

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Virus adalah parasit *obligot* sehingga hanya menunjukkan ciri-ciri kehidupan jika berada di dalam sistem biologis (jasad selular) yang sesuai. Satuan dasar virus disebut virion dan untuk menyebut entitas virus biasanya digunakan istilah *partikel virus*. Oleh karena sifatnya yang parasit obligat maka virus seringkali dianggap sebagai batas antara 'jasad hidup dan jasad mati. Meskipun demikian, partikel virus dan komponen genetiknya Juga terorganisasi secara rapi. Masing-masing komponen selular dan organel jasad hidup mempunyai fungsi dan organisasi yang spesifik (Yuwono, 2017)

kita adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan interaksi dengan orang banyak. Menjadi kaum rebahan di rumah mungkin untuk sebagian orang. Pada pekan pertama mungkin akan terasa menyenangkan, dengan berjalannya waktu pekan kedua, ketiga kita saling menyadari begitu berharganya sebuah pertemuan dengan orang yang di sekitarnya (Karimi, 2020)

Virus corona ini telah banyak merubah sistem-sistem sosial dalam kelompok masyarakat. Indonesia misalnya yang dikenal sebagai negara mayoritas Islam banyak melakukan aktivitas beribadah di masjid lima kali sehari, harus dibatasi bahkan pemerintah menganjurkan untuk beribadah di rumah begitu juga dengan penganut agama lain, kita dianjurkan untuk tidak melakukan acara yang melibatkan banyak orang termasuk beribadah.

Selain itu budaya atau kebiasaan salaman dan berjabat tangan bagi masyarakat Indonesia secara umum juga mulai dihentikan atau dirubah dengan pola yang lain, ini akibat virus corona diyakini memiliki pola penyebaran lewat sentuhan, kita dipaksa untuk menjaga jarak seakan-akan kita sudah mulai tidak saling percaya antara satu dengan yang lain, *trust* sosial sudah mulai rapuh, kita semua telah dikuasai oleh rasa khawatir dan rasa takut. Coronavirus ini betul-betul menghantam tatanan sosial budaya yang ada sehingga kita semua sangat berharap pemerintah mampu mengendalikan wabah ini dalam waktu cepat dan kita sebagai rakyat harus patuh terhadap anjuran pemerintah karena kalau tidak, ke depannya akan lebih banyak masalah atau korban jiwa.

Dalam kehidupan masyarakat interaksi adalah hal yang sangat penting untuk membangun tatanan sosial yang efektif, namun ruang interaksi itu sedang terganggu oleh makhluk abstrak yang sangat menakutkan, ruang publik yang selama ini sebagai tempat berdinamika kini tidak lagi bebas untuk diakses, rasa takut dan khawatir selalu terbayang dipikiran kita akan keberadaan virus corona ini seperti ke tempat ibadah, pasar, sekolah atau kampus dan tempat-tempat umum lain apalagi pasca pemerintah memutuskan mengambil langkah *social distancing* sehingga segala aktivitas masyarakat di fokuskan saja di rumah masing-masing, belajar di rumah, kerja di rumah dan ibadah di rumah seperti himbauan pemerintah (Sulvinajayanti, 2020)

Meskipun belum ada pengukuran terhadap Covid- 19, *social distancing* kini menjadi strategi yang digunakan untuk memperlambat laju penyebaran virus ini. Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit Amerika Serikat misalnya telah menas aturan jarak minimal 2 meter dan orang lain, melarang berkumpul, dan menghindari pertemuan massal (CDC, 2020). Himbauan serupa juga dikeluarkan pemerintah Indonesia, Presiden

Joko Widodo menghimbau masyarakat untuk melakukan social distancing dengan menerapkan belajar, bekerja, dan beribadah dan nimah . Anjuran ini kemudian dikuatkan dengan penerbitan Peraturan Pemenintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Masalahnya, bangsa kita dikenal suka berkumpul yang tercermin dalam berbagai tradisi masyarakatnya. Begitu pula hakekat manusia sebagai *homo social* yang menuntut adanya hubungan sosial dengan orang lain membuat aturan ini sulit dijalankan. Dengan demikian, *social distancing* merupakan paradoks dan tindakan berkumpul tersebut. Fakta di lapangan juga menunjukkan masih banyak masyarakat diberbagai daerah yang menghiraukan aturan ini. Apakah leluhur kita tidak mengajarkan *social distancing*? Seperti apa pembatasan sosial dan relasi sosial dalam kebudayaan masyarakat Indonesia? Bagaimana *social distancing* ketika dihadapkan dengan budaya masyarakat kita saat ini? Apa langkah dan solusi yang diberikan agar kebudayaan dan “tindakan pembatasan” berjalan beriringan dalam penanganan Covid- 19. Hal tersebut yang akan disajikan dalam pembahasan penelitian ini(Daud, 2020)

Berdasarkan keterangan bapak kepala desa, desa Kadipaten adalah salah satu desa di Kabupaten ponorogo yang ikut terkena dampak covid-19. Banyak warga di desa ini yang bekerja diluar kota atau di tempat- tempat keramaian seperti pasar dan pusat perbelanjaan. Hal ini yang menimbulkan kekawatiran dari warga tentang bahaya penularan covid-19. Sesuai dengan intruksi pemerintah, desa Kadipaten melakukan social distancing sebagai antisipasi penyebaran virus tersebut. Salah satu pendekatan dalam social distancing adalah perangkat desa karena dalam penerapan social distancing terdapat beberapa kendala external maupun internal.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, warga desa Kadipaten belum semuanya melakukan social distancing. Masih banyak warga yang melakukan aktivitas berkumpul hanya untuk sekedar mengobrol atau untuk diluar kegiatan kerja. Hal ini sangat berpotensi besar untuk terjadinya penularan covid-19 atau korona dalam jumlah missal yang akan sulit diatasi jika kejadian itu terjadi. Penerapan dan inovasi dalam social distancing menjadi sangat penting sebagai langkah antisipasi terhadap keadaan tersebut.

Berdasarkan kondisi diatas , penulis tertarik untuk meneliti social distancing yang dilakukan di desa Kadipaten yang saat ini menerapkan strategi tersebut. Penulis ingin membuat penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Perangkat Desa Dalam Penerapan Social Distancing Pencegahan Covid-19 Di Desa Kadipaten Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo”**

B. PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi komunikasi perangkat desa dalam penerapan social distancing pencegahan covid-19 di Desa Kadipaten?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai perumusan masalah diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi perangkat desa dalam penerapan social distancing pencegahan covid-19 di Desa Kadipaten

D. Manfaat penelitian

Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu pengetahuan

khususnya dibidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan strategi Komunikasi Perangkat desa dalam penerapan social distancing untuk pencegahan covid-19 yang saat ini sedang melanda bangsa Indonesia

2. Bagi Desa Kadipaten

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memperbaiki penerapan social distance in berbasis perangkat desa di desa Kadipaten sehingga program tersebut dapat berjalan baik untuk mencegah terjadinya penyebaran virus Corona secara massal di desa Kadipaten

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah pengetahuan bagi peneliti serta aplikasi keilmuan yang telah dipelajari di kampus untuk diterapkan dalam masyarakat

4. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperbaiki kelemahan dalam penelitian ini dan untuk menemukan aspek-aspek baru yang akan diteliti oleh peneliti yang akan datang

E. PENEGASAN ISTILAH

Penegasan istilah berfungsi supaya dapat memberi dan menjabarkan apa arti dalam suatu makna atau arti istilah – istilah yang di pakai pada penelitian sesuai dengan kamus bahasa agar tidak salah manafsirkan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini akan dibahas beberapa istilah yang digunakan dalam pembahasan penelitian

1. Strategi

Strategi merupakan pemasti tujuan yang digunakan untuk skala dalam waktu panjang bagi sebuah organisasi dan penentu untuk memutuskan tindakan yang di ambil serta medapatkan sumber yang di butuhkan agar bisa mencapai tujuan yang di inginkan. Middleton yang seorang pakar perencanaan komunikasipun mengatakan definisi strategi komunikasi ialah sebuah kombinasi antara yang terbaik dengan semua elemen komunikasi, baik itu komunikator, pesan ataupun media dan pada pengaruh efek yang di buat agar bisa mencapai apa yang menjadi tujuan secara optimal (Suratiningsih, 2020)

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses untuk meyampaikan suatu pesan yang berbentuk symbol atau kode, dari satu pihak kepada pihak lain yang mempunyai efek mengubah sikap atau tindakan seseorang.yang dilakukan secara langsung (lisan)ataupun tidak langsung(menggunakan media) (Prabowo, 2020)

3. Public relations Perangkat desa

Public relations merupakan satu kesatuan dengan manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. *Public relations* adalah sebuah usaha yang terencana dan berkelanjutan yang memilikitujuan membangun serta menjaga kesepahaman bersama antara organisasi dan publiknya. *Public relations* juga mempunyai fungsi mendukung organisasi mencapai apa yang jadi tujuannya dengan media komunikasi yang efektif dan koneksi komunikasi yang konstruktif. *Public relations* berperan menjadi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik serta bermanfaat dengan publiknya yang mempengaruhi sebuah kesuksesan atau kegagalan organisasi. (Kriyantono, 2015)

F. LANDASAN TEORI

1. Strategi Komunikasi

a) Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi merupakan sebuah rencana tujuan dalam waktu yang lama. Pada organisasi ketika membuat keputusan dimana agar mendapatkan sumber-sumber daya untuk menopang organisasi dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Secara singkat Middleton mengemukakan strategi komunikasi harus mempunyai kombinasi yang baik dari semua elemen yang mempengaruhi komunikasi. Tujuannya sederhana agar dapat mencapai apa yang jadi keinginannya secara optimal.

Menurut Effendy sebuah strategi komunikasi wajib di lengkapi dengan teori, salah satu teori yang melengkapi strategi komunikasi adalah teori yang pernah di cetuskan oleh Harold Las swell yaitu "*Who Say What in Which Channel to Whom With What Effid?*". Effendy mengatakan pemahaman yang lebih mendalam pada strategi komunikasi itu diwajibkan digabungkan bersamaan dengan komponen-komponen yang menjadi jawaban terhadap pertanyaan yang tercantum pada rumus yaitu siapakah komunikatonya; apa yang dipertanyakan; media apa yang digunakannya; siapa komunikannya; respon seperti apa yang ingin didapatkan. Maka dari itu dari sini dapat di artikan strategi komunikasi merupakan seluruh bagian dari rencana, siasat dan cara yang diterapkan yang bertujuan melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi guna mencapai tujuan yang diinginkan (Suratiningsih, 2020)

Seorang pakar yaitu Prabawa berkata Strategi komunikasi yang sebenarnya memiliki arti perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) yang bertujuan mencapai apa yang menjadi ke inginan pemilik strategi. Strategi komunikasi merupakan bagian tahapan

pasti pada susunan aktifitas komunikasi yang bertumpu kepada satuan teknik bagi penerepan apa tujuan komuniiasi, selain itu teknik adalah satu pilihan pengambilan keputusan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Rencana yang meliputi metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara unsur-unsur dan faktor-faktor dan proses komunikasi guna kegiatan operasional yang dipersiapkan untuk memenuhi apa yang menjadi tujuan utama. Seorang pakar perencanaan komunikasi membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dan semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Prabawa, 2020)

2. Public relation

a) Pengertian Public Relation

Public relations ialah sebuah manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. *Public relations* merupakan sebuah hasil usaha yang telah direncanakan dengan bagus dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara kesepahaman bersama antara organisasi dan publiknya. *Public relations* bertujuan membantu organisasi mencapai apa yang diinginkan melalui komunikasi yang efektif dan partner-partner yang konstruktif. *Public relations* juga berperan membuat dan menjaga hubungan baik serta bermanfaat dengan publiknya yang berperan dalam kesuksesan atau kegagalan organisasi.

Dari pembahasan yang telah dilakukan di atas dapat disimpulkan bahwa *Public relations* merupakan proses membangun sebuah hubungan, membangun rasa saling percaya, serta membentuk rasa kerja sama antar sesama individu dan

sesama organisasi dengan publiknya dengan menggunakan sebuah strategi atau program komunikasi yang dialogis dan partisipatif. Dalam proses komunikasinya agar dapat dilakukan secara efektif serta efisien, maka sebab itu seorang *Public relations* perlu memahami pengetahuan, persepsi, motif, dan apa saja hal-hal yang saat ini di butuhkan oleh publik sasaran. Semisal di ibaratkan bahwa sebuah program atau rencana *Public relations* digambarkan menjadi sebuah pistol, maka *Public relations* adalah “*the man behind the gun*” lalu pesan-pesan komunikasi yang disampaikan adalah peluru. Sebelum menembakkan pelurunya, seorang *Public relations* harus mengetahui dengan pasti siapa yang menjadi sasaran tembaknya, sisi mana yang paling mudah ditembak, berapa tembakan yang dibutuhkan agar tepat sasaran, serta memilih dengan tepat jenis peluru mana yang digunakan agar pesan-pesan itu tepat mengenai sasaran (Kriyantono, 2015)

b) Strategi Public Relation

1) Strategi Memperoleh Publisitas (*Strategy of Publicity*)

Strategi yang dilakukan dengan melakukan kegiatan kampanye yang bekerja sama dengan berbagai pihak media massa melalui proses publikasi berita. Selain itu strategi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan sebuah taktik atau siasat rekayasa sebuah berita, yang membuat para audiens merasa tertarik sehingga tercipta publisitas yang menguntungkan.

2) Strategi dengan bujukan (*Strategy of Persuasion*)

Kegiatan kampanye harus dilakukan untuk membuat khalayak terbuju dengan menggunakan sebuah teknik pemberian sugesti atau persuasi dimana

ditujukan untuk membuat opini public berubah dengan menggunakan segi emosional melalui sebuah cerita dari artikel atau featuris yang mempunyai landasan humanity interest.

3) Strategi dengan Pendekatan Argumen (*Strategy of Aigumentation*)

Tujuan untuk membuat strategi ini ialah satu, yaitu mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan (*negative news*), lalu dibuatlah berita yang sebanding dengan berita itu yang memiliki arti menjelaskan suatu fakta yang jelas dan rasional dalam hal yang bertujuan untuk membuat opini publik berubah yang diharapkan dapat membuat citra positif yang menggunakan menggunakan berita atau statement yang dirilis.

4) *Strategy of Image*

Strategi untuk memberi atau menjaga kesan positif, pada public dengan melakukan publikasi yang memiliki tujuan agar citra sebuah lembaga atau produk mereka terjaga. Contohnya bukan Cuma menunjukkan sisi promosi mereka tetapi cara membuat publikasi non- komersial yang memperlihatkan sisi kepedulian mereka terhadap lingkungan sekitar dan sosial (*humanity reiations and social marketing*) dimana sangat menguntungkan citra bagi sebuah organisasi atau pun lembaga secara menyeluruh (*corporate image*) (Suratiningsih, 2020)

c) Perangkat Desa Dalam Komunikasi Public Relation

Perangkat desa merupakan Public relations dimana dasarnya adalah melakukan kegiatan komunikasi. Tetapi berbeda dengan jenis kegiatan komunikasi lainnya, kegiatan komunikasi dalam *Public Relations* mempunyai ciri-ciri tertentu, hal ini di pengaruhi oleh tempat serta fungsi dimana Public Relations tersebut berada, bagaimana sifat-sifat manusia yang terlibat serta bagaimana public yang menjadi sasaran utamanya, ataupun factor eksternal yang berpengaruh kuat.

Public Relations mempunyai ciri pokok komunikasi yang bersifat timbal balik (*two-way traffic*). Komunikasi ini berperan penting dan mutlak yang diwajibkan ada dalam setiap kegiatan *Public Relations*, dan adanya feedback merupakan prinsip pokok dalam *Public Relations*.

Public Relations memiliki arti jadi bagian integral dan suatu kelembagaan dan bukan suatu fungsi atau bagian yang berdiri sendiri. *Public Relations* berperan sebagai penyelenggaraan komunikasi timbal balik antara suatu lembaga dengan publik dimana mempengaruhi sukses tidaknya lembaga tersebut. Pihak lembaga atau organisasi bertujuan agar dapat menciptakan rasa saling memahami dan mendukung agar dapat mencapai tujuan lembaga tersebut. Kunci sukses dalam hal *Public Relation* sangat bergantung dengan komunikasi yang efektif. Dalam kaitan dengan prinsip komunikasi yang efektif (Nurtjahjani, 2018)

3. Teori Perilaku Masyarakat

Dalam sosialisasi tumbuh yang namanya norma sosial. Dalam norma sosial ada peraturan dimana melakukan suatu hal di bolehkan dan tidak dibolehkan, tentu saja dalam norma sosial juga mencantumkan mana hal yang benar serta mana hal yang salah. Yang memiliki tujuan untuk membentuk keteraturan sosial. Pada prosesnya setiap individu maupun elemen masyarakat sebagai anggota masyarakat menerima aturan-aturan dan nilai yang sudah tercipta menjadi sebuah standar penentu perilaku.

Manusia sebagai makhluk dinamis dan makhluk sosial akan selalu berkembang baik secara individu ataupun berkelompok. Individu-individu akan melakukan interaksi satu sama lain sehingga menghasilkan perubahan sosial. baik itu kemajuan maupun kemunduraninterikasi tersebut dapan merubah sebuah atanan sosial yang sudah ada dan membuat ketidakseimbangan sistem sosial

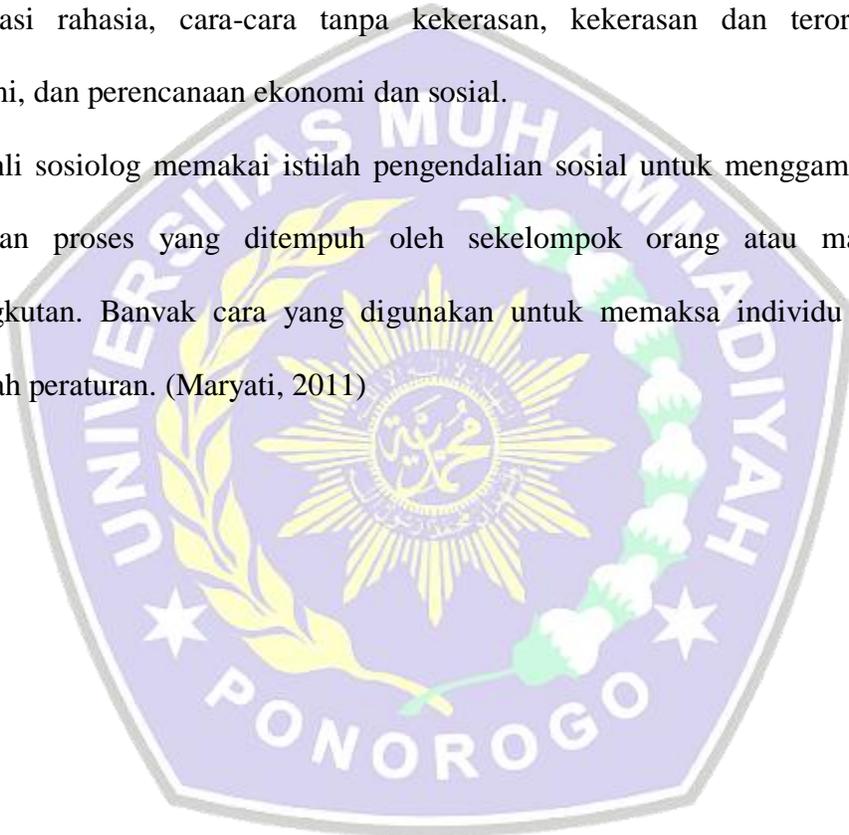
Manusia pada hakikatnya membutuhkan sebuah keteraturan sosial. Maka dari itu pada suatu tahap, masyarakat bisa membuat suatu hal seimbang lagi. Masyarakat pasti akan melakukan pencegahan. Upaya untuk mewujudkan mengurangi, maupun mengbilangkan penyimpangan-penyimpangan kondisi seimbang di dalam yang terjadi sehingga terwujud kembali keseimbangan sosial (*social* masyarakat disebut *equilibrium*). Upava-upava itu disebut juga dengan pengendalian pengendalian sosial (*social* sosial (*social contim*’).

Dengan demikian, pengendalian sosial (*control*). Pengendalian memiliki tujuan yang merupakan mekanisme agar penyimpangan sosial tidak terjadi adalah dengan mengarahkan anggota masyarakat untuk bertindak menurut keserasian antara stabilitas dan norma dan nhlai yang telah melembaga.

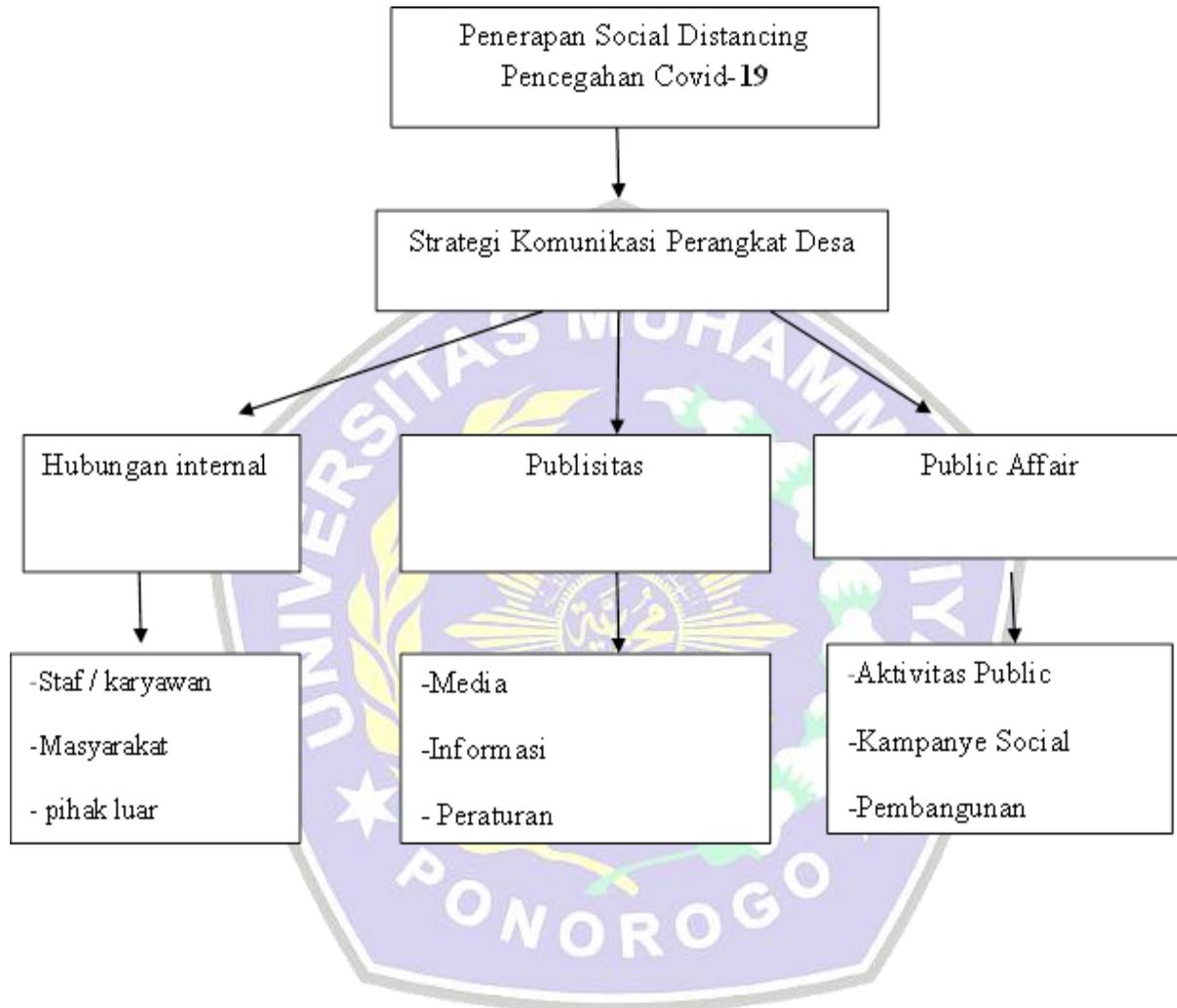
Berger pernah berkata ahwa pengendahan sosial merupakan berbagai cara masyarakat yang mereka gunakan agar para anggotanya tertib. Sementara itu, Roucek mempunyai

pendapat bahwa pengendalian sosial merupakan istilah kolektif bertumpu pada prosesnya terencana, dimana condong menyarankan, membujuk, atau melaukan pemaksaan pada individu untuk membiasakan diri pada kebiasaan dan nilai hidup suatu kelompok. ada beberapa cara pemaksaan konformitas perilaku seperti membuat mekanisme desas-desus, mengucilkan, mengolok-olok, dan menvakiti. Banyak ahli lain berpendapat ada beberapa cara dan teknik pengendalian sosial lain seperti ideology, bahasa, seni. rekreasi, organisasi rahasia, cara-cara tanpa kekerasan, kekerasan dan teror, pengendalian ekonomi, dan perencanaan ekonomi dan sosial.

Para ahli sosiolog memakai istilah pengendalian sosial untuk menggambarkan segenap cara dan proses yang ditempuh oleh sekelompok orang atau masyarakat yang bersangkutan. Banyak cara yang digunakan untuk memaksa individu agar taat pada sejumlah peraturan. (Maryati, 2011)



Berikut adalah bagan kerangka pikir penelitian



G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian yang di gunakan adalah *kualitatif.-deskriptive*. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang dibuat untuk menggambarkan kepuasan pelanggan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, seseorang ataupun sebuah kelompok (Hamdi, 2014)

2. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Desa Kadipaten. Kec Babadan Kabupaten Ponorogo. Lokasi ini dianggap tepat karena desa Kadipaten telah melaksanakan publik relation sebagai alternatif strategi komunikasi kepada masyarakat untuk melaksanakan program sosial distancing dalam rangka pencegahan virus Corona

3. Sumber Data

Sumber data meliputi keterangan dari kepala desa bagian humas masyarakat masyarakat sekitar tokoh agama dan tokoh masyarakat yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penerapan strategi perangkat desa yang dilaksanakan di desa Kadipaten

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif menggunakan data yang diambil melalui wawancara, observasi lapangan, atau dokumen yang ada

1. Observasi.

Observasi berarti pengamatan atau mengamati yang dilakukan dengan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan¹. Observasi digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara teliti tentang strategi komunikasi perangkat desa dalam penerapan social distancing pencegahan Covid-19 di desa Kadipaten kabupaten Babadan kecamatan Ponorogo.

Peneliti melakukan observasi secara samar dikarenakan dalam mengamati situasi tidak selalu terus terang. Hal tersebut dilakukan agar mengetahui bagaimana keadaan dan kondisi lingkungan atau tempat penelitian secara langsung.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan responden².

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin, yang mempunyai maksud pada saat dilakukan wawancara, orang-orang yang diwawancarai diberi kebebasan untuk memberikan jawaban. Akan tetapi juga tidak terlepas dari pedoman pokok yang telah disusun.

Wawancara ini dilakukan dengan berbagai pihak yang berkaitan yaitu meliputi keterangan dari kepala desa bagian humas masyarakat masyarakat sekitar tokoh agama dan tokoh masyarakat yang terlibat langsung maupun

tidak langsung dalam penerapan strategi perangkat desayang dilaksanakan di desa Kadipaten

3. Dokumentasi

Dokumentasi berarti barang-barang tertulis. Dalam melakukan dokumentasi pada penelitian ini, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, dan lain sebagainya

Metode dokumentasi ialah mencari data tentang hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, logger, agenda dan sebagainya(Alfianika, 2016)

Dokumentasi yang diambil dalam penilaian dalam penelitian ini adalah foto-foto kegiatan pelaksanaan strategi social distancing dalam pendekatan strategi komunikasi Public relation

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses mengatur mulai dari urutan data, mengubahnya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Jika semua data yang dibutuhkan telah di dapatkan, selanjutnya data tersebut diolah dan disajikan dengan menggunakan suatu metode. Dan dalam tesis ini data berasal dari naskah wawancara atau interview, catatan lapangan, catatan dan dokumen resmi.

Adapun proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Reduksi data: reduksi data pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstrakan dan pembentukan data matang yang muncul dalam penulisan catatan lapangan sebagaimana hasil pengumpulan data, terdapat episode-episode selanjutnya dalam reduksi data (membuat rangkuman, pengkodean, penyesuaian tema, membuat duster/ pengelompokan, membuat pembagian, menulis memo)
2. Display data: kumpulan informasi yang tertata yang mengizinkan penyusunan kumpulan dan pengambilan tindakan. Display berguna untuk membantu memahami apa yang terjadi dan melakukan sesuatu analisis atau tindakan selanjutnya berdasarkan pemahaman
3. Penyusunan kesimpulan/ verifikasi : peneliti yang berpengalaman membuat kesimpulan ini secara ringan, memelihara keterbukaan dan skeptis, tetapi kesimpulan masih tetap ada, dalam taraf permulaan dan samar- samar pada awalnya, kemudian menjadi eksplisit dan tertanam (Dirgantara, 2012)

6. Tahapan Penelitian

1) Tahap pengerjaan penelitian

Peneliti melihat buku dan bahan yang berhubungan dengan penelitian ini lalu mencatat data yang telah didapatkan dari sumber penelitian, setelah itu menggabungkan berbagai sumber yang didapatkan untuk selanjutnya dirancang, yang terakhir peneliti membuat analisis

mengenai hal-hal yang ada kaitanya dengan fokus penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah.

2) Tahap analisis data

Pada tahap ini peneliti melakukan pengelompokan data, setelah itu melakukan pemeriksaan keabsahan data, selanjutnya melakukan penafsiran dan pemberian makna terhadap data yang diperoleh.

3) Penyusunan laporan

Penyusunan laporan penelitian dilakukan dengan data yang sudah didapatkan. Pada tahap ini yang telah sampai pada tahap terakhir dari rangkaian tahap-tahap yang dilakukan dalam suatu penelitian dilakukan kegiatan penyusunan laporan penelitian, kemudian dikonsultasikan kepada dosen pembimbing, selanjutnya melakukan perbaikan-perbaikan sampai pada terselesaikannya penyusunan laporan ini.

7. Teknik Pengumpulan Informan

Teknik pengumpulan informan dilakukan dengan melakukan seleksi dan pemantapan informan yang sangat mengetahui informasi serta dipercaya untuk mendapatkan sumber data.

Adapun penetapan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu “teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang ditanggapi paling tahu tentang apa yang

kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan penelitian menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti”. (Sugiyono, 2010). Adapun ciri-ciri informan yang dipilih dalam kegiatan penelitian ini sebagai berikut:

1. Jajaran Perangkat Desa Kadipaten.
 - Kepala Desa Kadipaten
2. Humas Desa Kadipaten Covid-19 / relawan Corona Desa Kadipaten
 - Ketua Relawan Covid
3. Masyarakat Desa Kadipaten berumur 30-50 tahun.
 - Sutomo
 - Deny
 - Sareh



