proses penanggulangan COVID-19 di Indonesia. Secara khusus, peneliti akan melihat tanggapan berita hoaks oleh Pemerintah Provinsi Bali.

2. Klaster

Dilansir dari artikel kompas.id, kata klaster dimasukkan oleh KBBI pada edisi luring tahun 2012. Klaster didefinisikan sebagai beberapa benda atau hal yang berkelompok menjadi satu; gugus. Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan klaster merujuk pada kelompok masyarakat yang berada di lingkungan sekolah, baik guru, murid, maupun warga sekolah lain yang berada di Provinsi Bali dan mengikuti kegiatan pemberlakuan sekolah tatap muka (Adji, 2020). Kemunculan istilah klaster sendiri, mulai lebih dikenal bersamaan dengan pandemi COVID-19.

3. Strategi Komunikasi Krisis

Terdapat prinsip-prinsip dalam strategi komunikasi krisis (Kriyanto, 2015):

- a) Kontak Media Massa

Apabila terjadi krisis maka segera menghubungi media massa guna memberikan informasi awal yang kredibel sehingga dapat mengurangi spekulasi di awal-awal krisis terjadi, seperti mempengaruhi persepsi dan dianggap benar. Oleh karena itu, terdapat tiga informasi dasar yang diusahakan pada awal terjadinya krisis:

- 1) Inilah yang terjadi berisikan penyebab terjadinya krisis termasuk siapa saja yang menjadi korban.
- 2) Inilah yang telah dilakukan untuk mengatasi masalah dan dampak.
- 3) Inilah yang dirasakan mengenai suatu peristiwa dapat berisikan kesedihan, keprihatinan, hingga permohonan maaf.

b) **Tim Komunikasi**

Tindakan awal yang harus dipersiapkan untuk menjalankan strategi adalah memiliki tim komunikasi. Tim tersebut akan melakukan perencanaan yang terkoordinasi dalam pembagian kerja untuk menangani situasi krisis.

c) **Fakta**

Dalam menjalankan strategi komunikasi krisis diperlukan pengumpulan fakta untuk dinyatakan kepada masyarakat guna mengurangi resiko munculnya *shock*, kepanikan dan kekhawatiran masyarakat.

d) **Konferensi Pers Berkala**

Perlunya dilakukan konferensi pers secara berkala guna memberikan informasi yang *up-to-date* kepada masyarakat. Hal tersebut juga dilakukan untuk menghindari publisitas negatif yang ada di media.

e) Tidak Menutup Informasi

Memberikan informasi secara adil, baik positif maupun negatif. Tidak perlu ada yang ditutupi dalam menyampaikan informasi ke publik, namun tetap secara hati-hati sehingga tidak menyebabkan penurunan reputasi.

f) Berhati-hati dalam Menyampaikan Informasi

Ketika menghadapi krisis perlunya berhati-hati dalam menyampaikan informasi sehingga terhindar dari timbulnya permasalahan baru. Oleh karena itu, utamakan kepentingan masyarakat dan hindari menyalahkan pihak lain.

g) Komunikasi Reputasi

Melakukan upaya komunikasi *advocacy* yaitu kewajiban untuk meluruskan informasi yang salah dan menjawab kritikan.

h) Komunikasi Empati

Menghindari kesalahan yang menyinggung pihak lain, khususnya masyarakat.

i) Perbanyak Saluran Komunikasi

Melakukan langkah membuka saluran komunikasi dengan seluruh pihak yang terdampak krisis.

Dengan adanya strategi komunikasi krisis maka krisis komunikasi yang terjadi akibat adanya pemberitaan hoaks kemunculan ribuan kasus klaster baru pada sekolah tatap muka dapat dilakukan sehingga kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sekaligus media pun dapat meningkat, serta mencegah munculnya

kasus pemberitaan hoaks. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi krisis yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Bali dalam menghadapi situasi munculnya hoaks klaster baru pada pemberlakuan kembali sekolah tatap muka.

G. METODOLOGI

1. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif untuk memahami kondisi dengan konteks yang mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami tentang apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Menurut Creswell (Noor, 2011), penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Kemudian, jenis penelitian ini menghasilkan data yang bersifat deskriptif, karena berusaha untuk mendeskripsikan gejala, peristiwa kejadian yang terjadi saat ini, sekaligus memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana yang terjadi saat dilakukan penelitian. Oleh karena itu, dengan penelitian kualitatif deskriptif maka penelitian ini memahami kondisi yang terjadi di lapangan dengan fokus analisis terhadap strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Bali dalam menghadapi hoaks kemunculan klaster baru pada sekolah tatap muka.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian berjudul “*Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah Provinsi Bali dalam Menghadapi Hoaks Kemunculan Klaster Baru pada Sekolah Tatap Muka*” ini, sebagai berikut:

a) Data Primer

Menurut Hasan (Abror, 2013), data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti. Pada penelitian ini, data primer yang diperoleh oleh peneliti adalah wawancara dengan ketiga narasumber, yaitu Adhi Tiana Putra selaku Kepala Seksi Pengendalian Operasi UPTD Pengendalian Bencana Daerah BPBD Provinsi Bali, I Gde Wirakusuma Wahyudi S.Sos selaku Kepala Bidang Pengelolaan Informasi Publik Dinas Komunikasi Informatika Statistik Kota Denpasar dan Drs. I Gusti Ngurah Wiryanata, M.Si sebagai Kepala Bidang Publikasi dan Dokumentasi / Humas yang dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi Zoom.

b) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (Pratiwi, 2017), data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini mendapatkan data sekunder dari website resmi Pemerintah Provinsi Bali, arsip internal Pemerintah Provinsi Bali, dengan beberapa tambahan data sekunder seperti, jurnal, buku, hingga beberapa data lainnya yang penulis dapatkan melalui

internet yang berhubungan dengan sekolah tatap muka, dan data yang didapatkan dari akun media sosial Instagram Pemerintah Provinsi Bali.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

a) Observasi

Menurut Nana Sudjana (Ananta, 2017), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala yang sedang diteliti secara tidak terbatas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan oleh peneliti dengan mengetahui situasi dan kondisi dalam mengimplementasikan strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Bali dalam menghadapi hoaks kemunculan klaster baru pada sekolah tatap muka. Kegiatan observasi yang dilakukan oleh penulis adalah melalui website resmi dari Pemerintah Provinsi Bali, sekaligus beberapa artikel pemberitaan mengenai hoaks kemunculan klaster baru pada sekolah tatap muka yang terdapat pada portal berita online.

b) Wawancara/Interview

Menurut Lexy J. Moleong (Listiana, 2013), wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu dengan

maksud tertentu. Dalam melakukan wawancara, telah terdapat beberapa pertanyaan yang sebelumnya sudah disiapkan, namun tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa pertanyaan tambahan ketika sedang melakukan wawancara. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan oleh peneliti dengan pihak Pemerintah Provinsi Bali, salah satunya Humas Pemerintah Provinsi Bali untuk mendapatkan data berupa strategi komunikasi krisis yang sudah dilakukan dalam menghadapi hoaks kemunculan klaster baru pada sekolah tatap muka. Selain itu, melakukan wawancara kepada Tim Satuan Tugas Penanganan COVID-19 di Bali.

c) **Studi Dokumentasi**

Menurut Sukmadinata (Ali, 2009), studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis beberapa dokumen, baik secara tertulis, gambar maupun elektronik. Dalam penelitian ini, studi dokumentasi dilakukan oleh peneliti melalui artikel-artikel yang diunggah pada website mengenai hoaks klaster baru COVID-19 akibat pemberlakuan kembali sekolah tatap muka. Selain itu, penulis menggunakan buku ataupun literatur pada jurnal yang dapat menambah data penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, data yang diperoleh, dianalisis dengan menggunakan triangulasi data. Menurut Moleong (Sari, 2016), triangulasi

merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, kegunaannya adalah untuk pengecekan ataupun pembandingan terhadap data yang telah dilakukan. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dimana peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa narasumber, salah satunya Humas Pemerintah Provinsi Bali dan Tim Satuan Tugas Penanganan COVID-19 di Bali. Selain itu, triangulasi sumber dilakukan melalui pemberitaan di media, dokumentasi dari Pemerintah Provinsi Bali, dan data statistik dari Badan Pusat Statistik mengenai hoaks pada sekolah tatap muka di Bali.