



Konstruksi Realitas Sosial Citra Wali Kota Tegal sebagai “Mr. Lockdown” di Indonesia

Maily Anjani^{1*}, Fardiah Oktariani Lubis¹, Flori Mardiani Lubis¹

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

*Korespondensi: maily.anjani17088@student.unsika.ac.id

Info Artikel

Diterima 23 April
2021

Disetujui 12 Mei
2021

Dipublikasikan 17
Mei 2021

Keywords:
Citra Wali Kota,
Konstruksi Realitas,
Mr. Lockdown,

© 2019 Universitas
Muhammadiyah
Buton
Under the license
CC BY-SA 4.0



Abstrak

Konstruksi Realitas Sosial diciptakan oleh individu sendiri dalam kehidupan bermasyarakat termasuk di Indonesia. Konstruksi realitas sosial identik dengan adanya kejadian atau figur yang positif dalam kehidupan sehingga terjadilah pembentukan dan pengembangan citra didalamnya. Penelitian ini berjudul “Konstruksi Realitas Sosial Citra Wali kota Tegal sebagai Mr. Lockdown di Indonesia”. Penelitian ini memiliki rumusan masalah bagaimana konstruksi realitas citra Wali kota Tegal sebagai Mr. Lockdown di Indonesia dan bagaimana strategi strategi yang dilakukan Prokompim dalam membentuk dan mengembangkan citra positif Wali kota Tegal sebagai Mr. Lockdown di Indonesia. Hal ini sangat menarik untuk diteliti, karena dengan kebijakan local lockdown yang membuat jargon Mr. Lockdown melekat dalam diri Wali kota Tegal mampu menjadikannya mendapat citra positif beserta jajaran pemerintah dan masyarakat kota Tegal. Serta peristiwa ini termasuk peristiwa kontemporer yang sampai saat ini masih berlangsung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Konstruksi Realitas Sosial yang dicetuskan oleh Petter L. Berger dan Thomas Luckmann. Sedangkan citranya menggunakan penjelasan dari Frans Jefkins, yang terdiri dari 5 citra yaitu mirror image, wish image, corporate image, multiple image dan current image. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu realitas subjektif dan objektif yang saling terhubung atau berkaitan, adanya 5 jenis citra Frans Jefkins dalam satu peristiwa yaitu kebijakan local lockdown dan model pembentukan citra pengalaman stimulus yang memberikan respon positif.

Abstract

The construction of Social Reality is created by individuals themselves in the lives of people including in Indonesia. The construction of social realitas is identical to the existence of positive events or figures in life so that there is the formation and development of imagery in it. This research is titled "Construction of Social Reality of Tegal Mayor's Image as Mr. Lockdown in Indonesia". This study has a formula of how the construction of the image of the Mayor of Tegal as Mr. Lockdown in Indonesia and how the strategy of prokompim strategy in shaping and developing the positive image of the Mayor of Tegal as Mr. Lockdown in Indonesia. This is very interesting to research, because with the local lockdown policy that makes Mr. Lockdown jargon attached in the mayor of Tegal is able to make him get a positive image along with the ranks of the government and the people of Tegal city. As well as these events include contemporary events

that are still ongoing.

This study uses qualitative method with type of case study approach. The theory used in this study is the Social Reality Construction Theory initiated by Petter L. Berger and Thomas Luckmann. While the image uses an explanation from Frans Jefkins, which consists of 5 images, namely mirror image, wish image, corporate image, multiple image and current image.

The results obtained from this study are subjective and objective realities that are interconnected or related, the existence of 5 types of frans jefkins imagery in one event, namely local lockdown policy and model of forming an image of stimulus experience that gives a positive response.

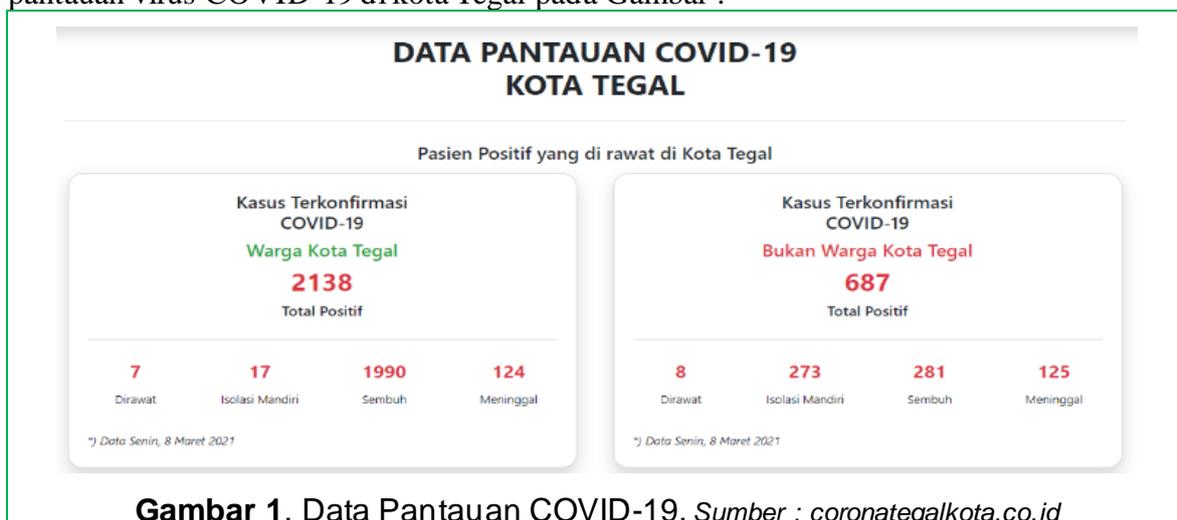
1. Pendahuluan

Istilah pandemi tengah menjadi perbincangan masyarakat di tahun 2020 hingga sekarang. Pandemi adalah peristiwa yang terjadi di seluruh dunia meliputi wilayah yang luas bahkan melintasi batas internasional dan memengaruhi banyak orang (Agung, 2020). Pandemi yang terjadi di dunia, mencakup luas geografi penyebaran suatu penyakit atau yang disebut wabah. Menurut KBBI pandemi adalah wabah yang serempak menjangkit di mana-mana, meliputi daerah geografi yang luas. Pandemi COVID-19 yang terjadi di dunia sudah berlangsung kurang lebih satu tahun. Adanya wabah ini memberi dampak kepada masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Seluruh penjuror profesi, bidang pekerjaan baik pemerintah atau swasta juga merasakan dampak dari pandemi COVID-19. Masyarakat dihadapkan dengan kebijakan yang diterapkan untuk menanggulangi pandemi COVID-19, mulai dari Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB hingga *lockdown* atau karantina wilayah. Efeknya beberapa perusahaan melakukan *work from home* atau WFH, sekolah diliburkan, tempat wisata ditutup dan kegiatan agama dilakukan sementara di rumah. Hal tersebut dilakukan untuk memutus rantai penyebaran virus COVID-19 di masyarakat.

Kebijakan yang diambil oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk memutus rantai penyebaran virus COVID-19. Kerjasama yang baik antara pemerintah pusat dan daerah dalam menanggulangi penyebaran virus COVID-19 harus dilakukan. Presiden menegaskan bahwa Undang – Undang No.6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan dapat dijadikan acuan dan pedoman bagi pemerintah pusat maupun daerah agar berada dalam satu visi yang sama (Kemensetneg., 2018). Pemerintah dalam menanggulangi wabah COVID-19 membutuhkan pula kerjasama dengan masyarakat dalam memutus rantai penyebaran virus COVID-19 sesuai dengan unsur negara yaitu adanya rakyat. Kita bisa mengambil contoh Jakarta yang menerapkan PSBB dan kota Tegal yang menerapkan *local lockdown* atau karantina wilayah. Namun yang berbeda, di negara Indonesia tidak disebut *lockdown* tetapi hanya sebatas karantina wilayah. Pemerintah Indonesia selain menerapkan PSBB juga melekatkan jargon “3M” yaitu memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak dengan tujuan untuk mencegah penularan virus di tengah masyarakat. Selain dari jargon “3M” adapula himbauan di rumah saja yang mengartikan bahwa jika tidak ada kepentingan mendesak lebih baik untuk tetap berada di rumah.

Kota Tegal menerapkan kebijakan *local lockdown* yang kemudian menjadi *viral*. Kebijakan yang diterapkan berdampak terhadap masyarakat kota Tegal dalam menjalankan aktivitasnya. Peraturan tersebut antara lain, membatasi keluar masuk ke kota Tegal, menutup tempat wisata, meliburkan sekolah, menutup tempat ibadah untuk sementara dengan melakukan kegiatan keagamaan di rumah dan membatasi jam operasional pusat perbelanjaan. Kebijakan lainnya yang terlihat di kota Tegal adalah dipasangnya *movable concrete barrier* atau MCB sebagai penutup jalan dengan tujuan untuk mengurangi akses keluar masuk ke kota Tegal. Hal tersebut ditegaskan Wali kota Tegal bahwa sudah menyiapkan 500 beton MCB yang akan menutup 49 titik di kota Tegal (Kurniati, 2020). Sebanyak 49 titik tersebut merupakan akses keluar masuk yang didalamnya termasuk pula perbatasan daerah. Adanya pembatasan kegiatan dan wilayah menjadikan perbincangan di tengah masyarakat. Mulai dari sekolah yang diliburkan dari tingkat Pendidikan Anak Usia Dini atau PAUD hingga kuliah. Kebijakan yang diambil Wali kota Tegal melekatkan sebutan *Mr. Lockdown* dalam dirinya. Sebutan *Mr. Lockdown* ini muncul ketika penerapan kebijakan *local lockdown* berjalan ditengah masyarakat.

Lockdown sendiri berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti terkunci dan sama dengan isolasi (Fadli, 2020) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) isolasi adalah pemisahan suatu hal dari hal lain atau usaha untuk memencilkan manusia dari manusia lain; pengasingan; pemencilan; pengucilan. Usaha yang dimaksud dalam *lockdown* atau isolasi tersebut bertujuan untuk menanggulangi pandemi COVID-19 yang kemudian disebut sebagai karantina wilayah. Karantina wilayah diterapkan di kota Tegal yang berstatus *red zone*. Melonjaknya status daerah di masa pandemi membuat Wali kota Tegal menerapkan kebijakan *local lockdown* atau karantina wilayah atau isolasi wilayah. Kebijakan *local lockdown* berlangsung mulai tanggal 30 Maret – 30 Juli 2020 di kota Tegal. Berikut data pantauan virus COVID-19 di kota Tegal pada Gambar :



Gambar 1. Data Pantauan COVID-19. Sumber : coronategalkota.co.id

Jargon *Mr. Lockdown* ini melekat pada diri Wali kota Tegal yang didukung oleh kinerja Protokol dan Komunikasi Pimpinan atau Prokompim Setda kota Tegal. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan mempunyai tugas melaksanakan kesiapan pelaksanaan kebijakan, pengoordinasian pelaksanaan tugas perangkat daerah, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah di bidang protokol, komunikasi pimpinan dan dokumentasi (Tomi, 2020). Tugas

prokompim didukung dengan teknologi yang berkembang saat ini seperti *smarthphone*, laptop, kamera dan sebagainya.

Media massa dan *new media* dalam memengaruhi khalayak memiliki kekuatan yang besar. *Public relations* atau hubungan masyarakat dipaksa mampu menggunakan media massa dan berupaya memengaruhi agenda yang dimiliki oleh masing – masing media. Media massa memiliki banyak kekuatan dan keunggulan yang menjadikannya penting dan strategis dalam komunikasi terutama dalam pencitraan dan pembentukan atau penggiringan opini publik. Media massa hingga *new media* memberikan citra positif untuk individu atau kelompok dalam pemberitaannya seperti dalam diri Wali kota Tegal. Informasi yang diterima pancaindra dengan informasi yang menyentuh melalui gambaran tentang sesuatu dalam bentuk seseorang disebut dengan citra. Citra yang berarti gambar yang berasal dari Bahasa Sanskerta kemudian dalam Bahasa Inggris dikenal dengan *image*. Citra sendiri merupakan kesatuan mental atau penginderaan sebuah persepsi tentang seseorang dan dikonstruksi secara deduktif yang tersedia secara nyata atau imajinasi dan dikondisikan dengan kesan, emosi, kepercayaan dan gagasan (Bernays dalam Andipate, 2020). Keakuratan dalam persepsi terbentuk berdasarkan informasi, penginderaan dan penafsiran yang akurat.

Pembentukan citra atau pencitraan merupakan salah satu tugas *public relations* atau hubungan masyarakat yang disingkat humas. Humas bertugas membentuk citra positif dalam organisasi melalui strategi. Pencitraan merupakan strategi, cara atau proses pembentukan citra positif yang dilakukan secara sadar atau dengan kesadaran diikuti rencana yang matang dalam memberikan informasi baik verbal maupun nonverbal kepada khalayak melalui media. Ketika komunikasi sedang berlangsung dan dilakukan yang berpengaruh bukan hanya pemberi pesan tetapi siapa juga yang membuat pencitraan atau siapa pencitranya (Andipate, 2020). Membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri adalah fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan (Lubis, 2012).

Proses pembentukan citra yang dilakukan oleh *public relations* merupakan bagian dari ilmu komunikasi. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk mendapatkan *feedback* secara langsung maupun melalui media. Komunikasi dari kata sifat yaitu *communis* yang sifatnya umum atau bersama – sama sedangkan komunikasi dari kata kerja yaitu *communicare* yang artinya berdialog, berunding atau bermusyawarah antar manusia. Jenis komunikasi ada bermacam – macam yaitu komunikasi antar pribadi, komunikasi antar budaya, komunikasi organisasi dan sebagainya.

Komunikasi yang berjalan efektif dapat memengaruhi individu maupun organisasi. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik telah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi, namun studi ini berlaku dalam lingkup kecil. Pada pertengahan abad ke-20, ketika dunia merasa semakin kecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik. Setelah ditemukan kapal api, pesawat terbang, listrik, telepon, surat kabar, film, radio, dan televisi ini munculah pentingnya komunikasi menjadi peningkatan pengetahuan atau ilmu (Sihombing & Sugianto, 2018). Komunikasi inilah yang berkembang menjadi ilmu hingga saat ini.

Pentingnya komunikasi ini menjadikan dasar pengambilan metode penelitian yang dipakai dalam penelitian.

Penelitian ini berfokus pada data yang didapatkan selama penelitian yang merujuk saat terjadinya kebijakan *local lockdown* di kota Tegal. Penerapan kebijakan tersebut ada karena peran Wali kota Tegal bersama jajarannya. Bisa dilihat dari beberapa postingan *Instagram*, spanduk atau baliho dan papan reklame di sepanjang jalan kota Tegal. Selain itu dalam penelitian ini adapula tujuan yang ini dicapai yaitu dari *red zone* menjadi *green zone*. Konstruksi sebagai *Mr. Lockdown* juga ditunjukkan atas apresiasi Bapak Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah sebagai berikut :



Gambar 2. Apresiasi Gubernur Jateng. Sumber : @pemkot.tegal

Konstruksi realitas yang akan ditunjukkan adalah mengenai bagaimana a Wali kota Tegal sebagai *Mr. Lockdown* dalam menerapkan kebijakan *local lockdown* melalui informasi yang didapatkan selama kebijakan berlangsung dan wawancara bersama masyarakat kota Tegal. Selain itu dalam pembentukan citra yang dituju adalah pemanfaatan *Mr. Lockdown* sebagai jargon atau sematan yang seolah-olah positif agar mampu mendapat *urgensi* secara pribadi maupun organisasi.

Pertanyaan penelitian yang pertama adalah tentang konstruksi realitas sesuai dengan teori yang dipilih oleh peneliti yaitu teori Konstruksi Realitas Sosial Petter L Berger dan individu yang bersangkutan didalam penelitian ini yaitu Wali kota Tegal Bapak Dedy Yon Supriyono. Teori ini berbicara tentang eksternalisasi, objektivasi dan eksternalisasi suatu fenomena. Konstruksi sendiri dalam KBBi artinya susunan (model, tata letak). Realitas atau realita berarti kenyataan dan sosial dalam KBBi berarti berkenaan dengan masyarakat. Konstruksi realitas sosial adalah bagaimana model atau susunan kenyataan yang berkenaan dengan masyarakat.

Pertanyaan penelitian yang kedua adalah tentang strategi *public relations* yang diharapkan peneliti mampu menjadi terobosan baru dalam melaksanakan tugas dan fungsi humas dalam waktu dan tempat yang terbatas karena adanya

pandemi COVID-19. Strategi humas dalam setiap perusahaan atau organisasi memiliki perbedaan satu sama lain seperti humas pemerintahan. Humas pemerintahan mungkin lebih menekankan citra seorang pemimpinnya sesuai visi dan misi maupun program kerjanya selama menjabat. Citra yang positif ini sesuai dengan proses pembentukan citra oleh Jefkins.

Pemilihan metode penelitian studi kasus diharapkan peneliti mampu memecahkan permasalahan yang ingin dipecahkan. Dimana pertanyaan penelitian, proposisi atau objeknya yang sesuai yaitu Prokompim, kemudian unit analisisnya yaitu individu yang bersangkutan Wali kota Tegal sebagai *Mr. Lockdown*, dan masyarakat kota Tegal yang mengalami langsung peristiwa atau fenomena tersebut. Pertanyaan penelitian tentang bagaimana merupakan ciri dari metode studi kasus. Dua pertanyaan penelitian tersebut sesuai dengan metode penelitian yang diambil yaitu studi kasus atau *case study*.

Berdasarkan latar belakang diatas mulai dari fenomena kontemporer, *public relations*, pertanyaan penelitian hingga metode penelitian membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut. Hal tersebut membuat peneliti mengambil judul penelitian "Konstruksi Realitas Sosial Citra Wali kota Tegal sebagai *Mr. Lockdown* di Indonesia".

2. Metode Penelitian

Secara umum metodologi didefinisikan *a body of methods and rules followed in science or discipline*. Pengumpulan informasi untuk meningkatkan pemahaman suatu topik dan isu tertentu merupakan proses dalam penelitian (Creswell dalam Hamzah, 2020). Penelitian kualitatif memiliki banyak varian termasuk studi kasus. Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan kata lain metodologi adalah metode atau cara yang digunakan untuk menelusuri dan menemukan jawaban dari satu persoalan yang sedang dikaji. Jika persoalan yang dikaji adalah suatu fenomena atau peristiwa maka peneliti harus mampu menelusuri dan menemukan jawaban atas peristiwa tersebut. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Studi kasus dalam suatu penelitian lebih berkenaan dengan *how* atau *why* dalam pertanyaan penelitiannya. Penelitian studi kasus ditentukan berdasarkan penentuan maksud dari analisis kasus (Hamzah, 2020). Implementasi apa yang ingin diraih dan hasil apa yang ingin didapatkan adalah bagaimana peneliti akhirnya memilih studi kasus mendalam. Dalam penelitian ini, karena objek yang diambil adalah Prokompim yang merupakan badan pemerintahan dan kebijakan Wali kota Tegal yang sangat menarik karena menyelidiki fenomena didalam konteks kehidupan nyata dan memanfaatkan multisumber bukti. Serta bagaimana kinerja Prokompim dalam pandemi COVID-19 yang serba terbatas namun seolah-olah mampu menciptakan kebijakan Wali kota menjadi citra yang positif untuk Wali kota dan kota nya.

Dalam penelitian studi kasus ada enam sumber bukti yang dapat dijadikan fokus dalam pengumpulan data, yaitu dokumentasi, rekaman arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan dan perangkat fisik (Yin, 2019). Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini adalah teknik mengambil informan atau narasumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian karena orang tersebut dianggap memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian. Dalam hal ini peneliti

memilih informan yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang telah terdampak dalam kebijakan *local lockdown*. Adapun ciri-ciri informan yang dipilih dalam kegiatan penelitian ini sebagai berikut :

1. Masyarakat kota Tegal dan berdomisili di kota Tegal.
2. Berusia 20 tahun ke atas.
3. Pekerja maupun non-pekerja.
4. Laki-laki atau Perempuan.

Berlatar beberapa ciri tersebut, peneliti memilih lima masyarakat kota Tegal dengan kelompok masyarakat, akademisi dan insan media yang terdampak langsung dalam kebijakan *local lockdown* sebagai bagian kegiatan penelitian ini. Dengan lima masyarakat untuk dijadikan informan dalam kegiatan penelitian ini yang seluruhnya merupakan masyarakat yang berada di kota Tegal. Memiliki suatu strategi umum analisis adalah persiapan terbaik dalam melakukan analisis studi kasus. Dua diantaranya yaitu berdasarkan proposisi teoritis dan lainnya menggunakan deskriptif terhadap kasusnya. Salah satu cara untuk mengatasi kesulitan dapat bermain data dengan menggunakan teknik yang telah diperhitungkan (Yin, 2019). Data yang dikumpulkan, kemudian dianalisis. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu dengan deskripsi atau memberikan gambaran dan mengklasifikasikan data yang terkumpul apa adanya serta kemudian data tersebut disimpulkan.

3. Hasil

3.1 Kebijakan *Local Lockdown* kota Tegal 30 Maret – 30 Juli 2020

Pada tanggal 30 Maret dimana kebijakan *local lockdown* ini diterapkan di kota Tegal untuk pertama kalinya. Dimulai dengan adanya sosialisasi tentang COVID-19 dan isolasi wilayah di gapura masuk kota Tegal yang berbatasan langsung dengan kabupaten Tegal. Dalam pidatonya kali ini Wali kota Tegal menyampaikan “pemberlakuan isolasi wilayah untuk membantu pencegahan virus corona serta melakukan isolasi wilayah dan mengajak seluruh bupati, walikota untuk mengisolasi seluruh daerahnya masing-masing sebelum terlambat dan meminta kerjasama masyarakat serta memohon maaf atas kebijakan ini” yang kemudian ditutup dengan *statement* “saya lebih baik dibenci daripada maut menjemput mereka” (sumber : Instagram @pemkot.tegal). Kebijakan ini pun resmi diterapkan setelah dibuka langsung oleh Wali kota Tegal di depan gapura selamat datang kota Tegal yang berbatasan langsung dengan kabupaten Tegal.

3.2 Konstruksi Realitas Sosial *Mr. Lockdown* di Masyarakat kota Tegal

Peneliti mengurai mengenai konstruksi atas realitas *Mr. Lockdown* dengan diterapkannya kebijakan isolasi wilayah pada tanggal 30 Maret - 30 Juli 2020. Teori konstruksi realitas sosial yang sudah dijelaskan pada Bab II yaitu realitas sosial adalah kenyataan. Peristiwa nyata yang terjadi di masyarakat yang diciptakan oleh individu atau kelompok dan melibatkan masyarakat didalamnya dan dilakukan secara terus-menerus. Kebijakan isolasi wilayah menampilkan kebijakan *lockdown* yaitu kota yang di kunci atau akses keluar masuk dibatasi dengan dipasangnya MCB beton di beberapa titik kota Tegal. Kebijakan ini

mempunyai tujuan agar masyarakat dalam maupun luar lebih mengurangi pergerakan dan di rumah saja karena adanya pandemi COVID-19.

Didasari dengan adanya kebijakan PSBB atau karantina wilayah Wali kota Tegal akhirnya menerapkan kebijakan tersebut. Selain itu, dalam kinerjanya Wali kota Tegal juga ingin menampilkan citra positif dirinya dan kotanya. Seperti mulai untuk mengajak seluruh pimpinan daerah hingga menjadi narasumber di beberapa televisi hal ini diperkuat dari jawaban wawancara bersama Bapak Firman yaitu “Urgensi yang dicapai oleh Wali kota Tegal dengan menjadi *Mr. Lockdown* adalah menjadi narasumber di beberapa media televisi sebagai pionir *local lockdown*, dan memotivasi daerah lain untuk melakukan antisipasi maksimal juga”.

Selain sisi positif yang diperoleh oleh Wali kota Tegal, sisi positif juga diperoleh oleh masyarakat kota Tegal. Karena status *red zone* berubah menjadi *green zone* sesuai dengan salah satu tujuan diberlakukannya kebijakan *local lockdown*. “Citra positif terbangun seiring dengan terlaksananya program positif dari Walikota Tegal dalam pelaksanaan PSBB, dimana Kota Tegal adalah kota atau kabupaten pertama di Indonesia, yang melaksanakan PSBB. Ketika PSBB berakhir dengan hasil *Zero Zone* atau *Green Zone* bagi kota Tegal itulah citra positif terbangun” ujar Bapak Firman.

Pertanyaan penelitian pertama adalah “Bagaimana konstruksi realitas sosial Wali kota Tegal sebagai *Mr. Lockdown* di Indonesia?”. Konstruksi realitas sosial yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori milik Petter L Berger dan Thomas Luckmann. Ada tiga tahap dalam teori konstruksi realitas sosial Petter L Berger dan Thomas Luckmann yaitu sebagai berikut :

1) Tahap Eksternalisasi

Berger berpendapat bahwa manusia atau individu mengonstruksi realitas yang ada dalam masyarakat dimana *Mr. Lockdown* juga ada karena masyarakat atau individu menyebutnya di tengah masyarakat seperti itu. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara dengan masyarakat yang mengatakan bahwa kebijakan *local lockdown* membuat wali kota juga ingin *me-local lockdown* lagi atau apapun itu serba dikaitkan dengan *lockdown*. Selain dari masyarakat dari pemerintahanpun mengakui bahwa kebijakan tersebut ada dan dipasang di papan reklame depan Pacific Mall Tegal seperti yang disebutkan oleh salah satu informan. Berikut gambar papan reklame *Mr. Lockdown* :



Gambar 3. Papan reklame *Mr. Lockdown*. Sumber : Setyadi, 2020

Tujuan adanya papan reklame ini selain menyematkan jargon *Mr. Lockdown* juga untuk mengingatkan masyarakat untuk wajib memakai masker sesuai dengan kalimat yang tertera di papan reklame tersebut. Cara *local lockdown* yang

dilakukan pemerintah yaitu sesuai dengan yang disebutkan ketika wawancara dengan Bapak Firman yaitu “Cara yang digunakan dalam penutupan akses masuk kota Tegal pun cukup fenomenal, yakni dengan menempatkan ratusan beton (*movable concrete barrier*) di 49 titik”. Selain dari Bapak Firman hal tersebut juga disebutkan oleh informan tambahan seperti berikut :

“Prosesnya yaitu jalan akses menuju pusat kota di tutup agar warga dari luar kota tidak dapat memasuki kota Tegal, namun di beberapa titik masih dapat dilalui tetapi dengan dijaga petugas untuk pengecekan suhu tubuh, pemerintahpun memberikan bekal untuk warga saat harus di rumah saja akan tetapi penyalurannya masih terbatas sehingga masih ada warga yang nekat untuk tetap mencari nafkah di luar rumah”.

Disambung informan lainnya juga yaitu :

“Menutup jalan termasuk alun-alun kota yang banyak dilalui masyarakat dan membatasi akses masuk ataupun keluar kota Tegal”.

Realitas akan *Mr. Lockdown* tergambar dari kebijakan yang diterapkan yaitu menutup atau mengunci kota dengan membatasi akses masuk dan akses keluar kota Tegal dengan MCB. Selain itu dari beberapa peraturan tingkat RT atau RW jika hendak ke luar kota meminta dahulu surat pengantar yang ditanda tangani oleh Lurah. Kemudian untuk orang yang baru datang dari luar kota hendak melapor kepada ketua RT setempat. Realitas yang ditampilkan atau dibentuk oleh Wali kota Tegal dengan diterapkannya kebijakan *local lockdown* ini bertujuan untuk menekan angka penyebaran COVID-19 yang diakui oleh masyarakat memang benar karena membuat masyarakat tidak bebas bergerak sehingga di rumah saja dan menekan penyebaran COVID-19. Seperti yang dikatakan oleh informan tambahan yaitu:

“Dampak positifnya yaitu penyebaran virus corona di Tegal sangat minim sehingga kota Tegal dinyatakan kota pertama di Jawa Tengah yang berhasil menekan angka penyebaran virus corona”. Disambung oleh informan lainnya yang berkata:

“Dapat mengurangi kerumunan orang”.

Dikarenakan hal tersebut realitas *Mr. Lockdown* mempunyai dampak yang cukup memuaskan dimana dapat menekan penyebaran virus COVID-19 di kota Tegal.

2) Objektivasi

Objektivasi adalah bagaimana masyarakat menerima kemudian menyaring sesuai dengan pola pikir berdasarkan pengetahuan dan pengalaman. Bisa dilihat dari beberapa informan yang memang dibagi menjadi tiga golongan dengan status berbeda yang akan menyaringnya pun berbeda. Informan pertama menyatakan “Adanya *local lockdown* dikarenakan untuk mengurangi perkembangbiakannya virus COVID-19, maka dari itu wali kota Tegal menjadikan ini adalah kebijakannya yang tepat”.

Disambung informan lainnya yang menyatakan “Kebijakan *local lockdown* di Tegal cukup efektif untuk menekan penyebaran virus corona, namun kesiapan pemerintah kota masih kurang dalam menjamin kehidupan warganya yg harus berhenti bekerja sementara dan tidak mendapatkan penghasilan untuk kebutuhan sehari-hari”.

Dari sini masyarakat menyaring informasi yang berbeda berdasarkan pengalaman dan pengetahuannya. Setelah itu masuk lah pada tahap internalisasi.

3) Internalisasi

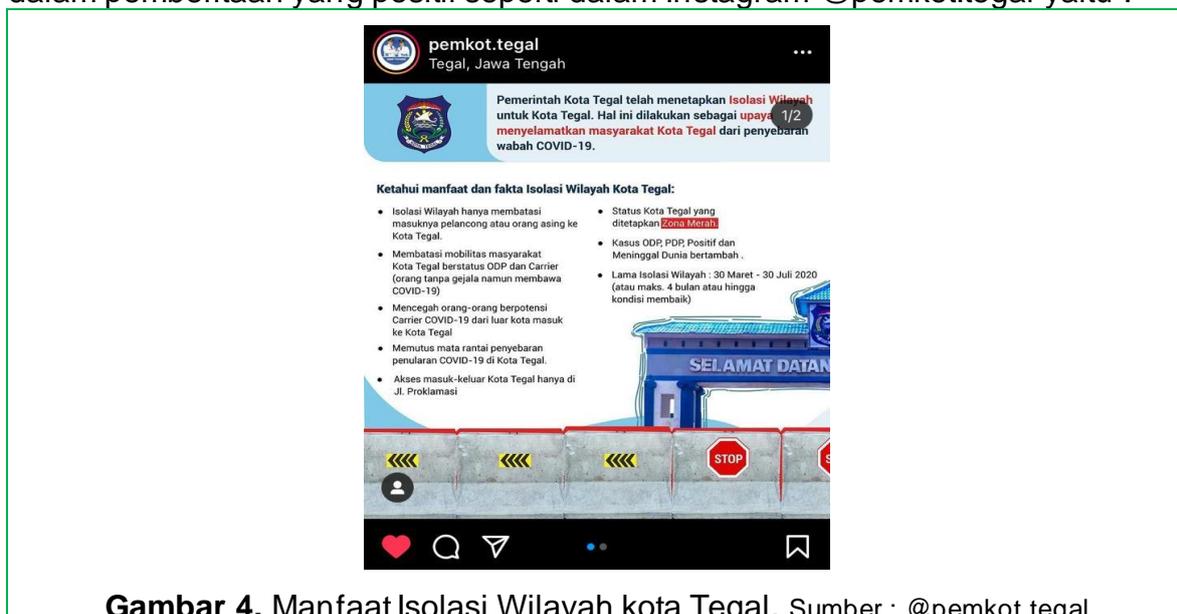
Tahap ini dimana individu atau masyarakat menyerap kembali realitas objektif ke kesadaran kemudian dibentuk sesuai subjektif.

Informan pertama memberikan pernyataan “Sebagai warga kota Tegal saya menghargai dan mematuhi kebijakan tersebut”. Dilanjut informan kedua yang memberikan pernyataan “Mau gimana lagi kita harus mematuhi dan itu juga ketika kita berunjuk rasa akan tidak maunya di terapkannya *local lockdown* jajaran pemerintah tetap melaksanakan kebijakan dari Wali kota Tegal”.

Berger juga berpendapat bahwa masyarakat yang mengontruksi realitas yang ada dalam masyarakat tersebut. Dimana realitas *Mr. Lockdown* dianggap karena kebijakannya yang me-*local lockdown* dengan strategi yang bertujuan untuk menekan penyebaran virus COVID-19. Namun dengan adanya kebijakan tersebut masyarakat menyebut atau menyematkan Wali kotanya adalah seorang *Mr. Lockdown*

3.3 Citra Positif Wali kota Tegal oleh Prokompim Setda kota Tegal selama Kebijakan *Local Lockdown*

Citra yang terbentuk sebelumnya diawali dengan adanya obrolan ditengah masyarakat yang menyebut atau melekatkan jargon *Mr. Lockdown* dalam diri Wali kota Tegal. Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Firman dalam wawancaranya yaitu “Jajaran Pemerintah kota Tegal menganggap istilah *Mr. Lockdown* bisa memberikan efek positif dalam mengantisipasi penyebar luasan virus corona. Selain memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa Wali kota beserta seluruh jajaran Pemerintah kota Tegal sangat serius menangkal datangnya covid 19, juga untuk memotivasi masyarakat agar secara ketat juga dalam menjalankan aktivitasnya. Mematuhi protokol kesehatan dan himbauan pemerintah”. Dengan adanya keseriusan jajaran pemerintah ini menjadikan *Mr. Lockdown* dikemas dalam pemberitaan yang positif seperti dalam Instagram @pemkot.tegal yaitu :

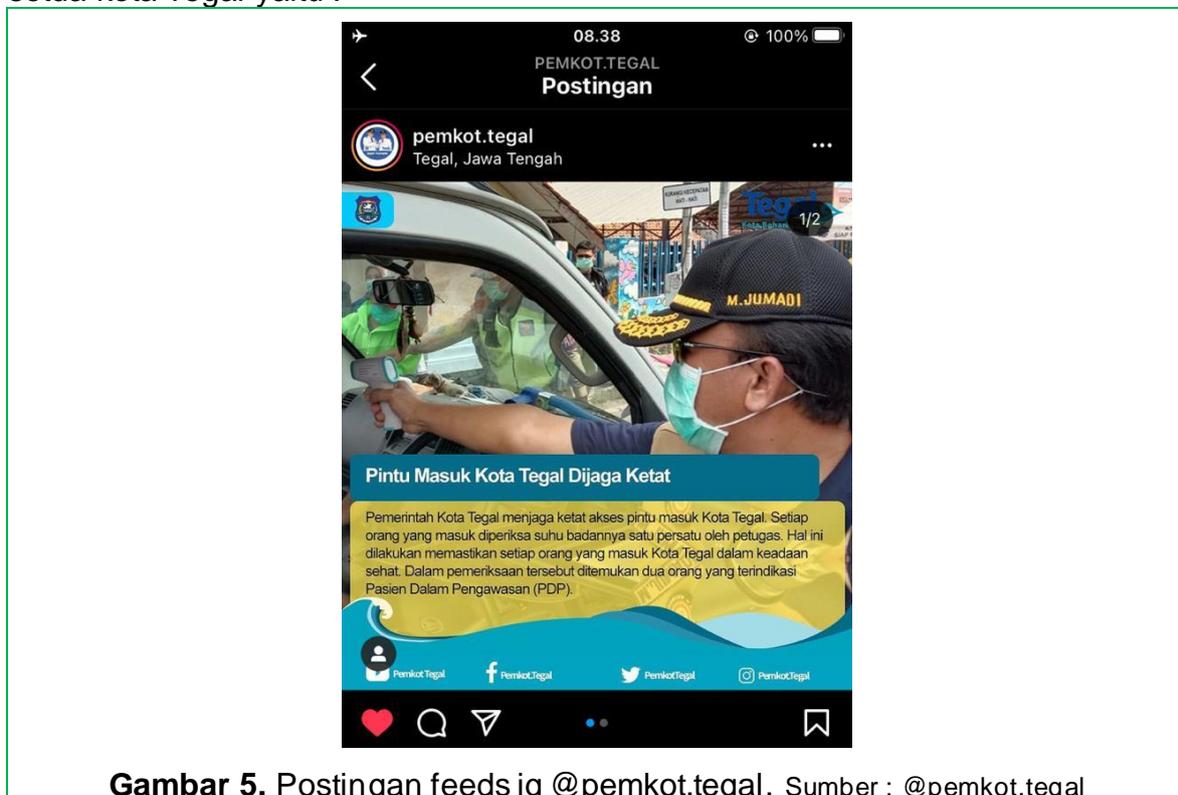


Gambar 4. Manfaat Isolasi Wilayah kota Tegal. Sumber : @pemkot.tegal

Didalam postingan tersebut pemerintah berusaha menyampaikan bahwa adanya isolasi wilayah ini bukan untuk membatasi masyarakat secara cuma-cuma namun untuk manfaat atau dampak yang akan diperoleh setelahnya. Pengemasan informasi seperti ini menjadikan citra Wali kota menerapkan kebijakan *local lockdown* tidak serta merta tanpa tujuan yang jelas. Terbentuknya citra Wali kota Tegal ini juga didasari pada strategi prokompim yang memang bertugas sebagai badan pembentuk citra.

Pertanyaan penelitian kedua adalah tentang “Bagaimana strategi yang dilakukan Prokompim dalam membentuk dan mengembangkan citra positif Wali kota Tegal sebagai *Mr. Lockdown* di Indonesia?”. Mengapa pertanyaan ini diambil setelah konstruksi realitas terjadi di masyarakat karena keduanya memiliki hubungan. Dengan adanya realitas *Mr. Lockdown* di masyarakat, bagian prokompim setda kota Tegal seolah-olah membuatnya menjadi citra positif dengan berbagai strategi. Strateginya adalah sebagai berikut :

Memanfaatkan segala media yang ada, artinya dari media sosial, media cetak dan media pandang dimanfaatkan dengan baik oleh prokompim. Pemanfaatan media tersebut tidak hanya untuk menunjang kinerjanya sebagai Prokompim yaitu badan pembentuk citra sesuai fungsi dan tugasnya, namun juga untuk menampilkan sisi positif kebijakan *local lockdown* oleh Wali kota Tegal juga untuk menampilkan sisi positif masyarakat yang mampu diajak bekerjasama untuk menanggulangi wabah virus corona. Di media sosial @pemkot.tegal terdapat informasi tentang kinerja *Mr. Lockdown* atau Bapak Wali kota Tegal dengan apik dan keberhasilannya pun dimuat. Berikut beberapa postingan Instagram @pemkot.tegal yang dikelola oleh bagian Protokoler dan Komunikasi Pimpinan setda kota Tegal yaitu :



Gambar 5. Postingan feeds ig @pemkot.tegal. Sumber : @pemkot.tegal

Selain dari akun Instagram @pemkot.tegal adapula media pandang seperti baliho di jalan utama kota Tegal seperti Gambar :



Gambar 6. Baliho Mr. Lockdown. Sumber : Firdaus, 2020

Selain itu adapula beberapa media nasional yang memuat pemberitaan tentang kebijakan yang diterapkan oleh Wali kota Tegal sebagai berikut Gambar :



Gambar 7. Berita Nasional Local Lockdown. Sumber : CNN Indonesia, 2020

Dengan segala bentuk strategi yang dilakukan melahirkan citra positif seperti dari beberapa masyarakat yang sudah peneliti wawancara.

“Apa dampak positif dari diterapkannya kebijakan "Local Lockdown" di kota Tegal?”

Informan pertama memberi pernyataan : “Kita menjadi waspada akan bahaya virus mewabah ini, dan lebih erat berkumpul dengan keluarga”. Disambung informan lainnya : “Covid 19 berkurang dan tidak menimbulkan kerumunan”. Dan ditutup oleh informan lainnya : “Kota menjadi lebih bersih”.

Kebijakan yang diterapkan oleh Wali kota Tegal selain untuk menekan penyebaran virus COVID-19 juga dimanfaatkan dengan baik oleh Prokompim setda kota Tegal sebagai badan pembentuk citra positif Wali kota Tegal baik ditengah masyarakat sampai di Indonesia melalui pemberitaan di media nasional.

4. Pembahasan

4.1 Realitas Subjektif dan Objektif saling terhubung

Realitas subjektif dalam penelitian ini adalah adanya *Mr. Lockdown* dan realitas objektifnya adalah citra dalam kebijakan *local lockdown*. Dimaksudkan terhubung karena keduanya saling memengaruhi yaitu Ketika adanya sebutan *Mr. Lockdown* ada pula pembentukan citranya. Keduanya juga saling memengaruhi untuk pembentukan realitas sosial bagaimana penerapan kebijakan *local lockdown*

tidak menakutkan tetapi diatasi dengan pemberitaan yang menarik yang telah di kemas oleh Prokompim setda kota Tegal.

Selain itu didalam realitas subjektif dan objektif membutuhkan individu atau masyarakat karena pembicaran pertama kata atau jargon *Mr. Lockdown* terjadi di masyarakat yang kemudian sampai ke dalam telinga jajaran pemerintah yang kemudian dibentuk untuk mendapatkan citra positif. Keberhasilan kebijakan *local lockdown* juga karena adanya masyarakat dimana masyarakat mematuhi dan mampu diajak bekerjasama untuk mensukseskan kebijakan tersebut.

4.2 Lima jenis citra

Menurut Frans Jefkins dalam kebijakan *local lockdown* kota Tegal yaitu :

Citra Bayangan (*mirror image*)

Citra ini ada karena pandangan orang dalam mengenai organisasi meskipun hanya ilusi. Bisa dilihat dari jawaban salah satu informan yaitu : "Baik untuk bagian pemerintahan, karena apa? kita bekerja diluar ketika ada penerapan itu maka pekerjaan kita jadi terhambat dan gelar itu menurut saya tidak pantas karena semakin tinggi baginya rasa keinginan untuk *me-local lockdown* lagi". Ilusi disini dapat diartikan bahwa pendapat individu yang menegaskan bahwa akan adanya kebijakan *local lockdown* lagi dan menganggap bahwa ini adalah citra yang baik untuk pemerintah.

Citra yang berlaku (*current image*)

Citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik sesuai dengan pernyataan salah satu infroman yaitu : "Bangga, karena kota tegal yang berani menerapkan lockdown pertama".

Citra yang diharapkan (*wish image*)

Citra yang diharapkan yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Dalam hal ini kota Tegal menginginkan masyarakat mampu mengikuti kebijakan *local lockdown* dengan baik.

Citra perusahaan (*corporate image*)

Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab (*social care*) sosialnya. Dalam kebijakan kali ini citra positif terbangun karena hasil dari kebijakan *local lockdown* yaitu *red zone* menjadi *green zone*.

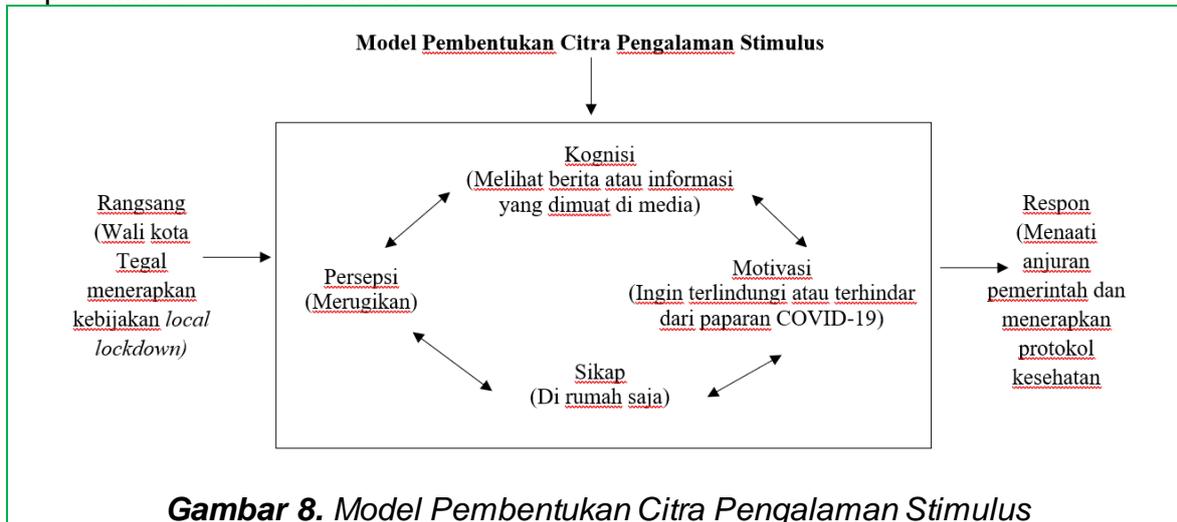
Citra yang berlapis (*multiple image*)

Citra yang berlapis yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan. Dalam hal ini ketika kebijakan *local lockdown* diterapkan ada beberapa citra yang terbentuk yaitu, citra Wali kota sebagai *Mr. Lockdown* yang dianggap berhasil melancarkan kebijakan ini dengan baik. Kemudian citra dari *Public relations* atau Prokompim sebagai badan pembentuk citra yang telah berhasil menjalankan tugasnya dengan

baik. Selain itu ada juga citra masyarakat yang terbentuk yaitu masyarakat dianggap masyarakat yang patuh akan kebijakan pemerintah.

4.3 Model pembentukan citra

Model pembentukan citra pengalaman stimulus sesuai dengan yang sudah disebutkan di Bab II dalam teori citra Frans Jefkins yang menjelaskan tentang model pembentukan citra. Untuk model pembentukan citra dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Gambar :



Dalam gambar tersebut dapat dilihat bahwa rangsang atau stimulus adalah segala sesuatu yang mengenai reseptor, dan menyebabkan aktifnya organisme. Rangsang disini dimulai dari adanya kebijakan *local lockdown* yang diterapkan oleh Wali kota Tegal yang menyebabkan persepsi awal yang biasanya negative seperti hal negatif yaitu merugikan adanya kebijakan tersebut. Kemudian adanya kognisi yang mampu merubah persepsi secara perlahan yaitu dengan melihat berita atau informasi yang dimuat di media tentang kebijakan *local lockdown*. Kognisi tersebut menghasilkan motivasi untuk melihat dari segi positifnya yaitu keinginan untuk terlindungi atau terhindar dari paparan COVID-19. Setelah motivasi terbangun jadilah sikap untuk mencapainya yaitu dengan gerakan di rumah saja. Dari tahapan tersebut munculah respon masyarakat yaitu menaati anjuran pemerintah dan menerapkan protokol kesehatan yang ada dalam kebijakan *local lockdown*.

4.4 Media dan *Public Relations* berkolaborasi

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa media dan PR atau Prokompim berkolaborasi dalam pemanfaatannya untuk membentuk citra positif Wali kota Tegal dengan memberikan informasi yang menarik dan positif. Seperti dalam papan reklame yang menyampaikan "wajib memakai masker" dan juga dalam postingan *instagram* yang memuat pemberitaan kinerja Wali kota dan jajarannya dalam kebijakan *local lockdown*. Tujuannya adalah untuk membangun citra Wali kota Tegal yang baik dengan melekatnya jargon *Mr. Lockdown*. Selain itu juga tanpa disadari citra yang baik atau positif juga melekat di Prokompim setda kota Tegal dimana mampu mengemas pemberitaan yang dimuat dalam media lokal hingga nasional. Akhirnya dalam kebijakan *local lockdown* citra baik atau positif tersebut melekat juga dalam masyarakat kota Tegal karena mampu mengikuti

aturan dari kebijakan yang akhirnya diapresiasi oleh Gubernur Jawa Tengah Bapak Ganjar Pranowo.

5. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai Konstruksi Realitas Sosial Citra Wali kota Tegal sebagai *Mr. Lockdown* di Indonesia dapat disimpulkan bahwa konstruksi realitas sosial dapat dibentuk oleh individu dan masyarakat dalam sebuah peristiwa yang dianggap memengaruhi khalayak atau publik contohnya kebijakan *local lockdown*. Sementara itu, Strategi humas atau *public relations* setiap organisasi baik pemerintah maupun swasta memiliki caranya sendiri untuk melaksanakan tugasnya dalam membangun citra yang positif salah satunya adalah pemanfaatan media yang maksimal sehingga publik mendapatkan informasi yang transparan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya keterhubungan antara realitas objektif dan realitas subjektif dalam kehidupan bermasyarakat. Konstruksi realitas sosial terdiri dari 3 tahap yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi yang ketiga dipengaruhi oleh cara berpikir dan juga pengalaman dari masing-masing individu. Selain itu dalam model pembentukan citra dengan pengalaman stimulus dapat menghasilkan citra positif yang mengarah kepada lima jenis citra Frans Jenkins yaitu *mirror image*, *current image*, *multiple image*, *corporate image* dan *wish image*. Demikian juga dengan stigma awal masyarakat tentang *lockdown* hal yang negatif dapat diminimalisir dan dibuktikan dengan adanya ketercapaian atau hasil dalam menjalankan programnya sehingga masyarakat akan lebih terbuka dalam kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah pusat maupun daerah. Pemerintah juga dalam melakukan kebijakan walaupun meniru negara lain tetap memerhatikan keterkaitannya dan strategi yang berbeda dalam daerah yang akan diterapkannya.

Daftar Pustaka

- Agung, I. M. (2020). Memahami Pandemi COVID-19 dalam Perspektif Psikologi Sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(2), 68–84. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i2.9616>
- CNN Indonesia. (2020). *Pemkot Tegal Akan Berlakukan "Local Lockdown."* <https://www.youtube.com/watch?v=YrfTfaQr9Z4>
- Firdaus, F. (2020). Diminta Ganjar, Wali Kota Tegal Ganti Istilah Local Lockdown. *Getra.Com*. <https://www.gatra.com/detail/news/473659/kebencanaan/diminta-ganjar-wali-kota-tegal-ganti-istilah-local-lockdown>
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Studi Kasus*. Batu : Cet. 1. Literasi Nusantara.
- Kemensekneg., H. (2018). *Pemerintah tetapkan kasus kedaruratan kesehatan masyarakat*. Kementerian Sekretaris Negara RI.
- Kurniati, P. (2020). *49 titik di kota Tegal akan ditutup 500 beton MCB selama empat bulan*. Kompas.Com.
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60.
- Setyadi. (2020). Billboard "Mr. Lockdown Indonesia" Bergambar Wali Kota Tegal Tuai Pro Kontra. *PanturaPost*. <https://kumparan.com/panturapost/billboard-mr->

lockdown-indonesia-bergambar-wali-kota-tegal-tuai-pro-kontra-1tRJTZwYGuA/full

- Sihombing, M. U. S., & Sugianto, A. (2018). Pengaruh Komunikasi Melalui Grup Whatsapp Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Hotel Grandhika Medan. *Lensa Mutiara Komunikasi*, 1(1), 33–42. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/308/309>
- Yin, R. K. (2019). *Studi Kasus : Desain dan Metode*. Penerjemah : M. Djauzi Mudzakir. (1st ed.). Rajawali Pers.