

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

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister Ilmu
Komunikasi (M.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

TESIS

Oleh:

RAFIKA AUDINA

NPM: 1920040004



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

PENGESAHAN TESIS

Nama : **RAFIKA AUDINA**
NPM : **1920040004**
Program Studi : **Magister Ilmu Komunikasi**
Judul Tesis : **STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK SATUAN TUGAS MUHAMMADIYAH COVID-19 COMMAND CENTER DALAM PENANGANAN CORONA DI KOTA MEDAN**



Pengesahan Tesis

Medan, 14 Maret 2022

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., P.h.D

Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom

U M S U

Diketahui

Direktur

Ketua Program Studi

Prof. Dr. TRIONO EDDY, S.H., M.Hum

Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., P.h.D

PENGESAHAN

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

RAFIKA AUDINA
NPM : 1920040004

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

“Tesis ini telah dipertahankan di Hadapan Komisi Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis dan berhak menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) Pada Hari Senin, Tanggal 14 Maret 2022”

Komisi Penguji

1. **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom**
Ketua

1.

2. **Dr. YAN HENDRA, M.Si**
Sekretaris

2.

3. **Dr. ARIFIN SALEH, MSP**
Anggota

3.

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN

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

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa :

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Magister Pada Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan Gelar Akademik (Sarjana, Magister, dan/atau Doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komite Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam Karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya peneliti sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, peneliti bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang peneliti sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 14 Maret 2022

Peneliti



RAFIKA AUDINA

NPM : 1920040004

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

ABSTRAK

Strategi komunikasi publik pada kondisi bencana dan darurat merupakan strategi utama yang harus digunakan. 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. Teknik penelitian yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan studi dokumentasi guna memperoleh data yang dibutuhkan. Informan pada penelitian ini sebanyak empat orang dengan satu triangulator. 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 kegiatan yang dilakukan seperti Perencanaan dengan memberikan edukasi 3M. Media yang digunakan 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.

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

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

ABSTRACT

The public communication strategy in disaster and emergency conditions is the main strategy that must be used. This study aims to analyze the Public Communication Strategy by the Muhammadiyah COVID-19 Command Center Task Force in Handling Corona in Medan City. The theory used is the theory of Public Communication Risk Communication, Media Campaign, Mass Media, Opinion Leader, and Public Communication Strategy by Public Service Organizations. This research method uses a qualitative approach with a theoretical approach to Public Communication. The research technique used is interviews, observation and documentation studies in order to obtain the required data. There were four informants in this study with one triangulator. The results of this study indicate that the public communication strategy carried out by the Muhammadiyah COVID-19 Command Center Regional Leadership Command Center of Medan City is that in addition to communicating directly from the Regions, Branches and Branches of Muhammadiyah, but to the community activities carried out such as planning by providing education 3M. Media carried out by the Medan City PDM MCCC Task Force Team such as print media, namely brochures and posters, mass media such as Radio and TVMu, online media such as Infomu, Tajdid.id, Suaramuhammadiyah.id and covid19.muhammadiyah.id and also social media such as Facebook, , instagram, whatsapp and zoom. The approach in risk communication carried out by the Medan City PDM MCCC Task Force team is to collaborate with Muhammadiyah organizations such as Pemuda Muhammadiyah and IMM. Medan City PDM MCCC Task Force Team Medan City MCCC Task Force Team was chosen or given a mandate from PDM Muhammadiyah as a form of policy that must be carried out, chaired by Dr. dr. Delyuzar, M. Ked (PA), SpPA (K) at MCCC Medan City as a figure from Muhammadiyah himself as well as being part of the North Sumatra Provincial Government's COVID-19 Task Force team and also the involvement of Muhammadiyah Persyarikatan residents who are exposed to COVID who continue to be given assistance, so that later they can provide information about the dangers of COVID-19. The monitoring and evaluation carried out by the Medan City PDM MCCC Task Force team was the first to make a questionnaire, after that there were actions to be taken with the hope that activities that had deficiencies from the evaluation results would not be repeated. Monitoring the movement of Muhammadiyah residents while still complying with the Health Protocol.

Keywords: Communication Strategy, Public Communication, Handling Corona in Medan City.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan tesis ini dengan judul Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID – 19 Commad Center (MCCC) dalam Penanganan Corona di Kota Medan tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Peneliti persembahkan kepada yang teristimewa yaitu Ayahanda **Syafruddin, S.Sos., M.H** dan Ibunda **Dra. Rosdiana** yang senantiasa mendukung dan mendoakan dari sejak peneliti lahir hingga sekarang dan dari awal perkuliahan sampai saat ini. Dan juga kepada yang teristimewa yaitu Kakak kandung peneliti **Fathia Rahmi, S.A.P** dan Adek kandung peneliti **Miftah Fariz** yang senantiasa mendukung, mensupport dan mendoakan peneliti dari awal perkuliahan sampai sekarang sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, peneliti banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Prof. Dr. Triono Eddy, S.H.,M.Hum dan Bapak Assoc.Prof.Dr. M. Fitra Zambak, S.T.,M.Sc selaku Direktur dan Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., PhD dan Bapak Dr. Muhammad Thariq, S.Sos.,M.I.Kom selaku ketua dan sekretaris program studi magister ilmu komunikasi program pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., PhD dan Bapak Dr. Muhammad Thariq, S.Sos.,M.I.Kom selaku Dosen pembimbing satu dan dua yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Rekan-rekan seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi 2019 Ganjil Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Pihak - pihak yang menjadi narasumber peneliti dalam penelitian ini yakni Bapak Dr.dr.H. Delyuzar Harris, M.Ked (PA), Sp.PA(K) selaku Ketua MCCC PDM Kota Medan, Bapak dr. Elman Boy, M.Kes, Sp.KKLP, FIS-PH, FIS-CM, AIFO-K. selaku Sekretaris MCCC PDM Kota Medan, Bapak Syahrul Amsari S.E.Sy.,M.Si selaku Wakil Ketua Bidang Kesehatan dan Sosial Masyarakat Pemuda Muhammadiyah dan dr. Kaisar Balemun

Harahap selaku Sekretaris Bidang Sosial Pemberdayaan Masyarakat PC
IMM Kota Medan.

Peneliti menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, peneliti ucapkan Terima Kasih.

Medan, 20 Juni 2022

Peneliti,

Rafika Audina

NPM: 1920040004

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi.....	10
2.2 Komunikasi Publik.....	11
2.2.1 Pengertian Komunikasi Publik.....	11
2.3 Media Kampanye.....	16
2.4 Media Massa	16
2.5 <i>Opinion Leader</i>	20
2.6 Strategi Komunikasi Publik oleh Organisasi Pelayanan Publik	21
2.7 Teori Komunikasi Risiko	24
2.7.1 Definisi Komunikasi Risiko	24
2.7.2 Unsur-unsur Komunikasi Risiko.....	25
2.7.3 Perencanaan Komunikasi Risiko.....	26

2.7.4 Pendekatan dalam Komunikasi Risiko	28
2.7.5 Monitoring dan Evaluasi	31
2.8 Pandemi COVID-19	32
2.8.1 Pandemi COVID-19 di Indonesia	32
2.8.2 Penanganan COVID-19	33
2.9 Muhammadiyah COVID-19 Command Center	35
2.10 Kajian Penelitian Yang Relevan	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Kerangka Konsep	50
3.3 Kategorisasi	50
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	51
3.5 Informan	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data	53
3.7 Teknik Analisa Data	54
3.8 Keabsahan Data	55
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian	61
4.1.1 Deskripsi Umum	61
4.1.2 Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan	65
4.2 Pembahasan	81
4.2.1 Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah	

COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan	81
4.2.2 Analisis Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan	86
BAB V PENUTUP	97
5.1 Simpulan	97
5.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Kategorisasi	51
Tabel 3.2 Tabel Jadwal Penelitian	60
Tabel 4.1 Keadaan Informan Berdasarkan Jabatan	64
Tabel 4.2 Daftar Kegiatan MCCC PDM Kota Medan.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan <i>Website</i> MCCC.....	5
Gambar 2.1 Langkah-langkah Perencanaan Strategi Komunikasi Risiko	27
Gambar 3.1 Gambar Kerangka Konsep.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

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) kerap kali terhalang sebab terdapatnya kendala (*noise*) yang bisa menimbulkan pesan tidak diterima secara utuh.

Kecanggihan teknologi dan 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 diruang 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 dimasa 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

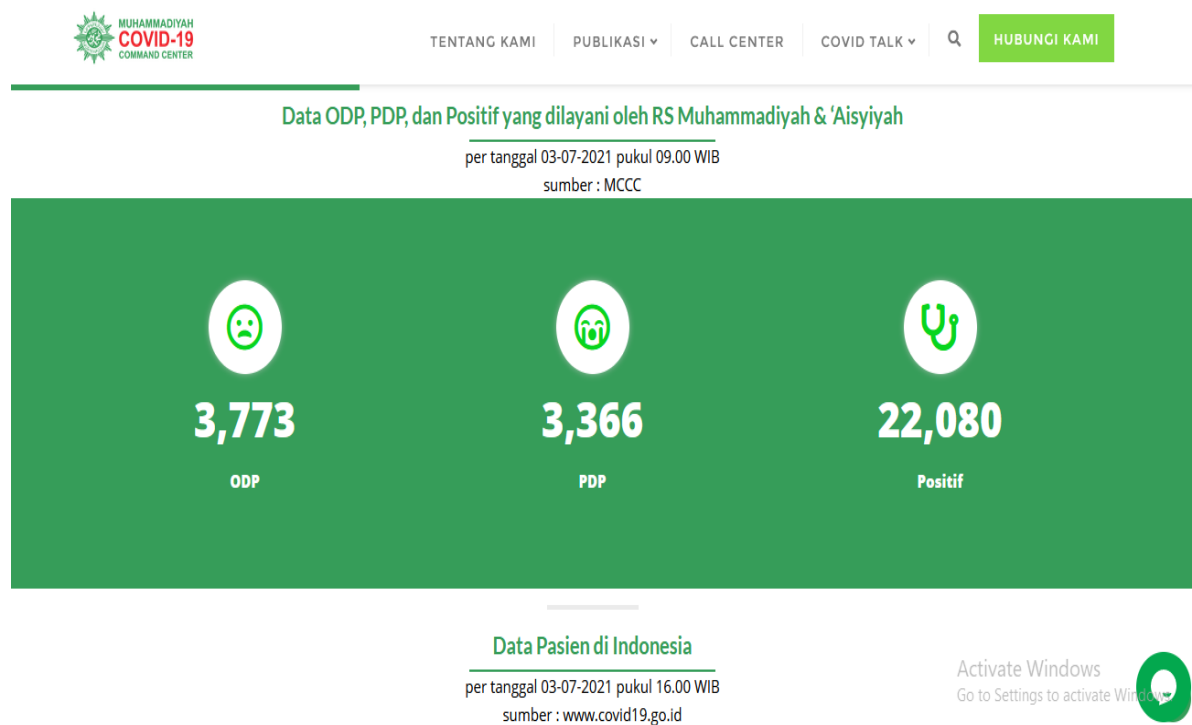
otoritas. Sebab, tujuan utama dari komunikasi publik adalah perubahan perilaku akibat pesan yang disampaikan, yakni pesan tentang bahaya COVID-19.

Strategi komunikasi publik pada keadaan musibah serta darurat ialah strategi utama yang wajib digunakan. Hal ini agar masyarakat terbantu dalam membuat keputusan rasional atas krisis tersebut. Komunikasi diharapkan berperan penuh selaku fasilitas, supaya masyarakat merespon sikap yang sewajarnya dicoba dalam mengeliminasi ataupun meminimalisir resiko. Sebab di kala atmosfer penuh ketidaknyamanan serta ketidakpastian akibat wabah yang menyerang, komunikasi jadi kunci sekaligus bagian dari pemecahan. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 melaporkan kalau Penanggulangan Kebencanaan musibah dibagi menjadi 3 tipe musibah, yaitu 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 di dalam Undang-Undang No. 24 Tahun 2007 dan juga Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2008 serta Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Indonesia terlihat kurang cepat dan tanggap dalam merespon 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 Schechter (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.

Mempertimbangkan 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 mengkaitkan 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.



Gambar 1.1 Tampilan *Website* MCCC

(sumber: <https://covid19.muhammadiyah.id>)

Keterlibatan Muhammadiyah ini dalam teori CERC merupakan wujud partisipasi publik dalam komunikasi dikala kondisi krisis. Terdapat juga komponen Lembaga yang 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 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, sehingga yang semula dr. Corona Rintawan menjadi Ketua MCCC ditarik ke BNPB Pusat mewakili Muhammadiyah. Sejak menyebarnya wabah COVID-19 tersebut, dan juga sejalan dengan terbentuknya MCCC ditingkat pusat, maka Pimpinan Daerah Muhammadiyah juga mengambil tindakan untuk dibentuknya 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 Pimpinan Wilayah 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 seluruh 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 prenatal, 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 penanganan 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”**.

1.2. Rumusan Masalah

Arikunto (2019:63) mengatakan bahwa apabila telah diperoleh informasi yang cukup dari suatu pendahuluan maka masalah yang akan diteliti menjadi jelas, agar penelitian dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, maka harus dirumuskan masalahnya sehingga jelas darimana harus dimulai.

Adapun perumusan masalahnya adalah **“Bagaimana Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan ?”**

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tentang Strategi Komunikasi Publik oleh Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID – 19 Commad Center (MCCC) dalam penanganan corona di Kota Medan.

2. Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian dan ilmu pengetahuan serta sebagai sumber bacaan tentang Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID – 19 Commad Center (MCCC) dalam Penanganan Corona di Kota Medan.
3. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi pemikiran dan membangun bagi pemecahan masalah praktis yang berkaitan dengan Komunikasi Publik dan Penanganan Corona di Kota Medan.

1.5. Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang Teori Komunikasi, Komunikasi Publik, Media Kampanye, Media Massa, *Opinion Leader*, Strategi Komunikasi Publik oleh Organisasi Pelayanan Publik, Teori Komunikasi Risiko, Pandemi COVID-19, dan Muhammadiyah COVID-19 Command Center.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Kategorisasi, Subjek dan Objek Penelitian, Informan, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, Keabsahan Data, Lokasi dan Waktu Penelitian serta Deskripsi Lokasi Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang telah diteliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi

Kreitner dan Kinicki dalam Wibowo (2017:165) Komunikasi adalah pertukaran informasi antara sender kepada receiver, dan menarik kesimpulan sebagai persepsi tentang makna sesuatu antara individual yang terlibat. Juga dikatakan sebagai pertukaran interpersonal dari informasi dan pengertian. Raymon S. Ross dalam Sinambela (2012: 511), mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator. Menurut Greenberg dan Baron dalam Wibowo (2017: 166) menyebutkan komunikasi adalah proses dengan mana orang, kelompok atau organisasi sebagai *the sender* mengirimkan beberapa tipe informasi sebagai *the message* kepada orang, kelompok atau organisasi lain. Dengan demikian dapat dipahami bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari satu pihak baik individu, kelompok atau organisasi sebagai *sender* kepada pihak lain sebagai *receiver* untuk memahami dan membuka peluang serta memberikan respon balik kepada sendernya.

2.2. Komunikasi Publik

2.2.1. Pengertian Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah sebuah aktivitas menguasai, merancang, mempraktikkan, serta mengevaluasi kampanye komunikasi yang sukses dalam suatu kerangka kerja untuk melayani kepentingan universal. Program - program dalam komunikasi publik memakai komunikasi buat menginformasikan ataupun mempersuasi, membangun ikatan, serta buat mendesak diskusi terbuka dalam organisasi ataupun komunitas terhadap pemecahan jangka panjang. Perihal ini dicoba dengan menyusun pesan yang sukses lewat pelaksanaan riset, teori, pengetahuan teknis, serta prinsip desain suara.

Definisi komunikasi publik dalam konteks komunikasi organisasi menurut Muhammad (2011: 7) adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Dalam komunikasi publik pesan yang di sampaikan bisa berbentuk suatu data, ajakan, gagasan. Sarananya bisa pula melalui orasi pada rapat umum atau aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, email, SMS, surat, surat pembaca, reklame, spanduk, atau apapun yang bisa menjangkau publik. Komunikasi Publik membutuhkan keahlian komunikasi lisan serta tulisan supaya bisa tersampaikan secara efisien dan juga efektif. Komunikasi publik kerap pula di sebut dengan komunikasi massa. Tetapi, komunikasi publik mempunyai arti yang lebih luas di banding dengan komunikasi massa dan juga komunikasi massa merupakan salah satu sarana dari komunikasi publik.

Menurut Judy Pearson dan Paul Nelson dalam Srisadono (2018) mendefinisikan komunikasi publik atau *public speaking* sebagai proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber mentransmisikan sebuah pesan ke sejumlah penerima pesan yang memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi non verbal dan terkadang berupa tanya jawab. Dalam komunikasi publik, sumber membiasakan pesan yang dikirimkan kepada penerima pesan untuk menggapai uraian optimal. Kunci dari komunikasi publik yakni terdapatnya uraian optimal dari publik yang jadi sasaran sasaran, spesialnya terpaut dengan substansi pesan yang di informasikan dalam komunikasi publik. Tidak hanya soal uraian pesan, perihal lain yang terpaut komunikasi publik yakni kemampuannya membendung hoax. Sebab universal data yang bertabiat hoax sangat kilat meluas di warga masyarakat. Sehingga dalam penanganannya butuh komunikasi yang kilat serta pula efektif. Komunikasi publik yang efisien hendak sanggup mengimbangi beredarnya data palsu, disinformasi, serta isu yang salah terpaut sesuatu perihal. Komunikasi publik hendaknya disampaikan lewat berbagai varian media yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Oleh karenanya, komunikasi publik perlu dilakukan secara multimedia, multiplatform, dan multichannel. Komunikasi publik yang merujuk pada *public speaking* sangat berperan penting dalam berbagai bidang kehidupan kita. *Public speaking* umumnya mengupas hal-hal yang berkaitan dengan cara berbicara di depan umum seperti bagaimana cara menyusun pesan informatif maupun pesan persuasif kepada khalayak. Komunikasi publik adalah komunikasi strategis yang digunakan ketika seseorang atau sekelompok orang mengumpulkan dan berbagi informasi kepada sekelompok

orang untuk menyampaikan pesan tentang topik tertentu. Ini adalah salah satu bentuk komunikasi yang penting, biasanya dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Informasi tersebut dapat berasal dari swasta, pemerintah, partai politik, kursus akademik, dan banyak lagi. Secara sederhana, aktivitas berbagi informasi dengan publik dapat dipahami sebagai komunikasi publik.

Komunikasi publik dikenal dengan berbagai istilah yaitu, urusan public (*public affairs*), informasi publik (*public information*) dan hubungan publik (*publik relation*). Ruang lingkup komunikasi sangat banyak dan komunikasi publik juga merupakan gabungan antara hubungan dengan media massa (*media relations*), jangkauan komunitas (*community outreach*), komunikasi krisis (*crisis communication*), relasi pelanggan (*customer relations*), perencanaan acara (*event planning*) serta komunikasi risiko (*risk communication*).

Tujuan umum dari komunikasi publik adalah untuk memberi informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi misalnya mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil produksi organisasi. Selain itu komunikasi publik juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat diluar organisasi. Komunikasi publik juga dapat digunakan untuk member hiburan. Tujuan-tujuan tersebut berhubungan satu sama lain dan sulit untuk dipisahkan. Di samping adanya tujuan umum juga terdapat tujuan khusus yang perlu ditetapkan. Tujuan-tujuan khusus ini dinyatakan dalam bentuk pernyataan dalam kalimat yang lengkap.

Pentingnya komunikasi publik yang efektif di arena publik. Di masa lalu, komunikasi publik menjadi bagian dari persuasi. Namun di era digitalisasi modern ini, teknologi telah mengubah cara komunikasi publik. Berbicara tentang partai

politik, persuasi adalah bagian darinya untuk mendapatkan dukungan publik. Dari acara profesional hingga acara bisnis dan penelitian, berbicara di depan umum memainkan salah satu peran utama dalam hubungan masyarakat untuk menghubungkan dan mengubah kelompok orang. Beberapa alasan mengapa komunikasi publik itu harus dikuasai yaitu:

1. Memenangkan Publik

Keterampilan penting dalam bidang hubungan masyarakat adalah membujuk dan memenangkan orang banyak. Ketika seorang pembicara berbicara dengan tenang dan dengan semua pengetahuan yang dianugerahkan dalam pidatonya, publik suka mendengarkan pidatonya. Hal ini cukup menarik. Keterampilan berbicara di depan umum harus kuat untuk memenangkan orang banyak.

2. Untuk Memotivasi Orang

Seorang pembicara publik yang baik memiliki kekuatan untuk memotivasi audiensnya untuk mencapai tujuan. Pemimpin yang dapat menginspirasi kehidupan dan membuat penonton bergerak dengan kata-kata mereka adalah pembicara yang sangat hebat. Tidak diragukan lagi, pengetahuan adalah salah satu faktor penting, tetapi menghubungkan secara emosional dan membangkitkan gairah untuk memotivasi dijaga dalam komunikasi publik. Seseorang harus berhubungan dengan penonton dan mendapatkan kepercayaan mereka. Seorang pembicara publik yang terampil dapat memotivasi orang sekaligus menghibur mereka.

3. Untuk Menginformasikan Orang

Hal yang paling penting dari komunikasi publik adalah untuk menginformasikan orang dengan benar. Pembicara informatif yang sangat baik berbagi pengetahuan yang meningkatkan pemikiran dan pemahaman mereka.

(sumber: <https://www.marketing91.com/public-communication/Public>)

Perbedaan komunikasi publik dengan komunikasi lainnya :

- 1) Komunikasi publik terfokus kepada si pembicara atau sumber sedangkan komunikasi lainnya terdapat hubungan timbal balik antara pembicara mendominasi hubungan.
- 2) Pada komunikasi publik melibatkan sejumlah besar penerima tetapi pada komunikasi lainnya hanya dua orang atau lebih.
- 3) Komunikasi kurang terdapat interaksi secara langsung antara si pembicara dengan si penerima.
- 4) Bahasa yang di gunakan dalam komunikasi publik lebih umum supaya dapat di fahami oleh pendengar.

Beberapa contoh komunikasi publik terjadi melalui acara *public speaking*, konferensi, seminar, konferensi pers dan sebagainya. Editorial surat kabar dan iklan billboard adalah bentuk lain dari komunikasi publik. Media massa (surat kabar, majalah, radio, TV) merupakan alat komunikasi publik yang sangat ampuh.

Ada tiga jenis komunikasi publik yang harus di ketahui yaitu:

- **Berbicara untuk Menginformasikan** (informatif, pidato argumentatif)
- **Berbicara untuk Membujuk, Memotivasi, atau Mengambil Tindakan** (persuasif, argumentatif, kontroversial, pidato kebijakan)
- **Berbicara untuk Menghibur** (pidato lucu, acara khusus)

(sumber: https://brandmentions.com/wiki/Public_Communication)

2.3 Media Kampanye

Menurut Mukarom dan Laksana (2017: 375), Kampanye adalah salah satu program yang paling sering dilihat masyarakat, baik melalui televisi, koran, radio, baliho, spanduk, maupun secara langsung. Menurut Rogers dan Storey kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. *Synder* juga mengemukakan pengertian kampanye komunikasi sebagai aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada audiens/khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Kampanye dimaksudkan sebagai penggiring audiens/khalayak pada sebuah keputusan tertentu untuk mendapatkan simpati dan perhatian dari khalayak yang tentunya dengan demikian dibutuhkan sebuah media pendukung untuk mempengaruhi masyarakat.

2.4 Media Massa

Media massa tidak lagi menjadi hal yang asing dalam keseharian kita, dimana kita sering sekali bersinggungan, melihat, dan mendengar pesan yang disampaikan oleh media massa. Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media menurut Cangara (2019:123) adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak

dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Jenis Media berdasarkan bentuknya dikelompokkan atas:

1. Media Cetak (*printed media*), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media Elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain (Vivian, 2008:4).
3. Media Online, yaitu media massa yang bisa kita dapatkan di internet (situs web)

Terdapat satu perkembangan media massa dewasa ini, yaitu ditemukannya internet. Kini masyarakat telah didominasi oleh media massa. Media massa begitu memenuhi keseharian hidup masyarakat yang tanpa disadari kehadiran dan juga pengaruhnya. Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak. Menurut Sellnow dan Seeger (2013) media massa memiliki peran yang penting dalam situasi bencana. Media menjadi saluran informasi, sumber informasi, dan pengontrol kebijakan untuk penanggulangan bencana.

Komunikasi massa juga memiliki fungsi bagi masyarakat. Adapun fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Dominick yang dikutip oleh Denis Mc Quail (2011:175) didalam bukunya sebagai berikut:

a. *Surveillance* (Pengawasan)

1. *Warning Before Surveillance* (Pengawasan dan Peringatan)

Fungsi yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang sesuatu yang berupa ancaman, seperti bahaya tsunami, banjir, gempa, kenaikan harga, dan lain lain.

2. *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental)

Penyebaran/penyampaian informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Seperti resep masakan, produk-produk baru, dan lain-lain.

b. *Interpretation* (Penafsiran) Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting, Contoh: Tajuk rencana (Editorial) berisi komentar dan opini dilengkapi perspektif terhadap berita yang disajikan di halaman lain.

c. *Linkage* (Pertalian) Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu

d. *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai) Fungsi sosialisasi: Cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

e. *Intertainment* (Hiburan) Banyak dijumpai pada media televisi dan radio. Surat kabar pula merupakan sebuah penyampain yang strategis dalam pemberitaan serta pembangunan opini publik. Karena surat kabar merupakan sarana yang cukup efektif dalam usaha untuk dapat mencerdaskan masyarakat

Menurut M Chaffe yang dikutip oleh Elvinaro Ardiano (2014:50-57) mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang berkaitan dengan perubahan sikap, perasaan dan perilaku komunikasinya. Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa media massa mempunyai efek kognitif, efek efektif dan efek konatif/*behavioral*.

a. Efek kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Dalam efek kognitif di bahas cara media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan yang kognitif.

b. Efek afektif

Tujuan dari media massa bukan sekedar memberi khalayak tentang sesuatu tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira dan sebagainya. Media massa agar dapat membuat suasana atau menarik emosional khalayak dalam menyampaikan pesannya.

c. Efek Konatif /*behavioral*

Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Banyak sekali khalayak yang terpengaruh oleh pesan media yang disampaikannya, seperti masyarakat pedesaan yang takut datang ke Ibu Kota Jakarta, karena mereka menganggap di Jakarta itu sering terjadi konflik, ini diakibatkan karena yang disajikan oleh media berita yang berunsur kekerasan.

2.5 *Opinion Leader*

Menurut Betrandias dan Goldsmith (2006), *Opinion Leader* dapat didefinisikan sebagai orang yang mampu mengarahkan beberapa pengaruh terhadap suatu keputusan yang akan diambil orang lain. *Opinion Leader* adalah suatu proses dimana seseorang dapat mempengaruhi tindakan dan juga sikap orang lain secara informal (Schiffman dan Kanuk, 2010). Beberapa ahli yang lain juga mendefinisikan *Opinion Leader* misalnya menurut Betrandias dan Goldsmith (2006), mendefinisikan bahwa *Opinion Leader* adalah orang yang diketahui oleh sebuah kelompok atau orang lain yang mempunyai pengetahuan dan keahlian untuk mempertimbangkan sesuatu sebagai sumber yang tepat untuk mendapatkan informasi dan nasihat. Orang dalam berkomunikasi informal yang berhubungan dengan produk atau jasa dan menawarkan sebuah nasihat atau informasi mengenai produk atau jasa tersebut dan katagori produk tertentu merupakan pengertian dari *Opinion Leader* (Kotler dan Keller, 2009). Jadi dapat disimpulkan bahwa *Opinion leader* adalah individu atau organisasi yang merupakan pakar dalam suatu industri atau memiliki pandangan yang dipercaya secara luas. Hasilnya, mereka dapat memengaruhi opini publik, termasuk opini masyarakat yang mendengar. Mereka adalah orang-orang yang dulunya menjadi orang dalam (*industry insider*) atau *decision maker*. Mereka menetapkan otoritasnya di area, pasar, atau industri tertentu. Beberapa *opinion leader* mungkin berkarier untuk memengaruhi audiens mereka dalam segala hal mulai dari tren industri hingga peristiwa terkini dan perilaku konsumen. Dan beberapa lainnya mungkin hanya aktif dan dipercaya dalam komunitas tertentu baik *offline* atau *online*.

Opinion leader juga biasa disebut sebagai *thought leader*. Ada berbagai tipe *opinion leader*, dan mereka semua dapat memainkan peran unik dalam sebuah organisasi untuk mempengaruhi masyarakat. Jenis pengaruh yang diberikan oleh para *opinion leader* ini sangat jelas ketara, *opinion leader* dapat dengan mudah mendorong masyarakat untuk mengetahui informasi dari sebuah organisasi.

Setiap industri atau komunitas, akan selalu ada orang-orang yang memiliki reputasi dan kredibilitas. Terkadang, status tersebut diperoleh melalui pencapaian seperti penghargaan bergengsi atau kesuksesan finansial. Terkadang, pengaruh itu tercipta karena mereka memiliki pengalaman di industri selama bertahun-tahun atau melalui *network* yang kuat. Menentukan *opinion leader* yang tepat untuk diajak berkolaborasi bergantung pada target audiens yang ingin di jangkau.

2.6 Strategi Komunikasi Publik Oleh Organisasi Pelayanan Publik

Komunikasi dapat dipahami sebagai tindakan berbagi atau bertukar pikiran, ide, dan pendapat antara dua orang atau lebih. Yang paling sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari, pertukaran tersebut bersifat otomatis dan berlangsung tanpa banyak pikir. Risiko merupakan kombinasi kemungkinan suatu peristiwa dan konsekuensinya. Risiko merupakan hasil dari interaksi antara alam dan manusia terkait bahaya bencana, kerentanan, keterpaparan, dan kapasitas. Komunikasi risiko ialah pertukaran informasi, nasihat, dan pendapat mengenai risiko serta faktor-faktor yang berkaitan dengan risiko secara real-time antara para ahli, tokoh masyarakat atau pejabat, dan orang-orang yang berisiko. Tujuan komunikasi risiko adalah agar publik dapat mengambil keputusan untuk melakukan perilaku

menghindari atau mengelola risiko untuk melindungi dirinya sendiri dan orang lain. (sumber: Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*).

Menurut McComas dalam Sellnow (2010: 6) Komunikasi risiko ini tidak selalu berbicara risiko atau dampak dari sebuah kejadian akan tetapi memberikan gambaran mengenai risiko, opini dan reaksi dari pesan atau informasi risiko. Apabila dilihat dari sudut pandang komunikasi publik, komunikasi risiko menjadi sebuah proses penyebaran informasi kepada publik tentang risiko dan kejadian kesehatan, seperti wabah penyakit dan instruksi untuk mengubah perilaku untuk mengurangi risiko-risiko yang ditimbulkan. Tujuan komunikasi risiko adalah berbagi informasi penting untuk menyelamatkan hidup, melindungi kesehatan, meminimalkan bahaya, dan untuk mengubah keyakinan dan atau perilaku.

Komunikasi risiko adalah proses penting untuk mengumpulkan pendapat dan menyebarkan informasi tentang risiko kepada para pemangku kepentingan. Proses ini merupakan aspek integral dari proses manajemen risiko, yang membutuhkan berbagai bentuk kegiatan komunikasi dan informasi pada berbagai tahap dan tingkat yang diarahkan pada target kelompok pemangku kepentingan risiko tertentu. Komunikasi risiko dapat didefinisikan sebagai “komunikasi publik, pribadi, atau apapun itu, untuk menginformasikan individu tentang keberadaan, keparahan, sifat, atau penerimaan risiko.” Jadi, komunikasi risiko merupakan kegiatan manajemen strategis yang melibatkan kemampuan untuk mengkomunikasikan sifat dan besarnya risiko secara efektif kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal. Penting untuk manajemen risiko tidak hanya

mengenali masalah tetapi juga mengkomunikasikan risiko kepada para pemangku kepentingan utama.

Ada empat bidang yang membedakan komunikasi risiko diterapkan:

- 1) Informasi dan pendidikan dimana orang diberi informasi dan dididik tentang risiko;
- 2) Merangsang perubahan perilaku dan mengambil tindakan perlindungan, melalui pengurangan risiko dengan mempengaruhi persepsi audiens;
- 3) Peringatan bencana dan informasi darurat, yang memberikan instruksi dan panduan selama bencana dan keadaan darurat; dan
- 4) Pertukaran informasi dan pendekatan umum untuk masalah risiko, yang melibatkan masyarakat dalam proses manajemen risiko. Berbagai jenis risiko akan memerlukan berbagai bentuk komunikasi risiko (Ndlela 2019).

Tujuan komunikasi risiko juga dapat berbeda dari komunikasi teknis. Dalam situasi berbahaya, seperti banjir dan tornado, atau kejadian bencana lain yang berasal dari perubahan iklim, komunikasi risiko yang dilakukan pemerintah harus memotivasi audiens untuk bertindak. Dalam situasi lain, tujuannya lebih tepat untuk menginformasikan atau mendorong kesepakatan atas sebuah solusi risiko. Komunikasi risiko lebih sering melibatkan komunikasi dua arah, yaitu, organisasi yang mengelola risiko dan audiens melakukan dialog. Dalam komunikasi teknis, sebagian besar upaya dirancang untuk menyebarkan informasi, bukan untuk menerima informasi kembali dari audiens atau untuk menyertakan audiens dalam proses pengambilan keputusan (Lundgren, E. Regina, McMakin 2013).

2.7 Teori Komunikasi Risiko

2.7.1 Definisi Komunikasi Risiko

Unsur - Unsur Penting dalam Komunikasi Risiko Publik menerima, menafsirkan, dan mengevaluasi pesan sebelum mengambil tindakan. *Centers for Disease Control and Prevention (CDC), US Department of Health and Human Resources* menekankan pentingnya memperhatikan unsur-unsur komunikasi risiko sebagai berikut:

a. Ketepatan informasi dan kecepatan penyampaian

Lembaga yang pertama memberikan informasi akan dianggap sebagai sumber informasi utama. Tanggapan cepat menunjukkan ada sistem yang diterapkan dan tindakan yang sesuai sedang diambil. Namun kecepatan memberikan informasi atau tanggapan bukan berarti mengorbankan keakuratan atau ketepatan informasi. Informasi yang di kemudian hari diralat, justru akan mengurangi kredibilitas. Seharusnya, informasi harus berdasarkan data dan fakta, serta dibawakan oleh juru bicara kompeten, misal dari segi jabatan, pengetahuan, pendidikan, atau pengalaman dalam isu terkait. Apabila tidak ada informasi atau tanggapan cepat, publik mungkin kehilangan kepercayaan pada kemampuan organisasi untuk merespons dan akan beralih ke sumber lain yang kurang kredibel.

b. Empati dan keterbukaan

Empati bisa dirasakan publik apabila si pembawa pesan dan isi pesan menunjukkan kepedulian, ketulusan, komitmen, dan dedikasi. Selain itu pesan dan si pembawa pesan harus dipercaya, jujur, dan terbuka. Bukan berarti harus memberikan seluruh informasi namun harus dianggap tidak menutupi fakta. Hal ini bisa diraih dengan menjalankan komunikasi dua arah antara si pembawa pesan

dan publik yang dituju. Pemilihan saluran media berperan dalam menunjukkan empati dan keterbukaan pembawa dan isi pesan. Misalnya konferensi pers atau acara temu warga yang memungkinkan dialog dua arah, televisi memungkinkan publik menyaksikan ketulusan dan dedikasi saat pembawa pesan berada di tengah-tengah korban bencana. (sumber: Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*).

2.7.2 Unsur – Unsur Komunikasi Risiko

Unsur-Unsur Penting dalam Komunikasi Risiko Publik menerima, menafsirkan, dan mengevaluasi pesan sebelum mengambil tindakan. *Centers for Disease Control and Prevention (CDC), US Department of Health and Human Resources* menekankan pentingnya memperhatikan unsur-unsur komunikasi risiko sebagai berikut:

a. Ketepatan informasi dan kecepatan penyampaian

Lembaga yang pertama memberikan informasi akan dianggap sebagai sumber informasi utama. Tanggapan cepat menunjukkan ada sistem yang diterapkan dan tindakan yang sesuai sedang diambil. Namun kecepatan memberikan informasi atau tanggapan bukan berarti mengorbankan keakuratan atau ketepatan informasi. Informasi yang di kemudian hari diralat, justru akan mengurangi kredibilitas. Seharusnya, informasi harus berdasarkan data dan fakta, serta dibawakan oleh juru bicara kompeten, misal dari segi jabatan, pengetahuan, pendidikan, atau pengalaman dalam isu terkait. Apabila tidak ada informasi atau tanggapan cepat, publik mungkin kehilangan kepercayaan pada kemampuan organisasi untuk merespons dan akan beralih ke sumber lain yang kurang kredibel.

b. Empati dan keterbukaan

Empati bisa dirasakan publik apabila si pembawa pesan dan isi pesan menunjukkan kepedulian, ketulusan, komitmen, dan dedikasi. Selain itu pesan dan si pembawa pesan harus dipercaya, jujur, dan terbuka. Bukan berarti harus memberikan seluruh informasi namun harus dianggap tidak menutupi fakta. Hal ini bisa diraih dengan menjalankan komunikasi dua arah antara si pembawa pesan dan publik yang dituju. Pemilihan saluran media berperan dalam menunjukkan empati dan keterbukaan pembawa dan isi pesan. Misalnya konferensi pers atau acara temu warga yang memungkinkan dialog dua arah, televisi memungkinkan publik menyaksikan ketulusan dan dedikasi saat pembawa pesan berada di tengah-tengah korban bencana. (sumber: Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*).

2.7.3 Perencanaan Komunikasi Risiko

Perencanaan strategi komunikasi risiko terutama untuk melibatkan penilaian dan evaluasi kegiatan intervensi agar meningkatnya kesadaran publik serta mempengaruhi perilaku sebelum, selama, dan setelah krisis kesehatan. Sebaiknya, perencanaan strategi komunikasi risiko dilakukan jauh sebelum terjadinya krisis kesehatan, dan merupakan proses berkelanjutan dengan fokus pada kesiapsiagaan serta respons. Perencanaan harus peka terhadap kebutuhan khalayak sasaran/target audiens, partisipatif, responsif terhadap konteks, dan memasukkan umpanbalik dari kelompok masyarakat yang terdampak. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Strategi komunikasi risiko mempertimbangkan situasi, pesan yang ingin disampaikan, khalayak sasaran, reaksi yang diharapkan, dan tindakan yang diinginkan sebagai hasil dari interaksi. Strategi komunikasi risiko didasarkan pada bukti (misalnya data penelitian atau informasi akurat), berfokus mendapatkan hasil, dan memungkinkan memperoleh partisipasi dari khalayak.



Gambar 2.1 Langkah-langkah Perencanaan Strategi Komunikasi Risiko

(sumber: Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*).

2.7.4 Pendekatan dalam Komunikasi Risiko

Zaman yang serba terbuka ini banyak sekali informasi yang bisa di dapat oleh masyarakat dengan mengakses berbagai informasi tentang isu-isu kesehatan tidak saja melalui komunikasi tatap muka, namun juga melalui berbagai media. Termasuk media sosial, internet, surat kabar, radio, televisi, dan lain-lain. Wartawan bisa menembus tempat-tempat terpencil dan mengirimkan secara *real-time* berita dan video melalui jaringan satelit. Jurnalisme warga (*citizen journalism*) memungkinkan masyarakat untuk berbagi, mendengarkan, melihat, atau memberikan opini terhadap isu apa pun melalui media sosial. Oleh karena itu, pemilihan pendekatan komunikasi untuk penyampaian pesan yang cepat, akurat, terpercaya, konsisten, dan strategis menjadi semakin penting yaitu komunikasi publik melalui kehumasan dan pelibatan masyarakat. (sumber : Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*).

1. Komunikasi publik melalui kehumasan

Komunikasi Publik melalui Kehumasan Menurut PMK Nomor 81 Tahun 2015, komunikasi publik adalah pertukaran pesan antara lembaga dan publiknya, baik internal maupun eksternal. Tugas-tugas komunikasi publik adalah sebagai berikut:

- 1) Mendengarkan dan memahami persepsi, kekhawatiran, dan ketakutan publik.
- 2) Mengembangkan pesan-pesan yang membahas persepsi, kekhawatiran, dan ketakutan publik tersebut.

- 3) Mengidentifikasi saluran yang tepat untuk menyebarkan pesan-pesan tersebut, termasuk media massa melalui konferensi pers dan siaran pers, pengumuman dan iklan layanan masyarakat, poster, dan sarana lainnya.
- 4) Mengelola komunikasi melalui saluran media sosial tidak hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk secara aktif mendengarkan dan menanggapi keprihatinan publik dan memadamkan rumor.
- 5) Menunjuk, melatih, dan mendukung juru bicara yang kredibel dan efektif. Juru bicara tersebut akan menjadi wajah kementerian/ lembaga atau gugus tugas, yang akan memberikan pembaruan informasi secara rutin untuk memastikan komunikasi yang transparan dan membangun kepercayaan publik. Komunikasi publik bisa dilakukan lewat beberapa saluran seperti media (misal iklan layanan masyarakat lewat televisi, radio, dan Youtube) serta dikombinasikan juga dengan kehumasan yang lebih cepat dan murah sehingga lebih efektif. Pedoman ini akan membahas lebih dalam mengenai pendekatan komunikasi publik melalui kehumasan.

Kehumasan bekerja sangat erat dengan publik. Berbagai penelitian membuktikan, penyampaian komunikasi publik menggunakan saluran kehumasan sangat efektif menghadapi berbagai ketidakpastian informasi dan hoaks yang bisa menghalangi perilaku keselamatan kesehatan individu dan masyarakat

2. Pelibatan Masyarakat

Jika komunikasi publik merupakan pendekatan dalam melakukan komunikasi kepada publik, pendekatan pelibatan masyarakat lebih ditujukan kepada perubahan perilaku masyarakat. Pelibatan masyarakat adalah pendekatan untuk

melibatkan masyarakat langsung dalam berbagai aktivitas pengambilan keputusan, implementasi, dan pembuatan kebijakan.

Pelibatan masyarakat sering juga disebut sebagai pemberdayaan masyarakat atau peran serta masyarakat. Dalam buku ini, akan digunakan istilah pelibatan masyarakat karena merujuk pada komunikasi dua arah. Yakni, tim komunikasi risiko mendengarkan aspirasi dan respons masyarakat, sehingga masyarakat secara aktif turut memberikan masukan dan berpartisipasi untuk mencapai tujuan perubahan perilaku masyarakat guna menghindari atau mengelola ancaman krisis kesehatan.

Pendekatan komunikasi risiko yang berpusat pada individu dalam lingkup masyarakatnya terbukti menghasilkan peningkatan kepercayaan dan koneksi sosial, yang pada akhirnya mengurangi dampak negatif dari suatu ancaman bahaya. Pendekatan yang terkoordinasi, adaptif, inovatif, terlokalisasi, dan partisipatif tentang bagaimana kita melibatkan komunitas di sekitar lokasi terjadinya ancaman bahaya sangat penting dalam mengendalikan dan mengelola krisis kesehatan.

Ujung tombak program pelibatan masyarakat terletak di tangan parapatugas kesehatan masyarakat seperti PKB, PKK, kader posyandu, staf puskesmas, Karang Taruna, relawan desa, dan fasilitator organisasi masyarakat di tingkat desa dan kecamatan. Beberapa kegiatan yang bisa dilakukan oleh tenaga kesehatan masyarakat ini di antaranya adalah:

- 1) Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai risiko ancaman bahaya kesehatan.

- 2) Mengidentifikasi perilaku lama dan membujuk masyarakat untuk berubah ke perilaku baru yang menyehatkan.
- 3) Merancang berbagai kegiatan komunikasi bersama masyarakat sesuai tujuan dan panduan komunikasi risiko untuk mengendalikan krisis kesehatan.
- 4) Bermitra dengan tokoh masyarakat atau tokoh adat untuk memahami budaya yang dapat menggerakkan emosi masyarakat.
- 5) Mengoptimalkan potensi sosial yang ada di masyarakat seperti budaya, lingkungan, dan adat istiadat yang dapat membantu memberikan pemahaman dalam pengelolaan ancaman bahaya krisis kesehatan.

2.7.5 Monitoring Dan Evaluasi

a. Monitoring

Monitoring atau pemantauan adalah kegiatan pengumpulan informasi secara terus menerus untuk mengukur perkembangan dan capaian intervensi komunikasi risiko berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Terdapat tiga tipe monitoring yang perlu diperhatikan, yakni:

- 1) Monitoring kinerja, yaitu pemantauan perkembangan dari implementasi rencana komunikasi risiko, baik terkait dengan penggunaan sumber daya, pelaksanaan kegiatan, maupun luaran (output) dari kegiatan yang dilaksanakan. Monitoring kinerja sangat berguna untuk melakukan tindakan korektif dengan segera bila luaran tidak tercapai.
- 2) Monitoring media, yaitu pemantauan perkembangan pemberitaan sebagai analisis awal untuk memformulasikan program-program media relations selanjutnya.

3) Monitoring situasi, yaitu pemantauan terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat, termasuk pengetahuan, sikap, dan perilakunya.

b. Evaluasi

Evaluasi atau penilaian merupakan kegiatan untuk menilai efektivitas program atau intervensi komunikasi risiko dalam berkontribusi pada pencapaian tujuan-tujuan penanggulangan ancaman bahaya krisis kesehatan. Misal, pada fase prabencana, evaluasi dapat dilakukan untuk mengukur efektivitas komunikasi risiko dalam memengaruhi perilaku warga saat menghadapi risiko. Pada tahap tanggap darurat, evaluasi dapat dilakukan untuk mengukur kontribusi komunikasi risiko dalam menurunkan angka kesakitan.

Evaluasi sebaiknya bersifat partisipatif di mana para pemangku kepentingan dilibatkan sehingga hasil penilaian dapat menjadi pembelajaran bersama yang bermanfaat untuk perbaikan-perbaikan mendatang, baik secara perbaikan secara individual maupun kolaborasi. (sumber : Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*).

2.8 Pandemi COVID-19

2.8.1 Pandemi COVID-19 di Indonesia

Pandemi COVID-19 atau istilahnya virus Corona di awal tahun 2020 tepatnya pada bulan Maret 2020 menyita perhatian masyarakat Indonesia. Virus yang berasal dari kota Wuhan, Cina ini menimbulkan banyak korban serta memporak-porandakan perekonomian Negara Cina. Akibat aktifitas kegiatan perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat lainnya, termasuk Indonesia,

COVID-19 juga pada akhirnya menjangkiti orang-orang yang berada di Negara/wilayah lainnya.

Begitu banyak jumlah kasus positif di Indonesia yang terus meningkat, terhitung pada data akhir bulan April 2021 berdasarkan data SATGAS COVID-19 pada laman www.covid19.go.id sudah hampir dua juta orang yang terkonfirmasi positif COVID-19 sejak awal kemunculannya di Indonesia. Pemerintah hingga kini terus berupaya menekan angka pertambahan kasus COVID-19 di Indonesia dengan himbauan untuk mentaati protokol kesehatan seperti menggunakan masker, menjaga jarak antara satu dengan yang lainnya dan juga mencuci tangan.

Pembatasan berbagai aktivitas dan kegiatan masyarakat juga terus dilakukan pemerintah melalui berbagai program dan aturan perundang-undangan. ini dilakukan untuk memutus mata rantai penyebaran COVID-19 di Indonesia.

2.8.2 Penanganan COVID-19

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penanganan memiliki satu arti yaitu penanganan dan berasal dari kata dasar tangan. Penanganan memiliki arti yang menyatakan sebuah tindakan yang dilakukan dalam melakukan sesuatu. Penanganan juga dapat berarti proses, cara, perbuatan menangani sesuatu yang sedang dialami. Negara Indonesia pada saat ini sedang melakukan vaksinasi COVID-19 secara berkala ke masyarakat Indonesia (sumber :<https://www.alodokter.com/informasi-berbagai-vaksin-covid-19-di-indonesia>). Meskipun vaksinasi sudah mulai di jalankan, cara pencegahan yang terbaik adalah dengan menghindari faktor-faktor yang bisa menyebabkan terinfeksi virus yaitu:

- a. Terapkan *physical distancing*, yaitu menjaga jarak minimal 2 meter dari orang lain, dan jangan dulu ke luar rumah kecuali ada keperluan mendesak.
- b. Gunakan masker saat beraktivitas di tempat umum atau keramaian, termasuk saat pergi berbelanja bahan makanan.
- c. Rutin mencuci tangan dengan air dan sabun atau *hand sanitizer* yang mengandung alkohol minimal 60%, terutama setelah beraktivitas di luar rumah atau di tempat umum.
- d. Jangan menyentuh mata, mulut, dan hidung sebelum mencuci tangan.
- e. Tingkatkan daya tahan tubuh dengan pola hidup sehat.
- f. Hindari kontak dengan penderita COVID-19, orang yang dicurigai positif terinfeksi COVID-19, atau orang yang sedang sakit demam, batuk, atau pilek.
- g. Tutup mulut dan hidung dengan tisu saat batuk atau bersin, kemudian buang tisu ke tempat sampah.
- h. Jaga kebersihan benda yang sering disentuh dan kebersihan lingkungan, termasuk kebersihan rumah.

Orang yang diduga terkena COVID-19 (termasuk kategori suspek dan *probable*) yang sebelumnya disebut sebagai ODP (orang dalam pemantauan) maupun PDP (pasien dalam pengawasan), ada beberapa langkah yang bisa dilakukan agar tidak menularkan Virus Corona ke orang lain, yaitu:

- a. Lakukan isolasi mandiri dengan tinggal di ruangan yang terpisah dengan orang lain untuk sementara waktu. Bila tidak memungkinkan, gunakan kamar tidur dan kamar mandi yang berbeda dengan yang digunakan orang lain.
- b. Konsumsi obat-obatan yang disarankan oleh dokter.
- c. Lakukan pengukuran suhu 2 kali sehari, pagi dan malam hari.

- d. Jangan keluar rumah, kecuali untuk mendapatkan pengobatan.
- e. Bila ingin ke rumah sakit saat gejala bertambah berat, sebaiknya hubungi dulu pihak rumah sakit untuk menjemput.
- f. Larang dan cegah orang lain untuk mengunjungi atau menjenguk Anda sampai Anda benar-benar sembuh.
- g. Sebisa mungkin jangan melakukan pertemuan dengan orang yang sedang sedang sakit.
- h. Hindari berbagi penggunaan alat makan dan minum, alat mandi, serta perlengkapan tidur dengan orang lain.
- i. Pakai masker dan sarung tangan bila terpaksa harus berada di tempat umum, seperti rumah sakit atau sedang bersama orang lain.
- j. Gunakan tisu untuk menutup mulut dan hidung bila batuk atau bersin, lalu segera buang tisu ke tempat sampah.

Kondisi-kondisi yang memerlukan penanganan langsung oleh dokter di rumah sakit, seperti melahirkan, operasi, cuci darah, atau vaksinasi anak, perlu ditangani secara berbeda dengan beberapa penyesuaian selama pandemi COVID-19. Tujuannya adalah untuk mencegah penularan COVID-19 selama Anda berada di rumah sakit.

(sumber: <https://www.alodokter.com/informasi-berbagai-vaksin-covid-19-di-indonesia>).

2.9 Muhammadiyah COVID-19 Command Center

Mempertimbangkan penyebaran COVID-19 yang sangat cepat, Pimpinan Pusat Muhammadiyah menyatakan wabah tersebut sebagai kejadian luar biasa

yang harus segera dilakukan pencegahan dan tindakan secara sungguh-sungguh, masif, dan terkoordinasi dengan baik. Muhammadiyah mendorong agar pemerintah melibatkan semua pihak untuk bekerjasama dan bersinergi dengan disertai langkah sosialisasi dan kebijakan yang terbuka dan komprehensif.

Melalui Maklumat Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 02/MLM/I.0/H/2020 tentang wabah *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19), Pimpinan Pusat Muhammadiyah telah membentuk Muhammadiyah COVID-19 Command Center (MCCC) yang bertugas mengoordinasikan pelaksanaan program dan aksi penanganan COVID-19. Muhammadiyah COVID-19 Command Center (MCCC) Pimpinan Pusat Muhammadiyah sudah sekitar 10 bulan melakukan respon terhadap pandemi COVID-19. Tim khusus yang dibentuk ini telah melakukan berbagai kegiatan secara komprehensif, mulai dari pencegahan, pengobatan, dan juga penanganan dampak pandemi COVID-19.

Ada tiga tantangan yang akan dihadapi oleh Muhammadiyah COVID-19 Command Center pertama adalah soal vaksinasi. Karena ini menjadi suatu masalah yang krusial yang dihadapi oleh seluruh masyarakat dunia. Selanjutnya tantangan kedua adalah terkait dengan daya tahan Muhammadiyah sendiri. Karena, Muhammadiyah sudah hampir setahun melakukan berbagai upaya untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan COVID-19. Sedangkan tantangan yang ketiga adalah bagaimana tahun depan MCCC Muhammadiyah bisa melakukan terobosan baru di masa pandemi COVID-19.

2.10. Kajian Penelitian Yang Relevan

Adapun beberapa literatur penelitian yang cukup relevan yang bisa dijadikan sebagai acuan, guna mendapatkan prinsip kebaruan dari penelitian yang ada.

a. Penelitian Cristian I. R. Rengkung, Gustaaf B. Tampi, Very Y. Londa (2021)

Riset Cristian I. R. Rengkung, Gustaaf B. Tampi, Very Y. Londa(2021) yang bertajuk:" Komunikasi Publik Pemerintah Kota Manado Dalam Penindakan Covid- 19". Komunikasi Publik pemerintah Kota Manado dalam penindakan COVID- 19 bawa banyak ketidakpastian di tengah- tengah warga yang diarahkan oleh tidak efektifnya komunikasi kebijakan yang dicoba serta berujung pada kesalahpahaman publik menangkap iktikad dari kebijakan pemerintah. Riset ini bertujuan buat mengenali gimana Komunikasi Publik pemerintah Kota Manado dalam penindakan COVID- 19 dengan tata cara deskriptif kualitatif.

Hasil riset menampilkan kalau komunikasi publik yang dicoba oleh pemerintah dari aspek keterbukaan tantangannya merupakan susah meyakinkan warga, pemerintah sudah memakai bermacam media apalagi media komunikasi baru, warga dijangkau secara langsung lewat kerjasama komunikasi dengan bermacam pihak tercantum tokoh- tokoh warga, koordinasi lintas kementerian pemerintah tidak hanya dicoba secara langsung pula menggunakan media whatsapp group.

b. Penelitian Suci Shinta Lestari, Muhammad Arif, Muhammad David Hendra, Muhammad Hanif Ahda, Nurul Mustaqimma, Feriandri Utomo (2020)

Riset Suci Shinta Lestari, Muhammad Arif, Muhammad David Hendra, Muhammad Hanif Ahda, Nurul Mustaqimma, Feriandri Utomo(2020) yang bertajuk:" Komunikasi Resiko Covid- 19 serta Persiapan Mengalami New Wajar pada Warga Kelurahan Air Putih Kota Pekanbaru". Pelaksanaan komunikasi resiko yang memadukan faktor kecepatan serta akurasi sangat baik dalam menghindari penularan Covid- 19. Di mana akibat sosial serta ekonomi akibat penyebaran data yang salah dapat lebih parah dibandingkan penyebaran virus itu sendiri. Sebab seperti itu, aktivitas ini dilaksanakan dengan tujuan mengatur kekacauan serta data yang tumbuh di warga, sehingga tidak jadi musibah baru. Pemerintah, lembaga riset, serta pihak- pihak yang berwenang wajib dapat mengomunikasikan resiko yang berlandaskan sains buat meningkatkan keyakinan warga. Tujuannya merupakan supaya publik dapat lebih siaga, mempersiapkan diri, serta kurangi akibat yang ditimbulkan oleh Covid- 19. Warga perlu uraian bukan cuma oleh birokrat, tetapi pula uraian yang ilmiah oleh para pakar.

Hasil riset menampilkan kalau catatan regu pengabdian bersumber pada bermacam sumber data, warga di RW 09 tercantum kelompok warga yang gampang dalam mengakses internet tetapi belum diiringi dengan mutu sumber energi manusia yang mencukupi. Data terpaut Resiko yang ditimbulkan akibat abai terhadap protokol kesehatan sangat vital untuk warga dikala ini, tetapi tidak gampang pula menyampaikannya ditengah warga yang senantiasa

merasa area serta kelompoknya tidak hendak terinfeksi Virus corona. Sebab aspek geografis yang jauh dari zona merah serta jumlah masyarakat yang dikira sedikit. Buat seperti itu regu pengabdian dalam aktivitas ini berupaya sangat keras mengemas pesan sedemikian rupa supaya tidak memunculkan perkara yang bisa silih bersinggungan dengan hak serta kewajiban warga.

c. Penelitian Aizun Najih (2020)

Riset Aizun Najih (2020) yang bertajuk: "Komunikasi Sepanjang Pandemi Covid- 19: Belajar Dari Kegagalan Komunikasi Resiko Kesehatan Yang Efisien". Pemerintah di segala dunia bisa menekuni banyak pelajaran berarti dari mengecek contoh komunikasi yang tidak efisien dengan publik sepanjang kepanikan penyakit virus corona global(COVID- 19). Komunikasi pemerintah yang tidak efisien sudah menyebabkan banyak kebimbangan serta kesalahpahaman publik, dan kesalahan sungguh- sungguh dalam menjawab ancaman kesehatan yang terus tumbuh, serta menimbulkan musibah kesehatan serta akibat sosial untuk warga serta memperpanjang pandemi. Strategi komunikasi mendesak penyampaian data yang relevan, akurat, serta sensitif kepada kelompok- kelompok publik utama, meminimalkan kendala komunikasi buat memandu aksi terkoordinasi yang di idamkan. Strategi komunikasi bisa diterapkan secara lokal, nasional, serta internasional.

Riset ini memakai tata cara deskriptif kualitatif. Riset kualitatif memikirkan informasi yang dianalisis besar serta lebih menekankan pada interpretasi atas sesuatu kenyataan sosial. Obyek dalam riset ini merupakan komunikasi publik yang di informasikan oleh pemerintah Indonesia ataupun DKI Jakarta dalam

bermacam media massa. Sehingga riset ini menyoroti apa yang telah jadi dikonsumsi publik.

Hasil riset menampilkan kalau sistem transformasi mengacu pada urutan kegiatan 3 fase berturut-turut serta kesediaan yang sangat berarti buat menyesuaikan diri serta kelangsungan hidup sistem, paling utama kala menanggulangi ancaman sistem yang sungguh-sungguh, semacam tantangan untuk negara-negara dari pandemi COVID-19 yang tumbuh. Urutan transformasi mengaitkan komunikasi secara efisien menimpa (1) masukan sistem, (2) proses sistem, serta (3) keluaran sistem. Aktivitas pengorganisasian mengaitkan menguasai keadaan masukan kritis serta memproses masukan secara strategis buat membagikan pemecahan (keluaran) terbaik buat menjawab suasana yang menantang (Weick, 1979). Asumsi pemerintah pusat terhadap pandemi COVID-19 terkesan menampilkan kendala dalam proses transformasi sistem dengan pengamatan yang lelet serta serampangan, dan respons terhadap ancaman kesehatan, walaupun ada data kalau virus baru yang beresiko ini sudah dengan kilat menginfeksi serta menewaskan banyak orang di negeri lain saat sebelum menyebar ke Indonesia. Permasalahan transformasi sistem yang terjalin di Indonesia berkaitan dengan pelanggaran seragam terhadap prinsip keterbukaan sistem yang menarangkan kalau sistem wajib dihubungkan serta berbagi data (serta sumber energi) yang relevan dengan sistem eksternal yang relevan, paling utama sepanjang masa bahaya. Prinsip sistem keterbukaan mengkaji kebutuhan komunikasi buat menyeimbangkan pertukaran data serta sumber energi, baik secara internal ataupun eksternal.

d. Penelitian Amelia, Yudi Perbawaningsih (2020)

Penelitian Amelia / Yudi Perbawaningsih (2020) yang berjudul: "Komunikasi Risiko Dokter seorang ahli di Kota Yogyakarta". Komunikasi risiko artinya aktivitas menyampaikan informasi diantara pihak-pihak yang terlibat wacana: taraf resiko kesehatan atau lingkungan, pemaknaan kesehatan, lingkungan serta keputusan dan yang terakhir artinya kegiatan atau kebijakan yang ditujukan buat mengelola dan mengontrol resiko kesehatan atau lingkungan. pada pada profesi global kedokteran, komunikasi antara dokter dengan pasien merupakan sebuah kompetensi yang wajib dikuasai oleh seseorang dokter, kompetensi inilah yang memilah keberhasilan seseorang dokter pada membantu duduk perkara kesehatan pasien. Terbangunnya korelasi saling percaya diantara keduanya, pasien dengan leluasa akan memberikan kabar yang sah dan lengkap sehingga dapat membantu dokter pada mendiagnosis penyakit pasien secara baik dan memberi obat yang tepat bagi pasien.

Penelitian ini ialah penelitian kualitatif menggunakan metode studi kasus bagaimana komunikasi risiko yang terjadi antara dokter menggunakan pasien, Upaya dokter supaya dapat meminimalisir terjadinya risiko medis antara dokter menggunakan pasien serta upaya dokter supaya meminimalisir risiko terjadinya mis communication diantara keduanya. yang akan terjadi penelitian ini membagikan bahwa ketiga dokter yang peneliti wawancarai semuanya menjalin hubungan yang akrab menggunakan pasien, agar pasien menggunakan leluasa dapat menceritakan penyakit yang dialaminya, dengan terjalinnya hubungan akrab dengan pasien bisa membantu menghindarkan

risiko medis serta mis communication diantara keduanya serta mempercepat proses penyembuhan pasien.

e. Penelitian Dila Novita, Adi Susila, Elvira Suryani, Muhammad Fadil, Muhammad Yunus, Yusril Ikhza Mahendra (2020)

Penelitian Dila Novita, Adi Susila, Elvira Suryani, Muhammad Fadil, Muhammad Yunus, Yusril Ikhza Mahendra (2020) yang berjudul: "Transformasi Penanganan Covid-19: dari Komunikasi Krisis Ke Komunikasi Risiko". Presiden joko widodo melakukan komunikasi publik terkait Covid-19 pada dua Maret 2020. Komunikasi pemerintah pada masa krisis ini menjadi tantangan karena semenjak ketika itulah respon serta penilaian publik dimulai. pada termin awal, komunikasi publik yang dilakukan sang pemerintah masih pada perspektif Crisis Communication, banyak sekali macam kesimpangsiuran isu mulai bermunculan, masyarakat menjadi ragu akan kebenaran data yang beredar. Lebih lanjut, World Health Organization merekomendasikan penanganan Covid-19 asal perspektif Risk Communication yang dinilai lebih komprehensif dan efektif dalam membangun komunikasi kepada publik. buat itu, penelitian ini bermaksud mengevaluasi Komunikasi Publik Pemerintah dalam Penanganan Covid-19 dalam Perspektif Komunikasi Risiko.

Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif, memakai desain penelitian fenomenologi dengan mencari data melalui observasi dan wawancara mendalam melalui penerapan purposive sampling dengan memilih informan kunci dari pemerintah, ahli komunikasi, dan warga . Pengumpulan data sekunder pula dilakukan melalui jurnal, website, presentasi webinar, YouTube, media umum, serta portal media online. akibat penelitian

menunjukkan bahwa transformasi Government Public Communication dari Crisis Communication sebagai Risk Communication dilakukan bukan hanya karena adanya permintaan asal World Health Organization menjadi penilaian komunikasi yang dijalankan pemerintah namun pula menjadi bentuk penyempurnaan taktik komunikasi pemerintah Indonesia. pada penanganan covid-19 yang pada awalnya dianggap tak waspada serta cepat pada mencegah penyebaran pandemi Covid-19 pada Indonesia. Selain itu, keberhasilan Komunikasi Risiko tidak terlepas asal keterlibatan aktif masyarakat pada membantu pemerintah membentuk dan menyebarluaskan konten informasi yang menarik, terpercaya, serta akuntabel.

f. Penelitian Puput Fatikha, Dimas Wahyu Widayat, Nurus Sangadah,

Ferlia Galuh (2020)

Penelitian Puput Fatikha, Dimas Wahyu Widayat, Nurus Sangadah, Ferlia Galuh (2020) yang berjudul: "Efektivitas Satgas Penanganan COVID-19 menjadi Upaya menaikkan pencerahan dan Ketahanan rakyat dalam Rangka Mewujudkan rakyat yang Sehat serta Sejahtera". Artikel ini akan membahas perihal sisi lain di masa mitigasi bencana pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), yakni efektivitas dari Satgas Covid-19 sebagai upaya buat menghasilkan kesadaran sosial masing-masing individu sebagai masyarakat rakyat.

Metode penelitian ini memakai pendekatan kualitatif menggunakan teknik analisis studi literatur. Teknik pengumpulan data dengan melakukan penelusuran berbagai sumber data berupa dokumen pemerintah, pemberitaan media massa elektronik sebagai asal data sekunder untuk diolah, serta yang

akan terjadi penelitian terdahulu selanjutnya dianalisis sesuai policy research (Anggara, 2015) serta dideskripsikan dalam bentuk studi literatur dengan proses interpretasi data.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dalam memperbaiki kinerja menuju kenormalan baru, ada tiga aspek yang perlu diprioritaskan Gugus COVID-19. Pertama, aspek kualitas pelayanan, pada hal ini info yang diberikan wajib ditingkatkan keakuratannya. Setiap berita juga perlu terus disosialisasikan melalui banyak sekali media yang dimiliki Gugus COVID-19 serta tim Gugus yang bertugas di lapangan. supervisi terhadap info hoax pula harus terus dilakukan. Masing-masing individu juga perlu bijak dalam memakai media umum. Upaya mengedukasi rakyat pula perlu dilakukan Gugus COVID-19 melalui kolaborasi dengan aneka macam komunitas. Menuju kenormalan baru, diperlukan kerjasama dan komunikasi yang baik oleh semua komponen masyarakat kedua, pada aspek responsivitas, pendataan yang lebih rapi terkait kebutuhan alat kesehatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan software daring yang terintegrasi. aplikasi daring juga bisa dimanfaatkan sebagai pelaporan atau pengaduan terkait kurangnya kebutuhan alat kesehatan pada fasilitas kesehatan. Selain itu, dapat dipergunakan untuk memantau kualitas indera kesehatan. Ketiga, dalam aspek akuntabilitas, diharapkan adanya transparansi laporan keuangan yang berasal asal Pemerintah Daerah.

Adanya laporan keuangan akan menjadi keliru satu kunci keberhasilan kinerja aspek-aspek lain dalam pencegahan serta penanganan COVID- 19. Adanya laporan keuangan dapat mendorong peningkatan kepercayaan publik kepada Pemerintah pusat, khususnya Gugus COVID-19. Gugus COVID-19

bekerja di bawah arahan dan bertanggung jawab langsung pada Presiden. dalam hal pendanaan, menurut Pasal 13 Keppres tadi, kegiatan Gugus COVID-19 dibebankan di aturan Pendapatan serta Belanja wilayah (APBD), serta/atau asal lain yang legal dan tidak mengikat sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

g. Penelitian Karyono, Rohadin, Devia Indriyani (2020)

Penelitian Karyono, Rohadin, Devia Indriyani (2020) yang berjudul: "Penanganan Dan Pencegahan Pandemi Wabah Virus Corona (Covid-19) Kabupaten Indramayu". (SDGs) "Sustainable Development Goals" atau (PTB) "Tujuan Pembangunan Berkelanjutan" merupakan Resolusi yang di canangkan oleh PBB, dan di tanda tangani oleh pemimpin negara - negara maju dan berkembang pada tanggal 21 Oktober 2015, yang berambisi mempunyai tujuan untuk pembangunan bersama hingga tahun 2030 dengan 169 capaian yang terukur sebagai agenda dunia pembangunan Internasional, dan tujuannya meliputi pengentasan kemiskinan kelaparan, perbaikan kesehatan, pendidikan, dan mengatasi perubahan iklim serta melindungi hutan dan laut. Terkait dengan pembahasan (SDGs) tentang merebaknya penomena wabah pandemi Virus Corona di tanah air, tentunya cukup menarik untuk kita bahas pembahasan tentang pandemi dan kebijakan Pemerintah dalam menghadapi dan menangani wabah Virus Corona desiasse (Covid - 19) ini.

Tujuan dalam penelitian ini yakni memahami dan mengetahui gejala-gejala dari Covid - 19/ Virus Corona, mengetahui langkah-langkah Pemerintah dalam menangani percepatan wabah Covid-19 / Virus Corona, dan memahami dan

mengetahui apa itu COVID-19 dan apa yang harus kita lakukan sebagai Anggota Satuan Polisi Pamong Praja (PNS) Kabupaten Indramayu.

h. Penelitian I Made Hendriek Prasetya, I Gusti Ngurah Darma Paramartha (2020)

Penelitian I Made Hendriek Prasetya, I Gusti Ngurah Darma Paramartha (2020) yang berjudul: "Efektivitas Peranan Satuan Tugas (Satgas) Gotong Royong Berbasis Desa Adat Dalam Rangka Pencegahan Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Di Kelurahan Padangsembian, Kota Denpasar". Corona Virus Disease (COVID-19) adalah ancaman humanisme dan sudah ditetapkan menjadi pandemi kesehatan dunia sang World Health Organization (WHO). Provinsi Bali menjadi keliru satu daerah yang terdampak signifikan terhadap endemi tadi sudah merespon menggunakan membangun membuatkan lini Satuan Tugas keliru satunya Satuan Tugas Gotong Royong Berbasis Desa Adat. Dalam merefleksikan upaya pencegahan dan penanganan tadi, Kota Denpasar menjadi daerah menggunakan nomor penderita COVID-19 tertinggi se-Bali terus mengintensifkan kinerja berdasarkan Satuan Tugas Gotong Royong yang sudah dibuat keliru satunya diwilayah Kelurahan Padangsembian, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. Dalam hal ini peranan dan efektivitas kinerja berdasarkan satuan tugas tadi tentu sebagai hal absolut pada upaya percepatan penanganan pandemi COVID-19. Tetapi demikian banyak sekali hambatan yang dihadapi pada menjalankan tugas dan fungsi secara eksklusif sudah merusak kinerja operasional jajaran Satuan Tugas Gotong Royong itu sendiri. Perseteruan pada sektor struktur hukum (struktur of law), substansi hukum (substance of the law) dan budaya hukum

(sah culture) sudah mempengaruhi kinerja sebagai akibatnya dibutuhkan adanya suatu solusi yang komprehensif guna menunjang kapabilitas berdasarkan jajaran Tugas Gotong Royong Berbasis Desa Adat.

i. Penelitian Feliza Zubair, Retasari Dewi dan Ade Kadarisman (2018)

Penelitian Feliza Zubair, Retasari Dewi serta Ade Kadarisman(2018) yang bertajuk:" Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Uraian Mahasiswa Terhadap Pelaksanaan PTNBH". Riset ini bertujuan buat menganalisis strategi komunikasi publik yang dicoba oleh Humas Institut Pertanian Bogor(IPB) dalam membangun uraian mahasiswa IPB terhadap pelaksanaan PTNBH. Tata cara yang digunakan merupakan kualitatif dengan pendekatan riset permasalahan. Wawancara mendalam dicoba kepada Kabid Humas IPB serta Pimpinan Bem IPB, observasi serta riset pustaka.

Teori yang digunakan merupakan Kontruksi Atas Kenyataan, teori Stakeholder, teori Relationship Management serta konsep Komunikasi Publik. Hasil riset membuktikan kalau pihak IPB mengkonstruksi esensi dari PTNBH ialah otonomi, keleluasaan dalam penyelenggaraan rumah tangganya buat menciptakan pembelajaran yang bermutu, ke dalam program- program yang bisa menunjang kemajuan mahasiswa. IPB bisa membangun ikatan menejerial yang alamiah dengan mahasiswa. Riset ini membuktikan kalau strategi komunikasi publik yang dicoba lembaga bisa membentuk kesepahaman dalam upaya melindungi kedekatan yang silih menguntungkan antara pengelola ataupun menejemen IPB/ PTNBH dengan mahasiswa.

j. Penelitian Slamet Widadi (2017)

Riset Slamet Widadi(2017) yang bertajuk:" Komunikasi Resiko Hiv Serta Aids Untuk Kelompok Anak muda Gay Di Jakarta". Pengetahuan terpaut HIV serta AIDS dikala ini belum jadi kebutuhan prioritas serta tidak bisa diakses seluruhnya oleh anak muda. Mereka lebih menggemari data terkini serta modern yang terpaut dengan style hidup ataupun style hidup. Fokus riset ini merupakan" Gimana Aktivitas Outreach Pekerja Antar Medika Foundation dalam mengkomunikasikan HIV serta AIDS buat" Anak muda Gay" di Jakarta?". Tujuan dari riset ini salah satunya merupakan" periset bisa mengenali tentang aktivitas Outreach Worker Foundation buat Inter Medika dalam mengkomunikasikan HIV serta AIDS buat Anak muda Gay di Jakarta.

Semacam riset ini memakai tata cara riset permasalahan, dengan pendekatan konstruktivisme Paradigma, serta dalam pengumpulan informasi periset memakai observasi serta wawancara mendalam kepada informan. Hasil riset ini buat mangulas pengenalan suasana serta kasus yang dialami, pemakaian media, konten komunikasi yang dikirim, aktivitas komunikasi, penerapan serta pemantauan serta penilaian dalam mengkomunikasikan HIV serta AIDS buat Anak muda Gay di Jakarta. Riset ini merumuskan kalau aktivitas komunikasi yang dicoba oleh Outreach Worker Inter Medika Foundation menekankan penyediaan data lewat media online (Internet Outreach) Serta aktivitas penjangkauan langsung (*face to face*), sebab sangat efektif buat tingkatkan kinerja program yang dijalankan dikala ini.

BAB III

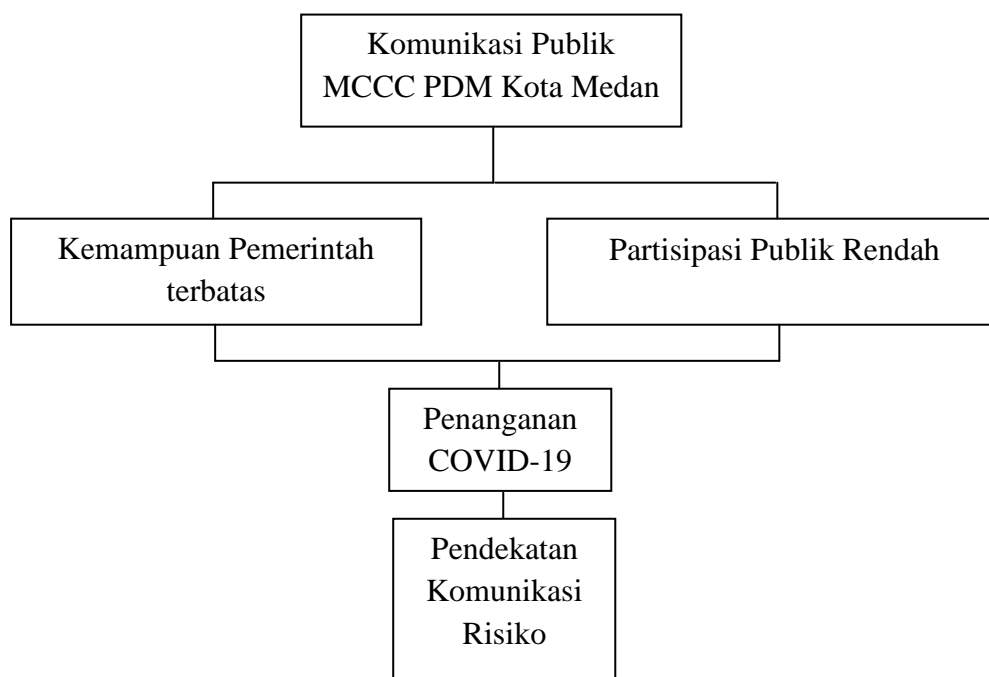
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam menentukan metode penelitian, terlebih dahulu perlu diketahui jenis penelitian yang di gunakan untuk mengetahui gambaran yang jelas dalam penelitian serta memahami makna sebenarnya dari jenis penelitian tersebut, sehingga memudahkan untuk melakukan langkah selanjutnya dalam proses analisis data. Menurut Sugiyono (2016:6) metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang pendidikan. Selanjutnya Sugiyono (2016:3) menyatakan bahwa secara umum metode penelitian dapat dibedakan menjadi 3 yaitu metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode *research dan development*. Berdasarkan permasalahan pada penelitian ini, maka metode yang ditempuh dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. 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 terlihat, dengan wawancara secara langsung, atau sebagaimana adanya.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan abstraksi yang terbentuk oleh generalisasi dari hal – hal khusus. Oleh karena itu, konsep merupakan abstraksi maka konsep tidak dapat langsung di amati atau di ukur. Konsep hanya dapat di amati atau di ukur melalui kontruk atau yang lebih di kenal dengan nama variabel. Menurut Nursalam (2017) kerangka konsep penelitian merupakan abstraksi dari suatu realitas sehingga dapat dikomunikasikan dan membentuk teori yang menjelaskan keterkaitan antara variable yang diteliti. Adapun kerangka konsep dari penelitian adalah sebagai berikut:



3.1 Gambar Kerangka Konsep Penelitian

3.2 Kategorisasi

Kategorisasi menunjukkan bagaimana cara mengukur suatu variabel penelitian sehingga di ketahui dengan jelas bagaimana isi yang dikategorikan,

dan apa yang menjadi kategorisasi penelitian tersebut. Penyusunan kategorisasi yang ditentukan merupakan dari beberapa indikator yang sudah ditentukan sebelumnya.

Adapun yang menjadi kategorisasi dalam penelitian ini antara lain yaitu :

3.1. Tabel Kategorisasi

Kategorisasi	Indikator
Strategi Komunikasi Publik Muhammadiyah COVID -19 Command Center dalam Penanganan COVID – 19 dengan pendekatan Komunikasi Risiko	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan <ol style="list-style-type: none"> a. Analisis situasi komunikasi risiko b. Analisis <i>Stakeholder</i> c. Tujuan komunikasi risiko d. Identifikasi khalayak sasaran e. Pesan kunci f. Strategi komunikasi risiko g. Saluran komunikasi h. Pelatihan dan pengembangan kapasitas 2. Pendekatan dalam komunikasi risiko <ol style="list-style-type: none"> a. Komunikasi publik melalui kehumasan b. Pelibatan masyarakat 3. Monitoring dan Evaluasi

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2021)

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek merupakan suatu bahasan yang sering dilihat pada suatu penelitian. Manusia, benda, ataupun lembaga (organisasi) yang sifat keadaannya akan diteliti adalah sesuatu yang didalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian. Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai

kesimpulan hasil penelitian. Subjek penelitian yaitu keseluruhan objek dimana terdapat beberapa narasumber atau informan yang dapat memberikan informasi tentang masalah yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, objek adalah hal, perkara, atau orang yang menjadi pokok pembicaraan. Dengan kata lain objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dari sebuah penelitian. Jika kita bicara tentang objek penelitian, objek inilah yang akan dikupas dan dianalisis oleh peneliti berdasarkan teori-teori yang sesuai dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center.

3.5 Informan

Informan adalah orang yang memberikan informasi kepada peneliti dan orang yang berkompeten atau mengetahui informasi tentang Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan. Menurut Moeleong (2010:200), penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian non kualitatif, pada penelitiannya sample dipilih dari suatu populasi, sedangkan pada penelitian kualitatif, sample sangat erat kaitannya dengan faktor – faktor kontekstual. Sumber data dalam penelitian ini yang menjadi narasumber atau informan adalah sebagai berikut:

Informan dalam penelitian ini sebanyak 4 orang antara lain:

1. Ketua MCCC PDM Kota Medan
2. Sekretaris MCCC PDM Kota Medan

3. PC IMM Kota Medan Bidang Kesehatan

4. Bidang Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat PD Pemuda Muhammadiyah Kota Medan

Sedangkan untuk informan triangulator adalah Wakil Ketua MCCC PWM Sumut.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian untuk memperoleh data dari narasumber menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016: 200) ada 3 macam wawancara yakni wawancara terstruktur, wawancara semiterstruktur, dan wawancara tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara semiterstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan secara lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan yang lebih terbuka dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide idenya. Wawancara dilakukan secara terbuka di mana para subjeknya tahu bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui apa maksud wawancara. Wawancara dilakukan sampai peneliti tidak menemukan informasi baru lagi.

2. Observasi

Moleong (2010:30) menyatakan observasi adalah pengamatan digunakan untuk mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan dan sebagainya. Data tersebut

dikumpulkan diolah dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif, yaitu menyajikan data secara rinci serta melakukan interpretasi teoritis sehingga dapat diperoleh gambaran akan suatu penjelasan dan kesimpulan yang memadai.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2016: 82) suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumen barang yang tertulis. di dalam memakai metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, dan lain sebagainya. Dalam pengertian yang lebih luas, dokumen bukan hanya yang berwujud lisan saja, tetapi dapat berupa benda-benda peninggalan seperti prasasti dan simbol-simbol.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penggunaan metode tersebut menggunakan pertimbangan bahwa dalam penelitian ini berusaha untuk menggambarkan Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang telah dipergunakan adalah teknik analisa kualitatif, yaitu data yang diperoleh melalui

pengumpulan data kemudian akan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan.

3.8 Keabsahan Data

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data.

Sugiyono (2016:241) menyatakan bahwa teknik triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik yang ada dan sumber data yang ada. Maka sebenarnya peneliti telah melakukan pengujian kredibilitas data sekaligus mengumpulkan data. Triangulasi pada penelitian ini, peneliti gunakan sebagai pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dalam pelaksanaannya peneliti melakukan pengecekan data yang berasal dari hasil wawancara dengan Wakil Ketua MCCC PWM Sumut. Lebih jauh lagi, hasil wawancara tersebut kemudian peneliti telaah lagi dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan selama masa penelitian untuk mengetahui Strategi Komunikasi Publik oleh Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan. Setelah keempat metode tersebut di atas terlaksana, maka data-data yang dibutuhkan akan terkumpul. Peneliti diharapkan untuk mengorganisasi dan mensistematisasi data agar siap dijadikan bahan analisis. Untuk triangulasi teknik dalam menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama

dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Hasil wawancara dengan triangulator yaitu Bapak Amrizal, S.Si.,M.Pd selaku Wakil Ketua MCCC PWM Sumut yang di lakukan pada tanggal 16 Oktober 2021. Dalam setiap program kerjas tim Satgas MCCC PWM Sumut melakukan perencanaan, pendekatan, dan juga monitoring dan evaluasi. Beliau mengatakan bahwa kemarin itu kita bekerjasama dengan Pemuda Muhammadiyah Kota Medan berbentuk edukasi yang seperti pembagian brosur, dan pemasangan spanduk mengenai 3M. Mengenai kepercayaan public terhadap pandemi covid ini beliau mengatakan bahwa sebenarnya sebagian percaya, yang tidak percaya itu mereka yang sering mendapatkan informasi hoax mengenai COVID ini, yang di katakan konspirasi, dan juga kebingungan dari masyarakat terutama mengenai pandemi COVID-19 ini. Apalagi mengenai kebijakan-kebijakan pemerintah yang akhirnya membuat masyarakat tersebut kesal dengan kebijakan tersebut dan juga membuat masyarakat yang menengah ke bawah lebih merasakan imbas dari adanya pandemi COVID. Untuk stakeholder kita bekerjasama dengan Perguruan Tinggi Muhammadiyah seperti UMSU dalam pelaksanaan vaksinasi yang bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Medan.

Tim MCCC PWM Sumut juga melakukan seminar-seminar ada yang cakupannya tidak besar, seperti jatuhnya ke FGD gitu. Target tim Satgas MCCC PWM Sumut dalam memberikan informasi seputar COVID dengan mengundang dari MCCC Pusat atau MCCC Provinsi sendiri dan juga pastinya dari Dinas Kesehatan. Bapak Amrizal juga mengatakan tim Satgas MCCC mempunyai teknik untuk memberikan pemahaman kepada publik akan bahayanya COVID-19 ini. Tekniknya dalam bentuk bergerak bersama Ortom-ortom Muhammadiyah untuk memberikan pemahaman bahaya COVID tersebut. Mungkin bisa jadi dari individu ke individu atau juga dari media, baik media social atau media cetaknya. Ortom Muhammadiyah dalam memberikan Dalam memberikan pemahaman akan bahayanya COVID-19 sebagai bentuk sinergi terhadap Tim Satgas COVID-19 beliau mengatakan “Merekakan ada bidang kesehatan atau kemasyarakatannya juga, nah pastinya juga ikut andil untuk memberikan edukasi COVID tersebut dan ortom-ortom muhammadiyah juga punya social media mereka masing-masing seperti membuat flayer dan meneruskan ke sosial media lainnya yang kita share kepada mereka.” solusi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC untuk mengurangi rasa ketidakpercayaan publik terhadap bahayanya COVID-19 pertama kali dengan memberikan informasi atau mungkin data tentang kasus bertambahnya COVID-19. Memberikan pemahaman gitu mengenai penanganannya karena setiap imun kita itu berbeda, maka tim Satgas MCCC memang harus terjun langsung untuk memberikan edukasi tersebut. jadwal kegiatan dari program kerja tim Satgas MCCC di awal-awal selalu mengadakan kegiatan seminggu sekali. Kemudian sebulan. Tapi untuk saat sekarang ini lebih kondisional saja.

Wawancara yang dilakukan peneliti secara mendalam mengenai program kerja tim Satgas MCCC di Kota Medan. Beliau mengatakan “ yang pertama kita lakukan yaitu Edukasi 3M kepada masyarakat. Lebih kepada edukasi si sebenarnya, lalu melakukan penyemprotan sarana amal usaha muhammadiyah dan rumah ibadah, pembagian masker, alat cuci tangan, handsanitizer, disinfektan secara gratis. Ada juga pembagian sembago bagi warga yang terdampak ekonominya. Dan pengumpulan donasi. Komunikasi itu kita langsung turun kepada masyarakat bekerjasama dengan Ortom-ortom Muhammadiyah seperti pemuda muhammadiyah, IMM, IPM, kalau di katakana efektif mungkin secara umumnya sudah efektif. Untuk kelebihanannya sendiri dalam menyampaikan informasi secara langsung itu ya kita tahu keadaan masyarakat secara langsung dan lebih efektif ibarat seperti permainan kata yang kita sampaikan A yang di terima bisa jadi Z begitu. Makanya dalam penyampaiannya harus langsung. Kalau kekurangannya kita melakukannya tidak pada masyarakat yang banyak karena di khawatirkan menimbulkan kerumunan orang. Jadi bisa dari aplikasi zoom dll yang belum tentu sampai ke masyarakat menengah kebawah informasinya.” Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan membuat pelatihan dengan melatih ustadz-ustadz yang biasanya turun ke masyarakat untuk mengisi ceramah, jadi dilakukan pelatihan-pelatihan kepada mereka agar mereka juga menyampaikan ke masyarakat untuk mengurangi pandemi COVID ini. Tim Satgas MCCC PD Muhammadiyah Kota Medan sudah sejalan dengan visi dan misi MCCC dari PWM Sumut dengan terus mengkodinir MCCC daerah-daerah Muhammadiyah termasuk daerah Muhammadiyah Kota Medan untuk sama-sama menjalankan apa yang di instruksikan dari pusat.

Karena kami sudah di percaya oleh pimpinan muhammadiyah sendiri. Untuk keterlibatan Warga Muhammadiyah dalam mengurangi rasa ketidakpercayaan publik tersebut pasti ada dengan selalu mendampingi mereka yang menjadi pasien COVID tersebut, sambil memberikan edukasi sehingga mereka juga nantinya dapat membantu mengurangi rasa ketidakpercayaan masyarakat tersebut. Setelah selesai melaksanakan program kerja, tim Satgas MCCC melakukan evaluasi karena inikan sudah di amanahkan kepada tim Satgas MCCC Sumut yang akan di pertanggung jawabkan kepada pimpinan wilayah nantinya. Tindakannya seperti membuat kegiatan itu kembali yang dirasa masih kurang efektif, agar tidak terjadi lagi. Terus kita akan terus mengingatkan Pemerintah Daerah/Satgas COVID-19 Daerah untuk terus konsisten dan mengawal pergerakan masyarakat agar selalu mematuhi protocol kesehatannya.

3.9 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini yaitu Pimpinan Wilayah Muhammadiyah COVID-19 Command Center. Sedangkan waktu penelitian yang di mulai dari bulan Juli sampai dengan bulan November 2021.

3.2. Tabel Jadwal Penelitian

Kegiatan	Juni 2021	Juli 2021	Agustus 2021	September 2021	Oktober 2021	November 2021	Desember 2021	Januari 2022	Februari 2022	Maret 2022
1.Penyusunan Proposal										
2.Seminar Kolokium dan Penyusunan Izin										
3.Persiapan Perencanaan										
4.Pelaksanaan Penelitian										
5.Analisis Data										
5.Seminar Hasil dan Revisi										
7.Ujian Sidang Tesis										

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center Dalam Penanganan Corona Di Kota Medan. Hasil peneliti dari wawancara diperoleh 4 orang informan yang terdiri dari Ketua MCCC PDM Kota Medan, Sekretaris MCCC PDM Kota Medan, Bidang SPM PC IMM Kota Medan, Bidang Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat PD Pemuda Muhammadiyah Kota Medan. Wawancara ini dilakukan guna memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang peneliti tentukan, serta untuk memperoleh data – data yang mendukung dalam penelitian. Data – data tersebut berupa pernyataan dari para informan mengenai permasalahan penelitian tesis ini. Pengumpulan data dilakukan selama kurang lebih dua minggu.

4.1.1. Gambaran Umum Tim Satgas MCCC PDM Kota Medan

A. Muqaddimah

Provinsi Sumatera Utara menjadi salah satu lokasi wabah pandemi COVID-19 yang cukup tinggi. Sebagai pintu masuk tersibuk di Kawasan Indonesia Bagian Barat maka wabah COVID menjadi ancaman serius bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Provinsi Sumatera Utara, terdiri dari 33 Kabupaten dan Kota dengan tiga karakteristik wilayah.

a. Pertama kawasan pantai (timur dan barat)

- b. Kedua, kawasan pegunungan
- c. Ketiga, kawasan kepulauan
- d. Ancaman COVID paling tinggi ditemukan di kawasan pantai timur dari Sumatera Utara.

B. Tindak Lanjut Dan Program

Sejak menyebarnya COVID-19, sejalan dengan terbentuknya MCCC ditingkat pusat dan tingkat wilayah, maka PDM Kota Medan, mengambil kebijakan membentuk MCCC PDM Kota Medan dengan SK PDM Kota Medan No. 20/KEP/III.0/D/20 tanggal 8 Sya'ban 1441/ 02 April 2020.

MCCC PDM Kota Medan selanjutnya melakukan berbagai tindakan untuk mengatasi penyebaran COVID-19 dalam bentuk edukasi dan tindakan lapangan, seperti:

- a. Edukasi Protokol Kesehatan (3M) ke warga persyarikatan
 - 1. Edukasi oleh Ketua MCCC Wilayah tentang protokol kesehatan
 - 2. Edukasi bersama FK-UMSU dalam penanganan pemusaran jenazah pasien COVID-19.
 - 3. Edukasi dengan memberikan pelatihan kepada DAI/Mubaligh PDM
- b. Melakukan penyemprotan sarana amal usaha dan rumah ibadah
- c. Pembagian masker, alat cuci tangan, handsanitizer, disinfektan secara gratis.
- d. Pembagian APD ke Rumah Sakit Muhammadiyah dan Klinik Aisyiah
- e. Pembagian Sembako bagi warga yang terdampak ekonominya
- f. Melakukan kerjasama dengan pihak-pihak:

1. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 2. Pemerintah Kota Medan
 3. Organisasi Otonom (Ortom) seperti Aisyiyah, Pemuda Muhammadiyah, IMM, Korkom, LazisMU)
 4. Pembukaan Banner dan Spanduk
 5. Penyediaan informasi berita melalui media afliasi persyarikatan, seperti InfoMu.co, Tajdid.id dan TVMu – Tivi Muhammadiyah.
 6. Menerima Bantuan dari Satgas COVID-19 berupa Sembako, Masker, Alat cuci tangan, disinfektan yang didistribusikan oleh MCCC PWM Sumut.
- g. Melakukan penggalangan dana dari donator untuk penyediaan sembako dan masker guna didistribusikan kepada warga persyarikatan daerah.
- h. Melakukan evaluasi dan kajian seputar perkembangan COVID-19 di Kota Medan

C. Evaluasi

MCCC PDM Kota Medan melakukan evaluasi dan kajian seputar pandemi COVID-19, dengan rekomendasi :

- a. Terus memberi perhatian terhadap amal usaha Muhammadiyah, khususnya sekolah guna mengantisipasi penyebaran COVID-19
- b. Mengingatkan seluruh jajaran Pimpinan dan Muballigh untuk terus waspada
- c. Mengingatkan pemerintah daerah / Satgas COVID-19 di daerah untuk konsisten dan mengawal pergerakan warga dengan tetap mematuhi

Protokol Kesehatan

Informan dalam penelitian ini terdiri dari lembaga MCCC PDM Kota Medan dan dua Ortom Muhammadiyah seperti Pemuda Muhammadiyah dan IMM. Adapun keadaan narasumber adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Keadaan Informan Berdasarkan Jabatan

No.	Nama	Jabatan
1.	Dr. dr. Delyuzar Harris, M.Ked(PA), Sp.PA(K)	Ketua MCCC PDM Kota Medan.
2.	dr. Elman Boy, M.Kes.,Sp.KKLP, FIS-PH, FIS- CM, AIFO-K	Sekretaris MCCC PDM Kota Medan.
3.	Kaisar Balemun Harahap. S.Ked	Sekretaris Bidang SPM PC IMM Kota Medan.
4.	Syahrul Amsari, S.E.Sy.,M.Si	Wakil Ketua Bidang Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat PD Pemuda Muhammadiyah Kota Medan.

Tabel 4.2 Daftar Kegiatan MCCC PDM Kota Medan

Daftar Kegiatan MCCC PDM Kota Medan
3.9.1 Edukasi
3.9.2 Penyemprotan Diinfeksi Pada Amal Usaha dan Rumah Ibadah
3.9.3 Pembagian Masker dan APD Gratis
3.9.4 Distribusi Penyaluran Sembako
3.9.5 Pelatihan Mubaligh
3.9.6 Vaksinasi
3.9.7 Pembagian Brosur
3.9.8 Publikasi Media
3.9.9 Pengumpulam Donasi
3.9.10 Rencana Tindak Lanjut
3.9.11 Evaluasi dan Rekomendasi
3.9.12 Dokumentasi

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

Wawancara adalah proses tanya jawab yang dilakukan seseorang kepada informan untuk dimintai keterangan atau informasi yang dibutuhkan untuk tujuan tertentu. Kedudukan yang diwawancarai adalah sumber informasi, sedangkan pewawancara adalah penggali informasi dalam prakteknya ada beberapa jenis wawancara yang dapat dilakukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara individual dimana wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pertanyaan – pertanyaan yang sudah dipersiapkan

sebelumnya dan terstruktur. Berikut ini adalah penyajian data – data yang diperoleh melalui metode wawancara dengan informan penelitian.

Wawancara peneliti disusun sesuai dengan kategorisasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 21 Oktober 2021 dengan bapak Dr. dr. Delyuzar Harris, M.Ked(PA), Sp.PA(K) selaku Ketua MCCC PDM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang perencanaan beliau menjawab bahwa “Kita selalu mendorong untuk Ortom-ortom di Muhammadiyah untuk selalu bersinergi dalam berbagi kegiatan yang dilakukan. Banyak pemahaman mengenai COVID sendiri masih belum seragam masih yang menganggap sebenarnya COVID-19 itu di besar-besarkan, banyak datanya di buat-buat, kemudian ada konspirasi lebih banyak aspek bisnisnya dan juga kebingungan dari masyarakat tentang kebijakan pemerintah lebih tepatnya”. Beliau juga mengatakan bahwa Awal-awal itu dengan Walikota yang lama punya komitmen pertemuan-pertemuan yang langsung audiensi dalam bentuk advokasi. Kalau sekarang mungkin tidak formal, dan juga bekerjasama dengan Dinas Kesehatan dalam bentuk vaksinasi. Ada workshop tapi skala kecil, seperti ke para mubaligh. Untuk seminarnya, kalau ada dari kalangan Muhammadiyah, misalnya “seperti saya akan lebih percaya karena tergabung dalam Satgas COVID-19 tingkat provinsi begitu” ungkapnya. Kita di bantu dari Ortom-ortom di Muhamamdiyah ini dalam memberikan pemahaman karena kita memberikan informasi sebelum melapas mereka, sudah memiliki bekal intinya

Mereka yang biasanya terjun langsung ke lapangan lebih kepada memberikan informasi dari individu ke individu, dan juga melakukan seminar-seminar kecil. Kita bawa bukti berbentuk data-data, yang tragisnya banyak juga dari kalangan Warga Muhammadiyah Pimpinan-Pimpinan Daerah, Cabang, Ranting, yang tertapar COVID ini. Ini yang terus kita informasi kepada mereka bahwa benar COVID ini ada. Beliau menambahkan Kalau tahun ini sudah berkurang, kalau di awal awal kita selalu rutin mendampingi pasien-pasien yang terpapar COVID-19. Awal-awal selalu rapat setiap minggunya dan itu tadi selalu kita damping para pasien- pasien yang terpapar COVID begitu. Untuk program kerja dari MCCC PDM Kota Medan Yang pertama selalu ya edukasi karena kalau pada awal-awal MCCC berdiri masih banyak pemahaman mengenai covid sendiri masih belum seragam banyak anggota muhammadiyah kota medan menganggap sebenarnya COVID-19 itu di besar-besarkan, banyak datanya di buat-buat, kemudian ada konspirasi lebih banyak aspek bisnisnya sebab memang kalau kita lihat di awal-awal ada pernyataan “mana COVID itu, biar ku makan COVID itu” itu dari Warga Muhammadiyah sehingga memang kita melihat bahwa edukasi mesti dilakukan. Yang kedua adalah program pencegahan, kita menjaga betul semua perangkat-perangkat Muhammadiyah Kota Medan itu menjalankan betul protokol kesehatan. Misalnya kita mulai mengajarkan pada saat itu kita mulai mengajarkan tidak harus tatap muka tapi daring walau waktu itu tidak mudah ya, jadi kendala persoalan teknis persoalan keinginan, persoalan pro-kontra sehingga musyawarah pimpinan, pertemuan-pertemuan rutin itu kita coba jalankan sebaik mungkin informasi yang daring. Kemudian kita juga melakukan kajian dan evaluasi di setiap kegiatan itu.

Sehingga ada kegiatan yang harus melakukan itu secara daring kita ingatkan kapasitas ruangan tidak cukup, kemudian protokol kesehatan tidak dilaksanakan dengan baik sehingga memang MCCC itu memberikan evaluasi setiap kegiatan dan memberikan rekomendasi apakah kegiatan itu bisa dilaksanakan atau tidak. Karena kalau tidak sesuai dengan protocol kesehatan, kapasitas ruangan tidak baik, sistem aliran udara itu tidak dilakukan maka kita menganjurkan bahwa itu harus daring atau *hybrid*. Atau bahkan kegiatan-kegiatan Pimpinan Daerah Muhammadiyah kita anjurkan untuk dilakukan secara *hybrid* sehingga kita harus menyediakan media komunikasinya. Nah selanjutnya advokasi jadi bagaimana kita melakukan advokasi kepada pimpinan untuk semua harus berjalan sesuai prosedur yang aman untuk pencegahan COVID-19. Yang lain adalah pelatihan, jadi informasi ini kita harapkan jadi ketuk ulang, jadi ada pelatihan inti apakah itu di kelompok DAI yang di PDM itu ada kelompok Mubaligh sehingga kita mengharapkan informasi ini sampai ke yang lain, kemudian dari Pemuda Muhammadiyah, IMM dan Kokam, itu kita berikan informasi terutama pada saat kegiatan-kegiatan lapangan. Waktu itu lagi gencar-gencarnya disinfeksi, disinfektan masjid, perumahan penyemprotan itu kita juga memberikan informasi ketika melepas mereka. Begitu juga di dalam rapat-rapat terkait dengan Ortom di Muhammadiyah kita memberikan informasi. Lalu kita membuat pertemuan rutin via zoom. Jadi kita ada kegiatan dulu awal-awal, kita lakukan kegiatan memberikan informasi kepada di mulai dari Pimpinan Daerah Muhammadiyah, kemudian ke beberapa cabang. Lalu dengan media jadi kita mengundang TVMu, sehingga TVMu sampaikan informasi dari kita kalau kita ada melakukan wawancara, kemudian merespon hal-hal yang

memang berkembang terus, misalnya bahwa kasus pasien semakin meningkat, Rumah Sakit penuh, nah itu kita sampaikan. Kemudian terkait rapat-rapat dalam pengambilan keputusan di Muhammadiyah yang terkait dengan sholat berjamaah bagaimana, sholat hari raya, bagaiman beberapa yang melibatkan ummat, MCCC memberikan pandangan-pandangan. Kemudian juga kita mensosialisasikan beberapa informasi dari MCCC Pusat, kemudian ke MCCC Wilayah, baru ke kita selaku MCCC PDM Kota Medan kepada warga muhammadiyah. Yang lain meng-update jadi kita punya grup MCCC untuk memberikan informasi, edukasi yang bersifat penyadaran itu berjalan cukup baik. Dan Juga ada program kita yaitu vaksin, pentingnya vaksin begitu dan kita melakukan kerjasama dengan Sekolah Muhammadiyah yang SMP untuk pembukaan sekolah muhammadiyah. Dangan juga membentuk tim Satgas tingkat sekolah. Untuk komunikasi yang dilakukan oleh MCCC PDM Kota Medan adalah melalui media, tidak langsung seperti dari grup dan via zoom tadi. Untuk efektif kita terus berupaya untuk selalu melakukan pertemuan –pertemuan tersebut yang diharapkan efektif begitu. Kalau komunikasinya melalui media itu cakupan informasinya tidak bisa banyak, sedangkan untuk ke efisien waktunya bisa kita lakukan kapan saja. Kalau langsung kita bisa mengetahui masyarakat itu paham atau tidaknya. Kita di PDM ada para Mubaligh. Jadi kita buat pelatihan sebagai bekal mereka.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 21 Oktober 2021 dengan Bapak dr. Elman Boy, M.Kes.,Sp.KKLP, FIS-PH, FIS-CM, AIFO-K selaku Sekretaris MCCC PDM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang perencanaan beliau menjawab bahwa untuk Ortom di Muhammadiyah

selalu bersinergi dengan MCCC PDM Kota Medan dalam berbagi kegiatan yang dilakukan seperti pembagian masker di jalan bersama para Pemuda Muhammadiyah dan edukasi-edukasi baik itu dengan IMM dan Kokam. Banyaknya hoax yang berkembang sehingga beragam pemahaman mengenai COVID sendiri yang masih menganggap sebenarnya COVID-19 itu di besar-besarkan, banyak datanya yang di buat-buat, kemudian ada konspirasi, atau ada aspek bisnisnya dan juga kebingungan dari masyarakat tentang kebijakan yang dilakukan pemerintah. Waktu di awal-awal MCCC PDM Kota Medan di bentuk kita pernah audiensi dengan Walikota yang lama, tapi kalau untuk sekarang Ortom-ortom Muhammadiyah yang melakukan kegiatan vaksinasi bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Medan. Kegiatan seminar yang dilakukan ada, tapi tidak besar. Sasarannya Dinas Kesehatan Kota Medan dan juga dari MCCC sendiri, kebetulan ketua MCCC PDM Kota Medan merupakan bagian dari Satgas COVID-19 Tingkat Provinsi. Untuk teknik karena kita punya ortom-ortom di muhamamdiyah ini dalam memberikan pemahaman dan kita selalu meberika informasi terlebih dahulu sebelum mereka turun langsung di kegiatan-kegiatan mereka. Mungkin dari edukasi, lalu melakukan seminar-seminar kecil dan juga kita menyampaikannya melalui media. Pertama dari kalangan Muhammadiyah dengan memberikan bukti data-data pimpinan pimpinan muhammadiyah baik itu Daerah, Pimpinan Cabang sampai Rantingnya. Sehingga mereka percaya bahwa COVID tersebut emang ada. Beliau juga mengatakan bahwa strategi komunikasi risiko yang sudah kita lakukan karena sudah sejak tahun 2020 yaitu mengenai kepedulian kita terhadap warga yang terdampak dengan memberikan sembako di wilayah kerja kota medan,

selanjutnya kita mendistribusi dari donasi yaitu APBD ke rumah sakit muhammadiyah dan juga klinik aisyiah. Membagikan masker ke masyarakat di sejumlah titik kota medan seperti di jalan Mandala by pass, Denai dan Bromo bersama SMP Muhammadiyah , kemudian juga kita memberikan edukasi dan pembagian masker kepada anak-anak panti asuhan PDA kemudian juga kita aktif melakukan edukasi dan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat baik melalui pertemuan online maupun dari poster yang di terima dari MCCC Pusat, ke MCCC Wilayah yang kita design sendiri karena kita ada timnya dan di share ke grup-grup whatsapp untuk di sebarluaskan dan juga kita mendistribusikan dengan melakukan penyemprotan kepada lima puluh titik tempat umum seperti di masjid-mesjid dan juga sekolah-sekolah Muhammadiyah. Kita juga bekerjasama dengan Lazismu untuk penggalangan dana di distribusinya secara bersama-sama. Dan kita juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pencegahan penularan COVID, jadi pasien-pasien tersebut kita dampingi ya dan juga penanganan pemusaran jenazah pasien COVID karena penting waktu itu karena kecemasan masyarakat mengenai pemusaran jenazah COVID tersebut yang bekerjasama dengan fakultas kedokteran UMSU. Dan kita juga membentuk Satgas di tingkat cabang. Waktu masuk bulan ramadhan kita mensosialisasikan mengenai aktivitas di bulan suci ramadhan. Kita juga melakukan pendataan Warga Muhammadiyah di Kota Medan yang terkena dampak baik dari segi ekonomi dan juga dari kesehatan. Kita juga memberikan rekomendasi mengenai kegiatan-kegiatan Ortom seperti pelantikan IMM melakukan evaluasi dan monitoring terhadap kegiatan-kegiatan yang telah terlaksana tersebut. Untuk bentuk komunikasinya kita selalu melakukannya dari

media, seperti dari grup dan via zoom. Secara umum untuk memberikan informasi sudah efektif ya. Di bantu dari Ortom-ortom Muhammadiyah. Karena kita menyampaikan informasi itu melalui media itu cakupan informasinya tidak bisa banyak ya, sedangkan untuk ke efisien waktunya bisa kita lakukan kapan saja. Mungkin untuk komunikasi yang langsung kita bisa mengetahui informasi yang kita berikan bisa di pahami masyarakat. Tim Satgas MCCC juga melakukan pelatihan seperti memberi bekal.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 23 Oktober 2021 dengan Bapak Syahrul Amsari S.E.Sy.,M.Si selaku Wakil Ketua Bidang Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat PD Pemuda Muhammadiyah Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang perencanaan beliau menjawab bahwa Yang sudah dilakukan banyak. Seperti pertama terkait ekonomi itu kita membagi sembako. Untuk kesehatan sendiri seperti meninjau kesehatan kemudian pelayanan kesehatan dan yang terakhir ini melakukan vaksinasi. Ini bagian program kerja MCCC dengan Ortom terkadang memang Ortom mencari sendiri harus bekerjasama dengan siapa karenakan yang memiliki kebijakan mengenai vaksinasi itu dinas kesehatan tetap kordinasi dengan MCCC mengenai pelayanan kesehatan terakhir kita Pemuda Muhammadiyah melakukan vaksinasi ke RS Paru khusus paru bekerjasama dengan Dinas Kesehatan. Selanjutnya itu edukasi terkait betapa pentingnya menjaga kesehatan di masa pandemi, karena gencar-gencarnya MCCC itu di masa COVID, dulu MCCC sudah ada namanya bukan MCCC tapi MPKU (Majelis Pembinaan Kesehatan Umum). Kembali ke Pemerintah, karena kebijakan pemerintah yang plimplan. Sebenarnya sebagian percaya, yang tidak percaya itu karena mereka melihat

kenapa yang di batasi hanya masyarakat-masyarakat kecil saja, dan di lihat di media masyarakat besar, pejabat bisa melakukan kerumunan dll, seolah-olah ada kesenjangan di antara itu. Dan juga kita tidak boleh bepergian sedangkan dari luar negeri bisa masuk begitu. Sebenarnya masyarakat Indonesia itu patuh, tetapi karena kebijakan yang berubah-ubah itu membuat masyarakat bingung.hingga seolah-olah mereka tidak percaya COVID. Dan kalau di persentasikan ya lebih banyak percaya COVID. Intinya bukan tidak percaya COVID melainkan tidak percaya terhadap pemerintahnya. Untuk kerjasamanya masih Dinas Kesehatan. Untuk kegiatan seminar ada, cuma tidak terlalu efektif . Jadi emang bagus terjun langsung ke masyarakat begitu, mereka butuhnya apa, kekhawatiran mereka apa. Workshop itu paling dilakukan bagi yang turun ke lapangan seperti bagaimana penanganan COVID-19 begitu. Target narasumber itu ke Dinas Kesehatan Kota Medan, MCCC Provinsi, Pemerintah Daerah bersama Wali Kota, supaya kita tahu gerak kita harus bagaimana. Beliau juga mengatakan mengenai memberikan pemahaman kepada publik pertama dari media massa, lalu FGD. “Itu tadi kita tidak bisa mengkomunikasikan itu saja tanpa di bantu dari segi ekonominya. Kembali ke edukasi, lalu kita sering melakukan seminar-seminar dan juga kita menyampaikannya melalui media, karena media dapat mengubah pola pikir masyarakat”. Itulah butuh Ortom, jangankan masyarakat umum, dari kita juga masih perlu edukasi karena tidak percaya COVID tadi. Dan juga tidak adanya filter terhadap pemberitaan di media sehingga media dari Ortom terus memberikan informasi mengenai penanganan COVID tersebut. Intinya kita terus berupaya. Dan sebenarnya bentuk dari mereka yang mau melakukan vaksinasi adalah bentuk dari mereka

yang percaya terhadap COVID. Kita terus berupaya bersama MCCC untuk menguatkan internal dulu. Dulu di awal-awal ada karena lagi gencar-gencarnya. Sekarang lebih tertentatif kalau ada yang mengajak kerjasama silahkan. Jadwal rutin seminggu sekali, baru sebulan sekali. Strategi komunikasi risiko yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan memang kita kan di Muhammadiyah itu semuanya tuh ada koordinator pusat MCCC Pusat kemudian diturunkan MCCC wilayah kemudian wilayah dibagi lagi menjadi beberapa daerah salah satunya kota Medan. MCCC ini dibentuk semenjak COVID, dulu kan ada bidangnya sendiri memang di bidang kesehatan cuman lebih fokus sebenarnya di kesehatan ya terutama program kerjanya apa saja gitu kan ya banyak ruang kerja yang pertama memang melayani masyarakat kemudian memberikan edukasi masyarakat terkait bagaimana menanggulangi terkait kesehatan kita secara kita lagi diterpa COVID kemudian memang secara kinerja ataupun model kerjanya karena MCCC di bawah naungan Muhammadiyah tentunya kerjasama dengan Ortom-ortom yang ada di Muhammadiyah baik itu ada IMM, Pemuda Muhammadiyah, IPM artinya MCCC lebih kepada payung-payung lembaga khusus untuk melayani kesehatan secara khusus lebih jadi sebenarnya orang-orang yang di dalam itu ya dari ortom itu sendiri gitu dan dari ortom sendiri dan di dalam juga ada bidang kesehatan dalam arti dari dokter, dokter di Muhammadiyah kemudian kesehatan seperti perawat dari Muhammadiyah jadi kalau ini kan lebih kepada sifatnya teknis tenaga kalau untuk pelaksanaan kesehatan pasti kita melibatkan memang tenaga professional. Bagaimana itu kan lebih kepada sosialisasi komunikasi, yang pertama mereka tadi melibatkan kita-kita sebagai wadah perpanjangan tangan MCCC sendiri ya

yang pertama itu model komunikasinya ada yang diskusi dengan masyarakat terjun langsung buat semacam FGD karena kan untuk ke masyarakat ini tidak hanya sebatas apa semboyan semboyan dari sosial media walaupun memang kita upayakan dari sosial media kita informasikan terkait layanan kesehatan tapi juga kita langsung turun dari ortom itu kan ada yang membidangi bidang kesehatan baik dari IMM pemuda dan lain sebagainya artinya mengumpulkan masyarakat itu tugas-tugas dari Ortom sendiri pola komunikasinya ada FGD kemudian diskusi menanggapi dan mencari info dari masyarakat sendiri apa sebenarnya kendala terkait penanganan pelayanan kesehatan. kalau berbicara aktif atau tidak itu relatif berlatih serem arti mungkin di MCCC dengan satu Ortom ada yang bagus komunikasinya ada yang kurang bagus itu kan artinya secara umum ya efektif kerjanya itu kenapa karena melibatkan semua lini gitu jadi kita semua sumber bisa dapat dari Muhammadiyah nya dari Aisyah nya dari ortomnya pemuda IMM gitu jadi kalau cerita efektif-efektif sekali gerakan Muhammadiyah ini karena dari atas sampai dengan bawah kita sudah ada jenjang-jenjang nya. Kelebihan dan kekurangannya pasti ada. Kelebihannya karena sudah di bentuk MCCC ini jadi kordinasinya lebih mudah jadi kita punya Ortom, Ortom ini yang menyampaikannya. Kalau kekurangannya karena kegiatan sosialisasi itu kan berkerumun, “ibarat pohon bambu saja yang berkerumun pasti ada gesekan, dalam artian perbedaan pemikiran tadi karena banyak ortom jadi harus banyak yang di kordinasikan dan MCCC harus mampu mengakomodir itu semua”. Pelatihan yang dilakukan ketika ingin melakukan kegiatan harus di beri pelatihan yang bentuknya seperti FGD.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 23 Oktober 2021 dengan Kaisar Balemun Harahap S.Ked selaku Sekretaris Bidang SPM PC IMM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang perencanaan beliau menjawab bahwa perencanaan itu dimulai dengan melakukan kegiatan. Untuk waktu dekat ini kita akan melakukan vaksinasi massal. Yang paling utama itu karena COVID menyerang sistem imun, karena sistem imun itu berbeda-beda antara si A dan si B, jadi kadang-kadang pada si A mungkin tidak bergejala sama sekali malah pada si B yang bergejala jadi pada orang yang tidak bergejala itu kadang sering menyampaikan pada orang banyak kalau dia enggak kenapa-kenapa kena COVID jadi karena keadaan tersebut jadinya menganggap sepele “oh iya ternyata si A aja tidak kenapa-kenapa dia sehat-sehat saja walaupun positif COVID” karena keadaan tersebut paling sering bikin publik tidak percaya kemudian menjadi tidak peduli dengan lingkungan sekitar. Kalau untuk kerjasama yang dilakukan tim MCCC itu kerjasama dengan Pemerintah Kota Medan untuk para korban-korban yang menderita COVID-19 dengan cara memberikan sembako, dan bahan pangan untuk membantu mengurangi beban mereka. Untuk saat ini belum ada kegiatan seperti seminar atau workshop, dan untuk narasumber mungkin yang paling utama itu dari MCCC Pusat dulu yang pertama baru dari Kementerian Kesehatan karena mereka yang bertanggung jawab dengan keadaan saat sekarang. Beliau juga mengatakan bahwa Tim MCCC lebih melakukan promosi tindakan pencegahan COVID-19 mungkin bisa kerjasama dengan ortom-ortom dan juga media-media dari Muhammadiyah itu sendiri. Kalau dari Ortom sendiri biasanya, kalau MCCC fokus ke masyarakat secara luas kalau kita di ortom lebih berfokus kepada kadernya di dalam, jadi

biasanya kita itu memberikan informasi kepada anggota supaya sadar dengan keadaan sekarang. Bisa ditunjukkan angka kejadian dari COVID tersebut sendiri menunjukkan kalau COVID itu ada baik di tingkat nasional atau ditingkat wilayah SUMUT atau tingkat kota jadi memang ungkap reforensi kejadian COVID Kota Medan lebih sering disampaikan kepada masyarakat. Beliau mengatakan mengenai kegiatan rutin tim Satgas MCCC lebih bersifat ke insedental, untuk saat ini sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan baru tim Satgas MCCC bergerak. Untuk program kerja dari MCCC PDM Kota Medan itu ada dua yang saya tahu yang pertama itu adalah tindakan pemberitahuan dan promosi kepada masyarakat terkait tindakan preventif untuk mencegah terjadinya infeksi COVID-19 tujuan itu supaya kesadaran masyarakat yaitu meningkatkan terhadap COVID-19 sekarang yang kedua sejalan juga dengan arahan pemerintah jadi MCCC di Kota Medan beserta seluruh ortom juga berupaya untuk melaksanakan kegiatan vaksinasi massal. Biasanya komunikasinya itu secara langsung baik dengan sesama Ortom dan juga ke masyarakat. Untuk tingkat keefektifannya memang belum terlalu efektif karena juga kita dalam masa pandemi jadi ada keterbatasan jadi penyampaian informasinya itu bersifat esensial saja. Pendekatan secara langsung lebih baik jadi informasi itu tidak ada miskomunikasi kalau disampaikan secara tidak langsung itu takutnya ada kesalahpahaman terkait dengan informasi antara pihak-pihak terkait kalau sisi negatifnya jadi sering ketemu antara tim Satgas dengan masyarakat. Untuk saat ini belum ada membuat pelatihan, masih bentuknya diskusi saja.

2. Pendekatan dalam Komunikasi Risiko

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 21 Oktober 2021 dengan bapak Dr. dr. Delyuzar Harris, M.Ked(PA), Sp.PA(K) selaku Ketua MCCC PDM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang pendekatan dalam komunikasi risiko yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM, beliau menjawab bahwa pertama kali harus sejalan dengan visi dan misi dari MCCC PWM Sumut, “Kita selalu berkordinasi dengan MCCC Wilayah karena MCCC Wilayah itu jangkauannya lebih besar. Jadi wajib sejalan ya”. Warga Persyarikatan Muhammadiyah yang terpapar COVID terus kita damping, sambil kita beri edukasi sehingga mereka bisa memberikan informasi mengenai COVID itu.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 21 Oktober 2021 dengan Bapak dr. Elman Boy, M.Kes.,Sp.KKLP, FIS-PH, FIS-CM, AIFO-K selaku Sekretaris MCCC PDM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang pendekatan dalam komunikasi risiko yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan beliau menjawab bahwa kita selaku dari MCCC PDM Kota Medan selalu berkordinasi dengan MCCC Wilayah karena MCCC Wilayah itu jangkauannya lebih besar, dan harus sejalan, kita selalu mendampingi pasien COVID apalagi Warga Muhammadiyah, agar mereka tidak stress sambil memberi informasi dan edukasi. Kalau mereka sudah sembuh mereka bisa memberikan informasi yang di dapat dari pengalaman.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 23 Oktober 2021 dengan Bapak Syahrul Amsari S.E.Sy.,M.Si selaku Wakil Ketua Bidang Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat PD Pemuda Muhammadiyah

Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang pendekatan dalam komunikasi risiko yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan beliau menjawab bahwa MCCC PWM itu sendirikan lebih ke mengkordinir daerah-daerah supaya progja dari MCCC itu sejalan serentak dan sama. Makanya kita Muhammadiyah itu di sorot baik dari pemerintah kemudian dari luar negeri, kenapa karena kekompakan kita jadi programnya terpusat, terstruktur jadi turunan. Peran yang mengkonsep itu dari pusat terus turun ke wilayah terus ke daerah, jadi untuk kaki tangannya itu daerah-daerah untuk menjalankan MCCC menjawab bahwa kita sabagai bagian dari Muhammadiyah harus turut andil dalam memberikan informasi mengenai penanganan COVID.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 23 Oktober 2021 dengan Kaisar Balemun Harahap S.Ked selaku Sekretaris Bidang SPM PC IMM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang pendekatan dalam komunikasi risiko yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan beliau menjawab bahwa MCCC berdasarkan arahan pimpinan pusat Muhammadiyah jadi harusnya sesuai dengan struktural kita begitu ketika di wilayah tingkat kota sudah sesuai dengan arahan pimpinan pusat dan juga pendekatan yang dilakukan dari media social atau juga bisa disampaikan secara langsung dari individu ke individunya.

3. Monitoring dan Evaluasi

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 21 Oktober 2021 dengan bapak Dr. dr. Delyuzar Harris, M.Ked(PA), Sp.PA(K) selaku Ketua MCCC PDM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM, beliau

menjawab bahwa ada dan biasanya tindakannya dalam bentuk angket ataupun ketika kegiatan begitu selesai di laksanakan akan dilakukan rapat untuk tahu kekurangannya apa agar tidak terjadi kembali.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 21 Oktober 2021 dengan Bapak dr. Elman Boy, M.Kes.,Sp.KKLP, FIS-PH, FIS-CM, AIFO-K selaku Sekretaris MCCC PDM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan beliau menjawab bahwa Kita terus melakukan evaluasi dan monitoring untuk kegiatan-kegiatan yang di lakukan ortom-ortom muhammadiyah. Mungkin pernah juga kita membuat angket ya sebagai bentuk evaluasi kita. Itu tadi bentuk tindakan yang kita lakukan, evaluasi, monitoring dan menyebarkan angket.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 23 Oktober 2021 dengan Bapak Syahrul Amsari S.E.Sy.,M.Si selaku Wakil Ketua Bidang Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat PD Pemuda Muhammadiyah Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan beliau menjawab karena pasti adakan namanya program kerja. Yang pertama adalah merumuskan terus pelaksanaan lalu adanya evaluasi. Nah evaluasi ini penting dalam setiap pekerjaan apapun bukan hanya MCCC saja karenakan itu bagian dari laporan pertanggungjawaban kemudian kedepan itubakal seperti apa namanya program pasti ada kelebihan dan kekurangan. Kalau ada kelebihan bisa di lanjutkan kalau ada kekurangan bisa dibenahi untuk berikutnya. Kalau tindakan itu ya tadi

mengenai kekurangan ibarat lubang-lubang yang harus di tutupi dan lebih fokus ke situ.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada hari Sabtu tanggal 23 Oktober 2021 dengan Kaisar Balemun Harahap S.Ked selaku Sekretaris Bidang SPM PC IMM Kota Medan, mengenai pertanyaan tentang monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC PDM Kota Medan beliau mengatakan bahwa selalu akan dilakukan evaluasi dari hasil-hasil evaluasi tadi bakal di tindaklanjuti dengan melakukan kegiatan itu kembali dengan harapan tidak terjadi terulang lagi.

4.2. Pembahasan

Pada sub bab ini, hasil wawancara akan dianalisis dengan tetap mengacu kepada interpretasi data sesuai dengan fokus kajian dalam penelitian. Dari seluruh data yang telah disajikan secara menyeluruh yang diperoleh selama penelitian, baik dengan melakukan wawancara kepada narasumber dalam penelitian yang berkaitan dengan kategorisasi yang telah dijawab narasumber yakni tentang Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center Dalam Penanganan Corona Di Kota Medan.

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

Komunikasi merupakan kegiatan paling dasar yang dilakukan oleh manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan,

dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Secara teoritis, tindakan komunikasi berdasarkan pada konteks terbagi menjadi beberapa macam, yaitu konteks komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun dalam organisasi.

Komunikasi yang berkualitas adalah komunikasi yang efektif. Maksudnya adalah bagaimana dalam sebuah proses interaksi komunikasi, pesan oleh komunikator dapat tersampaikan dengan baik, dan memberi efek pada si penerima pesan (komunikator). Efek-efek yang diharapkan dalam berkomunikasi antara lain efek kognitif (pengetahuan), efek pada sikap, maupun efek pada perilaku. Melalui informasi dan pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi, seseorang yang tadinya tidak mengetahui apa-apa menjadi tahu, menjadi lebih paham akan pesan yang disampaikan. Sehingga, dalam menyampaikan pesan agar sesuai dengan tujuan komunikasi yang efektif, komponen-komponen komunikasi seperti *communicator* (komunikator), *message* (pesan), *channel* (media), dan *communicant* (komunikan) harus diperhatikan, agar komunikasi yang dilakukan dapat memberikan efek bagi penerima. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dimungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi, yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya.

Komunikasi publik pada saat sekarang ini merupakan komunikasi strategis yang digunakan ketika seseorang atau sekelompok orang mengumpulkan dan berbagi informasi kepada sekelompok orang untuk menyampaikan pesan tentang topik tertentu. Ini adalah salah satu bentuk komunikasi yang penting, biasanya dilakukan untuk tujuan tertentu. Informasi tersebut dapat berasal dari swasta, pemerintah, partai politik, kursus akademik, dan banyak lagi. Secara sederhana, aktivitas berbagi informasi dengan publik dapat dipahami sebagai komunikasi publik.

Komunikasi risiko adalah proses pertukaran informasi secara terus-menerus baik langsung dan tidak langsung dengan pemberitaan yang benar dan bertanggung jawab yang terbuka dan interaktif atau berulang di antara individu kelompok atau lembaga. Tujuan komunikasi risiko adalah untuk meningkatkan peran serta masyarakat agar masyarakat tahu risiko yang akan terjadi dan tahu hal apa yang harus dilakukan. Pada masa pandemi COVID-19 ini begitu banyaknya kecemasan masyarakat, dan diharapkan komunikasi risiko ini mampu menginformasikan dengan benar.

Rendahnya partisipasi masyarakat yang di pantau dari media sosial terkait kebijakan penanganan pandemi COVID-19 menjadi salah satu indikator tentang masih lemahnya strategi dan praktik komunikasi yang dijalankan oleh pemerintah. Butuhnya komunikasi risiko untuk mengatasi ini. Komunikasi risiko merupakan

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, disinfektan 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.

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

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Satgas MCCC dalam penanganan corona di kota medan ini menjadi menarik untuk dipahami. Itulah sebabnya penelitian ini ditujukan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center dalam Penanganan Corona di Kota Medan.

Sesuai dengan teori bahwa strategi komunikasi Satgas MCCC PDM Kota Medan telah memperhatikan 3 (tiga) hal, yakni:

1. *To secure understanding* (mengamankan pemahaman)
2. *To establish acceptance* (menetapkan penerimaan)
3. *To motivate action* (memotivasi tindakan)

Berdasarkan ketiga hal tersebut, 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, selanjtnya 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 media yang digunakan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan, sehingga komunikasi 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. Ada beberapa poin penting terhadap efek yang diharapkan dari strategi komunikasi publik Satgas MCCC PDM Kota Medan diantaranya sebagai berikut:

- a. Dapat meminimalisir penyebaran wabah COVID-19 di Kota Medan sehingga yang awalnya dianggap cukup parah namun masih dapat diatasi melalui berbagai program-program dari Satgas MCCC PDM Kota Medan sesuai dengan anjuran pemerintah.

- b. Warga persyarikatan Muhammadiyah sadar akan pandemi COVID-19 ini tidak bisa dianggap remeh, karena dapat mengakibatkan kematian dan sangat cepat menular.
- c. Pesan yang disampaikan oleh komunikator lebih mudah diterima oleh komunikan, sehingga segala bentuk pencegahan dan penanganan yang dilakukan oleh Satgas MCCC PDM Kota Medan dapat terlaksana dengan baik.
- d. Masyarakat siap untuk menghadapi new normal atau kebiasaan hidup yang baru yakni dengan selalu menjaga protokol kesehatan yang berlaku yaitu mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak dimanapun berada untuk meminimalisir jumlah penyebaran COVID-19.
- e. Sehingga Masyarakat jera serta paham jika tidak mematuhi aturan protokol kesehatan karena akan membahayakan dirinya dan orang lain

Namun, 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 lainnya 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 penelitian 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, Nasyyatul 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,

disinfektan 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 kegiatan 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.

Unsur - unsur komunikasi risiko yang penting untuk diperhatikan sebagai berikut:

a. Ketepatan informasi dan kecepatan penyampaian

Lembaga yang pertama memberikan informasi akan dianggap sebagai sumber informasi utama. Tanggapan cepat menunjukkan ada sistem yang diterapkan dan tindakan yang sesuai sedang diambil. Namun kecepatan memberikan informasi atau tanggapan bukan berarti mengorbankan keakuratan atau ketepatan informasi. Informasi yang di kemudian hari diralat, justru akan mengurangi kredibilitas. Seharusnya, informasi harus berdasarkan data dan fakta, serta dibawakan oleh juru bicara kompeten, misal dari segi jabatan, pengetahuan, pendidikan, atau pengalaman dalam isu terkait. Apabila tidak ada informasi atau tanggapan cepat, publik mungkin kehilangan kepercayaan pada kemampuan organisasi untuk merespons dan akan beralih ke sumber lain yang kurang kredibel.

b. Empati dan keterbukaan

Empati bisa dirasakan publik apabila si pembawa pesan dan isi pesan menunjukkan kepedulian, ketulusan, komitmen, dan dedikasi. Selain itu pesan dan si pembawa pesan harus dipercaya, jujur, dan terbuka. Bukan berarti harus memberikan seluruh informasi namun harus dianggap tidak menutupi fakta. Hal ini bisa diraih dengan menjalankan komunikasi dua arah antara si pembawa pesan dan publik yang dituju. Pemilihan saluran media berperan dalam menunjukkan empati dan keterbukaan pembawa dan isi pesan. Misalnya konferensi pers atau acara temu warga yang memungkinkan dialog dua arah, televisi memungkinkan publik menyaksikan ketulusan dan dedikasi saat pembawa pesan berada di tengah-tengah korban bencana. (sumber : Biro

Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*).

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, Instagram, 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.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Strategi Komunikasi Publik Satuan Tugas Muhammadiyah COVID-19 Command Center Dalam Penanganan Corona Di Kota Medan dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

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.

5.2. 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 PUSTAKA

- Alodokter. (2020) *.Informasi berbagai vaksin covid-19 di Indonesia*. Di akses dari <https://www.alodokter.com/> pada tanggal 2 Juli 2021 Pukul: 22.45 WIB
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat. 2021. *Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan*. Jakarta : Kementerian Kesehatan RI.
- Brand Mentions Wiki. (2020). *Komunikasi Publik*. Diakses dari https://brandmentions.com/wiki/Public_Communication pada tanggal 27 September 2021 Pukul: 22.23
- Cangara, Hafied (2019). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Departemen Pendidikan Nasional RI. 2004. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fatikha, Puput, Widayat, Dimas Wahyu, Sangadah, Nurus, Galuh, Ferlia. (2020). *“Efektivitas Satgas Penanganan COVID-19 Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Dan Ketahanan Masyarakat Dalam Rangka Mewujudkan Masyarakat Yang Sehat Dan Sejahtera”*. Universitas Negeri Semarang, Indonesia.
- Efendy, Onong Uchana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Fahrimal, Yuhdi, Husna, Asmaul, Islami, Farina, Johan. (2020). *Media dan Pandemi: Frame tentang Pandemi COVID-19 dalam Media Online di Indonesia (Studi pada Portal Berita Kompas.com dan Detik.com)*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 24, (2) : 169-186.
- IndonesiaPR.id. (2020) *Apa itu Opinion Leader*. Diakses dari <https://indonesiapr.id/apa-itu-opinion-leader/> pada tanggal 28 September 2021 Pukul: 00.35

- Karyono, Rohadin, dan Indriyani, Devi. (2020). *Penanganan dan Pencegahan Pandemi Wabah Virus Corona (Covid-19) Kabupaten Indramayu*. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 2 (2) : 164-173.
- Lestari, Suci Shinta. Arif, Muhammad, Hendra, Muhammad David, Hanif, Muhammad. (2020). *Komunikasi Risiko Covid-19 dan Persiapan Menghadapi New Normal pada Masyarakat Kelurahan Air Putih Kota Pekanbaru*. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Pengembangan Masyarakat Islam*, 14 (2) : 98-106.
- Marketing91. (2020). *Public Communication – Definition, Importance and Types*. Di akses dari <https://www.marketing91.com/public-communication/> pada tanggal 28 September 00.05
- Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni . 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammadiyah Covid-19 Command Center. (2010). *Tentang kami*. Di akses dari <https://covid19.muhammadiyah.id> pada tanggal 2 Juli 2021 Pukul: 20.00 WIB
- 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
- Nafilah, Ziyah dan Mufliah. (2020) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *Langkah Taktis Pencegahan Covid-19 Di Desa Lowayu Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik Submitted: Agustus 2020 Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7 (2) : 360 – 370.
- Najih, Aizun. (2020). *Komunikasi Selama Pandemi COVID-19: Belajar dari Kegagalan Komunikasi Risiko Kesehatan yang Efektif*. *JISIP*, 9 (2) : 111-122.
- Novita, Dila, Susila, Adi, Suryani, Elvira, Fadlo, Muhammad. (2021). *Transformasi Penanganan COVID-19 : Dari Komunikasi Krisis ke Komunikasi Risiko*. *Jurnal Ilmu Komunikasi PPROGRESSIO*, 2 (1) : 17-33
- Nursalam. 2017. *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Salemba Medika.

- Rengkung, Cristian I.R, Tampi, Gustaaf B., Londa, Very Y. (2021). *Komunikasi Publik Pemerintah Kota Manado dalam Penanganan COVID-19*. JAP, 102 (7) : 2338-9613.
- Prasetia, Made Hendriek, Paramartha, Gusti Ngurah Darma. (2020). Efektivitas Peranan Satuan Tugas (Satgas) Gotong Royong Berbasis Desa Adat dalam Rangka Pencegahan Wabah Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Kelurahan Padangsembian, Kota Denpasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Satgas Covid-19. (2020). *Informasi Terbaru Seputar Penanganan COVID-19 di Indonesia oleh Pemerintah*. Di akses dari www.covid19.go.id pada tanggal 1 Juli 2021 Pukul: 21.23 WIB
- 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 Rnand)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wibowo. 2017. *Manajemen Kinerja*. Edisi Ke-5. Jakarta. Rajawali Press.
- Zaitul Marlina Sepa. 2013. *Pengaruh stres kerja Terhadap Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Wanita Di Kota Pariaman* . *Jurnal dan Bisnis*, 10 (1).www.jurnal.id
- Zubair, Feliza , Dewi, Retasari dan Kadarisman, Ade. (2018) Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran. *Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan PTNBH* . *Profetik Jurnal Komunikasi.*, 11(2) : 74-84

Lampiran-lampiran



Dokumentasi wawancara dengan Bapak Dr. dr.Delyuzar, M. Ked (PA), Sp.PA(K)
pada tanggal 21 Oktober 2021



Dokumentasi wawancara dengan Bapak dr.Elman Boy M.Kes FIS-PH,FIS-CM
pada tanggal 21 Oktober 2021

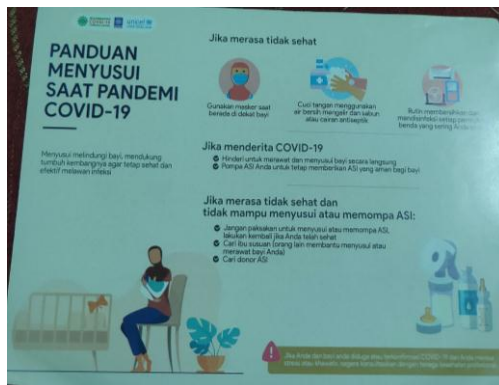


Dokumentasi wawancara dengan Bapak Syahrul Amsari S.E.Sy.,M.Si
pada tanggal 23 Oktober 2021



Dokumentasi wawancara dengan Kaiser Balemun Harahap S.Ked pada tanggal 23
Oktober 2021

Media yang digunakan MCCC PDM Kota Meda



PANDUAN BAGI IBU BERSALIN PADA MASA PANDEMI COVID-19

COVID-19 unicef

Terapkan protokol kesehatan COVID-19 (3M: memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak)

Segera ke sarana kesehatan apabila telah terdapat tanda – tanda persalinan

Pastikan tetap bersalin di sarana kesehatan

Ibu dengan status suspek/konfirmasi COVID-19 bersalin di RS rujukan COVID-19, ibu lainnya bersalin di sarana kesehatan sesuai kondisi kehamilan

Upayakan untuk melakukan pelayanan KB pasca persalinan sesuai prosedur, dianjurkan menggunakan metode kontrasepsi jangka panjang

PANDUAN IMUNISASI ANAK SAAT PANDEMI COVID-19

COVID-19 unicef

Tetap berikan imunisasi dasar dan lanjutan agar anak terhindar dari penyakit-penyakit berbahaya

Persiapan sebelum ke sarana kesehatan

- ✔ Pastikan anak dalam kondisi sehat. Jika anak tidak dalam kondisi sehat segera hubungi petugas kesehatan untuk menunda
- ✔ Siapkan buku KIA atau catatan imunisasi
- ✔ Orang tua atau pengantar dalam keadaan sehat dan tidak ada riwayat kontak dengan suspek/konfirmasi COVID-19
- ✔ Orang tua atau pengantar harus pakai masker. (Anak usia 2 tahun tidak perlu menggunakan masker)

Saat pelayanan di sarana kesehatan

- 01 Pakai masker kain bagi orang tua atau pengantar dan siapkan buku KIA catatan imunisasi anak
- 02 Datang sesuai jadwal imunisasi yang telah ditentukan oleh petugas kesehatan
- 03 Bila harus menunggu untuk pemanggilan atau pendaftaran, duduklah di ruang tunggu dengan prinsip menjaga jarak antar lebih dari 1 meter. Segera pulang ke rumah jika pelayanan telah selesai
- 04 Upayakan untuk cuci tangan dengan air mengalir dan sabun atau menggunakan handsantizer
- 05 Segera bersihkan diri/ mandi dan ganti semua pakaian yang digunakan anak dan pengantar dari sarana kesehatan

⚠ Apabila anak suspek/konfirmasi COVID-19 maka imunisasi ditunda sampai anak tidak memiliki gejala demam, gangguan pernapasan, dan telah ditetapkan sembuh oleh dokter di sarana kesehatan

JANGAN MENUNDA! SEGERA HUBUNGI SARANA KESEHATAN TERDEKAT UNTUK MENGETAHUI WAKTU DAN TEMPAT PELAYANAN IMUNISASI

dr Elman Boy Ing...
suaramuhammadiyah.id

Blibli Belanja
Online Mall
Google Play

INSTAL

SUARAMUHAMMADIYAH
SUARA ISLAM BERKEHAJUAN

dr Elman Boy Ingatkan Warga Muhammadiyah Tetap Waspada

BY SUARA MUHAMMADIYAH
21 Juni, 2020 Reading Time: 2 mins read



Hasil Pencarian u...
tajdid.id

tajdid.id

Search Result for 'Mccc kota medan'

Mccc kota medan



**MCCC Sumut Latih Relawan untuk
Menedukasi Masyarakat**
19 SEPTEMBER 2020



**Pengajian Cabang
Muhammadiyah Perumnas Medan
II di Masa Wabah Covid 19**
12 JULI 2020



**Gerakan Al Ma'un Tahap 3 Pemuda
Muhammadiyah Sumut
Berkolaborasi dengan MCCC
Sumut**
20 MEI 2020



**Melalui Lazismu, MCCC Medan
Salurkan Bantuan Ketahanan**

Transkrip Wawancara

Nama : Dr.dr.Delyuzar,M.Ked(PA), Sp.PA(K)

Lembaga / Jabatan : Ketua MCCC PDM Kota Medan

1. Perencanaan

- a. Analisis situasi komunikasi risiko
 1. Program Kerja apa saja yang akan / sedang dilakukan oleh tim Satgas MCCC dengan Ortom Muhammadiyah Kota Medan?
 2. Menurut Anda, hal apa yang membuat publik tidak percaya terhadap bahaya COVID -19?
- b. Analisis *Stakeholder*
 1. Apa saja bentuk kerjasama tim Satgas MCCC dengan Pemerintah Kota Medan dalam penanganan COVID-19?
 2. Apakah tim Satgas MCCC membuat kegiatan berbentuk seminar atau bentuk workshop?
 3. Siapakah narasumber yang akan di undang dalam kegiatan seminar atau workshop tersebut?
- c. Tujuan komunikasi risiko
 1. Apakah tim Satgas MCCC mempunyai teknik untuk memberikan pemahaman kepada publik akan bahayanya COVID-19? Tekniknya dalam bentuk seperti apa?
 2. Bagaimana Ortom Muhammadiyah dalam memberikan Pemahaman akan bahayanya COVID-19 sebagai bentuk sinergi terhadap Tim Satgas COVID-19?
- d. Identifikasi khalayak sasaran
 1. Apa solusi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC untuk mengurangi rasa ketidakpercayaan publik terhadap bahayanya COVID -19?
- e. Pesan kunci
 1. Apakah ada jadwal kegiatan dari program kerja tim Satgas MCCC?
 2. Apakah kegiatan program kerja tim Satgas MCCC bersifat rutin? Kalau benar, dalam jangka waktu berapa lama antara kegiatan satu dengan kegiatan yang lain?
- f. Strategi komunikasi risiko
 1. Apa saja program kerja tim Satgas MCCC di Kota Medan?
- g. Saluran komunikasi
 1. Biasanya, bentuk komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh MCCC kepada masyarakat? Apakah sudah efektif?
 2. Menurut anda, apakah kelebihan dan kelemahan pendekatan secara langsung dan tidak langsung oleh tim Satgas MCCC untuk menyampaikan bahaya negative COVID-19?
- h. Pelatihan dan pengembangan kapasitas
 1. Apakah dalam menjalankan program kerja, tim Satgas MCCC PDM Kota Medan membuat pelatihan?

2. Pendekatan dalam komunikasi risiko
 - c. Komunikasi publik melalui kehumasan
 1. Apakah tim Satgas MCCC PD Muhammadiyah Kota Medan sudah sejalan dengan visi dan misi MCCC dari PW Muhammadiyah Sumatera Utara?
 - d. Pelibatan masyarakat
 1. Apakah ada keterlibatan Warga Muhammadiyah dalam mengurangi rasa ketidakpercayaan public tersebut?
3. Monitoring dan Evaluasi
 1. Apakah setiap selesai melaksanakan program kerja, tim Satgas MCCC melakukan evaluasi?
 2. Apakah ada tindakan yang akan di ambil ketika selesai melakukan evaluasi tersebut? Kalau ada, biasanya bentuk tindakannya seperti apa?

Transkrip Wawancara

Nama : dr. Elman Boy, M.Kes, Sp.KKLP, FIS-PH, Fis-CM, AIFO-K

Lembaga / Jabatan : Sekretaris MCCC PDM Kota Medan

1. Perencanaan

a. Analisis situasi komunikasi risiko

1. Program Kerja apa saja yang akan / sedang dilakukan oleh tim Satgas MCCC dengan Ortom Muhammadiyah Kota Medan?

Jawab : Untuk Ortom-ortom di Muhammadiyah selalu bersinergi dengan MCCC Kota Medan dalam berbagi kegiatan yang dilakukan seperti pembagian masker di jalan bersama para Pemuda Muhammadiyah dan edukasi-edukasi baik itu dengan IMM dan Kokam

2. Menurut Anda, hal apa yang membuat publik tidak percaya terhadap bahaya COVID -19?

Jawab : Banyaknya hoax yang berkembang sehingga beragam pemahaman mengenai COVID sendiri yang masih menganggap sebenarnya COVID-19 itu di besar-besarkan, banyak datanya yang di buat-buat, kemudian ada konspirasi, atau ada aspek bisnisnya dan juga kebingungan dari masyarakat tentang kebijakan yang dilakukan Pemerintah

b. Analisis *Stakeholder*

1. Apa saja bentuk kerjasama tim Satgas MCCC dengan Pemerintah Kota Medan dalam penanganan COVID-19?

Jawab : Mungkin waktu di awal-awal MCCC Kota Medan di bentuk kita pernah audiensi dengan Walikota yang lama ya, tapi kalau untuk sekarang Ortom-ortom Muhammadiyah yang melakukan kegiatan vaksinasi bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Medan

2. Apakah tim Satgas MCCC membuat kegiatan berbentuk seminar atau bentuk workshop?

Jawab : ada, tetapi tidak besar

3. Siapakah narasumber yang akan di undang dalam kegiatan seminar atau workshop tersebut?

Jawab : Sasarannya Dinas Kesehatan Kota medan dan juga dari MCCC sendiri, kebetulan ketua MCCC Kota Medan ada bagian dari Satgas COVID-19 Tingkat Provinsi

c. Tujuan komunikasi risiko

1. Apakah tim Satgas MCCC mempunyai teknik untuk memberikan pemahaman kepada publik akan bahayanya COVID-19? Tekniknya dalam bentuk seperti apa?

Jawab : Untuk teknik karena kita punya Ortom-ortom di Muhamamdiyah ini dalam memberikan pemahaman dan kita selalu meberika informasi terlebih dahulu sebelum mereka turun langsung di kegiatan-kegiatan mereka

2. Bagaimana Ortom Muhammadiyah dalam memberikan Pemahaman akan bahayanya COVID-19 sebagai bentuk sinergi terhadap Tim Satgas COVID-19?

Jawab : Mungkin dari edukasi, lalu melakukan seminar-seminar kecil dan juga kita menyampaikannya melalui media

d. Identifikasi khalayak sasaran

1. Apa solusi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC untuk mengurangi rasa ketidakpercayaan publik terhadap bahayanya COVID -19?

Jawab : Pertama dari kalangan Muhammadiyah dengan memberikan bukti data-data pimpinan pimpinan muhammadiyah baik itu Daerah, Pimpinan Cabang sampai Rantingnya. Sehingga mereka percaya bahwa COVID tersebut memang ada

e. Pesan kunci

1. Apakah ada jadwal kegiatan dari program kerja tim Satgas MCCC?

Jawab : Waktu pertama kali MCCC di bentuk itu di bulan April kita punya kegiatan rutin kadang seminggu sekali, sebulan sekali karena tahun ini sudah berkurang jadi lebih kepada melihat keadaan saja seperti awal-awal itu kita selalu melakukan pendampingan terhadap Warga Muhammadiyah yang terpapar COVID-19 ini

2. Apakah kegiatan program kerja tim Satgas MCCC bersifat rutin? Kalau benar, dalam jangka waktu berapa lama antara kegiatan satu dengan kegiatan yang lain?

Jawab : Itu tadi kalau sekarang ke kondisional saja

f. Strategi komunikasi risiko

1. Apa saja program kerja tim Satgas MCCC di Kota Medan?

Jawab : Yang sudah kita lakukan ya karena sudah sejak tahun 2020 yaitu mengenai kepedulian kita terhadap warga yang terdampak dengan memberikan sembako di wilayah kerja kota medan, selanjutnya kita mendistribusi dari donasi yaitu APBD ke rumah sakit muhammadiyah dan juga klinik aisyiah. Membagikan masker ke masyarakat di sejumlah titik kota medan seperti di jalan Mandala by pass, Denai dan Bromo bersama SMP Muhammadiyah , kemudian juga kita memberikan edukasi dan pembagian masker kepada anak-anak panti asuhan PDA kemudian juga kita aktif melakukan edukasi dan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat baik melalui pertemuan online maupun dari poster yang di terima dari MCCC Pusat, ke MCCC Wilayah yang kita design sendiri karena kita ada timnya dan di share ke grup-grup whatsapp untuk di sebarluaskan dan juga kita mendistribusikan dengan melakukan penyemprotan kepada 50 titik tempat umum seperti di masjid-mesjid dan juga sekolah-sekolah muhammadiyah. Kita juga bekerjasama dengan Lazismu untuk penggalangan dana di distribusinya secara bersama-sama. Dan kita juga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pencegahan penularan covid, jadi pasien-pasien tersebut kita dampingi ya dan juga penanganan pemusaran jenazah pasien COVID karena penting waktu itu karena kecemasan masyarakat mengenai pemusaran jenazah COVID tersebut

yang bekerjasama dengan fakultas kedokteran UMSU. Dan kita juga membentuk satgas di tingkat cabang ya. Waktu masuk bulan ramadhan kita mensosialisasikan mengenai aktivitas di bulan suci ramadhan. Kita juga melakukan pendataan warga muhammadiyah di kota medan yang terkena dampak baik dari segi ekonomi dan juga dari kesehatan. Kita juga memberikan rekomendasi mengenai kegiatan-kegiatan ortom seperti pelantikan IMM melakukan evaluasi dan monitoring terhadap kegiatan-kegiatan yang telah terlaksana tersebut

g. Saluran komunikasi

1. Biasanya, bentuk komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh MCCC kepada masyarakat? Apakah sudah efektif?

Jawab : Untuk bentuk komunikasinya kita selalu melakukannya dari media, seperti dari grup dan via zoom. Secara umum untuk memberikan informasi sudah efektif ya. Di bantu dari Ortom-ortom Muhammadiyah

2. Menurut anda, apakah kelebihan dan kelemahan pendekatan secara langsung dan tidak langsung oleh tim Satgas MCCC untuk menyampaikan bahaya negative COVID-19?

Jawab : Karena kita menyampaikan informasi itu melalui media itu cakupan informasinya tidak bisa banyak ya, sedangkan untuk ke efisien waktunya bisa kita lakukan kapan saja. Mungkin untuk komunikasi yang langsung kita bisa mengetahui informasi yang kita berikan bisa di pahami masyarakat

h. Pelatihan dan pengembangan kapasitas

1. Apakah dalam menjalankan program kerja, tim Satgas MCCC PDM Kota Medan membuat pelatihan?

Jawab : Pelatihannya seperti memberi bekal. Ada kita lakukan itu

2. Pendekatan dalam komunikasi risiko

a. Komunikasi publik melalui kehumasan

1. Apakah tim Satgas MCCC PD Muhammadiyah Kota Medan sudah sejalan dengan visi dan misi MCCC dari PW Muhammadiyah Sumatera Utara?

Jawab : Kita selaku dari MCCC Kota Medan selalu berkordinasi dengan MCCC Wilayah karena MCCC Wilayah itu jangkauannya lebih besar, dan harus sejalan ya

b. Pelibatan masyarakat

1. Apakah ada keterlibatan Warga Muhammadiyah dalam mengurangi rasa ketidakpercayaan public tersebut?

Jawab : Kita selalu mendampingi pasien COVID apalagi Warga Muhammadiyah, agar mereka tidak stress sambil memberi informasi dan edukasi. Kalau mereka sudah sembuh mereka bisa memberikan informasi yang di dapat dari pengalaman

3. Monitoring dan Evaluasi

1. Apakah setiap selesai melaksanakan program kerja, tim Satgas MCCC melakukan evaluasi?

Jawab : Kita terus melakukan evaluasi dan monitoring ya untuk kegiatan-kegiatan yang di lakukan ortom-ortom muhammadiyah. Mungkin pernah juga kita membuat angket ya sebagai bentuk evaluasi kita

2. Apakah ada tindakan yang akan di ambil ketika selesai melakukan evaluasi tersebut? Kalau ada, biasanya bentuk tindakannya seperti apa?

Jawab : Itu tadi bentuk tindakan yang kita lakukan, evaluasi, monitoring dan menyebarkan angket

Transkrip Wawancara

Nama : Syahrul Amsari S.E.Sy.,M.Si
Lembaga / Jabatan : Pemuda PDM Kota Medan Wak.Ketua Kesehatan dan Sosial Masyarakat

1. Perencanaan

a. Analisis situasi komunikasi risiko

1. Program Kerja apa saja yang akan / sedang dilakukan oleh tim Satgas MCCC dengan Ortom Muhammadiyah Kota Medan?

Jawab : Yang sudah dilakukan banyak. Seperti pertama terkait ekonomi itu kita membagi sembako. Untuk kesehatan sendiri seperti meninjau kesehatan kemudian pelayanan kesehatan dan yang terakhir ini melakukan vaksinasi Ini bagian program kerja MCCC dengan Ortom terkadang memang ortom mencari sendiri harus bekerjasama dengan siapa karenakan yang memiliki kebijakan mengenai vaksinasi itu dinas kesehatan tetap kordinasi dengan MCCC mengenai pelayanan kesehatan terakhir kita Pemuda Muhammadiyah melakukan vaksinasi ke RS Paru khusus paru bekerjasama dengan Dinas Kesehatan. Selanjutnya itu edukasi terkait betapa pentingnya menjaga kesehatan di masa pandemi, karena gencar-gencarnya MCCC itu di masa COVID, dulu MCCC sudah ada namanya bukan MCCC tapi MPKU (Majelis Pembinaan Kesehatan Umum).

2. Menurut Anda, hal apa yang membuat publik tidak percaya terhadap bahaya COVID -19?

Jawab : Kembali ke Pemerintah, karena kebijakan pemerintah yang plimplan. Sebenarnya sebagian percaya, yang tidak percaya itu karena mereka melihat kenapa yang di batasi hanya masyarakat-masyarakat kecil saja, dan di lihat di media masyarakat besar, pejabat bisa melakukan kerumunan dll, seolah-olah ada kesenjangan di antara itu. Dan juga kita tidak boleh bepergian sedangkan dari luar negeri bisa masuk begitu. Sebenarnya masyarakat Indonesia itu patuh, tetapi karena kebijakan yang berubah-ubah itu membuat masyarakat bingung.hingga seolah-olah mereka tidak percaya COVID. Dan kalau di persentasikan ya lebih banyak percaya COVID. Intinya bukan tidak percaya COVID melainkan tidak percaya terhadap pemerintahnya.

b. Analisis *Stakeholder*

1. Apa saja bentuk kerjasama tim Satgas MCCC dengan Pemerintah Kota Medan dalam penanganan COVID-19?

Jawab : Masih Dinas Kesehatan

2. Apakah tim Satgas MCCC membuat kegiatan berbentuk seminar atau bentuk workshop?

Jawab : Ada, cuma tidak terlalu efektif . Jadi emang bagus terjun langsung ke masyarakat begitu, mereka butuhnya apa, kekhawatiran mereka apa.

Workshop itu paling dilakukan bagi yang turun ke lapangan seperti bagaimana penanganan COVID-19 begitu.

3. Siapakah narasumber yang akan di undang dalam kegiatan seminar atau workshop tersebut?

Jawab : Dinas Kesehatan Kota Medan, MCCC Provinsi, Pemerintah Daerah bersama Wali Kota, supaya kita tahu gerak kita harus bagaimana

c. Tujuan komunikasi risiko

1. Apakah tim Satgas MCCC mempunyai teknik untuk memberikan pemahaman kepada publik akan bahayanya COVID-19? Tekniknya dalam bentuk seperti apa?

Jawab : ya ada, pertama dari media massa, lalu FGD. Itu tadi kita tidak bisa mengkomunikasikan itu saja tanpa di bantu dari segi ekonominya.

2. Bagaimana Ortom Muhammadiyah dalam memberikan Pemahaman akan bahayanya COVID-19 sebagai bentuk sinergi terhadap Tim Satgas COVID-19?

Jawab : Kembali ke edukasi, lalu kita sering melakukan seminar-seminar dan juga kita menyampaikannya melalui media, karena media dapat mengubah pola pikir masyarakat

d. Identifikasi khalayak sasaran

1. Apa solusi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC untuk mengurangi rasa ketidakpercayaan publik terhadap bahayanya COVID -19?

Jawab : Itulah butuh Ortom gitu, jangankan masyarakat umum, dari kita juga masih perlu edukasi karena tidak percaya COVID tadi. Dan juga tidak adanya filter terhadap pemberitaan di media sehingga media dari Ortom terus memberikan informasi mengenai penanganan COVID tersebut. Intinya kita terus berupaya. Dan sebenarnya bentuk dari mereka yang mau melakukan vaksinasi adalah bentuk dari mereka yang percaya terhadap COVID. Kita terus berupaya bersama MCCC untuk menguatkan internal dulu

e. Pesan kunci

1. Apakah ada jadwal kegiatan dari program kerja tim Satgas MCCC?

Jawab : Dulu di awal-awal ada karena lagi gencar-gencarnya. Sekarang lebih tertentatif kalau ada yang mengajak kerjasama silahkan

2. Apakah kegiatan program kerja tim Satgas MCCC bersifat rutin? Kalau benar, dalam jangka waktu berapa lama antara kegiatan satu dengan kegiatan yang lain?

Jawab : Kemarin itu rutin seminggu sekali, baru sebulan sekali

f. Strategi komunikasi risiko

1. Apa saja program kerja tim Satgas MCCC di Kota Medan?

Jawab : Memang kita kan di Muhammadiyah itu semuanya tuh ada koordinator pusat MCC pusat kemudian diturunkan MC wilayah kemudian wilayah dibagi lagi menjadi beberapa daerah salah satunya kota Medan memang MCC ini sepengetahuan saya dibentuk itu semenjak covid ini kalau saya ketahui kalau dulu kan ada bidangnya sendiri memang di bidang kesehatan cuman lebih fokus sebenarnya di kesehatan ya terutama program kerjanya apa saja gitu kan ya banyak ruang kerja

yang pertama memang melayani masyarakat kemudian memberikan edukasi masyarakat terkait bagaimana menanggulangi terkait kesehatan kita secara kita lagi diterpa covid kemudian memang secara kinerja ataupun model kerjanya karena MCC di bawah naungan Muhammadiyah tentunya kerjasama dengan ortom ortom yang ada di Muhammadiyah baik itu ada IMM, Pemuda Muhammadiyah, IPM ya semua jadi artinya MCC lebih kepada payung-payung lembaga khusus untuk melayani kesehatan secara khusus lebih jadi sebenarnya orang-orang yang di dalam itu ya dari ortom itu sendiri gitu dan dari ortom sendiri dan di dalam juga ada bidang kesehatan dalam arti dari dokter, dokter di Muhammadiyah kemudian kesehatan seperti perawat dari Muhammadiyah jadi kalau ini kan lebih kepada sifatnya teknis tenaga kalau untuk pelaksanaan kesehatan pasti kita melibatkan memang tenaga professional

g. Saluran komunikasi

1. Biasanya, bentuk komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh MCCC kepada masyarakat? Apakah sudah efektif?

Jawab : Bagaimana itu kan lebih kepada sosialisasi ya kalau komunikasi, yang pertama mereka tadi melibatkan kita-kita sebagai wadah perpanjangan tangan MCCC sendiri ya yang pertama itu model komunikasinya ada yang diskusi dengan masyarakat terjun langsung buat semacam FGD karena kan untuk ke masyarakat ini tidak hanya sebatas apa semboyan semboyan dari sosial media walaupun memang kita upayakan dari sosial media kita informasikan terkait layanan kesehatan tapi juga kita langsung turun dari ortom itu kan ada yang membidangi bidang kesehatan baik dari IMM pemuda dan lain sebagainya artinya mengumpulkan masyarakat itu ya tugas-tugas dari Ortom sendiri pola komunikasinya ada FGD kemudian diskusi menanggapi dan mencari info dari masyarakat sendiri apa sebenarnya kendala terkait penanganan pelayanan kesehatan. kalau berbicara aktif atau tidak itu relatif ya berlatih serem arti mungkin di MCC dengan satu Ortom ada yang bagus komunikasinya ada yang kurang bagus itu kan artinya secara umum ya efektif kerjanya itu kenapa karena melibatkan semua lini gitu jadi kita semua sumber bisa dapat dari Muhammadiyah nya dari Aisyah nya dari ortomnya pemuda IMM gitu jadi kalau cerita efektif-efektif sekali gerakan Muhammadiyah ini karena dari atas sampai dengan bawah kita sudah ada jenjang-jenjang nya

2. Menurut anda, apakah kelebihan dan kelemahan pendekatan secara langsung dan tidak langsung oleh tim Satgas MCCC untuk menyampaikan bahaya negative COVID-19?

Jawab : Kelebihan dan kekurangannya pasti ada. Kelebihannya karena sudah di bentuk MCCC ini jadi kordinasinya lebih mudah jadi kita punya ortom, ortom ini yang menyampaikannya. Kalau kekurangannya karena kegiatan sosialisasi itu kan berkerumun, ibarat pohon bambu saja yang berkerumun pasti ada gesekan, dalam artian perbedaan pemikiran tadi

karena banyak ortom jadi harus banyak yang di kordinasikan dan MCCC harus mampu mengakomodir itu semua

h. Pelatihan dan pengembangan kapasitas

1. Apakah dalam menjalankan program kerja, tim Satgas MCCC PDM Kota Medan membuat pelatihan?

Jawab : Ada, katika kami ingin melakuakn kegitan kami di beri pelatihan yang bentuknya seperti FGD gitu

2. Pendekatan dalam komunikasi risiko

a. Komunikasi publik melalui kehumasan

1. Apakah tim Satgas MCCC PD Muhammadiyah Kota Medan sudah sejalan dengan visi dan misi MCCC dari PW Muhammadiyah Sumatera Utara?

Jawab : Ya wajib sejalan, karenakan turunan. PWM itu sendirikan lebih ke mengkordinir daerah-daerah supaya progja dari MCCC itu sejalan serentak dan sama. Makanya kita muhammadiyah itu di sorot baik dari pemerintah kemudian dari luar negeri, kenapa karena kekompakan kita jadi programnya terpusat, terstruktur jadi turunan. Jadi yang mengkonsep itu dari pusat terus turun ke wilayah terus ke daerah, jadi untuk kaki tangannya itu daerah-daerah untuk menjalankan MCCC

b. Pelibatan masyarakat

1. Apakah ada keterlibatan Warga Muhammadiyah dalam mengurangi rasa ketidakpercayaan public tersebut?

Jawab : Kita sabagai bagian dari Muhammadiyah harus turut andil dalam memberikan informasi mengenai penanganan COVID

3. Monitoring dan Evaluasi

1. Apakah setiap selesai melaksanakan program kerja, tim Satgas MCCC melakukan evaluasi?

Jawab : Ya pasti adakan namanya program kerja. Yang pertama adalah merumuskan terus pelaksanaan lalu adanya evaluasi. Nah evaluasi ini penting dalam setiap pekerjaan apapun bukan hanya MCCC saja karenakan itu bagian dari laporan pertanggungjawaban kemudian kedepan itubakal seperti apa namanya program pasti ada kelebihan dan kekurangan. Kalau ada kelebihan bisa di lanjutkan kalau ada kekurangan bisa dibenahi untuk berikutnya

2. Apakah ada tindakan yang akan di ambil ketika selesai melakukan evaluasi tersebut? Kalau ada, biasanya bentuk tindakannya seperti apa?

Jawab : Kalau tindakan itu ya tadi mengenai kekurangan ibarat lubang-lubang ya harus di tutupi dan lebih fokus ke situ

Transkrip Wawancara

Nama : Kaiser Balemun Harahap S.Ked
Lembaga / Jabatan : PC IMM Kota Medan Bid. SPM (Sosial Pemberdayaan Masyarakat)

1. Perencanaan

a. Analisis situasi komunikasi risiko

1. Program Kerja apa saja yang akan / sedang dilakukan oleh tim Satgas MCCC dengan Ortom Muhammadiyah Kota Medan?

Jawab : Mungkin Kalau untuk waktu dekat ini kita akan dilakukan vaksinasi massal tadi

2. Menurut Anda, hal apa yang membuat publik tidak percaya terhadap bahaya COVID -19?

Jawab : Yang paling utama itu karena COVID menyerang sistem imun, karena sistem imun itu berbeda-beda antara si A dan si B, jadi kadang-kadang pada si A mungkin tidak bergejala sama sekali malah pada si B yang bergejala jadi pada orang yang tidak bergejala itu kadang sering menyampaikan pada orang banyak kalau dia enggak kenapa-kenapa kena COVID jadi karena keadaan tersebut jadinya nganggap sepele oh iya ternyata si A aja tidak kenapa-kenapa dia sehat-sehat saja walaupun positif COVID karena keadaan tersebut paling sering bikin publik tidak percaya kemudian menjadi tidak peduli dengan lingkungan sekitar

b. Analisis *Stakeholder*

1. Apa saja bentuk kerjasama tim Satgas MCCC dengan Pemerintah Kota Medan dalam penanganan COVID-19?

Jawab : Kalau untuk itu jadi kerjasama dengan Pemerintah Kota Medan untuk para korban-korban yang menderita COVID-19 dengan memberikan sembako, dan bahan pangan untuk membantu mengurangi beban mereka

2. Apakah tim Satgas MCCC membuat kegiatan berbentuk seminar atau bentuk workshop?

Jawab : Untuk saat ni belum ada kegiatan tersebut dilaksanakan

3. Siapakah narasumber yang akan di undang dalam kegiatan seminar atau workshop tersebut?

Jawab : Mungkin yang paling utama itu dri MCCC Pusat dulu yang pertama baru dari Kementrian Kesehatan karena mereka yang bertanggung jawab dengan keadaan saat sekarang

c. Tujuan komunikasi risiko

1. Apakah tim Satgas MCCC mempunyai teknik untuk memberikan pemahaman kepada publik akan bahayanya COVID-19? Tekniknya dalam bentuk seperti apa?

Jawab : Tim MCCC lebih ke melakukan promosi tindakan pencegahan COVID-19 mungkin bisa kerjasama dengan ortom-ortom dan juga media-media dari Muhammadiyah itu sendiri

2. Bagaimana Ortom Muhammadiyah dalam memberikan Pemahaman akan bahayanya COVID-19 sebagai bentuk sinergi terhadap Tim Satgas COVID-19?

Jawab : Kalau dari Ortom sendiri biasanya, kalau MCCC fokus ke masyarakat secara luas kalau kita diortom lebih berfokus kepada kadernya di dalam, jadi biasanya kita itu memberikan informasi kepada anggota supaya sadar dengan keadaan sekarang

d. Identifikasi khalayak sasaran

1. Apa solusi yang dilakukan oleh tim Satgas MCCC untuk mengurangi rasa ketidakpercayaan publik terhadap bahayanya COVID -19?

Jawab : Bisa ditunjukkan angka kejadian dari COVID tersebut sendiri menunjukkan kalau COVID itu ada baik di tingkat nasional atau ditingkat wilayah SUMUT atau tingkat kota jadi memang ungkap reforensi kejadian COVID kota Medan lebih sering disampaikan kepada masyarakat

e. Pesan kunci

1. Apakah ada jadwal kegiatan dari program kerja tim Satgas MCCC?

Jawab : Mungkin untuk kegiatan rutinnnya tidak ada mungkin bersifat ke insidental

2. Apakah kegiatan program kerja tim Satgas MCCC bersifat rutin? Kalau benar, dalam jangka waktu berapa lama antara kegiatan satu dengan kegiatan yang lain?

Jawab : Untuk saat ini sesuai dengan kondisi yg ada di lapangan baru tim satgas MCCC bergerak

f. Strategi komunikasi risiko

1. Apa saja program kerja tim Satgas MCCC di Kota Medan?

Jawab : Untuk program kerja dari MCCC Kota Medan itu ada dua yang saya tahu yang pertama itu adalah tindakan pemberitahuan dan promosi kepada masyarakat terkait tindakan preventif untuk mencegah terjadinya infeksi COVID-19 tujuan itu supaya kesadaran masyarakat yaitu meningkatkan terhadap COVID-19 sekarang yang kedua sejalan juga dengan arahan pemerintah jadi MCCC di kota Medan beserta seluruh ortom juga berupaya untuk melaksanakan kegiatan vaksinasi massal

g. Saluran komunikasi

1. Biasanya, bentuk komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh MCCC kepada masyarakat? Apakah sudah efektif?

Jawab : Biasanya komunikasinya itu secara langsung baik dengan sesama Ortom dan juga ke masyarakat. Untuk tingkat keefektifannya memang belum terlalu efektif karena juga kita dalam masa pandemi jadi ada keterbatasan jadi penyampaian informasinya itu bersifat esensial saja

2. Menurut anda, apakah kelebihan dan kelemahan pendekatan secara langsung dan tidak langsung oleh tim Satgas MCCC untuk menyampaikan bahaya negative COVID-19?

Jawab : Pendekatan secara langsung lebih baik jadi informasi itu tidak ada miskomunikasi kalau disampaikan secara tidak langsung itu takutnya ada kesalahpahaman terkait dengan informasi antara pihak pihak terkait kalau sisi negatifnya jadi sering ketemu antara tim satgas dengan masyarakat

- h. Pelatihan dan pengembangan kapasitas
 - 1. Apakah dalam menjalankan program kerja, tim Satgas MCCC PDM Kota Medan membuat pelatihan?
Jawab : Untuk saat ini belum ada membuat pelatihan, masih bentuknya diskusi saja
- 2. Pendekatan dalam komunikasi risiko
 - a. Komunikasi publik melalui kehumasan
 - 1. Apakah tim Satgas MCCC PD Muhammadiyah Kota Medan sudah sejalan dengan visi dan misi MCCC dari PW Muhammadiyah Sumatera Utara?
Jawab : Ya pasti sudah sejalan karena memang pembentukan MCCC juga itu berdasarkan arahan pimpinan pusat MUHAMMADIYAH jadi harusnya sesuai dengan struktural kita begitu ketika di wilayah tingkat kota sudah sesuai dengan arahan pimpinan pusat
 - b. Pelibatan masyarakat
 - 1. Apakah ada keterlibatan Warga Muhammadiyah dalam mengurangi rasa ketidakpercayaan public tersebut?
Jawab : Ada mungkin dari media social kita juga bisa sampaikan langsung dari individu ke individu
- 3. Monitoring dan Evaluasi
 - 1. Apakah setiap selesai melaksanakan program kerja, tim Satgas MCCC melakukan evaluasi?
Jawab : Selalu akan dilakukan evaluasi
 - 2. Apakah ada tindakan yang akan di ambil ketika selesai melakukan evaluasi tersebut? Kalau ada, biasanya bentuk tindakannya seperti apa?
Jawab : Ada, dari hasil-hasil evaluasi tadi bakal di tindaklanjuti dengan melakukan kegiatan itu kembali dengan harapan tidak terjadi terulang lagi