

## Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bandung dalam Sosialisasi Protokol 5M sebagai Bentuk Pencegahan Covid-19

Galuh Anggarani\*, Moh. Subur Drajat

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

\*[anggaranigaluh@gmail.com](mailto:anggaranigaluh@gmail.com), [msuburdrajat@gmail.com](mailto:msuburdrajat@gmail.com)

**Abstract.** The city government Bandung in this has created strategy as a form of efforts to socialize protocol health in a manner 5M the purpose of the creation of strategy so as to be easily in understand and in obey by city people bandung. The strategy created the government of the city of Bandung in such a pandemic could minimize the spread of covid-19. The reason the government city of Bandung created a strategy on health socialization protocol with the concept of 5M, so that socialization of. applied right on target Basically with strategy in operating budget will be more aware of the approach of emotional on the community as a target of socialization was. Research objectives to know emotional approach on strategic communication bandung in city government socialize protocol 5M as efforts to prevent covid-19, know strategy build good relations with the community in socialize protocol 5M as efforts to prevent covid-19, reason Bandung city government make the communications strategy in socialize protocol 5M as efforts to prevent covid-19. The research uses a qualitative methodology approach case study Robert K. Yin type 1 single cases analysis. Study could apply Data mining techniques such as using interviews, observation documentation, and the study literature available. This research has the main subject three speakers from the local administration Bandung on duty and responsibility to create a communications strategy in socialize protocol 5M as efforts to prevent covid-19. The theory used two way asymmetric. The research results: communications strategy the government of Bandung in socialize protocol 5M in efforts to prevent covid-19 in city of Bandung by creating, form of communication and aiming to resuscitate, means of communication the community to the dangers covid-19.

**Keywords:** *The Communications Strategy, Socialization 5M, Covid-19.*

**Abstrak.** Pemerintah Kota Bandung dalam hal ini telah menciptakan strategi sebagai bentuk upaya mensosialisasikan protokol kesehatan melalui cara 5 M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan mengurangi mobilitas) tujuan penciptaan strategi agar mudah di mengerti dan di taati oleh masyarakat Kota Bandung. Adanya strategi yang di ciptakan Pemkot Bandung dalam situasi pandemi dapat meminimalisir penyebaran covid-19. Alasan Pemerintah kota Bandung menciptakan strategi pada sosialisasi protokol kesehatan dengan konsep 5M, agar sosialisasi yang diterapkan tepat sasaran. Pada dasarnya dengan strategi secara operasionalnya akan lebih mengetahui pendekatan emosional pada masyarakat sebagai target sosialisasinya. Tujuan penelitian untuk mengetahui pendekatan emosional pada strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19, mengetahui strategi membangun hubungan baik dengan masyarakat dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19, mengetahui alasan pemerintah Kota Bandung membuat strategi komunikasi dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19. Penelitian menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus Robert K. Yin tipe 1 satu kasus satu analisis. Teknik pengambilan data berupa menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Penelitian ini memiliki subjek utama tiga narasumber dari Pemkot Bandung yang bertugas dan bertanggungjawab dalam menciptakan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19. Teori yang digunakan two way asymmetric (asimetris dua arah). Hasil penelitian : Strategi komunikasi Pemkot Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5 M dalam upaya pencegahan covid-19 menyebarluas di Kota bandung dengan menciptakan bentuk komunikasi, dan cara komunikasi bertujuan untuk menyadarkan, masyarakat akan bahaya covid-19.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi, Sosialisasi 5M, Covid-19.*

## A. Pendahuluan

Pemerintah Kota Bandung dalam hal ini telah menciptakan strategi sebagai bentuk upaya mensosialisasikan protokol kesehatan melalui cara 5 M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan mengurangi mobilitas) tujuan penciptaan strategi tersebut agar mudah di mengerti dan di taati oleh masyarakat Kota Bandung, sehingga dengan adanya strategi yang di ciptakan Pemkot Bandung dalam situasi pandemi dapat meminimalisir penyebaran covid-19, sehingga tidak banyak warga yang menjadi korban pandemi yang cepat menyebarluas di lingkungan masyarakat Kota Bandung.

Alasan Pemkot Bandung menciptakan strategi pada sosialisasi protokol kesehatan dengan konsep 5M, agar sosialisasi yang diterapkan tepat sasaran. Pada dasarnya dengan strategi secara operasionalnya akan lebih mengetahui pendekatan emosional pada masyarakat sebagai target sosialisasinya (Asmajasari, 2017). Selain itu dengan menciptakan strategi dapat mempermudah membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, sehingga dengan hal itu sosialisasi protokol dengan konsep 5M dapat mudah di terima oleh masyarakat di tengah maraknya penyebaran virus covid-19 yang mematikan.

Strategi komunikasi sebagai bentuk rencana komunikasi, "*communication planning*", serta terbentuknya manajemen komunikasi atau "*communication management*" dengan tujuannya agar semua target tercapai dengan baik. Strategi komunikasi pada dasarnya membuktikan secara nyata bagaimana taktik operasional berhasil memengaruhi targetnya. Artinya, pendekatan dengan sosialisasi bisa menyesuaikan dengan baik sesuai dengan waktu, situasi, wilayah dan lain sebagainya (Kulvisaechana, 2011 : 28).

Hal yang menjadi dasar Pemkot Bandung mengimplementasikan strategi komunikasi karena sosialisasi protokoler kesehatan melalui 5M sebagai taknik dan metode dengan tujuan untuk memastikan warga Bandung sebagai komunikan memahami dan mengertu pada pesan sosialisasi 5M yang diterima. Adanya strategi sosialisasi juga bertujuan untuk membina warga Bandung agar lebih waspada dan hati-hati agar terhindar dari covid-19, serta adanya strategi komunikasi yang diciptakan Pemkot Bandung melalui sosialisasi dengan konsep 5M untuk menciptakan motivasi warga Bandung agar bisa menyelamatkan diri dan keluarganya dari virus corona-19 yang cepat menyebar dan menular.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut penulis tertarik untuk strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19. Melalui permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis bentuk strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis cara pemerintah Kota Bandung berkomunikasi pada masyarakat dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis pemerintah Kota Bandung membuat strategi komunikasi dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19 ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan studi kasus, Menurut Creswell (2011 : 92) menyatakan "studi kasus mempunyai konteks yang kaya akan wacana indormasi dimana dalam kajiannya sumber-sumber terlibat, setiap kasus yang diteliti bisa di eksplorasi dengan waktu yang bisa ditentukan sesuai data yang kasus yang dibutuhkan"

Sumber informasi dimaksud menyangkut observasi, wawancara, materi audiovisual, sampai pada riset dokumen dan laporan-laporan. Konteks kasus melibatkan upaya menempatkan kasus dalam *settingnya*, entah itu berupa *setting* fisik maupun *setting* sosial, historis, dan ekonomi yang bersifat spesifik bagi kasus tersebut. Fokus pada kasus dapat diarahkan pada keunikannya, hingga membutuhkan studi khusus (*intrinsic case study*), atau kemungkinan berkenaan dengan sebuah isu di mana kasus digunakan secara instrumental untuk mengilustrasikan kasus tersebut (*instrumental case study*). Ketika lebih dari satu kasus dipelajari, maka hal tersebut dirujuk sebagai suatu *collective case study* (dalam Yin, 2008 : 61).

Studi kasus strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan

protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19 melibatkan data wawancara dengan tiga orang informan sebagai narasumber atau *key informannya*. Menentukan teknik studi kasus penulis menggunakan teknik wawancara tipe (1) yaitu *single case – single level analysis* atau bisa disebut satu kasus, satu unit analisis dengan tipe 1. Alasan peneliti menggunakan tipe 1 karena penelitian hanya mewawancarai informan saja tentang masalah yang terjadi mengenai strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian dan pembahasan secara bentuk strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19 secara sadar pihak Pemkot Bandung telah membuat keputusan utama menciptakan perencanaan sosialisasi yang dapat memberikan pesan protokol 5M dengan mudah dipahami, dan dimengerti, serta diterima oleh masyarakat wilayah Bandung dan sekitarnya.

Secara praktek sosialisasinya, Pemkot Bandung selalu membina, mengontrol, mengidentifikasi masyarakat yang menerima pesan sosialisasi 5M agar tidak terjadi *miss* komunikasi karena masalah penyebaran covid-19 seringkali terjadi informasi yang simpang siur sehingga dengan itu, pihak Pemkot dalam sosialisasi selalu menciptakan edukasi yang baik dalam upaya pencegahan covid-19 semakin tersebar di masyarakat. Pihak Pemkot Bandung juga dalam sosialisasi sering memotivasi yang dapat membentuk respon positif masyarakat dengan tujuan membangun komunikasi supaya pesan protokol 5 M yang disosialisasikan sesuai dengan tujuan dan harapan bersama baik di pihak Pemkot ataupun di masyarakat Bandung dan sekitarnya.

Sementara penafsiran peneliti mengenai cara pemerintah Kota Bandung berkomunikasi pada masyarakat dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19. Sesuai dengan data dan temuan penelitian berupa Pemkot Bandung menciptakan cara komunikasi interaksi sosial melalui media *online*, *video call*, *WA*, *Direct Message* pada jaringan sosial yang berupa *twitter*, *instagram*, *facebook*, *e-mail*, dan *website* resmi Pemkot Bandung. Pemkot Bandung secara prakteknya, telah menciptakan cara komunikasi dalam membangun hubungan yang erat dengan masyarakat. Adanya informasi protokol 5M bertujuan untuk membangun kegiatan komunikasi yang dapat menguatkan hubungan dengan masyarakat. Serta menciptakan cara komunikasi melalui media massa, semua sosialisasi diinformasikan melalui media massa. baik cetak, media elektronik, dan media konvergensi dengan memposting di media jejaring sosial *facebook*, *instagram*, *twitter* dan *website* Pemkot Bandung.

Penafsiran peneliti mengenai mengapa pemerintah Kota Bandung membuat strategi komunikasi dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19 sesuai dengan data dan temuan penelitian dapat dijelaskan alasan Pemkot Bandung menciptakan strategi komunikasi sosialisasi protokol 5M salah satunya sebagai bentuk tindakan positif yang dapat mencegah penyebaran covid-19 di masyarakat. Sosialisasi dilakukan secara langsung maupun melalui media *online*. Pemkot Bandung menciptakan strategi komunikasi bertujuan untuk menyadarkan masyarakat tentang bahaya covid-19. Alasan terakhir adanya strategi komunikasi protokol 5M sebagai tindakan tanggungjawab dalam pencegahan covid-19 supaya masyarakat terhidar dari bahaya covid-19.

### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bentuk strategi komunikasi pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19 salah satunya memastikan pesan diterima oleh komunikan, dalam hal ini Pemkot Bandung membuat keputusan utama dalam membuat perencanaan sosialisasi yang dapat memberikan pesan protokol 5M yang mudah di mengerti dan diterima oleh masyarakat. Sosialisasi yang dibangun bertujuan untuk membina penerimaan pesan, mengontrol, mengidentifikasi masyarakat yang menerima pesan sosialisasi 5M agar tidak terjadi *miss* komunikasi.

2. Cara pemerintah Kota Bandung berkomunikasi pada masyarakat dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19. Menciptakan cara komunikasi interaksi sosial melalui media konvergensi yang dimana kegiatan komunikasi interaksi sosial melalui media *online*, *video call*, *WA*, *Direct Massage* pada jaringan sosial yang berupa *twitter*, *instagram*, *facebook*, *e-mail*, dan *website* resmi pemkot Bandung. Cara lain berupa membangun hubungan yang erat dengan masyarakat sehingga kegiatan komunikasi sosialisasi dapat menguatkan hubungan dengan masyarakat.
3. Pemerintah Kota Bandung membuat strategi komunikasi dalam mensosialisasikan protokol 5M sebagai upaya pencegahan covid-19 karena kegiatan komunikasi protokol 5M sebagai bentuk tindakan positif yang dapat mencegah penyebaran covid-19 di masyarakat baik secara langsung maupun melalui media *online*. Semua kegiatan pemkot Bandung bertujuan untuk menyadarkan masyarakat, serta salah satu bentuk tanggungjawab Pemkot dalam pencegahan covid-19.

### Daftar Pustaka

- [1] Asmajasari, Magdalena. 2017. Study Periklanan Dalam Perspektif. Komunikasi Pemasaran, Malang : UMM Press.
- [2] Atkin, Douglas. 2014. Praktek Digital Public Relations. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [3] Creswell, John W. 2011. Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [4] Kulvisaechana, Somboon. 201). The Role of Communication Strategies in Change Management Process: A Case Study of Consignia Brand and Business Status Introduction : Cambridge diambil dari Journal Communication Spectrum, Vol. 3 No. 1 Februari Juli 2013 diakses pada 10 Januari 2019.
- [5] Nasution MAR, Hendrasmo. Identifikasi Permasalahan Komunikasi Publik Masyarakat Indonesia pada Masa Pandemi Covid 19. J Ris Public Relations [Internet]. 2022 Dec 20;85–92. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1353>
- [6] Rofiqoh SNI, Sukmana R, Ratnasari RT, Muhammad Nafik HR, Mufidah Z, Rufaidah A, et al. Sistematis Literatur Review: Persepsi Mahasiswa Indonesia pada Pembelajaran Elektronik Era Pandemi Covid-19. J Ris Public Relations [Internet]. 2022 Dec 21;117–22. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1358>
- [7] Widiantera IKA. Ekspresi Warganet Merespon PPKM Darurat: Studi Kritis terhadap Komunikasi Publik Gubernur Bali. J Ris Public Relations [Internet]. 2022 Dec 20;93–104. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1354>
- [8] Yin, Robert K. 2012. Studi Kasus Desain dan Metode. Jakarta PT Raja Grafindo Persada