

# Kampanye Binmas Polrestabes Bandung di Masa *Pandemic Covid-19*

Feny Siti Aisyah

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia  
fenysaaa@gmail.com

**Abstract**—Covid-19 is a virus that has recently emerged and is very dangerous for those infected. Bandung is one of the cities indicated as a red zone area. One area of Bandung City which is included in the red zone category is Kiaracondong sub-district. The market is one of the places that is prone to spreading the virus. For this reason, the Community Development (BINMAS) of Bandung Police Department (POLRESTABES) is taking an action that is expected to stop the spread of this virus, especially in the Kiaracondong market, by conducting the One Million Friends Campaign. This research aims to determine how the campaign implementation process took place, to determine the obstacles that occurred, as well as to find out why this campaign was used as a measure to prevent Covid. This research uses a qualitative study applying a case study approach. The data were obtained from the results of interviews conducted to reveal in-depth information to several informants at the Bandung Police Department (POLRESTABES), especially the BINMAS unit. After the data is obtained, the data is reduced to get good conclusions. In addition, triangulation and data validity testing were carried out by checking the results of research with different data collection techniques, namely observation and documentation. The results showed that there were several stages in the campaign implementation process such as planning, implementation and evaluation. It was found that this campaign used a door-to-door strategy for every stall in the market to be given advice, along with tools for implementing health protocols. Meanwhile, the obstacle found from implementing this program is the virus itself. This virus has a high risk of threat to anyone. This campaign was chosen as a step to break the Covid chain because the campaign was considered capable of covering a wider community, and the messages conveyed were well organized.

**Keywords**—*Campaign, Covid-19, Binmas Polrestabes Bandung*

**Abstrak**—Covid-19 merupakan virus yang baru-baru ini muncul dan sangat berbahaya bagi siapapun yang terinfeksi. Kota Bandung menjadi salah satu kota yang terindikasi menjadi wilayah zona merah. Salah satu wilayah Kota Bandung yang termasuk kategori zona merah adalah kecamatan Kiaracondong. Pasar menjadi salah satu tempat yang rawan dalam penyebaran virusnya. Untuk itu, Binmas Polrestabes Bandung melakukan suatu tindakan yang diharapkan dapat menghentikan penyebaran virus ini, khususnya di pasar Kiaracondong, yaitu dengan melakukan Kampanye sejuta kawan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan kampanye berlangsung, untuk mengetahui hambatan yang terjadi, serta mengetahui mengapa kampanye ini digunakan sebagai langkah pencegahan covid. Penelitian ini menggunakan studi kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diambil dari hasil wawancara yang dilakukan untuk

mengungkap informasi secara mendalam kepada beberapa narasumber di Polrestabes Bandung, khususnya satuan Binmas. Setelah data didapatkan, data direduksi untuk mendapat kesimpulan yang baik. Selain itu, triangulasi dan uji keabsahan data dilakukan melalui pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ditemukan beberapa tahapan dalam proses pelaksanaan kampanye tersebut seperti perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Didapatkan bahwa kampanye ini menggunakan strategi *door to door* kepada setiap lapak yang berada di pasar untuk diberikan himbauan, beserta alat untuk penerapan protokol kesehatan. Sedangkan apa yang menjadi hambatan dari pelaksanaan program ini adalah virus ini sendiri. Virus ini memiliki resiko dan ancaman yang cukup tinggi bagi siapapun. Kampanye ini dipilih sebagai langkah untuk memutus rantai covid karena kampanye dianggap mampu mencakup masyarakat luas, serta pesan yang disampaikan pun terorganisir.

**Kata Kunci**—*Kampanye, Covid-19, Binmas Polrestabes Bandung*

## I. PENDAHULUAN

Munculnya *Covid-19* atau yang sering disebut dengan virus corona sedang membuat gempar seluruh warga yang ada di dunia. Munculnya virus corona ini membuat seluruh warga dunia menjadi gempar sehingga setiap pemerintah di daerah harus ekstra dalam menangani virus ini dan bekerja ekstra pula dalam memberikan himbauan kepada seluruh masyarakatnya agar mampu mengikuti setiap anjuran yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat. Penyebaran virus ini menyebar melalui interaksi fisik antara orang yang telah terinfeksi virus corona dengan seseorang yang belum terinfeksi. Segala bentuk upaya dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk menanggulangi wabah virus ini. Pemerintah Indonesia menerapkan sistem *Social Distancing* dan *Physical Distancing* untuk seluruh warga Indonesia. Sistem tersebut dinilai efektif untuk meminimalisir tersebarnya virus corona ini karena akan mengurangi interaksi antar orang yang memungkinkan dapat menyebarkan virus corona ini.

Himbauan sistem *Social Distancing* dan *Physical Distancing* membutuhkan tingkat kesadaran warga yang tinggi akan kesehatan dirinya dan orang disekitarnya. Polrestabes Kota Bandung turun tangan dalam mengatasi permasalahan dari *Covid-19*. Polrestabes Kota Bandung khususnya bagian unit Binmas (Bina Masyarakat) turut membantu untuk mengurangi peningkatan jumlah warga

khususnya kota Bandung agar tidak terinfeksi virus corona ini. Sasaran dari kegiatan Polrestabes Kota Bandung tersebut biasanya adalah kerumunan masyarakat yang masih berkumpul di suatu tempat. Dalam melaksanakan himbauan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Bandung, setiap kegiatan tersebut dirangkum dalam sebuah program bernama “Sejuta Kawan”. Program “Sejuta Kawan” ini dilakukan di kawasan Kota Bandung, biasanya diikuti oleh beberapa keanggotaan kepolisian seperti anggota Polrestabes, anggota Polsek beserta jajaran lainnya yang turut andil dalam menghimbau masyarakat. Program ini terlaksana dalam bentuk sebuah kampanye yang bertujuan untuk menggugah perhatian masyarakat agar turut menjadi satu kesatuan misi menjadi “kawan” untuk menghadapi virus corona ini.

Program “Sejuta Kawan” ini rutin dilakukan oleh pihak Binmas Polrestabes Bandung. Kegiatan ini rutin dilakukan agar masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandung semakin berhati – hati akan adanya virus ini dan semakin berhati – hati akan kesehatannya. Kampanye program “Sejuta Kawan” ini biasanya dilakukan di tempat keramaian, yaitu pusat perbelanjaan pasar tradisional. Kebutuhan sehari – hari yang menuntut setiap orang untuk keluar rumah dan membeli keperluan hidupnya. Pasar tradisional menjadi salah satu tempat yang banyak diminati oleh masyarakat. Selain pasar tradisional, minimarket pun banyak diminati oleh masyarakat, namun karena perbedaan harga yang cukup jauh menjadikan pasar tradisional menjadi tempat *favorite* dibandingkan minimarket untuk membeli kebutuhan sehari – hari. Kecamatan yang memiliki dominasi kasus virus corona terbanyak di Kota Bandung adalah kecamatan Cicendo dan Kiaracondong. Kecamatan Kiaracondong merupakan sebuah kawasan yang dimana memiliki jumlah penduduk yang lebih banyak dibanding Kecamatan Cicendo yaitu 132.135 jiwa, sedangkan Kecamatan Cicendo memiliki jumlah penduduk sebanyak 99.898 jiwa. Perbedaan jumlah penduduk yang sangat jauh menunjukkan bahwa Kecamatan Kiaracondong lebih rentan untuk terpapar virus corona karena jumlah penduduknya yang lebih banyak dan memungkinkan kegiatan untuk bersosialisasi pun lebih besar. Oleh karena itu adapun fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan kampanye program Sejuta Kawan yang dilakukan Binmas Polrestabes Bandung di Pasar Kiaracondong untuk mencegah penyebaran virus Covid-19?
2. Bagaimana hambatan dalam pelaksanaan kampanye program Sejuta Kawan yang dilakukan Binmas Polrestabes Bandung di Pasar Kiaracondong untuk mencegah penyebaran virus Covid-19?
3. Mengapa kampanye Sejuta Kawan yang dipilih oleh Binmas Polrestabes Bandung untuk mencegah penyebaran virus Covid-19?

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif karena ingin dapat memahami makna dibalik data yang tampak untuk dapat memahami lebih mendalam permasalahan yang ada,

dan untuk mengkaji suatu fenomena yang menjadi objek penelitian. Penelitian kualitatif mampu melukiskan kejadian atau realitas sosial dari sudut pandang subyek bukan dari sudut pandang peneliti sebagai pengamat. Hal – hal yang diteliti meliputi perilaku, perasaan dan emosi dari subyek penelitian. Demi mendapatkan pemahaman otentik, pengamatan dan wawancara mendalam (dengan tujuan pertanyaan – pertanyaan terbuka) dianggap sesuai dan potensial dengan tujuan penelitian tersebut” (Mulyana, 2001:68).

Penelitian ini pun menggunakan pendekatan studi kasus untuk mengungkap bagaimana pelaksanaan program kampanye Sejuta Kawan di Pasar Kiaracondong Bandung yang saat ini kawasan tersebut dianggap lebih rentan terdampak virus *Covid-19* akibat padat penduduk dan laju sosialisasinya yang masih tinggi.

Dalam hasil penelitian ini peneliti mengungkap secara mendalam mengenai proses perencanaan dari kegiatan kampanye sejuta kawan untuk memutus rantai penyebaran *covid-19* di pasar Kiaracondong Bandung.

## II. LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini ditinjau oleh teori dari kampanye. Kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Venus, 2009:7) Merujuk pada definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap aktifitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung hal seperti sebuah efek tertentu yang akan menjadikan perubahan bagi sasarannya yang berjumlah besar dan luas, efek tersebut pun diharapkan dapat merubah tindakan dan pemikiran dari setiap sasaran agar berubah menjadi tindakan yang positif.

Penelitian ini dilengkapi dengan teori dari manajemen kampanye yang berarti mengarahkan kegiatan dari kampanye sejuta kawan untuk mencapai dari tujuan kampanye sejuta kawan. Fungsi dari manajemen kampanye adalah Keberhasilan dan kegagalan suatu kampanye sangat dipengaruhi oleh fase perencanaan, implementasi, dan evaluasi kampanye dengan pedoman ilmiah yang ada (Klingemann dan Rommele 2002:202). Manajemen kampanye yaitu proses pengelolaan kegiatan kampanye secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan sumber daya yang ada guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Komunikasi merupakan elemen yang penting dalam sebuah kegiatan kampanye. Ilmu Komunikasi adalah suatu system yang berusaha menyusun prinsip – prinsip dalam bentuk yang tepat mengenai hal memindahkan penerangan dan membentuk pendapat serta sikap – sikap.” (Effendy, 2013:10). Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia, sebab ketika berkomunikasi terjadi proses pengiriman dan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan.

Sebuah interaksi komunikasi memiliki tujuan tertentu, salah satunya komunikasi yang bertujuan untuk mengajak komunikan untuk melakukan sebuah tindakan yang kita

inginkan. Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator. Tahap – tahap mencapai keberhasilan dalam komunikasi persuasif sama dengan komunikasi informaiif, tetapi disertai tujuan untuk mengajak komunikan agar bertindak sesuai dengan isi pesan komunikator.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Proses Pelaksanaan Kampanye Sejuta Kawan

Pada penelitian ini didapatkan dalam proses pelaksanaan kampanye sejuta kawan melalui tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada perencanaan didapatkan bahwa proses ini melalui beberapa tahapan penting seperti menganalisis masalah tentang apa yang sedang dihadapi oleh masyarakat sehingga dirasa perlu adanya suatu tindakan untuk mengatasinya, merencanakan tujuan kegiatan atau program yang telah dirancang agar seluruh aktivitas yang dilakukan memiliki satu tujuan yang lurus, mengidentifikasi sasaran dari kampanye untuk menyaring lagi segmentasi – segmentasi yang akan dituju agar seluruh pesannya dapat tersampaikan dengan baik, menentukan pesan apa yang akan disampaikan kepada masyarakat dan dalam bentuk apa pesan itu disampaikan, strategi dan taktik yang digunakan atau dilakukan

Dalam strategi dan taktik untuk menyampaikan pesan dari kegiatan ini menggunakan strategi secara door to door yaitu dengan cara mendatangi lapak – lapak yang menjadi sasaran target lalu diberikan himbauan serta diberikan alat protokol kesehatan ataupun bantuan sosial dari pemerintah, dalam pelaksanaan ini pun diturunkan sekitar 8 personil dari kepolisian lalu di gerakan juga tokoh masyarakat ataupun organisasi yang berada di sekitar.

#### B. Hambatan Pada Saat Proses Pelaksanaan Kampanye Sejuta Kawan

Selain beberapa proses yang dilalui, dalam pelaksanaan kegiatan ini hambatan menjadi salah satu unsur yang terkandung dalam pelaksanaan program ini. Hambatan utama yang menjadi penghalang ialah resiko tertular dari virus ini sendiri. Tingkat penularan yang beresiko sangat mengganggu dalam pelaksanaan kegiatan ini, menjadi salah satu ancaman juga bagi berjalannya acara.

Hambatan yang dialami oleh pihak – pihak terkait merupakan hambatan dari gangguan noise atau suara yang menjadikan berjalannya kegiatan ini menjadi sedikit terganggu. Kesadaran masyarakat yang masih dianggap kurang mengenai bahayanya virus ini juga menjadi salah satu tantangan dan hambatan yang harus dilalui oleh pihak – pihak terkait mengenai penanganan covid ini.

#### C. Penggunaan Kampanye Sebagai Wadah Untuk Kegiatan Kampanye Sejuta Kawan

Kampanye merupakan suatu wadah kegiatan yang telah banyak digunakan oleh setiap organisasi untuk melaksanakan tujuan dan maksud didalam pekerjaannya.

Kampanye merupakan salah satu wadah yang dipilih oleh berbagai organisasi untuk melakukan perubahan yang lebih baik terhadap suatu masalah.

Kampanye sejuta kawan ini dilakukan karena dapat dianggap mengubah dan mengajak masyarakat khususnya yang berada di pasar Kiaracondong Bandung untuk lebih waspada terhadap virus atau pandemi yang sedang dihadapi ini. Kampanye sejuta kawan pun mencakup masyarakat yang luas yang sedang berada di pasar tersebut, siapapun bisa menjadi sasaran atau target dari penyampaian pesan ini. Kampanye sejuta kawan pun dianggap dapat merangkul masyarakat menjadi satu kesatuan dengan cara yang menyenangkan dan dibimbing oleh pihak sekitar yang terkait.

### IV. KESIMPULAN

Proses perencanaan kampanye yang dilakukan oleh Binmas Polrestabes Bandung melalui kedalam 3 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Di dalam tahapan tersebut melalui beberapa *step* lagi untuk menjadikan kampanye ini menjadi langkah yang sukses untuk memutus rantai penyebaran *covid-19*. Pada kampanye ini dilakukan strategi *door to door* untuk mencakup para segmentasi sasaran di pasar Kiaracondong Bandung. Kegiatan yang dilakukan adalah pembagian masker dan handsanitizer.

Hambatan yang dirasakan merupakan virus ini sendiri. Virus ini menjadi ancaman dan hambatan bagi pelaksanaan kampanye sejuta kawan. Hambatan lainnya merupakan suara yang dapat mengganggu berjalannya aktivitas karena dapat memecah belah fokus.

Kampanye merupakan suatu kegiatan yang dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat yang luas. Selain itu kampanye ini memiliki penyusunan pesan yang terstruktur dan terorganisir oleh suatu kelompok untuk membuat perubahan pada hal yang dinilai bermasalah.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Antar Venus, Manajemen Kampanye (Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Sosial), (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009)
- [2] Effendy, Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2013)
- [3] Klingemann, Hans Dietar dan Rommele, Andrea, Public Information Campaign and Opinion Research. Thousand Oaks: Sage Publication
- [4] Mulyana, Deddy , Metode Penelitian Kualitatif. (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2003)