

## Strategi Komunikasi Kebencanaan Pemerintah Kabupaten Kuningan dalam Situs Kuningankab.Go.Id mengenai Pandemi Covid-19

Fairila Dwi Rachmauli\*, Nova Yuliati

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*fairiladwir@gmail.com, nova\_yuliati@yahoo.com

**Abstract.** Cited from bnpd.go.id under the World Health Organization (WHO), which stated that disease caused by coronavirus is a pandemic categorized as a non-nature disaster. Kuningan District is one of the areas that affected after thousands of travelers came invasive this district. Until March 2021, it had been noted that there had been 998 people who were positive covid. Website is one of the online media which Kuningan District's government uses to optimize information spreading. This research title is "Disaster Communication Strategy Based on Digital Public Relations (Descriptive Study of Kuningan District's government on kuningankab.go.id cite about covid-19 pandemic. This research aims to discover relations, reputation, and relevance constructed by Kuningan District's government on kuningankab.go.id cites about covid-19 pandemic. The method used in this research is the descriptive quantitative method. Data was gained for this research from interviews, literature studies, and documents. The results obtained from this research are that Kuningan District's government strategy in constructing relations, reputation, and relevance on kuningankab.go.id about covid-19 information is by using advertisement in the form of an invitation to obey the health's protocol, providing access of citizens' responses by official email, and cooperation and coordination. Then, information which is spread should be effective and efficient so the citizens can trust that. Last, the information stated should suit what the citizens need and the government's target by several stages of the process.

**Keywords:** *Strategy, communication, disaster communication, Digital Public Relations.*

**Abstrak.** Dikutip dari bnpd.go.id sesuai pernyataan World Health Organization (WHO), menyatakan bahwa penyakit yang disebabkan oleh virus corona merupakan pandemi yang termasuk dalam kategori bencana nonalam. Kabupaten Kuningan adalah salah satu kawasan yang terkena dampak setelah ribuan pemudik berdatangan memasuki kabupaten ini. Hingga bulan Maret 2021, sudah tercatat sebanyak 998 orang yang dinyatakan positif. Website merupakan salah satu media online yang digunakan oleh pemerintah Kabupaten Kuningan untuk mengoptimalkan penyebaran informasi. Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi Kebencanaan Berbasis Digital Public Relations (Studi Deskriptif Pemerintah Kabupaten Kuningan dalam situs kuningankab.go.id mengenai Pandemi Covid-19). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui relations, reputation, relevansi yang dibangun pemerintah Kabupaten Kuningan pada situs kuningankab.go.id mengenai pandemi Covid-19. Metode yang digunakan penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data penelitian ini didapat melalui wawancara, studi pustaka, dan dokumen. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa strategi pemerintah Kabupaten Kuningan dalam membangun relations, reputation, dan relevance pada situs kuningankab.go.id mengenai informasi covid-19 melalui iklan berupa ajakan mematuhi protokol kesehatan, menyediakan akses tanggapan masyarakat melalui email resmi, dan kerjasama juga koordinasi. Lalu, informasi yang disebarluaskan harus efektif dan efisien agar dipercayai masyarakat dengan tampilan yang meyakinkan dan berbeda dari website media online lainnya. Dan terakhir, informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan target pemerintah dengan cara beberapa proses tahapan.

**Kata Kunci:** *Strategi, Komunikasi, komunikasi bencana, digital public Relations.*

## A. Pendahuluan

Mendengar kata bencana merupakan peristiwa karena disebabkan, maupun dalam faktor alam atau non alam. Peristiwa bencana yang berlebihan biasanya mempengaruhi kehidupan yang buruk di area yang terkena efek. Sehingga sangat merugikan kehidupan masyarakat mulai dari kehilangan harta dan benda hingga korban jiwa manusia. Bencana merupakan kejadian yang tidak bisa dilihat secara nyata kapan terjadinya. Sebagai manusia hanya bisa mengetahui gejala awal dan memprediksinya saja. Oleh karena itu, kejadian bencana secara rinci hanya terletak pada prediksi manusia. Namun, gejala awal bencana bisa diidentifikasi, setidaknya dapat dikelola dengan strategi komunikasi yang baik sehingga dampaknya dapat dikendalikan, dalam proses penanggulangannya terdapat rencana mitigasi yang merupakan rangkaian usaha untuk pengurangan risiko bencana. Berupa pembangunan fisik dan kesadaran serta peningkatan kapasitas dalam menghadapi bencana (Safitri *et al.*, 2020).

Sesuai Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 Tentang Pencegahan Bencana, bencana dibagi menjadi tiga bagian; bencana alam, bencana non alam dan bencana sosial. Terdapat dua cara untuk mendukung penanggulangan bencana agar mengurangi resiko bencana yaitu; *soft power* dan *hard power*. *Soft power* merupakan persiapan kepada masyarakat berupa penyebaran dan pemberian informasi berupa sosialisasi mengenai bencana (Suherman 2018). Pemberian informasi tentang bencana alam maupun nonalam yang terjadi menjadi salah satu kunci penting dalam penanggulangan kebencanaan.

Berbicara mengenai bencana, sudah hampir satu tahun Dunia ini sedang mengalami bencana global yaitu pandemic *Corona disease* 19 (Covid-19). Virus ini awal beredar dari Wuhan China pada akhir tahun 2019 tepatnya dibulan November. Pandemi ini disebabkan dari virus Corona. Pada bulan Maret 2020 Covid-19 menjadi Pandemi diseluruh dunia, termasuk Indonesia. Pandemi ini merupakan wabah yang diartikan sebagai penyakit bahaya karena menyebar dengan cepat lalu berujung kepada kematian (Fakhruroji *et al.*, 2020). Menurut WHO-Indonesia (2020) gejala covid-19 diantaranya: demam, flu, batuk, sakit tenggorokan, diare, sesak nafas, kehilangan indera rasa, dan ruam kulit. (Fadhil, 2020).

Dikutip dari [bnpd.go.id](http://bnpd.go.id) sesuai pernyataan World Health Organization (WHO) penyakit corona virus merupakan tingkat Pandemi sebagai bencana non alam, yang berarti adanya rangkaian kejadian nonalam seperti gagalnya modernisasi, gagal teknologi, epidemi dan wabah penyakit. Data berikut diambil dari [kompas.com](http://kompas.com) hingga saat ini ada sebanyak 114.972.801 (114 juta) kasus yang terkonfirmasi Covid-19 di Dunia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 90.665.812 (90 juta) pasien telah pulih, dan 2.549.393 orang meninggal dunia. Kasus aktif hingga saat ini sebanyak 21.757.596 dengan rincian 21.667.226 pasien kondisi ringan dan 90.370 dengan situasi yang serius. Melainkan data yang terkonfirmasi di Indonesia sendiri selama satu tahun terjadinya Pandemi sebanyak 1.353.834 kasus positif, 1.169.916 negatif, dan 36.721 kasus meninggal ([covid19.go.id](http://covid19.go.id)).

Sudah tersebar nya Covid-19 hampir di semua Kota/Kabupaten yang berada di Indonesia, salah satunya daerah Jawa Barat tepatnya di Kabupaten Kuningan juga ikut terkena menjadi area yang terdampak. Bahkan di bulan April 2020 peningkatan pasien terkonfirmasi positif di Kuningan terus bertambah, hal itu di karenakan banyaknya perantau asal Kabupaten Kuningan yang pulang kampung dari zona merah. Enam bulan bencana pandemic covid-19 berada di Indonesia, Kabupaten Kuningan sendiri terus meningkat kasus positif. Melihat kejadian ini, Kabupaten Kuningan telah menjadi daerah Zona Merah diakibatkan banyaknya pendatang dari Luar Kota.

Maka dari paparan diatas, perlu adanya komunikasi mengenai bencana secara efektif yang melibatkan teknologi dan informasi dari pihak Pemerintah untuk masyarakat guna memperoleh informasi mengenai tempat kejadian, jumlah korban, dan data korban. Namun, bidang komunikasi mengenai bencana belum sangat populer dan baru saja memerhatikan tentang ini sejak kejadian gempa dan tsunami di Aceh tahun 2004 lalu (Tamitiadini *et al.*, 2019). Perlu diketahui bahwa semua ini memerlukan strategi komunikasi yang baik, sehingga semua dampak bisa dikendalikan. Salah satunya melakukan mitigasi risiko dampak Pandemi Covid-19 sebagai tindakan utama agar dipikirkan dan dilakukan kepada masyarakat yang beraktifitas pada daerah rawan penularan covid-19. Maka, seperti apa usaha pemerintah maupun pihak terkait

untuk mewaspadai bahwa terdapat bencana ini yaitu melakukan penyampaian informasi awal masalah juga bahaya penularan covid-19

Perkembangan teknologi di Era digital sekarang banyak memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi penting mengenai bencana yang akan mendukung efisiensi penanggulangan bencana (Astera dalam Nurjannah et al., 2019). Dikutip dari Kompas menurut Pour adanya berbagai macam media baru itu membuat dunia tak lagi dibatasi sekat-sekat jarak, ruang dan waktu, bahkan status. Setiap orang memiliki peluang untuk berkomunikasi tanpa batas (Prasanti & Fuady, 2017). Maka, dengan media digital mereka bisa mendapatkan informasi yang jelas dan kapan saja.

*Webside* merupakan salah satu media online yang hampir semua masyarakat bisa melihat dan menggunakannya. Dimulai dari akademisi, praktisi media massa, perusahaan, hingga Instansi Pemerintah. Bagi mereka, kegunaan *websites* ini sebagai ajang promosi, alat penjualan hingga kepada pemberian *information* mengenai terkaitnya lembaga atau instansi mereka sendiri. Sama halnya dengan pemanfaatan media *digital Public Relations* oleh pemerintah di Kabupaten Kuningan yang sudah menggunakan situs web dan masih tetap konsisten, bahkan lebih memprioritaskan media *online website* pada [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) sebagai penyebaran informasi yang jauh lebih kredibel, terpercaya, dan cepat publikasikannya

Apabila dibandingkan situs web lainnya yang berasal dari Kabupaten Kuningan, hanya terdapat di [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) selalu menampilkan informasi positif. Setelah melihat pemaparan di atas maka penulis tertarik ingin mengetahui mengenai “Strategi komunikasi kebencanaan berbasis digital Public Relations” khususnya dalam menginformasikan pada situs *websites* [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) mengenai bencana Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kuningan.

Dari penjelasan diatas, maka yang jadi focus penelitian ini adalah “bagaimana strategi komunikasi kebencanaan Pemerintah Kabupaten Kuningan pada situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) mengenai pandemic Covid-19?” dengan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui relations yang dibangun dengan audiens berkaitan informasi kebencanaan dalam situs [Kuningankab.go.id](http://Kuningankab.go.id) Pemerintah Kabupaten Kuningan dalam mengelola situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) mengenai kebencanaan pandemic Covid-19
2. Untuk mengetahui reputasi online yang dibangun Pemerintah Kabupaten Kuningan dalam situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) mengenai komunikasi kebencanaan pandemic Covid-19
3. Untuk mengetahui relevansi Pemerintah Kabupaten Kuningan pada informasi di situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) mengenai komunikasi kebencanaan pandemic covid-19 agar sesuai target masyarakat.

## B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan studi deskriptif dengan data kualitatif. Penelitian kuantitatif deskriptif yaitu menggambarkan, menjelaskan, atau meringkas berbagai keadaan, kondisi, fenomena atau berbagai variabel penelitian dari kejadian sebagaimana adanya yang dapat diambil, diwawancara, diobservasi, serta yang diungkapkan melalui bahan documenter. Penelitian deskriptif bisa digunakan pada metode kuantitatif ataupun kualitatif (Bungin, 2005:48).

Digital *Public Relations* atau dapat disebut juga sebagai *Cyber PR* memiliki ide terbaru yang digunakan dalam pengelolaan reputasi perusahaan. Ini merupakan salah satu kegiatan dari hubungan masyarakat dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Secara arti, *Cyber Public Relations* merupakan kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media internet, melalui kegiatan publikasi sampai customer relations management. Jadi *Cyber Public Relations* merupakan aplikasi atau penerapan dari perangkat ICT (Information and Communication Technologies) bagi keperluan public relations (Basit & Rahmawati, 2018).

Acuan Teori yang digunakan pada penelitian ini diambil menurut Onggo (2004) (dalam Basit & Rahmawati, 2018) kegiatan *Cyber Public Relations* dapat menghasilkan apa yang disebut 3R bagi organisasi/perusahaan: (1) relations, yaitu dapat berinteraksi dengan berbagai target audien guna membangun hubungan dan citra perusahaan; (2) reputasi, yaitu aset paling penting dalam bisnis. E-PR adalah seni membangun reputasi online secara berkesinambungan; dan (3) relevansi, yaitu mengupayakan kegiatan insiatif PR secara online dapat relevan dengan

target publik korporat.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Relasi yang dibangun Pemerintah Kabupaten Kuningan berkaitan informasi Pandemi Covid-19 dalam situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id)

Menurut Onggo (2004) (dalam Basit & Rahmawati, 2018) kegiatan *Cyber Public Relations* atau yang biasa disebut *E-PR* bisa menghasilkan salah satunya ialah *Relations*. *Relations* pada *E-PR* yaitu dapat berinteraksi dengan berbagai target audiens guna membangun hubungan atau citra. Sama halnya dengan Pemerintah Kabupaten Kuningan khususnya peran Humas dalam digital melalui situs website resmi [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) khususnya mengenai kebencanaan Pandemi Covid-19 bisa membangun hubungan yang baik kepada masyarakat dengan memberi himbauan berupa penyampaian informasi sebagai salah satu cara mitigasi bencana.

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) sebagai instansi pengelola website [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) menjalani *relations* dengan masyarakat memiliki Cara diantaranya adanya iklan yang ditampilkan pada website dengan berisinya himbauan berupa ajakan kepada masyarakat untuk bisa mematuhi protokol kesehatan 5M, yaitu; memakai memakai masker, mencuci tangan pakai sabun, menjaga jarak, menghindari kerumunan, dan membatasi mobilitas. Ada pula ajakan kepada masyarakat agar mengikuti vaksinasi dengan tujuan untuk melindungi diri, keluarga dan sesama. Selain itu pada website resmi [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) Pemerintah Kabupaten Kuningan menyediakan fitur akses masyarakat untuk memberi tanggapan berupa kritik dan saran seperti rubric atau biasa disebut buku tamu. Selain itu menyediakan email resmi untuk masyarakat yang ingin menanyakan informasi yang kurang jelas. Akses keduanya bersifat tertutup tidak seperti fitur komentar yang bisa dilihat oleh siapa saja.

Menurut Gruning (2009:13) yang telah paparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya menjelaskan bahwa *new media* digunakan oleh praktisi *public relations* untuk kepentingan-kepentingannya, seperti; melakukan program-program komunikasi yang meliputi program media relations, hubungan pelanggan, hubungan rekan kerja, hubungan komunitas, hubungan anggota organisasi non profit, hubungan para donor, alumni, dan berhubungan dengan pemerintah. Maka dalam memberi informasi di website resmi, Pemerintah Kabupaten Kuningan bekerja sama dengan berbagai instansi lainnya, diantaranya; Dinas Kesehatan sebagai instansi yang berkecimpung sebagai tenaga medis dan garda terdepan pada masa Pandemi ini, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) sebagai Satuan Gugus Depan Covid-19 di Kabupaten kuningan, Dinas Sosial sebagai instansi bantuan masyarakat, TNI, Polri dan Satpol PP untuk pengamanan dikala adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Tujuan dari adanya kerja sama dengan instansi lain, karena untuk mendapatkan informasi harus melibatkan instansi yang sesuai tugas dan fungsi dalam penanganan Pandemi Covid-19 ini. Maka, jika ada masyarakat yang bertanya, sebelum Diskominfo menjawab terlebih dahulu menarritahu kepada instansi yang terkait agar mendapatkan informasi yang akurat.

Dalam mendapatkan informasi mengenai covid-19 di Kabupaten Kuningan untuk bisa mempublikasi di website [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) melakukan terjun langsung ke lapangan pada saat adanya kegiatan Pimpinan Daerah. Namun, apabila informasi tersebut yang didapat merasa kurang perlu adanya proses koordinasi dengan Dinas yang terkait. Biasanya proses koordinasi dilakukan dengan menanyakan melalui pesan yang dikirim via *WhatsApp* atau mewawancarai secara langsung. Bahkan terkadang adanya rapat melalui *zoom meeting*.

Menyebutkan salah satu fungsi dari Humas Pemerintah menurut Ruslan dalam (Musi, 2020: 38) yaitu menyebarkan informasi mengenai kebijakan-kebijakan dan program-program yang Pemerintah berikan kepada masyarakat, Dinas Komunikasi dan Informatika mengikuti kegiatan rapat bersama Forum Koordinasi Pimpinan Daerah (Forkopimda) yang terdiri dari Ketua Dewan, TNI, Polri, Satgas Covid-19, Kejaksaan dan Pengadilan Negeri. Dalam forum ini membahas mengenai kebijakan Pemerintah terkait mengenai PPKM, Kondisi Covid-19 di Kabupaten Kuningan dan langkah-langkah penanganannya. Maka semua hasil dari keputusan Forkopimda pasti akan disebarluaskan melalui website resmi [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) khususnya mengenai Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kuningan.

### **Reputasi Online yang Dibangun Pemerintah Kabupaten Kuningan dalam Situs kuningankab.go.id Mengenai Komunikasi Kebencanaan Pandemic Covid-19**

Pada hasil kegiatan *Digital Public Relations* yang kedua menurut Onggo, ialah menghasilkan reputasi, dengan seni membangun repuasi online secara berkesinambungan. yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) mengikuti kegiatan Pimpinan Daerah. Kegiatan tersebut berupa kegiatan Bupati, Wakil Bupati dan Sekretaris, lalu mempublikasikannya pada website. Dilihat dari Visi Diskominfo Kabupaten Kuningan ialah “Menuju Masyarakat yang Informatif” dan misi nya “Meningkatkan pelayanan dan penyebarluasan Informasi secara efektif dan efisien”, dengan seperti itu, adanya rasa tanggung jawab terhadap informasi yang didapat untuk disebarakan secara cepat dan benar.

Adapun Humas Pemerinta Kabupaten Kuningan pada website kuningankab.go.id selalu memberi informasi setiap hari secara konsisten. Lalu, Disamping itu jika dilihat pada layar depan website, mereka sudah memberi identitas agar pembaca mempercayainya, dengan cara adanya beberapa fitur untuk bisa mencaritahu mengenai tentang Kabupaten Kuningan, diantaranya; sejarah, visi misi, lambang daerah, letak geografis dan lain-lain. Bahkan adanya foto Bapak Bupati dan Wakil Bupati Kuningan. Untuk mengenai Pandemi covid-19 sendiri, terdapat iklan yang bisa mengakses ke situs covid19.kuningankab.go.id jika pembaca mengklik pada bagian iklan yang didepan. Pada situs tersebut adanya informasi mengenai covid-19 di Kabupaten Kuningan secara khusus. Lalu, dibawahnya terdapat berita-berita terbaru yang baru saja dipublikasikan setiap harinya, terdapat Berita Daerah dan Berita Pemerintah. Pada Halaman situs depan posisi sedikit lebih kebawah terdapat tabel yang merupakan *update* perkembangan jumlah pasien covid-19 di Kabupaten Kuningan, ini merupakan inovasi yang berbeda dibandingkan situs media online lainnya. Agar masyarakat yang mengunjungi mudah untuk lebih mengetahui perkembangan pasien.

Menurut Cutlip (2006: 228) mengemukakan adanya perubahan pada public relations atas kehadiran media ini adanya keuntungan yaitu mampu untuk memberikan akses langsung dan cepat kepada khalayaknya karena lebih unggul dari media konvensional (Pienrasmi, 2015). Sama halnya dengan Diskominfo yang berwenang sebagai Humas Pemerintah Kabupaten Kuningan mengusahakan bahwa situs kuningankab.go.id harus bisa menjadi sumber utama informasi yang bisa dipercayai masyarakat. Dengan cara; mengunggah kabar paling pertama dan lebih cepat dari pada media *online* lain mengenai berita kegiatan pada hari itu juga. Lalu, tidak menyebarkan berita yang negative dengan kata-kata yang ambigu bahkan sampai adanya perspektif yang buruk terhadap informasi Pimpinan Daerah. Sedangkan contoh berita mengenai Pandemi covid-19 sedniri yaitu selalu menggunakan kalimat himbauan kepada masyarakat untuk menydari akan hal nya Pandemi ini.

Setiap informasi yang diunggah diyakini dengan cara menampilkan bukti dokumentasi berupa hasil foto yang terbaik, Jika ada Surat Edaran yang harus disebarakan sebagai informasi, maka akan diunggah pada situs kuningankab.go.id. Isi pesan yang disampaikan berupa data yang fakta sesuai dilapangan, tidak akan pernah pula untuk memposting berita *hoax* atau menjelek-jelekan dan terdapat kutipan-kutipan apa yang dibicarakan oleh Pimpinan Daerah. Setiap berita yang di informasikan pada website, selalu mereka cantumkan identitas bidang diskominfo yang sudah menulis berita tersebut yang diletakkan di ujung berita.

Dari semua yang sudah ditampilkan pada situs kuningankab.go.id, dengan itu membuktikan cara Pemerintah Kabupaten Kuningan membangun reputasi pada website resmi. Maka, masyarakat yang membaca dan mengunjungi akan mudah percaya dan memberi kesan baik terhadap apa yang telah disampaikan. Hal ini dibuktikan juga dilihat dari Google Analytics yang Diskominfo bisa memantaunya. Google Analytic adalah layanan dari google secara gratis yang bisa melihat data statistic pengunjung situs website. Bahkan dengan menggunakan layanan tersebut terbukti bahwa situs kuningankab.go.id memang setiap harinya banyak sekali masyarakat diluar Kabupatem Kuningan yang sudah mengunjungi website tersebut.

### **Informasi Relevan Pemerintah Kabupaten Kuningan yang Dilakukan Pada Situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) mengenai Pandemi Covid-19 agar Sesuai Target Masyarakat**

Terakhir, pada kegiatan digital Public relations menurut Onggo menghasilkan relevansi, yaitu mengupayakan kegiatan insiatif PR secara online dapat relevan antar ide, keinginan perusahaan, media online dan target perusahaan. Melainkan pada Pemerintah Kabupaten Kuningan sendiri, mempunyai keinginan untuk bisa semua informasi sampai kepada masyarakat sesuai targetnya. Adapun beberapa tahapan proses untuk bisa memberi informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan keinginan perusahaan sebagai mitigasi pandemic covid-19.

Umar (2001) mendefinisikan strategi yaitu proses penentuan rencana pemimpin senior. Rencana tersebut berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan mempersiapkan atau melakukan upaya untuk mencapai tujuan (Herfita et al., 2017). Sama halnya dengan Humas Pemerintah Kabupaten Kuningan untuk bisa menyampaikan pesan pada website mengenai pandemic covid-19 dan sesuai tujuan juga target mereka dalam penanganan mitigasi bencana. Dengan memiliki tahapan proses yaitu;

Tahapan pertama, Bidang Informasi dan Komunikasi Publikasi (IKP) yang memiliki tugas untuk meliput kegiatan Pimpinan Daerah sekaligus membuat *release* berita. Maka, setiap harinya mereka diberi jadwal kegiatan, di waktu H-1 sebelum pelaksana dari Protokol Pimpinan Daerah. Tujuannya untuk memberitahu kegiatan apa yang akan diikuti keesokan harinya dan agar tidak ada *miss* komunikasi antara tim staf pelaksana lapangan ialah orang yang pergi mengikuti kegiatan secara langsung dan tim staf pelaksana produksi adalah orang yang membuat berita untuk dipublikasikan ke website [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id).

Lanjut, kegiatan *Meeting* merupakan agenda yang biasa dilakukan oleh suatu tim dalam organisasi. Sama halnya dengan Kepala Seksi Bidang Informasi dan Komunikasi Publikasi untuk mengadakan perundingan kecil dengan tujuan untuk memerintah staff pelaksana lapangan persiapan apa saja yang harus dilalui saat mengikuti kegiatan Pimpinan Daerah dan untuk staff pelaksana produksi harus memberikan konsep berita seperti apa ketika sudah selesainya kegiatan. Mengenai jam publikasi informasi kegiatan ke website resmi, jika kegiatan Pimpinan Daerah dilaksanakan pada waktu pagi hari, diusahakan berita tersebut sudah disebarkan maksimal pada pukul 12.00 WIB siang hari, dan untuk kegiatan yang siang hari dipublikasikan batas waktunya hingga pukul 17.00 WIB sore hari.

Selesai mengikuti kegiatan, data informasi yang didapat langsung dikirim oleh staff pelaksana lapangan, biasanya memberikan bahan berita yang telah di dapat melalui *WhatsApp Group* berupa rekaman audio, foto, video, atau Microsoft word untuk segera diproses oleh staf produksi menjadi sebuah berita.

Setelah adanya bahan yang dikirimkan dari staff lapangan, untuk pengolahan bahan liputan dilakukan oleh staff pelaksana produksi. Membuat berita sebagai informasi yang akan dipublikasikan pada website memerlukan kehati-hatian dan teliti, karena ini berkaitan dengan keadaan Pemerintah Kabupaten Kuningan. Proses pengolahan dimulai dengan mendengarkan terlebih dahulu audio yang didapat dari hasil kegiatan dilapangan dengan sedetail mungkin, sehingga poin penting akan ditemukan. Sedangkan bahan berupa file *Microsoft word*, hanya memilih yang pentingnya saja lalu bisa langsung di *copy-paste*, lanjut memproses menjadi bahasa berita. Proses ini dilakukan oleh dua orang staff pelaksana produksi dan keduanya melakukan secara bergiliran dan kerja sama.

Setelah proses pengolahan, lanjut untuk membuat berita. Pembuatan berita harus menggunakan bahasa yang formal dengan format piramida terbalik yaitu unsur 5W+1H. Penyusunan pada berita ini, diawali dengan nama kegiatan, kapan, dimana, dan siapa yang menghadiri atau membuka acara tersebut seperti Bupati, Wakil Bupati, ataupun Sekretaris Daerah Kabupaten Kuningan. Paragraf ke duanya memasukan kutipan ataupun penjelasan narasumber yang menjadi poin utama, untuk paragraf ke tiga dan selanjutnya hanya sebuah pelengkap informasi saja.

Sesuai dengan teori yang disebutkan oleh Wardhani (2011) dalam Lestari, 2018:17. mengatakan komunikasi bencana ialah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau tindakan. Komunikasi juga menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dengan individu yang terlibat sehingga terjadinya kepedulian yang sama terhadap topik yang didiskusikan. Maka sesuai

dengan berita yang dibuat pada website [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) dalam isi pesannya tidak mengandung unsur mengkhawatirkan masyarakat karena disini tujuannya bisa berpartisipasi dalam penanggulangan pandemic covid-19. Dalam menggunakan bahasa juga harus bisa dimengerti oleh pembaca. Seperti adanya himbauan agar masyarakat bisa merasakan kepedulian sesama dalam mengurangi risiko bencana. Selain himbauan juga terdapat kalimat ajakan untuk bisa menyadari adanya Pandemi.

Berita informasi yang relevan untuk masyarakat sendiri, ide pemerintah yang harus disampaikan agar relevan untuk sekarang ini mengenai pandemic covid-19 di Kabupaten Kuningan pada situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) lebih sering memberi himbauan untuk penanganan. Seperti, adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan melakukan vaksinasi. Disamping itu Kabupaten Kuningan telah menjadi daerah pertama dalam penurunan angka jumlah positif covid-19 se-Jawa Barat. Berita seperti ini cocok untuk dipublikasikan agar masyarakat tidak menimbulkan kekhawatiran yang berlebih demi kepentingan bersama. Lalu, ajakan kepada masyarakat untuk melakukan protocol kesehatan 5M juga tetap harus diperingati, agar dijauhkan dari hal yang berisiko dan sebagai mitigas penanganan untuk menghindari penyebarluasan covid-19 di Kabupaten Kuningan.

Tahap setelah membuat berita, lalu adanya editing dan revisi terlebih dahulu. Biasanya hasil berita sebelum di upload ke website resmi direvisi oleh Kepala Seksi Bidang Informasi dan Komunikasi Publikasi dan staff pelaksana lapangan. Bahkan terkadang revisi juga dilakukan oleh Pimpinan Daerah, untuk memilih berita yang baik dipublikasikan, atau berita yang hanya menjadi arsip tersendiri saja. Sebisa mungkin pada revisi ini untuk memeriksa satu persatu, kata demi kata sehingga tidak ada kata yang membingungkan pembaca saat menerima informasi yang tersedia pada *website*.

Terakhir, proses alur informasi untuk mempublikasikan ke website resmi [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id). ini dilakukan ketika hasil revisi dan editing sudah sangat matang beritanya. Lalu jangan lupa menyediakan bukti foto dengan kualitas yang baik atau jika dibutuhkannya surat edaran cantumkan file tersebut dalam bentuk pdf. Dalam melakukan publikasi ke website, membutuhkan beberapa tahap, diantaranya; masuk ke laman [kuningankab.go.id/\\_user](http://kuningankab.go.id/_user), masukan nama pengguna dan password, klik pojok kiri tambahkan berita, Masukan judul berita yang telah di buat, dan masuka foto-foto untuk memperkuat berita tersebut. Dan yang terakhir klik simpan lalu berita tersebut sudah secara otomatis tersebar pada website [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id).

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas yang sudah peneliti paparkan bahwa strategi komunikasi bencana pada situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) mengenai Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kuningan dengan menghasilkan 3R yaitu *Relations*, *Reputation*, *Relevansi* sebagai berikut:

1. *Relations* yang dibangun pada Pemerintah Kabupaten Kuningan melalui situs [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id), memiliki strategi dengan melakukan interaksi kepada masyarakat melalui iklan ajakan protokol kesehatan 5M dan melakukan vaksin. Lalu, menyantumkan fitur kritik dan saran juga email resmi dengan tujuan untuk masyarakat jika ada yang ingin ditanyakan. Selain itu juga adanya bekerja sama dengan instansi lain yang berkaitan dengan Pandemi Covid-19 seperti Dinas Kesehatan, BPBD, Dinas Sosial, TNI, Polri dan Satpol PP. Dan yang terakhir melakukan Koordinasi untuk mendapatkan informasi yang akan dipublikasikan pada website resmi, dengan cara pesan langsung melalui WhatsApp, zoom meeting dan kegiatan Diskusi dengan Forum Koordinasi Pimpinan Daerah (Forkopimda).
2. *Reputation* yang dibangun pada website [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) oleh Pemerintah Kabupaten Kuningan dalam strategi komunikasi bencana mengenai pandemic covid-19 yaitu bisa mempublikasikan informasi dengan efektif dan efisien. Lalu pada website [kuningankab.go.id](http://kuningankab.go.id) terdapat iklan bila di klik bisa mengakseskan untuk ke laman [covid19.kuningankab.go.id](http://covid19.kuningankab.go.id) yang berisi informasi khusus Covid-19 di Kabupaten Kuningan. terdapat juga tabel perkembangan covid-19 yang berbeda dari pada media online lainnya. Berusaha menjadi sumber informasi utama dengan meyakinkan disetiap

berita adanya foto atau dokumen berupa PDF berupa surat edaran resmi mengenai kebijakan Pemerintah. Dan yang paling penting isi pesan yang berikan harus positif, apalagi mengenai pandemic covid-19 sebisa mungkin selalu berunsur kalimat ajakan dan himbauan kepada masyarakat untuk bisa menangani Pandemi seperti sekarang ini.

3. *Relevansi*. pada informasi yang terdapat pada website resmi kuningankab.go.id memiliki beberapa tahapan proses untuk bisa mempublikasikannya. Pertama, adanya pembagian jadwal kegiatan Pimpinan Daerah disebarkan H-1 Kegiatan melalui grup *WhatsApp Press Release*. Kemudian sebelum berangkat kegiatan adanya meeting terlebih dahulu untuk pembagian *jobdesc*. Setelah melakukan kegiatan Pimpinan Daerah, data informasi yang didapat dikirim melalui *WhatsApp* dalam bentuk foto, audio, ataupun dokumen berupa *Microsoft word*. Lanjut pada pengolahan berita dan membuat berita dilakukan secara hati-hati dan teliti karena ini bersangkutan dengan kegiatan Pemerintah Daerah. Disusun sesuai 5W+1H dengan bahasa yang formal, bisa dimengerti oleh masyarakat, dan tidak ada unsur menakut-nakutin perihal Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kuningan. setelah selesai, hasil berita tersebut direvisi terlebih dahulu untuk.

### Acknowledge

Penelitian ini dapat selesai karena adanya bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Yth. Ibu Nova Yulianti, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing
2. Yth. Ibu Rengga Wirahmawati, S.Sos selaku Kepala Seksi Pemberdayaan dan Penyajian Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Kuningann
3. Yth. Bapak Ginanjar Suprayoga, S. Kom selaku Kepala Seksi Informasi dan Komunikasi Publikasi Diskominfo Kabupaten Kuningan
4. Yth. Bapak Luki Sugianto selaku staff Seksi Pemberdayaan dan Penyajian Informasi Diskominfo
5. Shytia Dwy Septyani selaku staff Seksi Informasi dan Komunikasi Publikasi Diskominfo Kabupaten Kuningan

### Daftar Pustaka

- [1] Asteria, D. (2016). Optimalisasi Komunikasi Bencana Di Media Massa Sebagai Pendukung Manajemen Bencana. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. Vol 01. Halaman 4. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i1.30>
- [2] Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2018). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pedekatan Mixed Method. *Nyimak (Journal of Communication)*.Vol1(2). Halaman 197-208 <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.483>
- [3] Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- [4] Covid.co.id. "Data Sebaran". Diakses dari <https://covid19.go.id/>. diakses pada 03 Maret 2021, pkl 10:57 WIB.
- [5] Fadhal, S. (2020). Komunikasi publik di tengah krisis: tinjauan komunikasi pemerintah dalam tanggap darurat pandemi Covid-19. *Media, Komunikasi Di Masa Pandemi Covid 19*.
- [6] Fakhruroji, M., Tresnawaty, B., Sumadiria, A. S. H., Risdayah, E., & Kunci, K. (2020). Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 di Indonesia : Perspektif Sosiologi Komunikasi Massa dan Agama. *Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- [7] Prasanti, Ditha, and Ikhsan Fuady. 2017. "Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Di Bandung Barat Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Kawasan Pertanian Di Kaki Gunung Burangrang, Kab.Bandung B." *Jurnal Komunikasi* 11(2): 135.
- [8] Safitri, B. V., Fajarica, S. D., Trisula, Y., Maulida, N., & Wahyudi, G. S. (2020). Komunikasi Kebencanaan: Suatu Strategi Dalam Membangun Masyarakat Sadar Bencana Pada BPBD Kota Mataram. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*. Vol 6(2).

<https://doi.org/10.29303/jseh.v6i2.91>

- [9] Suherman 1), A. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI BENCANA PADA MASYARAKAT KABUPATEN BUTON SELATAN. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.35326/medialog.v1i2.272>
- [10] Tamitiadini, Dian dkk. 2019. *Komunkasi Bencana Teori dan Pendekatan Praktis Studi Kebencanaan di Indonesia*. Malang: UB Press
- [11] Fauzi, Muhammad Irfan. 2021. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19*. *Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung*. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.