

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul Penulis dan Tahun	Afiliasi Universitas	Teori dan Konsep	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian Terdahulu
Analisis Isi Gaya Komunikasi Food Vlogger Farida Nurhan Periode Januari 2017- Juni 2019 / Intan Wiji Lestari dan Lailiyah Fatihatul / Tahun 2020	Universitas Islam Majapahit Mojokerto Jawa Timur	Analisis Isi, Media Baru, Gaya Komunikasi, Konsep Video Blog (Vlog),	Deskriptif Kualitatif, Metode Analisis Isi	Hasil dari penelitian terdahulu menemukan gaya yang di gunakan oleh Farida Nurhan dalam Vlognya adalah Gaya Komunikasi <i>The equilitrian style</i> dengan indikator Komunikasi dua arah, Terbuka dan juga The dynamic style dengan kategori	Terdapat Perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni pada unit analisisnya jika pada penelitian terdahulu fokus pada sosok vlogger Farida Nurhan. Penelitian ini fokus

					bersifat agresif dan Ringkas & Jelas.	menganalisis sosok Luhut Pandjaitan dari sektor pemerintahan.
Analisis Gaya Komunikasi Presiden Joko Widodo saat Berpidato Melalui Unggahan Di Media Sosial Youtube/ Ahmad Sayuti/ Tahun 2020	Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh	Gaya Komunikasi, Komunikasi nonverbal, Konsep Pidato, Konsep Media Sosial	Penelitian terdahulu ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Dengan pendekatan analisis isi.	Hasil dari penelitian terdahulu ini, gaya komunikasi Joko Widodo dilihat dalam video pidato kampanye yang lebih bersifat <i>High Context</i> (komunikasi konteks tinggi). Bahasa dan kata-kata yang disampaikan dalam	Terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni pada unit analisisnya yakni sosok Presiden Jokowi, dan juga beberapa konsep yang digunakan seperti konsep Pidato saat kampanye	

orasinya mudah dicerna oleh publik.

e. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti fokus menganalisis gaya komunikasi dari Luhut Pandjaitan dalam konferensi pers sebagai koordinator PPKM darurat.

Gaya Komunikasi Pimpinan Badan Pemberdayaan Masyarakat Aceh Selatan Dalam Motivasi	Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh	Komunikasi Organisasi, Gaya Komunikasi, Konsep Pimpinan	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif	Komunikasi yang terjalin antara pimpinan dan bawahan sangat kaku, tidak begitu dekat. komunikasi yang dibangun oleh	Perbedaan dalam penelitian terdahulu ini pada informan atau unit analisisnya yakni karyawan dan pimpinan
--	---	---	---	---	--

Semangat
Kerja
Pegawai
/Rina
Nurahma
n/ Tahun
2017

pimpinan n dari
dengan oragnisa
bawahan si
kurang daerah.
efektif Selain
dikarenakan itu juiga
pimpinan pada
hanya beberapa
berkomunik p konsep
asi dengan yang
Kabid digunaka
n. Pada
peneliti n ini
peneliti fokus
pada
Luhut
Pandjait an.
Selain itu cara
mendapa tkan
datanya juga
tidak dengan
wawanc ara
melainka n dari
unggaha n video
konferen si pers
koordina tor
PPKM.

Dari ketiga penelitian terdahulu di atas banyak ditemukan kesamaan, namun tidak sedikit pula adanya perbedaan mendasar. Seperti pada penelitian terdahulu dengan judul “Analisis Isi Gaya Komunikasi *Food Vlogger* Farida Nurhan Periode Januari 2017- Juni 2019” oleh Intan Intan Wiji Lestari dan Lailiyah Fatihatul, penelitian tersebut membahas gaya komunikasi dari *food vlogger* Farida Nurhan, sedangkan pada penelitian ini peneliti memiliki fokus pada gaya komunikasi dari Luhut Pandjaitan. Adapun untuk hasil dari penelitian ini terkait gaya komunikasi adalah peneliti terdahulu mendapat gaya komunikasi yang di gunakan oleh Farida Nurhan dalam Vlognya adalah Gaya Komunikasi *The equilitrian style*. Walaupun memiliki kesamaan dalam menghimpun data yakni menggunakan YouTube, serta tekniknya yang juga menggunakan analisis isi, tidak melakukan wawancara dengan narasumber, penelitian ini menghadirkan kebaruan yakni konsep gaya komunikasi yang berbeda dari Sasa Djuarsa. Selain itu, perbedaan lainnya yakni pada penggunaan konsep. Jika pada penelitian terdahulu ini menggunakan teori media baru serta konsep video blog. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori serta konsep komunikasi verbal dan nonverbal dan juga komunikasi krisis.

Untuk penelitian terdahulu kedua, oleh Ahmad Sayuti dengan judul “Analisis Gaya Komunikasi Presiden Joko Widodo saat Berpidato Melalui Unggahan Di Media Sosial Youtube” pada tahun 2020. Hasil temuan dari penelitian ini gaya komunikasi Presiden Joko Widodo dilihat dalam video pidato kampanyenya bersifat *High Context* (komunikasi konteks tinggi). Selain itu, bahasa dan kata- kata yang disampaikan dalam orasinya mudah dicerna oleh publik. Jika pada penelitian terdahulu fokus penelitian mencari gaya komunikasi dari sosok Kepala Negara yakni Joko Widodo saat berpidato, perbedaan dalam penelitian ini, peneliti memiliki objektif untuk mengetahui bentuk-bentuk gaya komunikasi dari pejabat publik yang memiliki latar belakang militer yakni Luhut Binsar Pandjaitan. Selain itu teknik yang digunakan juga berbeda, jika pada penelitian terdahulu menggunakan analisis semiotika, pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis isi. Kemudian pada penelitian ini peneliti juga membawa

kebaruan yakni konsep dari gaya komunikasi yang berbeda dari Sasa Djuarsa. Sehingga diharapkan dapat berdampak signifikan dan membawa kebaruan.

Sedangkan untuk penelitian terdahulu ketiga dengan judul “Gaya Komunikasi Pimpinan Badan Pemberdayaan Masyarakat Aceh Selatan Dalam Memotivasi Semangat Kerja Pegawai” tahun 2017 oleh Rina Nurahman, juga terdapat beberapa perbedaan dalam penelitian ini. Seperti, informan ataupun unit analisisnya, dalam penelitian terdahulu ini unit analisisnya adalah pimpinan dan juga karyawan dari Lembaga tersebut, selain itu penelitian terdahulu dalam teknik mengambil data menggunakan teknik wawancara, serta observasi lapangan. Hal tersebut cukup berbeda sebab pada penelitian ini peneliti tidak mewawancarai melainkan melakukan analisis dari setiap pernyataan Koordinator PPKM darurat Luhut Pandjaitan, sehingga dalam penelitian ini peneliti lebih menekankan pada teknik dokumentasi serta studi pustaka. Untuk hasil penelitian terdahulu ini, ditemukan bahwa komunikasi yang terjalin antara pimpinan dan bawahan terlihat kaku serta memperlihatkan kedekatan. Ditemukan juga komunikasi yang dibangun oleh pimpinan dengan bawahan cenderung kurang efektif. Kemudian fokus pada penelitian ini juga hanya pada satu orang bukan banyak orang seperti pada penelitian terdahulu. Perbedaan lainnya adalah pada penelitian terdahulu menggunakan teori ataupun konsep seperti komunikasi organisasi serta dimensi-dimensi lainnya yang ada. Kebaruan yang ditawarkan dalam penelitian ini tentu pada pemilihan fenomena yang memiliki dampak dengan skala nasional yakni menganalisa pernyataan dari sosok pejabat publik yang sedang menjadi pusat perhatian, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya sebatas organisasi daerah.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi yang kita tahu, sampai saat ini merupakan kata yang berasal dari bahasa latin yakni *communication*. Selain komunikasi juga berasal dari kata *communis* yang memiliki arti sama. Maka dari itu, jika dua atau lebih indivisu terlibat dalam komunikasi, seperti dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau

berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan. Dalam tinjauan disiplin ilmu lainnya, Aristoteles yang merupakan filsuf dalam karya bukunya yang berjudul *Rhetorica*, berkata jika suatu kegiatan komunikasi diperluakan tiga elemen yang mendukung sehingga kegiatan komunikasi tersebut dapat terjadi, yaitu siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan, dan siapa yang mendengar (Nurahman, 2017).

Sedangkan penjelasan komunikasi yang didefinisikan oleh Hovland, Janis dan Kelley yang ditulis oleh Nurrahman 2017 adalah, *communication is the process by which an individual transmits stimuly (usually verbal) to modify the behavior of other individual*. (Nurahman, 2017). Berdasarkan rujukan tersebut dapat peneliti katakan jika komunikasi adalah suatu proses pengiriman pesan verbal maupun nonverbal guna mengubah tingkah laku. Komunikasi juga dapat dipahami sebagai proses di mana pesan verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima dan kemudian diberi arti. Dalam penelitian sebuah pesan komunikasi menjadi unsur yang penting, sebab pesan komunikasi dari subjek penelitian yakni Luhut Binsar Pandjaitan saat menjadi Koordinator PPKM darurat akan peneliti analisis. Maka dari itu komunikasi ataupun proses pengiriman pesan yang dilakukan oleh Luhut Pandjaitan juga menjadi perhatian peneliti.

2.2.2 Komunikasi Verbal

Singkatnya, komunikasi verbal ialah komunikasi yang menggunakan kata-kata, bisa dalam bentuk lisan maupun tertulis. Komunikasi ini paling umum digunakan setiap individu. Dengan kata-kata, manusia dapat menjelaskan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar. Dalam komunikasi verbal bahasa memegang peranan penting. Bahasa turut didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan berbagai aturan guna mengkombinasikan simbol-simbol tersebut yang digunakan dan dipahami suatu komunitas (Sayuti, 2020).

Pada komunikasi verbal bahasa yang digunakan adalah bahasa lisan dan bahasa tulisan. Menurut Larry L. Barker bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming*

atau labeling), interaksi, dan transmisi informasi. Pelabelan itu merujuk pada usaha untuk mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi menekankan berbagai gagasan dan emosi, yang bisa mengundang simpati dan pengertian bahkan kemarahan dan kebingungan. Ketiga yakni sebuah fungsi transmisi informasi yakni melalui bahasa informasi dapat disampaikan ke berbagai pihak, dengan bahasa, kita dapat menerima informasi setiap hari dari orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung (Sayuti, 2020).

2.2.3 Komunikasi Nonverbal

Sedangkan korespondensi (komunikasi) nonverbal adalah korespondensi tanpa kata-kata. Dengan demikian, cara nonverbal memiliki sifat yang layak dan konsisten. Nonverbal juga dipandang lebih adil daripada verbal untuk mengkomunikasikan sesuatu. Karena, korespondensi nonverbal dilakukan secara tiba-tiba. Juga, komunikasi nonverbal memiliki bagian yang signifikan (Sayuti, 2020).

Korespondensi verbal juga akan dipandang kurang kuat ketika komunikator tidak memanfaatkan korespondensi nonverbal dengan baik secara bersamaan. Melalui korespondensi nonverbal, setiap individu dapat mengakhiri berbagai jenis perasaan individu, seperti kesenangan, penghinaan, cinta, sakit dan lain-lain. Dalam buku Ilmu Komunikasi Pengantar yang dikutip oleh Ahmad Sayuti mencirikan pesan nonverbal sebagai berikut:

a. Pesan kinesik

Pesan nonverbal yang memanfaatkan sinyal tubuh yang signifikan terdiri dari tiga bagian utama: 1) pesan wajah. 2) pesan gestur. 3) pesan postural.

1) Pesan wajah, lebih spesifik ketika wajah digunakan untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa penampilan dapat menyampaikan sesuatu seperti sepuluh kumpulan implikasi, yaitu kegembiraan, kejutan, ketakutan, kemarahan, kepahitan, penghinaan, analisis, minat, keajaiban, dan kepastian.

2) Pesan sinyal mencerminkan perkembangan pada bagian tubuh tertentu, termasuk mata dan tangan untuk menyampaikan implikasi yang berbeda.

3) Pesan postural yang berhubungan dengan seluruh tubuh, implikasi yang dapat disampaikan adalah:

a) Kecepatan, yang merupakan arus keluar dari menikmati atau meremehkan seseorang. Sikap yang condong ke arah individu yang dituju menunjukkan penilaian yang penuh kasih dan positif.

b) Kekuasaan, ketika singular mengomunikasikan status tinggi dalam komunikator. Ini mencerminkan seseorang yang terhormat di hadapan Anda, dan sikap yang sederhana. individu.

c) Responsiveness, yaitu ketika masyarakat dapat memberikan kritik yang antusias terhadap iklim secara positif dan pesimis. Jika pendirian Anda tidak berubah, Anda sedang mengomunikasikan mentalitas lesu (Sayuti, 2020).

b. Pesan proksemik

Disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang, umumnya hal ini juga diselesaikan dengan mengubah jarak kita untuk mengkomunikasikan kedekatan kita dengan orang lain.

c. Pesan artifaktual

Terlepas dari kenyataan bahwa bentuk tubuh cukup penting, individu secara teratur bertindak terlibat dengan orang lain sesuai kesan mereka tentang tubuh mereka (persepsi diri). Hal ini terkait dengan tubuh sebagai karya untuk membingkai persepsi diri dengan pakaian dan produk perawatan kecantikan.

d. Pesan paralinguistik

Pada titik ketika pesan nonverbal dihubungkan dengan cara mengartikulasikan pesan verbal. Pesan verbal serupa dapat menyampaikan berbagai implikasi ketika diucapkan dengan cara yang tidak terduga (Sayuti, 2020). Meskipun korespondensi verbal dan nonverbal memiliki kontras yang berbeda, keduanya diperlukan agar korespondensi yang layak terjadi. Bukan hanya itu, kapasitas pesan nonverbal untuk menentang atau menegaskan pesan verbal seperti dalam ejekan atau parodi. Kadang-kadang, korespondensi nonverbal sering menggantikan pesan verbal.

Demikian juga, pesan nonverbal berfungsi untuk mengontrol asosiasi dengan cara yang tepat dan lebih tidak mencolok, misalnya, memberi isyarat kepala Anda selama diskusi. Selanjutnya, korespondensi nonverbal juga menggarisbawahi pesan verbal, seperti mengacungkan tangan. (Sendjaja, 2018).

Dapat diambil kesimpulan jika komunikasi verbal dan nonverbal pada akhirnya memegang peran yang penting ketika seseorang menyampaikan pesan. Terlebih komunikasi verbal dan nonverbal sangat dibutuhkan untuk mencapai komunikasi yang efektif, selain itu fungsinya yang juga saling mengisi, seperti seorang komunikator yang sedang marah, terkadang pesan verbal kurang bisa ditangkap, namun komunikasi nonverbal sangat membantu untuk menjelaskan maksud dari komunikator itu. Dalam konteks penelitian ini, peneliti juga akan melihat komunikasi verbal serta nonverbal dari Luhut Pandjaitan dalam melakukan pernyataan saat melakukan konferensi pers terkait kebijakan PPKM darurat Jawa Bali.

2.2.3 Karakteristik Komunikator

Aristoteles dalam Rakhmat (2018) menyatakan bahwa setidaknya ada beberapa atribut yang digerakkan oleh seorang komunikator, yaitu etos, pathos, dan logos tertentu. Ethos adalah sebagai renungan yang agung, etika yang agung, dan tujuan yang jujur (adil, pribadi yang agung, kebaikan) (Rakhmat, 2018: 318). Sementara itu Hovland dan Weiss dalam Rakhmat (2018) menyebut gagasan ethos yang dibawakan Aristoteles sebagai believability yang terdiri dari aptitude (keterampilan) dan *reliability* (dapat diandalkan). Kedua bagian ini telah disinggung dalam istilah yang berbeda oleh berbagai spesialis korespondensi (Rakhmat, 2018: 319).

Jalaludin Rakhmat dalam buku Psikologi Komunikasi juga memaparkan aspek-aspek yang ada pada ethos atau atribut komunikator. Pada sub bagian unsur ethos, variabel yang mempengaruhi kecukupan komunikator terdiri dari validitas, daya pikat, dan kekuasaan. Ketiga aspek ini terkait dengan jenis dampak ramah.

Kepercayaan pertama. *Believability* adalah sekelompok penegasan komunikasi yang terhubung dengan atribut komunikator. Definisi ini mengandung dua hal: (1) validitas adalah kesan Menyampaikan; sehingga tidak intrinsik dalam diri

komunikator. (2) validitas juga terkait dengan gagasan komunikator, yang akan kita singgung sebagai bagian dari kepercayaan. Karena kepercayaan melibatkan wawasan, validitas berubah bergantung pada pelaku dari kebijaksanaan (menyampaikan), subjek yang diperiksa, dan keadaan (Rakhmat, 2018: 321).

Kedua, khususnya, daya tarik (Allure), faktor situasional yang mempengaruhi daya tarik relasional adalah daya tarik aktual, hadiah, kesamaan, dan kapasitas. Tanpa disadari, setiap individu pada umumnya akan menyukai orang yang bertubuh menarik atau menyenangkan, dan memiliki kapasitas yang lebih tinggi dari kita (Rachmat, 2018: 325).

Ini juga membuat komunikator memikat dan karena menarik dia menikmati manfaat yang menarik. Meskipun demikian, kita juga tertarik pada seseorang karena sesuatu yang kita bagikan secara praktis. Pada kondisi primer, komunikator dan komunikator merasakan adanya kesamaan status finansial, instruksi, cara pandang, dan keyakinan (Rakhmat, 2018: 326).

Sedangkan yang ketiga adalah kekuasaan, sesuai hipotesis Kelman, kekuasaan adalah kapasitas untuk menyebabkan akomodasi. Kepercayaan dan daya tarik muncul dari kerjasama antara komunikator dan komunikan. Kekuasaan memungkinkan orang untuk “memaksa” kehendak orang lain karena mereka memiliki aset vital (aset dasar) (Rakhmat, 2018: 329).

Sedangkan pathos ditemui oleh komunikator yang memiliki pendekatan secara emosional. Sebab, mempersuasi orang dalam sebuah komunikasi publik secara emosional lebih cepat diterima daripada secara logika. Daya tarik emosional digunakan untuk membuat pendengar merasa bersalah, sedih, marah, takut, bahagia, bangga, simpatik, menghormati atau suka. Lucas dalam Hindarto (2012) menyebutkan beberapa daya tarik emosional yang sering digunakan seorang komunikator antara lain:

- a) *Fear*: rasa takut sakit, bencana alam, pelecehan seksual, penolakan individu, atau kesulitan ekonomi.
- b) *Compassion*: kasihan terhadap ketidakmampuan fisik, hewan peliharaan yang ditelantarkan, pengangguran, anak-anak kelaparan.

- c) *Pride*: bangga pada sebuah negara, bangga pada keluarga, sekolah, dalam warisan etnis, bangga dalam pencapaian seseorang.
- d) *Anger*: rasa marah kepada teroris, kepada atasan tidak etis, anggota DPR yang menyalahgunakan kepercayaan publik.
- e) *Guilty*: bersalah karena tidak menolong, perasaan bersalah karena tidak mempertimbangkan hak orang lain, perasaan bersalah karena tidak melakukan hal yang terbaik.
- f) *Reverence*: hormat bagi seseorang, tradisi dan institusi, kepercayaan seseorang (Hindarto, 2012: 22-23).

Sedangkan logos menurut Larson dalam Hindarto 2012 dijelaskan sebagai sebuah bentuk logis dari seorang komunikator. Logos merujuk sisi rasional dari seseorang, dan bergantung pada kemampuan pendengar dalam memproses informasi (Hindarto, 2012: 12). Dalam karakteristik tersebut, argument terstruktur dalam pembentukannya. Struktur argument terbaik menjadi dua jenis, yaitu *inductive argument* dan *deductive argument*. Sedangkan logos, terdapat pula *reasoning* di mana penggambaran atau kesimpulan dari bukti-bukti yang dipaparkan. *Reasoning* menjadi penting sebab dalam keseharian, kita dicekoki dengan pesan persuasif baik dari televisi hingga kampanye politik (Hindarto, 2012: 12).

Dari penjelasan tersebut Aristoteles menyebutkan sedikitnya tiga karakteristik utama yang dimiliki oleh seorang komunikator. Dari sisi ethos yakni dengan ciri usaha-usaha baik yang dihadirkan dari seorang komunikator, selain itu ada pula pathos yang mengedepankan sisi emosional dalam menyampaikan sebuah pesan, dan yang terakhir ada logos, di mana seorang komunikator dapat memperlihatkan sisi logis dan rasional dalam menyampaikan pesan. Dalam penelitian ini, peneliti merasa juga dibutuhkan konsep karakter dari setiap komunikator, sebab tema utama yang hendak diteliti yakni bentuk gaya komunikasi, hal tersebut dirasa peneliti juga memiliki kaitan antara keduanya, maka dari itu untuk memperkaya penelitian ini peneliti turut memasukan unsur ini.

2.2.4 Gaya Komunikasi

Sebagaimana yang telah peneliti jabarkan pada bab sebelumnya, bahwa setiap orang mempunyai cara yang berbeda-beda untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Hal tersebut memengaruhi individu untuk berkomunikasi baik dalam bentuk perilaku maupun perbuatan atau tindakan.

Sebelumnya telah dijelaskan jika gaya komunikasi dapat terlihat dan diamati ketika seseorang berkomunikasi baik secara verbal (lisan) maupun nonverbal (ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan tangan serta gerakan anggota tubuh lainnya).

Liliweri pada Sayuti (2020), menyebut gaya komunikasi adalah kegiatan kognitif yang mengumpulkan menjadi satu bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Beragam gaya komunikasi juga mencerminkan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain. Proses kognitif pada komunikasi merupakan cara meningkatkan wawasan, artinya belajar menggunakan logika saat menghadapi suatu masalah. (Sayuti, 2020: 18). Menurut Sendjaja pada buku Teori Komunikasi, gaya komunikasi dijelaskan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam situasi tertentu pula (Sendjaja, 2018: 4.14).

Gaya komunikasi juga dapat dilihat sebagai *meta-messages* yang mengkontekstualisasikan pesan-pesan verbal diakui dan diinterpretasi. Definisi ini menjelaskan mengapa seseorang berkomunikasi. Gaya komunikasi juga dapat dilihat sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Dalam pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Hal ini termasuk nada, volume atas semua pesan yang diucapkan (Sayuti, 2020:19).

Sedangkan Edward T. Hall melihat dari konteks, terdapat dua gaya berkomunikasi yang melekat pada diri seseorang, yaitu komunikasi konteks tinggi (*high context*) dan komunikasi konteks rendah (*low context*). (Sayuti, 2020: 20). Hall menyebut jika komunikasi konteks tinggi merupakan kekuatan kohesif atau melekat bersama yang memiliki sejarah yang panjang. Sebaliknya, komunikasi konteks rendah (*low context*) cepat dan mudah berubah, karenanya tidak mengikat kelompok. Dengan

kata lain sebagian besar makna dan informasi disampaikan secara eksplisit (*to the point*) (Sayuti, 2020: 21).

Sedangkan Dalam komunikasi konteks rendah di mana para anggota *Low Context Cultures* (LCC) cenderung lebih heterogen dan individualis. Gaya komunikasi mereka biasanya ‘langsung’. Karena mereka berada dalam budaya heterogen maka umumnya mereka kurang mengetahui budaya orang lain (nilai, norma, dan kepercayaan). Komunikasi konteks rendah adalah komunikasi yang bersifat langsung, apa adanya, lugas tanpa berbelit-belit. Dalam konteks komunikasi ini para pelaku komunikasi tidak suka basa-basi, pada umumnya komunikasi konteks rendah ditujukan pada pola komunikasi mode lisan langsung, pembicaraan lurus, dan mengirim berorientasi nilai (Sayuti, 2020: 21).

2.2.4.1 Jenis-jenis Gaya Komunikasi

Seperti yang kita tahu jika setiap orang mempunyai gaya tersendiri saat menyampaikan suatu gagasan, pesan, dan informasi kepada orang lain dalam berkomunikasi. Hal tersebut dimaksudkan guna memengaruhi komunikan agar dapat menimbulkan suatu efek sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator. Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku *Teori Komunikasi* (2018) menyatakan bahwa setiap gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu, dan dalam kondisi tertentu. Dalam jenis komunikasi versinya, dia membaginya menjadi enam, yakni *The Countrolling Style*, *The equalitarian Style*, *The Structuring Style*, *The Dynamic Style*, *The Relinquishing Style*, *The Withdrawal Style* (Sendjaja, 2018: 4.14). Berikut ini penjelasan dari setiap jenisnya.

2.2.4.1.1 The Controlling Style

Gaya ini memiliki sifat mengendalikan, digambarkan dengan adanya keinginan atau tujuan untuk membatasi, memerintah dan mengarahkan perilaku, renungan dan reaksi orang lain. Orang yang menggunakan gaya korespondensi ini dikenal sebagai komunikator satu arah. Pesan-pesan yang datang dari komunikator satu arah ini, melakukan apa pun yang diperlukan untuk tidak menawarkan rencana untuk dibicarakan bersama, melainkan mencoba mengungkapkan kepada orang lain apa yang mereka lakukan. Gaya pengendalian komunikasi ini secara teratur digunakan untuk meyakinkan orang lain untuk bekerja dan bertindak dengan sukses dan sebagian besar sebagai analisis. Bagaimanapun, gaya pengendalian ini secara teratur memiliki nada pesimis, membuat orang lain memberikan reaksi negatif juga (Sendjaja, 2018: 4.15).

Komunikator yang menerapkan gaya komunikasi mengontrol ini, lebih berpusat pada pengiriman pesan daripada upaya untuk berbagi pesan. Mereka tidak tertarik dan khawatir dikritik, kecuali jika masukan atau masukan itu digunakan untuk keuntungan mereka sendiri. Komunikator satu arah ini tidak menekankan pada perspektif negatif pada orang lain, melainkan berusaha untuk memanfaatkan otoritas dan kemampuan untuk membatasi orang lain untuk menyetujui perspektif mereka (Sendjaja, 2018: 4.15).

Dilihat dari penjelasan tersebut, jenis gaya komunikasi yang pertama ini cenderung tertutup dan dapat diklasifikasikan sebagai bentuk komunikasi yang konservatif. Sebab, sifatnya yang hanya satu arah.

2.2.4.1.2 The equalitarian Style

Gaya *equalitarian* biasanya digambarkan dengan perkembangan pesan verbal yang disebarkan secara lisan atau dua arah (*two-way traffic of interchanges*).

Dalam gaya ini, komunikasi dilakukan secara transparan. Ini menyiratkan bahwa setiap individu dari asosiasi dapat mengomunikasikan pikiran atau anggapan dalam suasana yang longgar dan santai. Dalam suasana seperti itu, sangat mungkin bagi setiap individu dari asosiasi untuk setuju dan memahami (Sendjaja, 2018: 4.15).

Individu yang menerapkan gaya komunikasi signifikan ini adalah individu yang dianggap memiliki disposisi penuh perhatian yang tinggi dan kemampuan untuk membentuk asosiasi yang baik dengan orang lain, baik dalam pengaturan individu maupun dalam iklim hubungan kerja. Gaya *egalitarian* akan membuat lebih mudah untuk korespondensi dalam asosiasi, karena gaya ini layak dalam menjaga kasih sayang dan partisipasi, terutama dalam keadaan untuk menyelesaikan pilihan pada isu-isu kompleks (Sendjaja, 2018: 4.15).

Berbeda dengan jenis utama, gaya semacam ini terbuka dan dua arah. Dengan cara ini, komunikator dan komunikan juga sebagai orang pada umumnya dapat mengkomunikasikan pikiran atau perasaan dalam lingkungan yang longgar dan santai.

2.2.4.1.3 The Structuring Style

Gaya komunikasi ini memiliki sifat yang terorganisir, menggunakan pesan verbal atau secara lisan untuk membangun pesan yang harus dilakukan, memesan tugas dan pekerjaan dan desain yang berwibawa. Komunikator umumnya akan fokus untuk memengaruhi orang lain dengan membagikan data tentang tujuan hierarkis (Sendjaja, 2018: 4.16).

Stogdill dan Coons dari The Bureau of Business Research of Ohio State University, mendistribusikan komponen otoritas yang lebih menarik, yang mereka beri nama desain awal. Stogdill dan Coons menjelaskan bahwa penggagas konstruksi produktif adalah individu yang dapat merancang pesan verbal untuk lebih memperkuat tujuan hierarkis, sistem tugas, dan memberikan jawaban atas pertanyaan yang muncul (Sendjaja, 2018: 4.16).

Dari penjelasan ini, jenis ini lebih mengacu pada gaya korespondensi yang formal dan umumnya tidak kaku. Namun, jenis ini menikmati manfaat yang terukur dan matang, sehingga gaya korespondensi semacam ini sangat bagus untuk diterapkan dalam mencapai tujuan hierarkis.

2.2.4.1.4 The Dynamic Style

Gaya komunikasi yang kuat ini memiliki kecenderungan yang kuat, karena sumber pesan atau pengirim memahami jabatannya. Gaya ini secara teratur digunakan oleh juru kampanye atau direktur yang mengawasi perwakilan penjualan. Motivasi utama di balik gaya korespondensi yang kuat ini adalah untuk menghidupkan atau mendorong buruh/perwakilan untuk bekerja lebih cepat dan lebih baik (Sendjaja, 2018: 4.16). Gaya ini sangat layak untuk mengatasi persoalan-persoalan dasar, namun dengan prasyarat pekerja atau bawahan memiliki kapasitas yang memadai untuk mengatasi persoalan-persoalan dasar tersebut (Sendjaja, 2018: 4.16).

Dari penjelasan di atas, gaya korespondensi semacam ini dianggap menarik dalam mengalahkan isu-isu dasar. Dalam ulasan ini, keadaan yang dihadapi adalah keadaan darurat, khususnya pandemi virus corona yang berdampak pada masalah kesehatan dan keuangan.

2.2.4.1.5 The Relinquishing Style

Dalam gaya ini, komunikator mencerminkan kemampuan untuk mengakui ide, perasaan atau pikiran dari orang lain, daripada untuk memberikan perintah, meskipun sumber pesan memiliki pilihan untuk memberikan permintaan dan mengontrol orang lain.

Pesan yang berbeda dalam gaya ini akan menarik ketika pengirim pesan akan bekerja dengan orang-orang yang terpelajar, berpengalaman, berhati-hati dan siap untuk bertanggung jawab atas setiap pekerjaan atau pekerjaan yang diserahkan kepadanya (Sendjaja, 2018: 4.17).

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan, jika jenis gaya komunikasi ini bersifat lebih humanis, sebab sang komunikator dapat mengakomodir pendapat serta gagasan dari publiknya atau lawan bicaranya. Tentu hal ini merupakan salah satu gaya komunikasi ideal yang semestinya dimiliki oleh pemimpin.

2.2.4.1.6 *The Withdrawal Style.*

Sementara itu, gaya komunikasi ini digunakan ketika komunikator tidak ada keinginan dari individu yang menggunakan gaya ini untuk berbicara dengan orang lain, karena ada beberapa masalah atau kesulitan hubungan yang dilihat oleh individu-individu ini. (Sendjaja, 2018: 4.17).

Dalam penggambaran substansial adalah titik di mana seseorang mengatakan: "Saya lebih suka tidak terlibat dengan ini". Pernyataan ini menyiratkan bahwa dia mencoba untuk menjauh dari kewajibannya, tetapi juga menunjukkan keinginan untuk mencoba untuk tidak berbicara dengan orang lain. Selanjutnya, gaya korespondensi ini tidak sesuai untuk digunakan sehubungan dengan komunikasi otoritatif. (Sendjaja, 2018: 4.17).

Dari gambaran keseluruhan dari penggambaran di atas, Sasa berpendapat bahwa gaya *equalitarian* adalah gaya yang ideal untuk digunakan sebagai komunikator untuk mengelola populasi umum dan kepentingan yang berbeda. Sementara itu, tiga gaya lainnya, pengorganisasian, dinamis, dan relinquishing dapat digunakan secara meyakinkan untuk memberikan hasil yang berguna bagi asosiasi. Dua gaya korespondensi terakhir: pengendalian, dan penarikan cenderung mengganggu asosiasi yang berharga dan berguna.

Dalam penelitian ini, peneliti menilai reliabilitas dari konsep gaya komunikasi versi Sasa Djuarsa Sendjaja dapat menjadi unsur penting dan cocok untuk diaplikasikan dalam penelitian ini. Maka dari itu peneliti memutuskan memilih enam konsep gaya komunikasi ini sebagai acuan atau parameter dalam menganalisa unit analisis nantinya.

Tabel 2.2. Indikator dan Definisi Operasional

No.	Kategori	Indikator	Bentuk
1.	<i>The Countrolling Style</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Tanda verbal ● Tanda nonverbal 	<ul style="list-style-type: none"> ● Memberi perintah ● Mempersuasi ● Menggunakan kekuasaan
2.	<i>The equalitarian Style</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Tanda verbal ● Tanda nonverbal 	<ul style="list-style-type: none"> ● Akrab ● Hangat ● Menstimulasi ● Menekankan pengertian Bersama
3.	<i>The Structuring Style</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Tanda verbal ● Tanda nonverbal 	<ul style="list-style-type: none"> ● Objektif ● Mensistemisasi ● Menegaskan prosedur dan aturan
4.	<i>The Dynamic Style</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Tanda verbal ● Tanda nonverbal 	<ul style="list-style-type: none"> ● Agresif ● Mengendalikan ● Menumbuhkan sikap untuk bertindak ● Ringkas dan singkat
5.	<i>The Relinquishing Style</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Tanda verbal ● Tanda nonverbal 	<ul style="list-style-type: none"> ● Menerima pendapat orang ● Mengalihkan tanggung jawab pada orang lain ● Mendukung gagasan orang lain
6.	<i>The Withdrawal Style</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Tanda verbal ● Tanda nonverbal 	<ul style="list-style-type: none"> ● Independen/berdiri sendiri ● Menghindari komunikasi ● Mengalihkan persoalan

2.2.5 Konferensi Pers

2.2.5.1 Pengertian dan Tujuan Konferensi Pers

Sebagaimana dikemukakan oleh Ardianto, Komara, dan Karlinah dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (2015) ditegaskan bahwa sesi tanya jawab atau wawancara publik adalah data yang diberikan pada waktu yang bersamaan oleh suatu pemerintahan atau otoritas swasta kepada pertemuan para penulis. Ia menambahkan, keadaan sesi tanya jawab adalah berita yang disampaikan sangat vital. Sesi tanya jawab akan kehilangan kapasitasnya dengan asumsi berita yang disampaikan kurang signifikan, apalagi jika diliput oleh TV dan radio (Ardianto, Komara, dan Karlinah, 2015:182).

Selain itu menurut Oemi Abdurachman, konferensi pers diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting di suatu instansi, perusahaan, atas inisiatif sendiri atau permintaan wakil-wakil pers (Ardianto, Komara, dan Karlinah, 2015:182). Konferensi pers, turut dijelaskan sebuah acara khusus untuk memberitahukan, mengumumkan kegiatan, baik yang sudah terjadi maupun yang akan dilakukan. Biasanya *press conference* mengundang mengundang para Wartawan atau Media Massa untuk hadir dalam konferensi pers yang diadakan suatu perusahaan. Umumnya berkaitan dengan perilsan suatu produk, pemaparan program, pra ataupun pasca event, dan lain sebagainya (Gischa, 2021).

Konferensi pers didefinisikan juga suatu acara kehumasan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau individu untuk menyajikan informasi kepada media massa. Konferensi pers bertujuan untuk menyebarluaskan informasi. Bersama dengan rilis pers, pada humas atau *public relation* menggunakan konferensi untuk menarik media ke berita yang potensial (Gischa, 2021).

Adapun tujuan dari konferensi pers guna menyampaikan pernyataan (*statement*) atau suatu informasi oleh organisasi atau individu di mana sumber berita (narasumber) mengundang wartawan dan perwakilan media massa dengan mengundang media massa agar datang dan meliput dengan harapan berita akan

disiarkan seluas-luasnya. Publikasi informasi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran.

Konferensi pers biasanya digunakan untuk hal-hal sebagai berikut:

a. Menyampaikan sikap negara

Para pejabat tinggi negara, khususnya presiden menggunakan konferensi pers untuk menginformasikan sikap mereka terhadap suatu masalah. Atau bisa juga untuk menenangkan ketakutan publik.

b. Aktivitas politik

Aktivitas politik mengadakan konferensi pers untuk menyatakan pendapat tentang undang-undang yang diusulkan atau pendirian mereka mengenai masalah-masalah penting.

c. Konferensi pers darurat

Konferensi darurat biasanya diadakan sebagai tanggapan atas krisis atau bencana. Konferensi ini memiliki peran ganda sebagai layanan publik dan hubungan masyarakat. Bagi mereka yang bertanggung jawab atas krisis, dapat menggunakan konferensi pers untuk mendapatkan kembali kepercayaan publik.

d. Tujuan promosi

Konferensi promosi termasuk yang paling sering digunakan. Di sini humas menggunakan konferensi pers untuk memberikan pengumuman penting sehingga dapat diliput di media massa (Gischa, 2021).

Dengan begitu dapat disimpulkan konferensi pers merupakan kegiatan yang cukup penting dilakukan pihak pemerintah maupun swasta ketika ingin memberitakan sesuatu yang sangat penting guna disebarluaskan oleh pihak media. Dalam penelitian ini, konsep ini digunakan karena unit analisis penelitian ini merupakan video konferensi pers dari pemerintah yakni pengumuman keberlanjutan PPKM darurat yang dipaparkan langsung oleh Luhut Pandjaitan.

2.2.6 Komunikasi Militeristik

Gaya kepemimpinan pada komunitas militer menunjukkan bahwa para pemimpin militer memegang peran penting untuk mencapai dan mempertahankan

kinerja organisasi yang efektif di mana pemimpin dinilai menjadi komponen kunci dari kinerja organisasi (Fitriani, Ake, Rachmawaty, 2020: 3).

Kepemimpinan yang cenderung militer dapat dijelaskan sebagai kepemimpinan dalam organisasi militer yang memiliki kekhususan dari pemimpin sipil yaitu memiliki nilai-nilai dan karakteristik militer. Kepemimpinan dengan ciri khas militer dapat memberikan dampak dari perilaku bawahannya. Ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Boney (2015) yang menemukan bahwa kepemimpinan militer dapat meningkatkan motivasi bawahannya yang berdampak pada kinerja (Fitriani, Ake, Rachmawaty, 2020: 3).

Dalam buku yang berjudul Komunikasi Militer, Mantan Menteri Pertahanan Mahfud MD, mengatakan bahwa dalam organisasi militer sangat kental dengan unsur instruktif dan komando, “Dalam komunikasi yang hirarkis pada lembaga militer, pesan yang disampaikan cenderung bersifat instruktif dan komando. Pesan yang disampaikan atasan harus sampai ke bawah secara persisi (*top down*).” Dengan begitu dapat disimpulkan jika salah satu unsur komunikasi verbal pada seseorang yang memiliki latar belakang militer cenderung instruktif dan juga pesan yang disampaikan harus sama dengan yang disampaikan oleh atasan (Lestari, 2021).

Kemudian dalam buku yang sama dengan sub judul Perang Opini Tentang Citra Militer Indonesia di Mata Publik oleh Aat Ruchiat menjelaskan jika komunikasi yang paling cocok dan lazim digunakan oleh orang militer adalah gaya komunikasi *The Controlling Style* (Lestari, 2012).

Sedangkan untuk rujukkan komunikasi nonverbal yang dimiliki orang dengan latar belakang militer sebagai berikut. Dalam buku yang berjudul Human Behavior In Military Contexts, dijelaskan jika berbagai penelitian telah menemukan beberapa isyarat nonverbal yang dilakukan orang dengan latar belakang militer. Adapun beberapa unsur nonverbal itu meliputi wajah, kinesik, serta tatapan (National Research Council, 2021).

Dari penjelasan singkat mengenai militeristik dapat disimpulkan bahwa militeristik merupakan sebuah sifat yang melekat pada orang yang memiliki latar belakang militer. Selain itu militeristik juga menjadi sebuah pendekatan suatu negara

dalam menangani sebuah kasus tertentu. Dalam penelitian ini, Luhut Pandjaitan yang menjadi unit analisis memiliki latar belakang militer, hal tersebut membuat dirinya memiliki sifat militeristik sewaktu menjabat sebagai Koordinator PPKM darurat. Tidak hanya itu, jika menggunakan helicopter view, pemerintah dalam hal ini Presiden Jokowi cenderung menggunakan orang yang memiliki karakter militeristik ketimbang ahli dalam menangani pandemi Covid-19. Contoh lainnya yaitu penunjukan ketua Satuan Tugas (Satgas) yang juga diduduki oleh golongan militer.

2.2.7 Komunikasi Krisis

Komunikasi darurat atau krisis adalah komunikasi yang sifatnya memberikan reaksi cepat begitu terjadi keadaan darurat, dengan pesan yang transparan kepada mitra, terlepas dari apakah secara langsung atau tidak langsung terpengaruh (Prastya, 2011:2). Pinsdrof dalam Prastya (2011) juga mengklarifikasi bahwa sebuah organisasi atau kantor memiliki "setidaknya 40 menit hingga batas 12 jam" untuk memberikan bentuk klarifikasi keadaan darurat. Selama ini asosiasi atau kemitraan dianggap lalai dalam menyampaikan data yang berlaku, sehingga kepastian yang terbuka bisa jadi telah menjatuhkan data yang akan dikirimkan di luar rentang waktu tersebut (Prastya, 2011:2).

Tidak hanya itu, komunikator saat komunikasi saat krisis di era media baru juga harus berjibaku dalam siklus informasi yang berlangsung selama 24 jam nonstop. Tindakan yang cepat dan efektif harus segera dilakukan oleh organisasi ketika menghadapi apapun masalah yang dihadapi. Memberikan informasi dengan cepat yang akan disampaikan, sebab membiarkan rumor beredar secara liar hanya akan menambah kesulitan bagi pihak maupun instansi pemerintahan (Prastya, 2011:3)

Dalam konteks penelitian ini, komunikator adalah Koordinator PPKM darurat Jawa Bali yakni Luhut Pandjaitan. Pemerintah di bawah komando Luhut biasanya akan memberikan keterangan yang disiarkan secara langsung ke seluruh penjuru Indonesia terkait krisis kesehatan dan ekonomi akibat pandemi Covid-19.

Dalam komunikasi krisis ini, terdapat pula beberapa konsep yang juga perlu diperhatikan. Combs dalam Prastya (2011) menjelaskan tiga prinsip utama dalam komunikasi krisis, pertama yakni, menyampaikan pesan dengan cepat, konsisten, dan terbuka. Menyampaikan pesan dengan cepat menyiratkan memberikan pintu terbuka kepada mitra, terutama komunikasi luas, untuk melihat apa yang sebenarnya terjadi. Tujuannya untuk menutupi kekurangan data saat terjadi keadaan darurat (Prastya, 2011:4).

Reaksi lambat akan cenderung ke arah berbagai perkumpulan terutama orang-orang yang perlu memusnahkan kedudukan perkumpulan atau organisasi untuk mengisi lubang data dengan teori atau kebohongan. Reaksi yang cepat juga akan membentuk pemahaman di mata publik bahwa organisasi atau asosiasi dapat menangani keadaan (Prastya, 2011:4).

- Aturan selanjutnya adalah konsistensi, yang berarti ketika pesan berbeda yang diberikan asosiasi dibebaskan dari inkonsistensi. Dengan demikian, konsistensi berbicara dengan satu suara. Tidak terbayangkan dalam keadaan darurat hanya satu alamat individu yang menangani organisasi atau perkumpulan. Semua hal dipertimbangkan, grup korespondensi darurat sebenarnya perlu memastikan berbagai juru bicara akan menyampaikan pesan yang stabil. Pedoman ketiga adalah transparansi, di mana aturan ini merupakan aturan utama yang meragukan, karena muncul karena berbagai terjemahan pemahaman penerimaan ini (Prastya, 2011:5).

Selain itu, Merujuk pada kerangka strategi komunikasi *Five in Five* (Lima dalam Lima) dari World Health Organization (WHO), terdapat prinsip penting saat pemerintah dilanda krisis kesehatan seperti saat ini.

Dihimpun dari pedoman yang berjudul *Risk Communication Starteg for Public Health Emergencies in the WHO South-East Asia Region*, WHO telah merincikan lima prinsip utama yang menjadi landasan saat komunikasi krisis diperlukan. Berdasarkan bukti dan faktor yang mempengaruhi komunikasi krisis, WHO telah mengembangkan lima kunci “Prinsip Komunikasi Risiko”, sebagai berikut.

Tabel 2.3. Prinsip *five in five* WHO. Sumber: Risk Communication Starteg for Public Health Emergencies in the WHO South-East Asia Region

Prinsip	Deskripsi
Kepercayaan	Menciptakan dan memelihara kepercayaan adalah dasar dari risiko komunikasi dalam keadaan darurat. Darurat adalah periode tinggi emosi dan ketidakpastian, dan dalam situasi seperti itu, orang cenderung mengikuti sumber yang mereka percayai. Orang-orang mempercayai mereka yang mereka rasakan kredibel – seperti pakar yang mereka hormati, orang-orang yang dalam pengalaman masa lalu mereka atau di lingkungan mereka memiliki terbukti "berbuat baik". Sangat penting untuk dicatat bahwa kepercayaan, sekali hilang, sulit untuk mendapatkan kembali
Transparansi	Transparansi dalam komunikasi sangat penting untuk membangun kepercayaan, bahkan lebih penting untuk tidak kehilangan kepercayaan. Ini termasuk menyampaikan ketidakpastian dan tidak menyembunyikan informasi negatif. Menyampaikan informasi secara transparan namun meyakinkan yang tidak menimbulkan kepanikan membutuhkan keterampilan komunikasi risiko dan keahlian.
Mengumumkan Lebih Awal	Pengumuman awal keadaan darurat dan diseminasi informasi yang tersedia, bahkan jika tidak lengkap, membuat publik percaya pada pihak berwenang, dan membangun kepercayaan. Kecepatan pengumuman juga penting untuk mencegah penyebaran rumor (hoaks). penyebaran informasi dari berbagai sumber, oleh karena itu, prinsip ini penting agar semakin memperkuat pesan.

Mendengarkan

Mendengarkan dan memahami persepsi publik menjadi dasarnya dari strategi komunikasi risiko. Informasi perlu ditangani ketakutan dan kekhawatiran publik, dan diproyeksikan dengan cara yang dilihat oleh publik dan pemangku kepentingan sebagai relevan dengan kehidupan mereka. Mendengarkan juga memungkinkan identifikasi awal rumor dan informasi yang salah.

Perencanaan

Keadaan darurat biasanya tidak dapat diprediksi, dan ketika itu terjadi perlu segera diambil tindakan. Perencanaan, pembangunan kapasitas, terlibat dengan komunitas dan media, dan membangun sistem dan struktur, perlu dilakukan sebelum keadaan darurat benar-benar terjadi.

- Dari tabel di atas, WHO sebagai otoritas kesehatan dunia yang juga bertanggung jawab atas informasi mengenai Covid-19 dan kebijakan kesehatan lainnya, juga memberikan pemahan terkait penanganan komunikasi krisis saat terjadi pandemi Covid-19. Dari lima prinsip WHO tersebut juga dapat peneliti katakan sejalan maupun beririsan dengan tiga konsep komunikasi krisis pada umumnya yang dipopulerkan oleh Combs yakni kecepatan, keterbukaan dan juga konsistensi.

Kemudian, dalam penanganan pandemi Covid-19, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan (Kemenkes) juga telah membuat siklus saat terjadi krisis kesehatan. Dihimpun dari buku Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanganan Krisis Kesehatan, terdapat siklus penanganan krisis dari fase prakrisis, fase tanggap darurat dan fase pasca krisis beserta contoh komunikasi publiknya.

Tabel 2.4. Siklus Krisis Kesehatan Kemenkes

Siklus Krisis Kesehatan	Tujuan Komunikasi Risiko	Strategi	Contoh Aktivitas Komunikasi Publik
Prakrisis			<ul style="list-style-type: none"> • Mengkaji tersedianya sistem pemantauan berita, isu media, dan media sosial. • Menjalin hubungan tepercaya dengan media dan mitra-mitra lainnya sehingga mereka akan membantu saat terjadi krisis. • Siapkan daftar calon juru bicara. • Lakukan persiapan untuk mengaktifkan sistem komunikasi kehumasan. • Koordinasi dengan tim komunikasi dan tim teknis lainnya. • Menyiapkan strategi komunikasi dan materi-materi dalam mengatasi ketidakpastian, termasuk pemantauan berita dan isu di media massa dan media sosial, poin pembicaraan bagi pimpinan dan juru bicara, siaran pers, temu media, materi komunikasi, informasi, dan edukasi (KIE) dan <i>Frequently Asked Question (FAQ)</i>, dan lain-lain. • Pemantauan media tradisional dan digital untuk mengetahui aspirasi dan emosi publik terkait ancaman bahaya.
Tanggap darurat			<ul style="list-style-type: none"> • Pilih juru bicara. • Beri tahu semua karyawan tentang siapa juru bicara yang ditunjuk. • Pastikan calon juru bicara telah dilatih untuk menghadapi media. • Kumpulkan informasi secara berkesinambungan tentang perkembangan situasi krisis kesehatan. • Kumpulkan informasi tentang media mitra, mengidentifikasi tautan saat ini, potensi tautan baru yang dapat dikembangkan dan audiensnya, dll. • Bagikan rencana komunikasi kepada orang-orang yang relevan. • Sesuaikan rencana untuk memastikannya mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan baik dalam krisis ini. • Kembangkan informasi latar belakang serta penyusunan siaran pers. • Kembangkan materi-materi kehumasan seperti lembar fakta, poin bicara, video, dll. • Aktifkan sistem komunikasi dua arah bagi publik seperti <i>hotline</i>, <i>website</i>, tautan khusus, <i>Twitter</i>, dll. • Koordinasi dengan tim komunikasi dan tim teknis lainnya.
Pasca krisis			<ul style="list-style-type: none"> • Lakukan evaluasi. • Lakukan edukasi kepada wartawan.

Dari contoh-contoh di atas, terlihat bahwa tugas kehumasan ialah menyampaikan informasi kepada publik. Agar penyampaian informasi tetap konsisten, terarah, jelas, dan terkontrol, maka harus dilakukan lewat satu pintu yakni melalui juru bicara yang dalam konteks PPKM ini adalah Luhut Binsar Pandjaitan. Pemilihan dan penunjukkan juru bicara sangatlah penting karena juru bicara berperan mengendalikan informasi organisasi agar di kalangan masyarakat tidak terjadi kekacauan informasi

kesimpangsiuran dan ketidakjelasan, serta mendorong masyarakat melakukan tindakan tepat untuk menghindari atau mengendalikan ancaman krisis kesehatan. Dalam konteks pemerintah, khususnya untuk isu penting seperti krisis kesehatan, juru bicara atau jubah diartikan sebagai pejabat yang berwenang atau yang ditunjuk untuk memberikan informasi kepada masyarakat melalui berbagai saluran, terutama media (Pedoman Komunikasi Risiko untuk Penanggulangan Krisis Kesehatan, 2021).

Tak hanya itu saja, pemerintah pusat dalam mengelola isu tertentu, memerlukan untuk melakukan pemilihan juru bicara pendukung yang berada di luar sistem kesehatan, karena orang tersebut dianggap memiliki kredibilitas dan pengetahuan terhadap isu khusus tersebut, dalam hal ini Luhut Binsar Pandjaitan dipilih Presiden untuk mengemban tugas tersebut.

Urgensi sebuah komunikasi krisis dalam sebuah perusahaan, Lembaga, bahkan negara sekalipun sangatlah penting. Dapat disimpulkan jika komunikasi krisis bukan hanya merespons isu maupun rumor secara cepat namun juga harus tepat dan memiliki harmonisasi dari setiap unsurnya agar tidak terjadi kesalahan. Peneliti menggunakan konsep ini, sebab komunikasi publik yang dilakukan oleh Koordinator PPKM Luhut Pandjaitan masuk dalam situasi krisis yakni menanggulangi pandemi Covid-19. Maka dari itu unsur komunikasi krisis menjadi penting untuk digunakan.

2.2.8 Kebijakan PPKM Darurat di Masa Pandemi Covid-19

Memiliki kepanjangan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat, kebijakan ini merupakan sebuah langkah yang harus diambil pemerintah Indonesia guna menurunkan dan mengendalikan angka penularan Covid-19. Selain itu, kebijakan tersebut juga bertujuan untuk mengurangi kebutuhan masyarakat untuk berobat di rumah sakit sehingga tidak membuat lumpuh rumah sakit akibat kelebihan kapasitas oleh pasien Covid-19 (kominfo.go.id, 2021). Dimulai pada 3 Juli 2021 silam sampai saat ini PPKM diharapkan dapat menurunkan jumlah penularan Covid-19 di Pulau Jawa-Bali. Penyebab digulirkannya PPKM darurat adalah untuk menekan angka penularan Covid-19 di lingkungan keluarga.

Kebijakan PPKM darurat Jawa-Bali juga didasari oleh Instruksi Mendagri No. 15 dan 17 tahun 2021 sebagai dasar PPKM Darurat. Isinya antara lain mengenai pembatasan kegiatan Masyarakat berbasis mikro serta mengoptimalkan posko penanganan Covid-19 pada tingkat desa dan kelurahan (covid19.go.id, 2021). Dalam pelaksanaan PPKM darurat Jawa-Bali juga terdapat aturan khusus yang membatasi segala kegiatan masyarakat, mulai dari sektor kritikal, esensial dan non esensial.

Melansir laman resmi kemkes.go.id, dijelaskan bahwa Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Saat menyerang manusia virus ini membuat penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai dari flu hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/*Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Coronavirus varian terbaru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Tiongkok, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV 2), dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19) (kemkes.go.id, 2020).

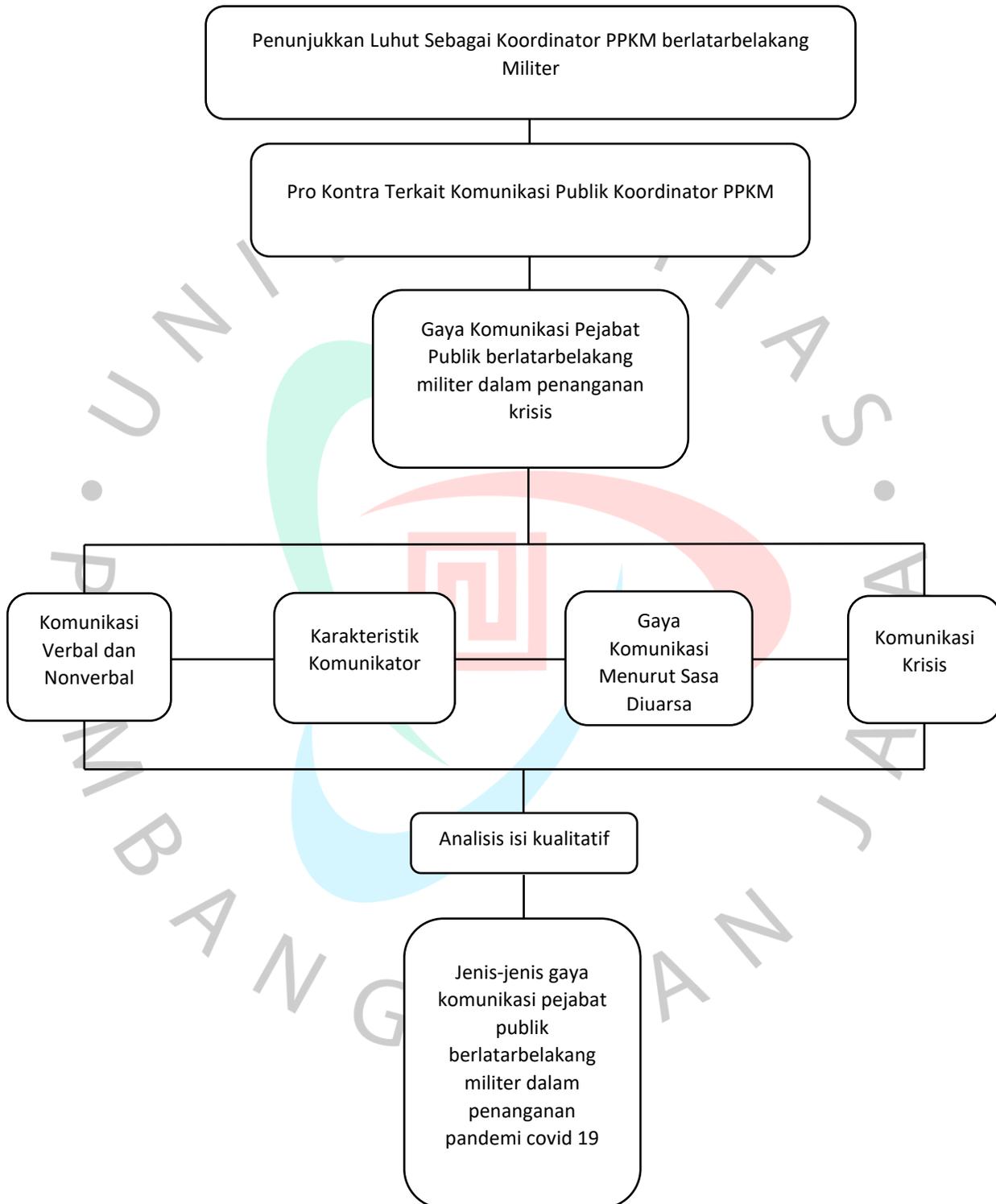
Menurut perspektif virologi, Covid adalah infeksi RNA dengan ukuran molekul 120-160 nm. Infeksi ini terutama menodai makhluk, termasuk kelelawar dan unta. Menjelang pandemi virus corona. Ada sekitar 6 jenis Covid yang dapat menginfeksi manusia, yaitu alphacoronavirus 229E, alphacoronavirus NL63, betacoronavirus OC43, betacoronavirus HKU1, Serious Intense Respiratory Ailment Covid (SARS-CoV), dan Center East Respiratory Disorder Covid (MERS-CoV) (Divisi Pengobatan Dalam). Tenaga Kerja Kedokteran, Perguruan Tinggi Indonesia, 2020).

Dari penjelasan singkat tersebut dapat diketahui bahwa kebijakan PPKM merupakan langkah kongkrit pemerintah Indonesia guna menurunkan serta mengendalikan penularan Covid-19. Selain itu dalam pelaksanaannya PPKM darurat mencakup wilayah pulau Jawa dan Bali. Saat awal kebijakan diambil banyak kontra yang ada di masyarakat. Sedangkan Coronavirus atau lebih dikenal Covid-19 merupakan sebuah penyakit yang menyerang saluran pernapasan manusia. Dampak dari virus ini juga sangat berbahaya, terlebih di Indonesia sempat mengalami eksponensial kasus yang merenggut banyak nyawa. Sampai saat ini, belum ditemukan

pasti obat dari virus tersebut, sebab terus adanya mutasi genetik dari setiap variannya. Tema besar terkait Covid-19 pun menjadi menarik untuk diteliti baik karya ilmiah bidang sosial maupun bidang kedokteran, tidak terkecuali peneliti yang turut meneliti terkait penanganan pandemi Covid-19 yang dilakukan pemerintah Indonesia khususnya komunikasi publik dari Luhut Pandjaitan.



2.2.9 Kerangka Berpikir



Gambar 2.5 Kerangka Berpikir Penelitian

Sesuai dengan judul dan rumusan masalah penelitian sebelumnya, peneliti ingin meneliti bentuk bentuk dari gaya komunikasi yang digunakan Luhut Pandjaitan dalam menjabat sebagai Koordinator PPKM darurat saat menyampaikan pesan melalui konferensi pers. Dimulai dari fenomena penunjukan Luhut sebagai Koordinator PPKM Jawa Bali yang berujung pada kontroversi serta kritik dari masyarakat. Selanjutnya peneliti masuk lebih fokus pada mencari gaya komunikasi pejabat publik berlatar belakang militer dalam penanganan krisis yakni sosok Luhut. Dengan menggunakan konsep maupun teori yang mendukung teori ini yaitu komunikasi, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, karakteristik komunikator, komunikasi krisis, serta gaya komunikasi dari Sasa Djuarsa di mana dia mengklasifikasikan gaya komunikasi menjadi enam, yakni *The Countrolling Style*, *The equalitarian Style*, *The Structuring Style*, *The Dynamic Style*, *The Relinquishing Style* dan *The Withdrawal Style*.

Penggunaan pendekatan penelitian kualitatif serta metode analisis ini kualitatif guna menganalisis data yang sudah peneliti kumpulkan. Sehingga, dapat mengetahui bentuk-bentuk gaya komunikasi pejabat publik berlatar belakang militer dalam penanganan pandemi Covid-19 yakni Luhut Pandjaitan. Adapun alasan peneliti menggunakan serangkaian konsep dan teori tersebut seperti komunikasi publik, sebab fenomena yang akan diteliti merupakan bentuk dari komunikasi publik. Selain itu, karakteristik komunikator juga beririsan dengan tema penelitian yakni gaya komunikasi sehingga peneliti menggunakannya. Selain itu teori komunikasi krisis karena semua kegiatan tersebut masuk dalam sebuah komunikasi krisis yang sedang dijalankan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19.