

## Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)

**Wina Puspita Sari; Asep Soegiarto**

Prodi DIII Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

[winapuspitasaki@unj.ac.id](mailto:winapuspitasaki@unj.ac.id) ; [asep-sugiarto@unj.ac.id](mailto:asep-sugiarto@unj.ac.id)

Diterima 15 September 2021 / Disetujui 6 Desember 2021

### **ABSTRACT**

*In program implementation, communication is positioned as a way or strategy to make all parties understand the program and run it well. Communication is positioned as a way or strategy. The method or strategy that puts forward the principle of communication is called a communication strategy. The purpose of this study was to find out how the local municipal government's public relations communication strategy in implementing the Large-Scale Social Restriction Policy (PSBB). The theory used is that the communication strategy is determined by the systematic ability between the related components which will be the answer to the questions in Laswell's statement. The method used is qualitative with in-depth interviews. The results of this study are discussing persuasive communication strategies, persuasive messages are prioritized from DKI Jakarta in an effort to prevent covid-19. The communication strategy was during the Covid-19 pandemic so that it was directed through their online media such as website channels, social media or the use of LEDs or Videotrones at strategic points, so that there were no crowds like in face-to-face counseling activities.*

**Keywords:** *Communication Strategy; Implementation of Social Policy; Public Relations Communication Strategy*

### **ABSTRAK**

Dalam implementasi program, komunikasi diposisikan sebagai sebuah cara atau strategi untuk membuat seluruh pihak dapat memahami program dan menjalankan dengan baik. Komunikasi diposisikan sebagai sebuah cara atau strategi. Cara atau strategi yang dengan mengedepankan prinsip komunikasi, disebut sebagai strategi komunikasi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas pemerintah Kota daerah dalam mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Teori yang dipakai adalah strategi komunikasi ditentukan oleh kemampuan sistematis antar komponen yang terkait akan merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam pernyataan Laswell. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara mendalam. Hasil penelitian ini yaitu membahas tentang Strategi komunikasi persuasif, pesan diutamakan secara persuasive dari DKI Jakarta dalam upaya pencegahan covid-19. Strategi komunikasi tersebut di masa

pandemic Covid-19 sehingga diarahkan melalui media online yang mereka miliki seperti kanal website, media social atau pemanfaatan LED atau Videotrone yang ada di titik-titik strategis, agar tidak terjadi kerumunan seperti pada kegiatan penyuluhan tatap muka.

**Kata Kunci:** Implementasi Kebijakan Sosial; Strategi Komunikasi; Strategi Komunikasi Humas

## PENDAHULUAN

Pembatasan Sosial Berskala Besar atau yang disingkat PSBB merupakan merupakan salah upaya pencegahan Covid 19. Pemerintah provinsi DKI Jakarta menjadi salah satu daerah yang juga menerapkan aturan PSBB. Adapun pelaksanaan PSBB di wilayah DKI Jakarta terjadi dalam beberapa tahap atau fase dengan beberapa kali perpanjangan masa PSBB.

*Pemprov DKI Jakarta melaksanakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pertama kalinya pada Jumat, 10 April sampai 23 April 2020. Kegiatan perkantoran dan sekolah dihentikan, aktivitas warga dibatasi dan tidak boleh berkerumun. Untuk perkantoran, ada sekitar 11 sektor usaha yang diizinkan tetap beroperasi. Pemprov DKI Jakarta memperpanjang masa PSBB DKI Jakarta menjadi 28 hari. Pemerintah juga resmi melarang mudik mulai Jumat, 24 April 2020. Nantinya, sejumlah jalan untuk orang keluar-masuk dari dan ke wilayah Jabodetabek akan ditutup. Anies kembali memperpanjang PSBB selama 14 hari. Melihat grafik penularan Corona yang tak kunjung menurun, Anies memperpanjang PSBB transisi fase 1. Perpanjangan PSBB transisi fase 1 kembali dilakukan selama dua minggu. Anies Baswedan resmi kembali memperpanjang penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Transisi fase 1 selama 14 hari ke depan sampai 14 Agustus 2020. Ini adalah kali ketiga PSBB transisi fase 1 diperpanjang. PSBB transisi fase 1 diperpanjang keempat kalinya. Di masa ini, setiap aktivitas sosial yang menyebabkan kerumunan akan dihentikan sementara, khususnya Hari Bebas Kendaraan Bermotor (HBKB) atau Car Free Day (CFD). Momen peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia pada 17 Agustus juga ditiadakan khususnya kegiatan perlombaan atau perayaan. Anies Baswedan Gubernur DKI Jakarta tarik rem darurat. PSBB kembali diperketat 14 September mendatang. (Azizah, 2020).*

Pemberlakukannya kembali PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada 14 September 2020 juga terjadi di wilayah Jakarta Timur.

Wali Kota Administrasi Jakarta Timur M. Anwar dalam membahas evaluasi penanganan COVID-19 bersama Forkopimko (Forum Koordinasi Pimpinan Kota) Jakarta Timur mengatakan, dalam persiapan diberlakukannya kembali PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada 14 September 2020 diharapkan seluruh *stakeholder* (pemangku kepentingan) di Jakarta Timur untuk menjalankan peraturan dengan baik. Beliau pun mengimbau kepada masyarakat patuh terhadap peraturan yang berlaku dan meminta agar masyarakat bersinergitas agar mampu menekan laju penyebaran COVID-19 yang saat ini makin meningkat. Pemberian sosialisasi dan memberikan sanksi tegas bagi para pelanggar. “Pemerintah di sini hadir untuk membina masyarakat, maka diharapkan masyarakat juga dapat saling membahu

dalam memerangi COVID-19, dengan lebih disiplin lagi dalam menerapkan 3M (Memakai Masker, Mencuci Tangan dan Menjaga Jarak) (*PSBB Kembali Berlaku, Wali Kota Jakarta Timur Perketat Pengawasan*, n.d.).

Pemberian informasi dan mempersuasi masyarakat agar masyarakat mendukung program dan kebijakan pemerintah, terutama yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat merupakan ruang lingkup humas pemerintah. Untuk itu sangat diperlukan peran humas pemerintah. Suku Dinas Kominfo dan Statistik Kota Administrasi merupakan Unit Kerja Dinas Kominfo dan Statistik pada Kota Administrasi dan dipimpin oleh seorang Kepala Suku Dinas yang secara teknis dan administrasi berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas, serta secara operasional dikoordinasikan oleh Walikota. Suku Dinas Kominfo dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Timur mempunyai tugas melaksanakan urusan pengelolaan dan pelayanan komunikasi dan informasi publik pada wilayah kota administrasi Jakarta Timur selain sebagai pelaksanaan kebijakan, proses bisnis, standar dan prosedur Suku Dinas Kota (Tugas dan Fungsi Sudin Kominfotik, 2017)

Menurut Edward L. Bernays ruang lingkup humas pemerintah secara umum adalah memberikan informasi apalagi mengenai kebijakan pemerintah yang menyangkut masyarakat kepada khalayak yang merupakan hak masyarakat dan menjadi kebutuhan dasar masyarakat yang harus dipenuhi oleh pemerintah agar masyarakat mengetahui dan memahaminya, melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan kedua belah pihak dan mengintegrasikan sikap dan perbuatan antar lembaga dengan sikap dan perbuatan masyarakat begitu pula sebaliknya, menjadi jembatan emas penghubung dengan masyarakat, apalagi jika eksekusi program pemerintah untuk kepentingan masyarakat (Suprawoto, 2018).

Pada dasarnya ada dua ruang lingkup humas pemerintah pusat menurut Sam Black, yakni a. menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijakan, perencanaan dan hasil yang dicapai dan b. menerangkan dan mendidik public mengenai perundang undangan, peraturan peraturan, dan hal hal yang berhubungan dengan kehidupan rakyat sehari hari (Suprawoto, 2018).

Menurut Shanen A. Bowen, “humas pemerintah merupakan fungsi komunikasi yang menghubungkan interaksi warga dengan pemerintah, ....”(Suprawoto, 2018).

Melalui informasi dan komunikasi tersebut, keputusan, kebijakan, program, dan penerapan program oleh pemerintah yang berefek sangat luas kepada masyarakat dapat diketahui dan bila perlu diharapkan ada keterlibatan masyarakat. Penolakan terhadap program

pemerintah yang nyata bermanfaat bagi kepentingan umum, biasanya lebih banyak disebabkan karena informasi yang tidak memadai serta tidak adanya ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat (Suprawoto, 2018)

Keberhasilan dalam implementasi program pemerintah didukung oleh banyak faktor diantaranya faktor komunikasi selain adanya dukungan SDM perangkat tata kelola (berkaitan dengan peran dan pemahaman mengenai program dan aturan, kebijakan serta perangkat implementasi) serta daya dukung finansial (dukungan anggaran pelaksanaan program) (Zulaikha & Paribrata, 2017). Dalam implementasi program, komunikasi diposisikan sebagai sebuah cara atau strategi untuk membuat seluruh pihak dapat memahami program dan menjalankan dengan baik. Komunikasi diposisikan sebagai sebuah cara atau strategi. Cara atau strategi yang dengan mengedepankan prinsip komunikasi, disebut sebagai strategi komunikasi (Hallahan et al., 2007; Holtzhausen, 2011)(Widodo, Aan, 2020). Oleh karena itu, humas pemerintah harus memiliki strategi komunikasi yang efektif agar dapat melakukan ruang lingkup tugas tersebut

Strategi komunikasi untuk menjalankan program komunikasi kepada khalayak sasaran guna mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi komunikasi dalam program komunikasi membutuhkan suatu cara yang cocok agar tujuan dari program itu tercapai. Berbagai riset menunjukkan, keberhasilan program pemerintah bergantung pada komunikasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa kegagalan juga bergantung pada komunikasi yang dijalankan (Widodo, Aan, 2020).

Penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian lain mengenai kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Kota Depok sebagai daerah pertama pasien yang teridentifikasi pasien Covid 19 di Indonesia. Penelitian yang berjudul DETERMINAN KEPATUHAN MASYARAKAT KOTA DEPOK TERHADAP KEBIJAKAN PEMBATAHAN SOSIAL BERSKALA BESAR DALAM PENCEGAHAN COVID-19 yang dilakukan oleh Wiranti dkk menghasilkan temuan bahwa pelaksanaan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), masih banyak masyarakat yang tidak patuh dan kasus Covid-19 semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor yang memiliki hubungan dengan kepatuhan masyarakat terhadap kebijakan PSBB di Kota Depok. Metode yang dipakai yaitu metode kuantitatif dan potong lintang. Responden penelitian sebanyak 285 orang dengan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat dengan uji nonparametric. Kepatuhan PSBB semakin meningkat pada responden perempuan dengan

tingkat pendidikan lebih tinggi, pengetahuan baik, dan sikap yang mendukung terhadap kebijakan PSBB (Wiranti et al., 2020).

### **Strategi Komunikasi**

Robbins mendefinisikan strategi sebagai penentuan tujuan dari tujuan jangka panjang dan sasaran sebuah perusahaan. Pandangan lain menyebut strategi adalah sebuah mode (model perencanaan), secara eksplisit dikembangkan manajer dengan mengidentifikasi arah tujuan, kemudian mengembangkan rencana secara sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan. Sedangkan tinjauan komunikasi secara makro dan mikro dalam strategi komunikasi memiliki fungsi ganda, yaitu menyebarluaskan peran komunikasi yang bersifat informative persuasive dalam instruktif secara sistematis untuk memperoleh hasil optimal dan menjembatani cultural gap akibat kemudahan yang diperolehnya dan kemudahan yang dioperasionalkannya media massa yang ampuh, yang jika dibiarkan dapat mempengaruhi nilai budaya. Berhasil atau tidaknya strategi komunikasi ditentukan oleh kemampuan sistematis antar komponen yang terkait akan merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam pernyataan laswell, yaitu *who*, siapa komunikatornya?, *Says what*, pesan yang dinyatakan, *in which channel*, media apa yang digunakannya, *to whom*, siapa komunikannya dan *with what effect*, dampak apa yang diharapkan. Secara implisit mengandung makna *when*, kapan aktivitas itu dilaksanakan, *how* bagaimana melaksanakannya dan *why* mengapa kegiatan itu dilaksanakan (Sedarmayanti, 2018).

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Lalu munculah kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi. Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitan dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (Cangara, 2013)

Strategi komunikasi dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapai dan jenis materiil apa saja yang dipandang mampu memberikan kontribusi bagi tercapainya tujuan tersebut. Tujuan strategi komunikasi menjadi penting karena meliputi *annaouncing*, *motivating*, *educating*, *informing*, and *supporting decision making*. 1. Memberitahu (*announcing*) merupakan pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting. 2. Memotivasi (*motivating*), merupakan penyebaran informasi yang bersifat

motivasi bagi masyarakat untuk mencari dan mendapatkan kesempatan dari pesan yang ingin disampaikan. 3. Mendidik (*educating*), merupakan penyampaian informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat harus disampaikan dalam kemasan *educating* atau yang bersifat mendidik. 4. Menyebarkan informasi (*informing*), merupakan upaya untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran. Dalam penyebaran informasi, diusahakan agar spesifik dan aktual, sehingga dapat diterima oleh konsumen. 5. Mendukung pembuatan keputusan (*supporting decision making*), dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi dikumpulkan, dikategorisasi, dan dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan (Liliweri, 2011)

### **Humas Pemerintah**

Humas pemerintah merupakan fungsi komunikasi yang menghubungkan interaksi warga dengan pemerintah, dengan regulator dan perpanjangan tangan kebijakan pemerintah. Kemudian berdasarkan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Hubungan Masyarakat Pemerintah, yang dimaksud humas pemerintah adalah aktivitas lembaga atau individu yang melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada public pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan sebaliknya (Suprawoto, 2018).

Berdasarkan beberapa batasan mengenai humas pemerintah yang dikemukakan para ahli maka dapat ditekan beberapa hal berkaitan humas pemerintah, yakni (Suprawoto, 2018) :

- a. Humas pemerintah merupakan fungsi manajemen pemerintah, humas pemerintah diharapkan melaksanakan kegiatan diantaranya menjadi lembaga yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi dan informasi bagi warga atau masyarakat
- b. Humas pemerintah merupakan aktivitas antar lembaga, dalam praktik saat ini yang dipakai adalah pengertian humas pemerintah dalam arti luas, humas yang diselenggarakan di semua lembaga negara yang terdiri dari lembaga lembaga legislative, eksekutif dan yudikatif serta lembaga tinggi dan lembaga lainnya. Ini sejalan dengan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Hubungan Masyarakat Pemerintah, pasal 1 (12) dinyatakan keanggotaan Bakohumas (Badan Koordinasi kehumasan) Pusat/Bakohumasda meliputi semua unit humas yang berada di instansi pemerintah. Selanjutnya dalam pasal 1 (13) dijelaskan yang dimaksud dengan instansi pemerintah

- adalah departemen (kementerian), Kementerian Negara, Lembaga Pemerintah Non Departemen, Pemerintah Daerah, Organisasi Perangkat Daerah dan BUMN/BUMD maupun instansi vertical. Sedangkan humas pemerintah dalam arti sempit hanya humas pemerintah yang berada di lingkungan eksekutif, seperti kementerian, lembaga, pemerintah daerah, BUMN /BUMD.
- c. Melaksanakan fungsi komunikasi dan informasi yang berada di garda paling depan dalam sebuah manajemen pemerintahan. Karena melalui informasi dan komunikasi tersebut, keputusan, kebijakan, program, dan penerapan program oleh pemerintah yang berefek sangat luas kepada masyarakat dapat diketahui dan bila perlu diharapkan ada keterlibatan masyarakat. Penolakan terhadap program pemerintah yang nyata bermanfaat bagi kepentingan umum, biasanya lebih banyak disebabkan karena informasi yang tidak memadai serta tidak adanya ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat.
  - d. Humas pemerintah sasarannya tidak hanya public dan stakeholder namun semua warga negara atau masyarakat sebagai pembayar pajak. Ini yang membedakan humas pemerintah dengan humas swasta.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan peneliti melakukannya dengan cara yaitu: wawancara mendalam (*depth interview*). Dalam menganalisis data, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Model Siklus Interaktif yang dibuat oleh Dabbs (1982). Jenis uji validitas yang digunakan dalam proses pengumpulan data dan analisis –interpretasi data adalah jenis kompetensi subyek riset.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Berdasarkan wawancara dengan key informan penelitian dan informan penelitian, diperoleh hasil penelitian bahwa :

### **Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di wilayah Jakarta Timur**

Merujuk pada Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) RI Nomor 9 wilayah yang diduga terinfeksi corona virus disease 2019 (Covid-19) sedemikian rupa untuk mencegah

kemungkinan penyebarannya (Azanella, 2020). PSBB dipilih oleh pemerintah pusat sebagai salah satu upaya memerangi virus corona di Indonesia melalui sebuah rapat terbatas Kabinet yang diadakan pada 31 Maret 2020. Pemerintah menjadi PSBB sebagai mitigasi faktor risiko di wilayah tertentu pada saat terjadi kedaruratan kesehatan masyarakat. Kebijakan ini merujuk pada UU No. 6 Tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan yang penetapannya akan dikoordinasikan antara Menteri Kesehatan, Gugus Tugas Covid-19, juga kepala daerah. PSBB dilakukan atas dasar pertimbangan epidemiologis, besarnya ancaman, efektivitas, dukungan sumber daya, teknis operasional, pertimbangan ekonomi, sosial, budaya, dan keamanan (Azanella, 2020).

Meski kasus infeksi virus corona sudah ditemukan di 34 provinsi di Indonesia, tidak semua daerah bisa mengajukan pemberlakuan PSBB. Ada syarat-syarat tertentu bagi sebuah daerah jika ingin mengimplementasikan kebijakan PSBB di wilayahnya. DKI Jakarta menjadi provinsi pertama yang disetujui untuk menerapkan PSBB oleh Menkes Terawan setelah berkoordinasi dengan Gugus Tugas Covid-19. Alasan utama yang disampaikan Terawan memberikan persetujuan PSBB di DKI Jakarta adalah alasan kesehatan (Azanella, 2020). Sebelum berbicara mengenai pelaksanaan kebijakan PSBB, berikut ini adalah beberapa regulasi mengenai PSBB di DKI Jakarta (*Daftar Regulasi Pembatasan Sosial Berskala Besar Provinsi DKI Jakarta, 2020*).

- A. Peraturan Gubernur Nomor 88 Tahun 2020  
tentang Perubahan atas Peraturan Gubernur Nomor 33 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta
- B. Keputusan Gubernur Nomor 959 Tahun 2020  
tentang Pemberlakuan Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta
- C. Peraturan Gubernur Nomor 79 Tahun 2020  
tentang Penerapan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan sebagai Upaya Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019
- D. Peraturan Gubernur Nomor 33 Tahun 2020  
tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur adalah bagian dari Pemerintah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Dengan demikian, kebijakan yang dibuat oleh tingkat Provinsi juga akan dilaksanakan oleh tingkat kota. Berdasarkan Surat Keputusan Wali Kota Jakarta Timur Nomor 279 Tahun 2020 Tentang Perubahan Kedua Atas Keputusan Walikota Kota Administrasi Jakarta Timur Nomor 121 Tahun 2020 Tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)* Tingkat Kota Administrasi Jakarta Timur Tanggal 23 April 2020, Sudin Kominfotik melakukan sosialisasi diantaranya mengimplementasikan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Untuk penanganan COVID-19 ada gugus tugas penanganan COVID tingkat kota Jakarta Timur, ada Wali Kota sebagai ketuanya, lalu DANDIM dari pihak TNI, Kapolres dari pihak kepolisian, lalu dibawahnya ada Kominfotik Jakarta Timur, dan semua bertanggung jawab, termasuk masyarakat. Karena jika masyarakat tidak mendukung, maka tidak akan selesai, meskipun kita sudah berikan sosialisasi jika masyarakat tidak mendukung maka sama saja. Jadi semua pihak bertanggung jawab atas PSBB ini.

Adapun prinsip PSBB diantaranya adalah sebisa-bisa tetap berada di rumah. Pada prinsipnya, selama masa PSBB, seluruh warga di DKI Jakarta dianjurkan untuk: tetap di rumah dan tidak bepergian kecuali ada keperluan mendesak kecuali beraktivitas dalam usaha esensial yang diperbolehkan. Terdapat lima faktor dalam penerapan PSBB: 1. Pembatasan aktivitas sosial, ekonomi, keagamaan, budaya, pendidikan, dll. 2. Pengendalian mobilitas 3. Rencana isolasi terkendali 4. Pemenuhan kebutuhan pokok 5. Penegakan sanksi (*Prinsip PSBB: sebisa-bisa tetap berada di rumah...*, 2020)

Di sisi lain kesadaran masyarakat dan pelanggaran PSBB yang dilakukan oleh masyarakat Jakarta Timur, menurut key informan semakin menurun namun tidak menutup kemungkinan adanya pelanggaran. Hal ini seperti yang disampaikan Kasubag Kominfotik;

*Kalo kita melihat pemberitaan dari teman-teman tim reporter, memang kecenderungan untuk pelanggaran menurun, tetapi memang masih ada setiap hari.*

Sedangkan temuan berkaitan dengan kesadaran warga atau masyarakat Jakarta Timur mengenai Covid 19 dan aturan PSBB cukup beragam. Berikut ini gambaran pengetahuan dan sikap sebagian kecil masyarakat Jakarta Timur dari kelompok masyarakat yang berbeda.

*setau saya covid itu virus ya dan cara penyebarannya itu bisa lewat kalo misalkan orang tersebut batuk dari air liurnya dia seperti itu sih. Kalo PSBB itu sendiri kurang tau jadi yang saya tau itu harus jaga jarak, mengikuti protocol Kesehatan gitu. Kalo saya sendiri sih mendukung ya dikarenakan tujuannya baik mencegah penyebaran virus*

*itu sendiri, ya saya mengikuti apa yang di suruh dan intinya mendukung (Najwa Amira, mahasiswa)*

*sepengetahuan saya covid itu virus yang awal adanya di Cina dan penyebarannya itu yang paling jelas dari udara sama dari sentuhan. PSBB itu Pembatasan Sosial Bersekala Besar kan ya jadi kaya tempat nongkrong kapasitasnya Cuma 50% dari yang seharusnya gedung – gedung pernikahan Cuma 50% dari yang seharusnya terus pembatasannya juga kaya ada tempat nongkrong di cuma tutup sampai jam yang di tentukan nah seperti itu dan Saya mendukung, cuma pelaksanaannya memang kurang di perhatikan oleh pemerintah karena saya sendiri kan suka nongkrong nyatanya tempat – tempat duduk yang di silangin itu masih terisi, jadi pembatasan yang seharusnya 50% masih belum 50% seperti itu (Yogi Putra, karyawan).*

*Covid itu ya penularannya dari udara trus kita gak boleh bersentuh – sentuhan pokoknya dia berasal dari udara kaya pernapasan kita gitu. PSBB itu kaya semuanya gaboleh, ada peraturannya jadi gak boleh berkeluaran, harus pakai masker gitu, di tentuin sama pemerintah. Ya gabisa kemana – mana, mau main juga bingung di PSBB semua di portal semua. Ada baiknya ada buruknya, baiknya biar tidak kena corona, buruknya gak bisa main (Mitha Rositha, pelajar).*

*Covid adalah virus baru yang penyebarannya sangat mudah, penyebarannya lewat udara, jangan bersentuhan, jaga jarak lah. Psbb itu kaya pembatasan jadi kita gaboleh sembarangan keluar dan harus make masker. Sikapnya lebih ke buruk sih apalagi saya kan punya usaha yang bergantung sama orang jadi selama psbb ini pendapatan usahanya jadi berkurang banget (Ranti, Pengusaha).*

Begitu pula informasi yang diperoleh dari media online, pelanggaran PSBB juga masih banyak ditemukan di wilayah Jakarta Timur.

*Wali Kota Jakarta Timur M Anwar mengatakan masih banyak warga yang melanggar aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Jakarta Timur. Berdasarkan hasil evaluasi PSBB di Jakarta Timur, Anwar menjelaskan bahwa sejumlah kios atau toko di berbagai pasar masih beroperasi. Pengendara kendaraan bermotor juga masih banyak ditemukan melanggar aturan PSBB, seperti tidak memakai masker dan sarung tangan (Pahrevi, 2020)*

Oleh karena itu diperlukan strategi komunikasi yang efektif, agar tujuan tercapai.

### **Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Jakarta Timur dalam mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)**

Strategi merupakan sebuah mode (model perencanaan), secara eksplisit dikembangkan manajer dengan mengidentifikasi arah tujuan, kemudian mengembangkan rencana secara sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan. strategi komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima sampai pada efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Adapun yang menjadi tujuan komunikasi adalah informasi yang disampaikan berkaitan kebijakan PSBB diterima dan dipahami oleh masyarakat. Tujuannya agar supaya pesannya sampai. Kalau pesannya tidak sampai ya percuma. Pesan sampai, masyarakat paham sehingga mau melakukan pesan tersebut. Kemudian untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan riset dengan cara membandingkan dengan media nasional dan media komunikasi yang dimiliki kemudian melakukan diskusi untuk membuat perencanaan. Untuk selanjutnya analisis Khayalak dilakukan sebagai penerima pesan komunikasi mengenai PSBB dilakukan berdasarkan pertimbangan kesesuaian antara media dengan kelompok umur penerima pesan, pekerjaan khalayak dan lokasi.

*Sosialisasi kalau dari Sudin Kominfotik kita mengacu kepada Dinas Kominfotik DKI Jakarta. Salah satunya untuk membuat warga se- Jakarta Timur mau mematuhi PSBB sesuai dengan arahan bapak gubernur dan bapak wali kota Jakarta timur. kalau analisis khalayak, kan kita buat strategi nya misalnya seperti kalian yang saya minta kemarin (TikTok) ini untuk anak muda seperti ini, yang lansia seperti ini. Gak mungkin gayanya TikTok. Kita fokus ke jenjang usia bisa juga ke pekerjaan. Jadi, pekerjaan karyawan menggunakan bahasa karyawan. Tukang sapu ya tukang sapu, tidak hanya melihat dari usia melainkan dari sisi pekerjaan juga. Kita mau ke suatu tempat yang kebanyakan misalnya ke anak yatim ngomongnya pasti beda sama yang panti jompo. Cuma tidak terstruktur resmi banget seperti ada materi materi nya. (Staff humas Humas Pemerintah Daerah Jakarta Timur)*

Gaya penyampaian pesan komunikasi yang digunakan dalam menyukseskan Kebijakan PSBB diutamakan secara persuasif namun juga kadang melakukannya dengan memberikan sanksi :

*Kita semua mengharpkan masyarakat bisa patuh secara persuasif. Ketika kita ngomong masyarakat patuh, tetapi setiap orang kan berbeda-beda. Ada yang memang tidak suka, ada yang memang tidak percaya kan masih ada orang yang tidak percaya dengan adanya Covid. Secara persuasive tidak bisa kan level nya naik terus sampai adanya sanksi. Tapi tetep nomor satu tetap persuasive strategi komunikasinya. Memberi pembinaan soal penyadaran kepada masyarakat tentang wabah ini.*

*Sesuai Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 33 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar, dalam penanganan corona virus disease 2019 (covid-19) di provinsi daerah khusus ibukota Jakarta, Pasal 27 disebutkan bahwa “pelanggaran terhadap pelaksanaan PSBB dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan termasuk sanksi pidana. Selama pelaksanaan di lapangan, bentuk sanksi yang sudah diterapkan adalah denda atau sanksi sosial. (Staff humas Humas Pemerintah Daerah Jakarta Timur)*

Pesan dibuat oleh humas dalam hal ini adalah reporter kominfotik untuk kemudian oleh bagian pengelola media social di ambil intisari dari berita yang diliput oleh sudin kominfotik. Kepala humas akan merevisi setiap pesan yang dimuat.

*untuk pesannya yang buat reporter nya bu, jadi pengelola postingan tersebut hanya mengambil beberapa intisari dari berita yang telah diliput oleh sudin kominfotik atas arahan kepala humasnya, apabila ada kesalahan kepala humasnya juga yang melakukan revisi bu. kita juga mengunggah ulang/me-repost setiap ada informasi dari Dinas Provinsi atau Dinas Kesehatan seperti Puskesmas. Nah itulah gunanya kita Sudin Kominfotik sebagai yang memegang kendali di wilayah Jakarta Timur. Kalau di wilayah lain mungkin sama juga seperti itu. Kita menggunakan Bahasa Bahasa yang bisa diterima oleh masyarakat. Jadi, semua pemberitaan dan yang kita unggah ke media sosial ya untuk semua kalangan. Bisa dibaca dan komunikasinya sampai ke semua kalangan mau itu lansia atau bukan. Sehingga semuanya bisa mengerti apa yang kita informasikan di media social. (Staff humas Humas Pemerintah Daerah Jakarta Timur)*

Dengan demikian pemilihan media komunikasi dilakukan berdasarkan pertimbangan karakteristik khalayak peneriman pesan (taktik komunikasi) namun lebih mengutamakan penggunaan media internal dan media social yang mereka miliki.

*Untuk masa pandemic covid-19 semua bentuk sosialisasi diarahkan lewat media online atau pemanfaatan LED atau Videotrone yang ada di titik-titik strategis. Selain kita melakukan sosialisasi di kanal website kita dan media sosial. Selama masa pandemic covid 19 penyampaikan pesan dan informasi ke masyarakat difokuskan melalui daring atau media online. Media Sosial sudah menjadi saluran aspirasi prioritas warga dalam berkomunikasi. Apalagi di Jakarta dimana penggunaan gawai/sistem online sangat tinggi. Jadi Pemerintah memanfaatkan peluang ini dalam memberikan informasi ke masyarakat. (Staff humas Humas Pemerintah Daerah Jakarta Timur)*

Mereka memaksimalkan media social yang mereka miliki untuk menyebarkan informasi. Berikut daftar media social yang dimiliki Sudin Kominfotik :

- Website : Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur  
<https://timur.jakarta.go.id/v19/#new>
- Instagram : Sudin Kominfotik Jakarta Timur [kominfotik\\_jt](#)
- Youtube : Sudin Kominfotik Jakarta Timur  
<https://youtube.com/c/SudinKominfotikJakartaTimur>
- Facebook : Sudin Kominfotik Jakarta Timur <https://www.facebook.com/kominfotikjt/>
- Twitter : Sudin Kominfotik Jakarta Timur [@kominfotik\\_jt](#)

*Ini yang selama ini kita pakai. Kita berjejaring dengan semua media media yang ada di UKPD yang ada. Jadi, silahkan share share share. Jangan mengandalkan satu akun, karena semakin banyak akun yang share semakin bagus. Itu prinsip jejaring yang kita pakai. Jadi semua kan punya follower masing masing, misalnya saya followernya sepuluh ribu yang lain cuma lima ratus follower nya, kalau ditambah tambahkan kan*

*bisa ratusan ribu. Jadi kita ego sektoralnya di turunkan, kita utamakan tujuan dari informasi yang kita sampaikan itu tujuannya apa. Kita semua organisasi dibawah pemerintah ini mendukung. kita sesuai arahan tugas pokok dan fungsi dan arahan dari pimpinan atau dari dinas kominfotik provinsi DKI Jakarta. Kita memang karena kanalnya berita dan media sosial pemerintah, ya kita pastinya selalu mendukung apa saja yang dilakukan oleh pemerintah kota ataupun pemerintah provinsi DKI Jakarta. (Staff humas Humas Pemerintah Daerah Jakarta Timur)*

Untuk mengetahui apakah tujuan komunikasi tercapai, mereka melakukan monitoring dan evaluasi strategi komunikasi yang digunakan.

*Iya kita selalu ada evaluasi, setiap bulan kita lakukan kenapa twitter ini tidak terlalu banyak respon. Mungkin model bahasanya yang tidak cocok atau apa. Jadi ini selalu kita evaluasi terus tanpa ada ujungnya supaya mencapai hasil yang maksimal. Itu sebenarnya Evaluasi nya setelah adanya unggahan media sosial. Kita mempunyai editor yang mengevaluasi hasil berita yang telah diliput sebelumnya. Soalnya kita disini hanya pemberitaan. Jadi tidak ada evaluasi yang lebih detail, tidak seperti media biasa. Tetapi kalau memang ada kesalahan saat unggahan tersebut sudah masuk ke media sosial, pimpinan langsung merubah postingan tersebut dan langsung diserahkan kepada Editor untuk di tinjau kembali. Jadi kita punya Editor, setelah naik ke media sosial baru nantinya akan di evaluasi oleh pimpinan. (Staff humas Humas Pemerintah Daerah Jakarta Timur)*

## **Pembahasan**

Salah satu fungsi humas pemerintah secara umum adalah memberi pelayanan informasi kepada publik dan menyediakan informasi tentang kebijakan dan program agar pemahaman setiap langkah, tindakan, program dan kebijakan bisa dicapai maka masyarakat akan ikut mendukung dan melaksanakannya. Penolakan terhadap program pemerintah biasanya lebih banyak disebabkan karena informasi yang tidak memadai serta tidak adanya ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat

Begitu pula dengan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai salah satu kebijakan untuk mencegah semakin meluasnya penyebaran penyakit kedaruratan kesehatan masyarakat yang sedang terjadi antar orang di suatu wilayah tertentu. Pada rapat Kabiet terbatas, 31 Maret 2020 PSBB dipilih oleh pemerintah pusat sebagai salah satu upaya memerangi virus corona di Indonesia.

Kebijakan ini perlu disosialisasikan agar tujuan tercapai. Dalam hal ini adalah untuk mencegah semakin meluasnya penyakit COVID 19 yang disebabkan oleh virus corona.

Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur sebagai bagian dari Pemerintah Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melakukan sosialisasi untuk menerapkan kebijakan yang dibuat oleh tingkat Provinsi .yang dilakukan oleh Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Timur.

Berikut strategi komunikasi yang dilakukan Sudin Kominfotik Kota Administrasi Jakarta Timur. Komunikasi adalah proses mengirimkan dan menerima pesan. Komunikasi dikatakan efektif bila pesan dimengerti dan menimbulkan tindakan atau cara berpikir pada penerima pesan. Middleton (1980) dalam Cangara (2014) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima sampai pada efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Terdapat beberapa langkah-langkah yang harus diperhatikan dalam pembuatan strategi komunikasi, yaitu: 1) Komunikator. Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi sehingga harus memiliki kredibilitas tertentu, daya Tarik dan memiliki kekuatan. 2) Menetapkan target sasaran 3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi. Pesan dalam konteks ini bisa berupa pesan yang bersifat informatif, persuasif maupun mendidik. 4) Pemilihan media atau saluran komunikasi (Cangara, 2014).

### **Komunikator**

Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama dianggap bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang menjadi komunikator dalam hal ini adalah Suku Dinas Kominfotik Kota Administrasi Jakarta Timur dipimpin oleh seorang Kepala Suku Dinas yang secara teknis dan administrasi berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas, serta secara operasional dikoordinasikan oleh Wali Kota. Suku Dinas Koinfo dan Statistik Kota Administrasi mempunyai tugas melaksanakan urusan komunikasi dan informatika, statistik, dan persandian di wilayah Kota Administrasi Jakarta Timur yang tentu saja memiliki kredibilitas di mata masyarakat khususnya masyarakat Jakarta Timur karena kedudukannya dalam pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur dibawah Walikota. Seringkali seseorang akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya.

### **Target Sasaran**

Menetapkan target sasaran dan memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, masyarakat menentukan berhasil atau tidaknya suatu program, sebab sebanyak apapun biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan untuk memengaruhi masyarakat, namun jika masyarakat tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.

Adapun yang menjadi target sasaran adalah masyarakat Kota Administrasi Jakarta Timur khususnya. Suku Dinas Kominfotik Kota Administrasi Jakarta Timur, karena Kebijakan PSBB ini menjadi tanggung jawab semua pihak dan harus didukung oleh semua pihak termasuk masyarakat, karena jika masyarakat tidak mendukung, maka COVID 19 tidak akan selesai. Selanjutnya mereka akan menganalisis khalayak menggunakan aspek sosiodemografik yakni berdasarkan preferensi pilihan media dan usia. Misalnya untuk kaum muda menggunakan media TIKTOK yang tengah menjadi trend dikalangan kaum muda. Sedangkan untuk kelompok masyarakat lain akan digunakan media lain seperti website dan media sosial lainnya.

### **Pesan**

Pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan sangat bergantung pada program yang ingin disampaikan. Pengelolaan dan penyusunan pesan dapat berjalan efektif, dengan memerhatikan sifat pesan dapat berupa pesan yang bersifat informatif, pesan yang bersifat persuasif, pesan yang bersifat mendidik (edukatif). Pesan yang dirumuskan dalam rangka implementasi Kebijakan PSBB yang dilakukan Sudin Kominfotik diutamakan secara persuasive. Namun pada pesan tersebut juga disampaikan pemberian sanksi berupa pemberi pembinaan soal penyadaran kepada masyarakat tentang wabah ini. Hal ini sesuai Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 33 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar, dalam penanganan corona virus disease 2019 (covid-19) di provinsi daerah khusus ibukota Jakarta, Pasal 27 disebutkan bahwa “pelanggaran terhadap pelaksanaan PSBB dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan termasuk sanksi pidana. Selama pelaksanaan di lapangan, bentuk sanksi yang sudah diterapkan adalah denda atau sanksi sosial.

Pesan dibuat oleh humas dalam hal ini adalah reporter kominfotik untuk kemudiaatas arahan kepala humas, oleh bagian pengelola media social di ambil intisari dari berita yang diliput oleh sudin kominfotik. Kepala humas akan merevisi setiap pesan yang dimuat. Mereka juga mengunggah ulang/me-repost setiap ada informasi dari Dinas Provinsi atau Dinas Kesehatan seperti Puskesmas karena Sudin Kominfotik sebagai yang memegang kendali di wilayah Jakarta Timur. Dan ini juga berlaku di wilayah lain. Sedangkan dalam merumuskan pesan untuk masyarakat mereka menggunakan Bahasa Bahasa yang bisa diterima oleh masyarakat. Jadi, semua pemberitaan dan mereka unggah ke media sosial dapat dibaca oleh semua kalangan.

## Media

Memilih media dan saluran komunikasi Pemilihan media harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Isi pesan maksudnya adalah kemasan pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan untuk komunitas tertentu. Pengetahuan mengenai kepemilikan media di kalangan masyarakat juga harus diketahui lebih dahulu berdasarkan riset yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk masa pandemic Covid-19 semua bentuk komunikasi diarahkan melalui media online yang mereka miliki seperti kanal website, media social atau pemanfaatan LED atau Videotrone yang ada di titik-titik strategis, sehingga tidak terjadi kerumunan seperti pada kegiatan penyuluhan tatap muka. Apalagi media Sosial sudah menjadi saluran aspirasi prioritas warga dalam berkomunikasi. Apalagi di Jakarta dimana penggunaan gawai/sistem online sangat tinggi. Jadi Pemerintah memanfaatkan peluang ini dalam memberikan informasi ke masyarakat. Hal ini sesuai arahan tugas pokok dan fungsi dan arahan dari pimpinan atau dari dinas kominfotik provinsi DKI Jakarta.

## Efek

Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni memengaruhi target khalayak. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Adapun yang menjadi tujuan pesan adalah agar seluruh masyarakat mendukung Kebijakan PSBB agar Covid tidak terus menyebar. Jadi semua pihak bertanggung jawab atas PSBB.

Untuk mengetahui apakah tujuan komunikasi tercapai, mereka melakukan monitoring dan evaluasi strategi komunikasi yang digunakan. Evaluasi dilakukan setiap bulan. Evaluasi dilakukan dengan melihat respon masyarakat di media sosial. Pada tingkatan ini, diketahui apakah khalayak sasaran tertera informasi tau tidak.

Setelah menilai berdasarkan respon di media social, Sudin Kominfotik akan merevisi hal hal yang dinilai menjadi permasalahan misalnya faktor bahasa nya kah yang tidak cocok atau factor lain. Mereka melakukan evaluasi agar mencapai hasil yang maksimal. Evaluasi dilakukan setelah adanya unggahan media sosial. Editor yang mengevaluasi hasil berita yang telah diliput sebelumnya. Tetapi kalau memang ada kesalahan saat unggahan tersebut sudah masuk ke media sosial, pimpinan Sudin Kominfotik langsung merubah postingan tersebut dan langsung diserahkan kepada Editor untuk di tinjau kembali.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dibuat oleh Suku Dinas Komunikas , Informatika dan Statistik Wilayah Kota Administrasi Jakarta Timur dalam mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah: Strategi komunikasi persuasif, pesan diutamakan secara persuasif. Namun pada pesan tersebut juga disampaikan pemberian sanksi berupa pemberi pembinaan soal penyadaran kepada masyarakat tentang wabah ini. Hal ini sesuai Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 33 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar, dalam penanganan corona virus disease 2019 (covid-19) di provinsi daerah khusus ibukota Jakarta, Pasal 27 disebutkan bahwa “pelanggaran terhadap pelaksanaan PSBB dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan termasuk sanksi pidana. Selama pelaksanaan di lapangan, bentuk sanksi yang sudah diterapkan adalah denda atau sanksi sosial.

Strategi komunikasi tersebut di masa pandemic Covid-19 diarahkan melalui media online yang mereka miliki seperti kanal website, media social atau pemanfaatan LED atau Videotrone yang ada di titik-titik strategis, sehingga tidak terjadi kerumunan seperti pada kegiatan penyuluhan tatap muka. Apalagi media Sosial sudah menjadi saluran aspirasi prioritas warga dalam berkomunikasi dan penggunaan gawai/sistem online sangat tinggi. Jadi Pemerintah memanfaatkan peluang ini dalam memberikan informasi ke masyarakat. Hal ini sesuai arahan tugas pokok dan fungsi dan arahan dari pimpinan atau dari dinas kominfotik provinsi DKI Jakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azanella, L. A. (2020, April 13). *Apa Itu PSBB hingga Jadi Upaya Pencegahan Covid-19?* <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/13/153415265/apa-itu-psbb-hingga-jadi-upaya-pencegahan-covid-19?page=all>
- Azizah, K. N. (2020). *Kilas Balik Aturan PSBB di DKI Jakarta hingga Tarik Rem Darurat*. Detik Health. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5167570/kilas-balik-aturan-psbb-di-dki-jakarta-hingga-tarik-rem-darurat/2>
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Daftar Regulasi Pembatasan Sosial Berskala Besar Provinsi DKI Jakarta*. (2020). <https://covid19.go.id/p/regulasi/daftar-regulasi-pembatasan-sosial-berskala-besar-provinsi-dki-jakarta>
- Glen M. Broom, C. & C. (2009). *Effective Public Relations* (10th ed.). Pearson International Edition.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana.

- Pahrevi, D. (2020). *Evaluasi PSBB di Jakarta Timur, Wali Kota: Masih Ditemukan Berbagai Pelanggaran Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Evaluasi PSBB di Jakarta Timur, Wali Kota: Masih Ditemukan Berbagai Pelanggaran"*, Klik untuk baca: <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/05/08/20464271/evaluasi-psbb-di-jakarta-timur-wali-kota-masih-ditemukan-berbagai>
- Prinsip PSBB: sebisanya tetap berada di rumah...* (2020). <https://covid19.go.id/storage/app/media/Regulasi/2020/September/KebijakanPembatasanAktivitaspadaPSBB.pdf>
- PSBB Kembali Berlaku, Wali Kota Jakarta Timur Perketat Pengawasan.* (n.d.). Retrieved February 8, 2021, from <https://timur.jakarta.go.id/v19/news/Pemerintahan/7183/PSBB-Kembali-Berlaku,-Wali-Kota-Jakarta-Timur-Perketat-Pengawasan>
- Rachma Sari, H. (n.d.). *Hari Ini, Jakarta Timur Penyumbang Kasus Covid-19 Tertinggi di DKI.* Retrieved February 10, 2021, from <https://www.merdeka.com/jakarta/hari-ini-jakarta-timur-penyumbang-kasus-covid-19-tertinggi-di-dki.html>
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh dan Analisis Statistik.* Rosda Karya.
- Sedarmayanti. (2018). *Komunikasi Pemerintahan.* PT. Refika Aditama.
- Stellarosa, Yolanda and Iwanti, D. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI IKATAN WANITA GEMUK INDONESIA SEBAGAI WADAH MOTIVASI WANITA PLUS SIZE. *Communicology : Jurnal Ilmu KOMunikasi*, Vol. 5 No. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/communicology.051.03>
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations : Perkembangan dan Praktik di Indonesia.* Prenada.
- Widodo, Aan, and D. A. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Bekasi Smart City. *ETTISAL , Journal of Communication*, Vol. 5 No.(Jurnal Komunikasi), 79–89. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v5i1.3454>
- Wiranti, Ayun, and S. and, And, K., & Wulan. (2020). DETERMINAN KEPATUHAN MASYARAKAT KOTA DEPOK TERHADAP KEBIJAKAN PEMBATASAN SOSIAL BERSKALA BESAR DALAM PENCEGAHAN COVID-19 DETERMINANTS OF DEPOK CITY COMMUNITY COMPLIANCE WITH LARGE-SCALE SOCIAL RESTRICTIONS POLICY IN PREVENTION OF COVID-19. *JURNAL KEBIJAKAN KESEHATAN INDONESIA : JKKI*, Vol. 09 No(Kesehatan), 117–124. [https://amdal.menlhk.go.id/klh/admin/assets/uploads/kegiatan/surat\\_pengumuman-98820201120075632.pdf](https://amdal.menlhk.go.id/klh/admin/assets/uploads/kegiatan/surat_pengumuman-98820201120075632.pdf)
- Yin, R. K. (2019). *Studi kasus.* Raja Grafindo Persada.