

JOKOWI DAN KOMUNIKASI : SEBUAH REFLEKSI KEPEMIMPINAN PERIODE KEDUA SANG PRESIDEN

Osman Nur Chaidir

Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga
Email: osman.nur.chaidir-2020@fisip.unair.ac.id

Abstrak

Joko Widodo atau akrab disapa Jokowi kini sedang menjalani masa jabatan kedua sebagai presiden Indonesia. Namun, perjalanan periode keduanya tidak berjalan mulus. COVID-19 telah menyerbu Indonesia sejak Maret 2020. Berbagai pernyataan Pemerintah terkait COVID-19 seolah menjadi bahan tertawaan yang menimbulkan kontroversi. Selanjutnya, berbagai pernyataan pemerintah mengenai berbagai isu publik, seperti Undang-Undang Cipta Kerja, menimbulkan gesekan yang berujung pada konflik. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam memimpin. Dengan komunikasi, pemimpin dapat mempengaruhi orang lain. Jika terjadi kegagalan komunikasi, maka akan sulit untuk mencapai target. Artikel ini menggunakan metode studi literatur dan observasi dengan analisis kualitatif terhadap data yang terkumpul untuk menjelaskan mengapa komunikasi Jokowi menimbulkan permasalahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerangka komunikasi Jokowi mengalami kegagalan yang berujung pada inkonsistensi, ketidaksinkronan antara kerangka komunikasi pemerintah dan masyarakat. Kemudahan kepuasan masyarakat, ketidakpercayaan masyarakat, pergeseran kepemimpinan transformasional ke transaksional dan kegagalan target merupakan dampak dari kegagalan komunikasi tersebut. Di sisa masa jabatan keduanya, Jokowi harus memperbaiki kerangka komunikasinya untuk dirinya sendiri, dan pejabat pemerintahannya untuk mengurangi kemungkinan konflik di masa depan.

Kata Kunci : jokowi; kerangka komunikasi; kontroversi; kepemimpinan; konflik

Abstract

Joko Widodo or well-known as Jokowi is now in his second term of Indonesia presidency. However, his second term journey doesn't go smoothly. COVID-19 has stormed Indonesia since March 2020. Various Government's statements regarding COVID-19 has seem as a chuckle that caused a controversy. Subsequently, various government's statements regarding on many public issues, such as Cipta Kerja Law, has created any friction that led into a conflict. Communication is the important thing in leading. With communication, leaders can influence other. If there is any communication failure, it will be difficult to reach the target. This article use qualitatives method with using literature study method and observation method to analyse why Jokowi's communication frequently lead into controversies. The result shows that Jokowi's communication framework come to failure that lead into an inconsistency, unsynchronized between government and people communication framework. The ease of people satisfication, people distrust, the shift of

transformational to transactional leadership and target failure is the impact from those failure of communication. In the remainder of his second term, Jokowi must improve his communication framework for himself, and his government officials to ease the future conflicts probability.

Keyword : Jokowi; Communication Framework; Controversy; Leadership; Conflict

Pendahuluan

Joko Widodo yang akrab disapa dengan Jokowi kini tengah mengarungi periode kedua kepresidenannya setelah ia berhasil mengalahkan rivalnya, Prabowo Subianto pada Pemilihan Presiden 2019 lalu. Periode keduanya diawali dengan kejutan, yaitu dengan menjadikan Prabowo, rivalnya, sebagai Menteri Pertahanan dalam Kabinet Indonesia Maju. Tidak berhenti sampai di situ, pada *reshuffle* kabinet pertama di masa periode keduanya, Jokowi menunjuk Sandiaga Uno, mantan lawan cawapresnya, menjadi Menteri Pariwisata menggantikan Wishnutama. Langkah-langkah Jokowi di periode kedua ini sejatinya merupakan simbolisme dari sebuah manuver politik yang bertujuan untuk meredam polarisasi masyarakat pasca Pemilihan Umum 2019 lalu ([The Economist](#), 2019). Namun, manuver itu sendiri masih belum tampak hasilnya. Friksi-friksi antarmasyarakat masih sering terjadi baik di dunia maya maupun di dunia nyata.

Perjalanan periode kedua Jokowi juga tidak mulus. Pandemi COVID-19 melanda di tahun pertama periode keduanya. Virus corona yang pertama kali muncul di Wuhan itu sendiri telah “memporak-porandakan” sistem ekonomi, sosial, dan budaya di seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia yang mengumumkan kasus konfirmasi positif pertama pada 2 Maret 2020. Sejak pengumuman itu sendiri, terdapat berbagai upaya dari Jokowi bersama dengan pemerintahannya untuk menangani dan menanggulangi kasus COVID-19 di tanah air. Salah satunya adalah penunjukan juru bicara resmi Pemerintah untuk kasus COVID-19, Achmad Yurianto yang pada bulan-bulan awal pandemi sering muncul di layar televisi nasional untuk menyampaikan perkembangan terkini tentang pandemi COVID-19. Sayangnya, terdapat berbagai permasalahan komunikasi yang terjadi dalam praktik mitigasi pandemi COVID-19 ini. Ucapan “kebal corona karena makan nasi kucing” dari Menhub Budi Karya ([Hakim & Pratama](#), 2020), “corona sulit masuk karena perizinan sulit” dari Menko Perekonomian Airlangga Hartarto ([Garjito & Aditya](#), 2020), dan ajakan agar masyarakat jangan panik dan enjoy saja dari Menkes Terawan Agus telah mengesankan bahwa pemerintah meremehkan pandemi ini sejak awal ([Satria](#), 2020). Pada akhirnya, ucapan mereka seakan menjadi bumerang dan menimbulkan kesalahpahaman pada masyarakat dalam menghadapi pandemi COVID-19 ([Puspa](#), 2020).

Tidak hanya di situ, periode kedua Jokowi yang berhasil mengeluarkan produk hukum UU Cipta Kerja Omnibus Law, juga menimbulkan konflik di masyarakat. Konflik tersebut menunjukkan indikasi stabilitas sosial dan politik di Indonesia masih belum tercapai. Demonstrasi besar di berbagai kota di Indonesia pascapengesahan 6 Oktober 2020 lalu, menunjukkan bahwa terjadi kegagalan komunikasi Pemerintahan Jokowi dengan masyarakat, yang akhirnya berdampak domino seperti ketidakstabilan situasi

sosial, politik, ekonomi, hingga peningkatan kasus COVID-19 yang membuyarkan usaha pemerintah dalam mitigasi pandemi COVID-19 ini (COVID-19, 2021).

Dampak dari permasalahan komunikasi itu sendiri tidak hanya berdampak kepada terhambatnya upaya pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19 saja, namun juga berimbas kepada solidaritas dari kabinet Jokowi (Kabinet Kerja) sendiri. Dipaparkan dalam (Sirait, 2021), Jokowi tampak kesulitan dalam menyelaraskan implementasi kebijakan yang dikeluarkannya dengan para asistennya, dalam hal ini menteri-menteri yang berada di dalam kabinet. Dalam penelitian tersebut pula, disebutkan kepentingan politis partai yang berada di belakang para menteri yang ditunjuk, menjadi salah satu faktor utama mengapa hal tersebut bisa terjadi. Terciptanya berbagai perspektif objektif dari berbagai instansi, mendorong terjadinya inkonsistensi dalam penyampaian kebijakan kepada publik. Disini kita dapat melihat bagaimana telah terjadi kesalahan dalam pengelolaan kerangka komunikasi di kalangan internal pemerintahan Jokowi sendiri.

Terdapat beberapa lagi kontroversi dari Pemerintahan Jokowi yang akar masalahnya adalah kegagalan komunikasi. Komunikasi sendiri merupakan unsur terpenting dari kepemimpinan karena hal ini terkait dengan kemampuan memengaruhi orang lain. Apabila terjadi kegagalan dalam kerangka komunikasi, maka tercapainya misi akan sulit dicapai.

Penelitian-penelitian terkait sebelumnya lebih banyak membahas secara general bagaimana respon masyarakat terhadap kebijakan pemerintahan Jokowi dan juga dampak permasalahan komunikasi terhadap solidaritas kabinet Jokowi. Artikel ini memberikan perspektif berbeda karena artikel ini berusaha membahas mengapa komunikasi Jokowi sering menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat. Dalam pembahasannya, artikel ini menekankan kepada ilmu-ilmu komunikasi, manajemen, politik, dan sosiologi sebagai pijakan akademisnya sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih luas dalam melihat fenomena komunikasi pemerintahan Jokowi di periode kedua ini. Selain itu, penelitian serupa sebelumnya lebih banyak fokus kepada lingkup waktu pandemi saja, namun artikel ini akan memiliki lingkup waktu pembahasan sepanjang periode kedua pemerintahan Jokowi beserta penggunaan *buzzer-influencer* di dalamnya. Artikel ini diharapkan dapat menjadi sebuah refleksi terhadap sistem komunikasi Jokowi dan pemerintahannya sehingga dapat menjadi bahan pembelajaran bagi para pemimpin dalam membangun dan menjaga kerangka komunikasinya terhadap masyarakat.

Metode Peneliteian

Artikel ini menggunakan metode studi literatur dan observasi dari peneliti sebagai sumber datanya. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan data yang berasal dari buku-buku tentang manajemen dan kepemimpinan, jurnal nasional maupun internasional dengan tema terkait, situs resmi pemerintah Republik Indonesia, dan media massa tepercaya. Data-data tersebut akan dianalisis secara kualitatif dan menghasilkan sebuah penjelasan deskriptif berlandaskan dua konsep atau variabel yang digunakan, yaitu kerangka komunikasi dan kepemimpinan.

Hasil dan Pembahasan

Bagaimana Jokowi Berkomunikasi

Komunikasi adalah sebuah bentuk interaksi pertukaran informasi baik dalam bentuk tertulis, lisan, maupun simbol yang bertujuan untuk menciptakan kesepahaman akan informasi tersebut ([Boddy, 2017](#)). Komunikasi sendiri berperan vital dalam kepemimpinan seseorang, utamanya untuk memengaruhi—*influence* orang lain. Tanpa adanya komunikasi yang baik, maka mustahil tercapainya target-target kinerja dalam sebuah kepemimpinan.

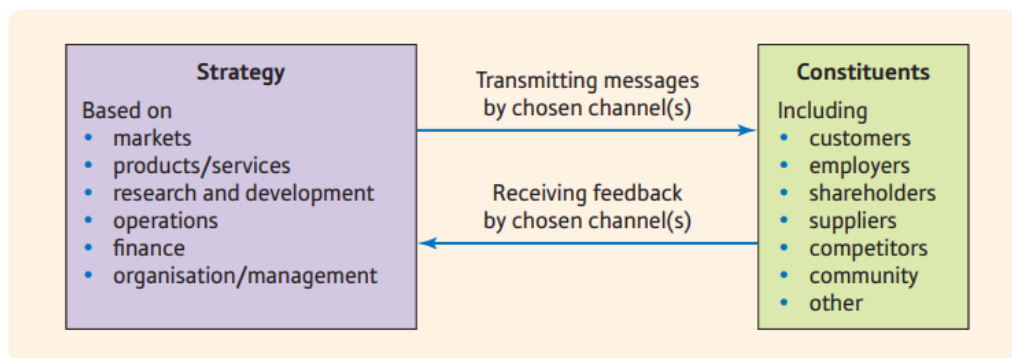
Komunikasi juga mampu mempenetrasi inovasi, satu kata yang selalu digaungkan Jokowi dalam pemerintahannya. Dengan terpenuhinya ketercukupan pengetahuan tentang kondisi masyarakat melalui komunikasi, maka inovasi dapat terpenetrasi dengan baik. Sejatinya, inovasi di jajaran pemerintahan Jokowi sendiri dapat terlihat secara nyata bentuknya. Implementasi *Online Single Submission* (OSS) untuk kecepatan perizinan, program Merdeka Belajar untuk percepatan pendidikan, serta inovasi-inovasi lainnya membuktikan bahwa jajaran pemerintahan Jokowi tidak memiliki masalah dalam menerapkan inovasi, dalam kaitannya komunikasi antarjajaran pemerintahan berjalan dengan baik.

Secara populer, figur Jokowi telah terpusat dalam representasi pemerintahan kepada masyarakat. Dalam hal ini, Jokowi telah berkomunikasi secara simbolik, menegaskan bahwa dirinya adalah pemegang kekuasaan melalui gaya berpakaian serta tindakan “*blusukan*”-nya dalam menjalankan pemerintahan. Jokowi mampu membangun karisma “anti-hero”, yang membuat dirinya menjadi figur yang selalu menjadi perhatian, baik oleh para pendukungnya maupun oposisi ([Novianty & Salamah, 2018](#)). Bentuk komunikasi tersebut juga didorong oleh media massa yang melakukan *framing* kinerja Jokowi secara intensif ([Firdaus, 2015](#)). Hasilnya, citra positif kepemimpinan Jokowi pada periode pertama mampu mengantarkannya meraih kemenangan meyakinkan di Pemilihan Presiden 2019 lalu dan menjalani periode kepresidenan yang kedua.

Dalam mengarungi periode kedua ini, Jokowi tidak sendiri dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Ia memiliki dua gugus staf khusus kepresidenan yang berwenang dalam mengurus hal komunikasi pemerintahan. Gugus pertama bertugas sebagai juru bicara kepresidenan yang terbagi dalam empat bidang, yaitu bidang politik dan pemerintahan yang dijabat oleh Fadjoel Rachman, bidang hukum yang dijabat oleh Dini Shanti Purwono, bidang ekonomi yang dijabat oleh Arif Budimanta, dan bidang sosial yang dijabat oleh Angkie Yudistia. Keempat juru bicara yang berada di gugus pertama ini memiliki tugas untuk menguatkan pernyataan presiden terkait dengan isu-isu di bidangnya masing-masing. Sementara gugus kedua bertugas untuk menjalin komunikasi antara pemerintah dengan kelompok-kelompok strategis. Gugus kedua ini diisi oleh Sukardi Rinakit, Diaz Hendropriyono, Aminuddin Ma’ruf dan Anggit Nugroho ([Humas Sekretaris Kabinet Republik Indonesia, 2020](#)).

Secara teknis, Jokowi telah berhasil menempatkan kerangka komunikasi publik dan politik yang baik dalam pemerintahannya. Jokowi berhasil mendistribusikan komunikasi berdasarkan bidang-bidang tertentu, yang diharapkan mampu memperlancar

proses komunikasi pemerintah dengan publik. Di sini tipe kepemimpinan *entrepreneur*, yang memperhatikan terhadap seluruh bidang kehidupan kebangsaan untuk mencapai keuntungan bangsa dan *organizing*, yang mampu melakukan lobi dan menjadi figur terpusat Jokowi tampak jelas (Sukma, 2020). Sayangnya, dalam perjalanan di periode kedua ini, apa yang terjadi di lapangan berbeda dengan yang diharapkan. Di poin pembahasan selanjutnya, akan dibahas mengenai kontroversi komunikasi Jokowi dan mengapa kerangka komunikasi yang rapi ini belum mampu berfungsi secara maksimal.



Gambar 1.

Kerangka Komunikasi Strategis

Sumber : (Boddy, 2017)

Kontroversi Komunikasi Jokowi di Periode Kedua Kepresidenan

Seorang pemimpin sukses adalah seorang yang mampu menetapkan strategi timnya, melakukan komunikasi yang baik terhadap timnya, dan memotivasi orang banyak. Dapat dikatakan jika pemimpin mampu meraih apa yang menjadi targetnya di perencanaan, maka ia memiliki keahlian manajemen yang baik (Boddy, 2017). Keahlian manajemen itu sendiri salah satunya adalah kemampuan komunikasi yang baik. Di periode pertamanya, Jokowi berhasil mencapai target-targetnya seperti percepatan pembangunan infrastruktur, peningkatan kualitas sumber daya manusia—IPM, dan berbagai target lainnya. Keberhasilan manajemennya di periode pertama mampu mengantarkannya kepada periode kedua kepresidenannya. Sayangnya, terdapat berbagai permasalahan manajerial, utamanya komunikasi internal yang justru mengancam citra Jokowi sendiri.

Kontroversi komunikasi dimulai dari internal pemerintahan Jokowi sendiri terkait masa berlaku Surat Keterangan Terdaftar (SKT) organisasi Front Pembela Islam (FPI)—notabene oposisi Jokowi. Terdapat perbedaan pernyataan antara Menko Polhukam Mahfud MD dengan Menteri Agama saat itu, Fachrul Razi. Di satu kesempatan, Mahfud menyatakan bahwa pemerintah masih mempelajari permohonan perpanjangan SKT FPI. Namun, Fachrul menyatakan siap memberi rekomendasi perpanjangan SKT FPI. Pada akhirnya, FPI dinyatakan organisasi terlarang secara resmi oleh pemerintah pada 30 Desember 2020 lalu ("[Pemerintah Tetapkan FPI Organisasi Terlarang](#)," 2020).

Permasalahan komunikasi pemerintahan Jokowi terus berlanjut dalam mitigasi pandemi COVID-19. Komunikasi Jokowi beserta jajarannya dapat dinilai buruk karena informasi yang disampaikan tidak transparan, tidak terdefiniskan secara jelas dan tidak konsisten. Dalam penanganan pandemi ini, terdapat berbagai permasalahan komunikasi dari Jokowi beserta jajaran pemerintahannya, antara lain

1. “Kita tidak mau masyarakat panik. Memang ada beberapa informasi yang kami sembunyikan agar masyarakat tidak panik.” ([Pangestika](#), 2020) Kutipan perkataan Jokowi mengenai “penyembunyian” beberapa informasi terkait dengan pandemi COVID-19 di Indonesia membuktikan bahwa terdapat kesalahan komunikasi. Jokowi gagal menerapkan prinsip *relevancy*, sebuah prinsip di mana informasi dari sebuah komunikasi harus relevan atau dapat dikatakan transparan.
2. Penerapan istilah-istilah terkait penanganan pandemi COVID-19 seperti PSSB, *lockdown*, karantina wilayah, mudik vs pulang kampung, dan beberapa istilah lain yang pernah muncul dalam proses penanganan pandemi COVID-19 di Indonesia ([Fajar Junaedi](#), [Taufiqur Rahman](#), [Erwan Sudiwijaya](#), [Adhianty Nurjanah](#) et al., 2020). Timbulnya beberapa istilah ini membuktikan pemerintahan Jokowi gagal menerapkan prinsip *simplicity*, sebuah prinsip di mana informasi harus memiliki struktur sederhana mungkin agar mudah dipahami oleh masyarakat dan mencegah miskomunikasi.
3. Inkonsistensi informasi. Dapat dilihat berupa kebijakan pelarangan ekspor masker ke luar negeri di awal pandemi di mana Menko Perekonomian Airlangga menyatakan melarang ekspor masker ke luar negeri sebagai langkah mencegah kelangkaan stok masker dalam negeri. Namun, tidak lama berselang, Menteri Perdagangan Agus Suparmanto, meralat pernyataan Menko Airlangga dengan menyatakan bahwa tidak ada pelarangan ekspor masker ke luar negeri. Tidak berhenti di situ, yang terbaru, untuk lebaran Idulfitri 2021 pemerintah melarang masyarakat untuk melakukan mudik. Tak lama, aturan diperlonggar dengan membolehkan untuk mudik asalkan dalam satu rayon. Pemerintah pun membolehkan tempat wisata dibuka, yang tentu menunjukkan inkonsistensi pernyataan pemerintah untuk mencegah kerumunan. Dari permasalahan ini, komunikasi pemerintah gagal menerapkan prinsip *organisation*, sebuah prinsip di mana informasi harus memiliki pokok yang jelas dan runtut.
4. Tidak adanya sinkronisasi antara pemerintah daerah dan pusat, yang menunjukkan lemahnya komunikasi pemerintahan—vertikal pemerintah. Seperti contohnya pada pengumuman kasus positif 1 dan 2. Wali kota Depok Muhammad Idris menyatakan bahwa dirinya telah menyampaikan bahwa pasien 1 dan 2 telah terinfeksi COVID-19 sehari sebelum Jokowi mengumumkan. Akan tetapi, dirinya diminta untuk diam. Tidak hanya itu, perbedaan pendapat antara Pemprov DKI tentang kebijakan karantina wilayah dan langkah preventif di bulan Januari-Februari 2020, diacuhkan oleh

pemerintah dengan menyatakan bahwa kebijakan karantina wilayah adalah wewenang pusat ([Yuliawati](#), 2020). Di satu sisi, Jokowi berusaha mengomunikasikan bahwa dirinya adalah figur penguasa sentral. Ironisnya, hal tersebut malah menunjukkan sedang terjadinya duel politik antarmuka antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah utamanya Pemprov DKI pimpinan Gubernur Anies Baswedan yang merupakan oposisi pemerintah pusat.

Kegagalan komunikasi juga tampak jelas dalam proses pengesahan UU Cipta Kerja—*Omnibus Law* pada Oktober 2020 lalu. Konflik yang timbul pascapenerapan produk hukum tersebut merupakan bukti nyata gagalnya kerangka komunikasi yang telah Jokowi rancang melalui penunjukan staf-staf khusus kepresidenan dan kementerian terkait. Konflik berupa demonstrasi UU Ciptaker sendiri diawali dari kurangnya komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, yang ironisnya diperparah dengan pernyataan Jokowi agar jangan termakan hoaks dan Menteri Kominfo Jhonny G. Plate yang menyatakan bahwa jika apa yang dikatakan pemerintah hoaks, ya berarti hoaks.

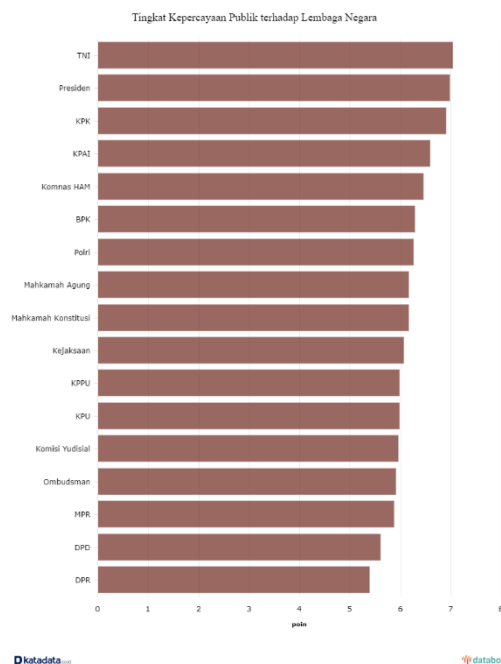
Konflik UU Ciptaker sejatinya patut dijadikan refleksi bagi Jokowi dan pemerintahannya dalam melaksanakan komunikasi. Minimnya akses masyarakat terhadap draft RUU, infografik yang kurang, plus kesan terburu-buru dari pemerintah telah menimbulkan konflik UU Ciptaker hingga sekarang. Sejatinya, pemerintah wajib melakukan keterbukaan informasi sesuai dengan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi. Undang-undang tersebut sendiri menjelaskan bahwa hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik. Jokowi seakan-akan mengabaikan informasi vital mengenai apa yang sebenarnya menjadi akar permasalahan yang dapat disebabkan oleh hilangnya pengawasan (*missing oversight*) dalam alur komunikasi internalnya. Apabila Jokowi terus menjalani model komunikasi seperti ini, tentu saja permasalahan komunikasi pemerintahannya dengan masyarakat dapat terus berlanjut hingga akhir masa jabatannya yang dapat berdampak kepada pencapaian kinerjanya.

Jokowi sendiri telah menyadari mengenai komunikasi publik yang buruk dari pemerintahannya selama ini. Hal itu disampaikan oleh Kepala Staf Kepresidenan Moeldoko pada Oktober 2020 lalu yang menyatakan bahwa Jokowi telah menegur para menterinya terkait komunikasi publik yang buruk pascakonflik penolakan UU Ciptaker ([Egeham](#), 2020). Tidak hanya itu, salah satu menteri dalam jajaran Kabinet Indonesia Maju, Menko Marves Luhut Binsar, juga mengakui bahwa terjadinya kesalahan komunikasi dalam proses penyusunan hingga pengesahan UU Ciptaker. Luhut menyadari hal tersebut setelah ia mendapatkan kritik dari cucunya dan langsung mengadakan rapat terbatas dengan empat menteri koordinator untuk membahas masalah tersebut ([Asworo](#), 2020). Pada akhirnya, pemerintah meluncurkan laman informasi resmi UU Ciptaker <https://uu-ciptakerja.go.id/> dan intensitas konflik mulai berkurang karena masyarakat mampu mengakses informasi lebih jelas dan tepercaya dari laman resmi tersebut.

Dampak Komunikasi Jokowi di Periode Kedua Kepresidenan

Timbulnya berbagai kontroversi komunikasi Jokowi dan jajaran pemerintahannya pada periode kedua kepresidenannya telah menimbulkan beberapa dampak sebagai berikut :

1. Menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinan Jokowi. Dalam kekuasaan politik, legitimasi adalah hal terpenting. Tanpa ada legitimasi, maka pemimpin politik akan disfungsi dan terlempar dari kekuasaan. Legitimasi itu sendiri mampu terbangun dengan adanya kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat sendiri, mampu dibangun dengan keahlian memengaruhi yang disokong dengan keahlian komunikasi yang baik.

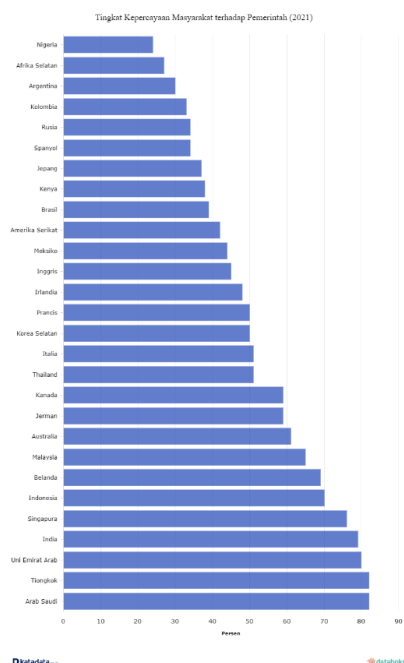


Gambar 2.

Tingkat Kepercayaan Politik terhadap Lembaga Negara

Sumber : (Bayu, 2021a)

Pada Januari 2021 lalu, hasil survei Kelompok Diskusi dan Kajian Opini Indonesia (KedaiKOPI) merilis bahwa lembaga TNI merupakan lembaga yang lebih dipercaya masyarakat daripada Presiden dengan persentase 7,04% untuk TNI dan 6,98 untuk Presiden. Tentu saja hal ini menimbulkan pertanyaan tersendiri bagaimana sebuah lembaga di bawah kepemimpinan—kuasa Presiden mampu lebih dipercaya masyarakat daripada sang pemimpin tertinggi.



Gambar 3.

Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kepada Pemerintah 2021

Sumber : (Pusparisa, 2021)

Tidak hanya survei dari KedaiKOPI, survei dari lembaga publik Amerika Edelman merilis laporan mengenai tingkat kepercayaan masyarakat dunia terhadap pemerintahan negaranya. Posisi Indonesia berada di angka 70%, turun 1% dari survei lembaga yang sama pada tahun 2017 lalu. Turunnya angka kepercayaan masyarakat perlu diwaspadai sekaligus dicermati oleh Jokowi dan pemerintahannya.

Tabel 1.

Hasil Analisis Deskriptif Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemerintah Dalam Menangani Pandemi COVID-19

| Kluster | Rata-rata skor | Kriteria |
|-------------------------------------|----------------|-----------------------|
| Civil Society | 2,71 | Kurang Percaya |
| Partai Politik | 3,41 | Percaya |
| Pengusaha dan/atau pengamat ekonomi | 2,61 | Kurang Percaya |
| ASN | 4,16 | Percaya |
| Masyarakat Umum | 3,46 | Percaya |
| Rata-rata | 3,27 | Kurang Percaya |

Sumber: (Mufti, Gatara, Afrilia, & Mutiarawati, 2020)

Tabel 2.

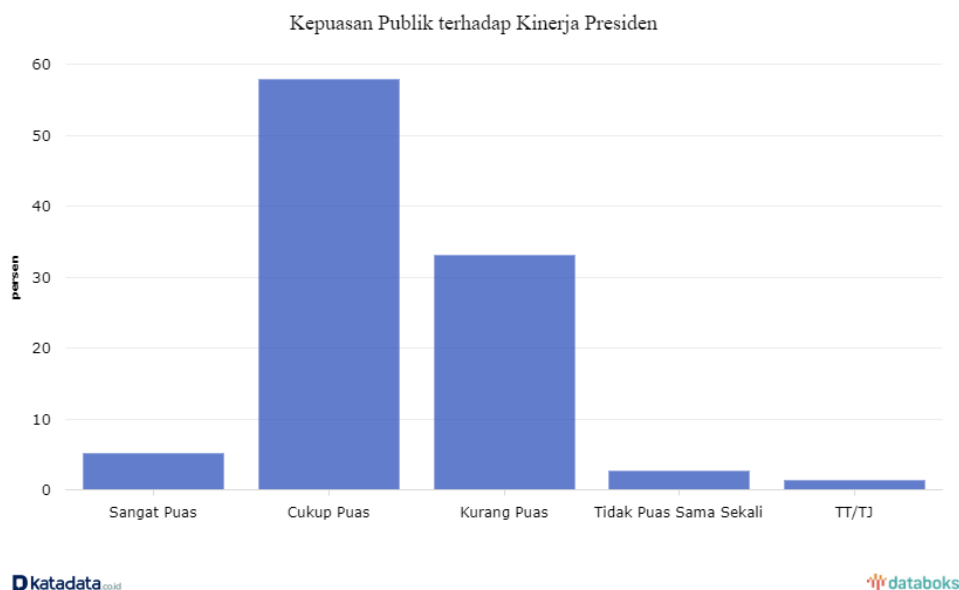
Kriteria Penilaian yang Digunakan Dalam Analisis Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemerintah Dalam Menangani Pandemi COVID-19 oleh (Mufti et al., 2020)

| Rentang Nilai | Kategori |
|---------------|----------------------|
| 1,00-1,79 | Sangat Tidak Percaya |
| 1,80-2,59 | Tidak Percaya |
| 2,60-3,39 | Kurang Percaya |
| 3,40-4,19 | Percaya |
| 4,20-5,00 | Sangat Percaya |

Sumber: (Mufti et al., 2020)

Angka kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dalam penanganan pandemi COVID-19 juga menunjukkan angka yang rendah. Sebagaimana data penelitian dari (Mufti et al., 2020), terlihat bahwa masyarakat umum Indonesia memiliki tingkat kepercayaan rendah, hanya berada di angka 3,27 dari 5. Indikator tersebut sejatinya mengkhawatirkan karena pemerintah memerlukan dukungan penuh dari masyarakat dalam menjalankan kebijakan-kebijakan terkait dengan mitigasi pandemi COVID-19 ini. Tak jarang kita jumpai juga masyarakat yang telah bersikap “bodo amat” terhadap pandemi ini, yang biasa disebut dengan “COVIDiot”. Lahirnya kelompok *resistance* tersebut menunjukkan bahwa terdapat suatu rasa ketidakpercayaan yang ditunjukkan oleh masyarakat terhadap pemerintah, utamanya dalam hal penanganan pandemi COVID-19 ini yang disebabkan oleh permasalahan komunikasi pemerintah selama pandemi melanda Indonesia.

2. Munculnya ketidakpuasan atas kinerja Jokowi dan jajaran pemerintahannya. Permasalahan komunikasi dalam kepemimpinan Jokowi di periode kedua ini pada akhirnya menurunkan kepuasan masyarakat terhadap kepemimpinannya. Ketidakpuasan sendiri dapat mengancam kepemimpinan Jokowi karena ketidakpuasan merupakan salah satu faktor pembentuk konflik sosial. Bukti nyatanya adalah konflik penolakan UU Ciptaker yang terjadi akibat ketidakpuasan masyarakat dan buruh terhadap proses perumusan hingga pengesahannya.



Gambar 4.
Kepuasan Publik terhadap Kinerja Presiden
Sumber : (Bayu, 2021b)

Kepuasan publik terhadap Jokowi pada tahun 2021 sendiri makin menurun. Bahkan, angka kepuasan bulan Februari 2021 lalu merupakan yang terendah sejak April 2016. Berdasarkan survei Indikator Politik Indonesia, terdapat peningkatan sebesar 33% masyarakat yang kurang puas terhadap kinerja Jokowi. Tentu saja, ini merupakan bahan evaluasi wajib bagi kepemimpinan Jokowi dan jajaran pemerintahannya. Permasalahan komunikasi tak dapat dielakkan sebagai salah satu faktor terbesar peningkatan angka ketidakpuasan tersebut. Plus, kegagalan komunikasi juga telah menimbulkan sebuah konflik yaitu konflik UU Ciptaker dan belum lagi konflik-konflik kegaduhan di dunia maya lainnya.

Kepuasan merupakan faktor penting dalam kepemimpinan, apalagi terkait dengan kepemimpinan politik. Rasa kepuasan yang menurun menunjukkan bahwa Jokowi gagal memotivasi dan menginspirasi baik kabinetnya maupun masyarakat dalam mencapai tujuan bersama. Motivasi mustahil dilakukan tanpa adanya kecakapan komunikasi. Tanpa ada rasa kepuasan, maka mustahil rasa kepercayaan dapat terus ada pada masyarakat. Tanpa ada kepercayaan, maka mustahil legitimasi kepemimpinan dapat terus bertahan.

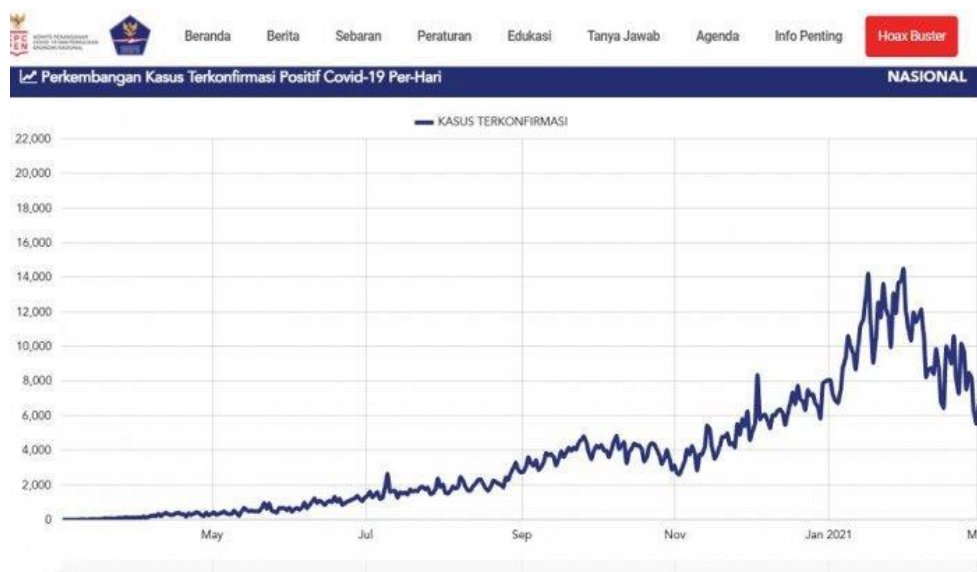
3. Kepemimpinan transformasional yang selama ini berhasil Jokowi terapkan pada akhirnya bergeser menjadi kepemimpinan transaksional. Kepemimpinan transformasional sendiri adalah sebuah model kepemimpinan di mana pemimpin mampu memotivasi serta menginspirasi mereka yang dipimpin untuk berkomitmen mencapai target kinerja yang lebih baik.

Kepemimpinan ini sendiri umumnya dimiliki oleh pemimpin kharismatik ([Boddy, 2017](#)). Di periode kedua ini, model kepemimpinan transformasional yang biasa dicitrakan kepada figur Jokowi tampak runtuh akibat berbagai permasalahan komunikasi internal dan publiknya. Hal tersebut dapat dilihat bagaimana masyarakat cenderung bersikap *resistance* terhadap segala kebijakan pemerintah terkait pandemi COVID-19, yang dapat kita lihat secara nyata di lapangan. Misalnya, larangan berkerumun diacuhkan oleh masyarakat untuk berdemonstrasi menolak penerapan UU Ciptaker Oktober lalu. Tidak berhenti di situ, aturan 3M yang digang-gaukan pemerintah, pada nyatanya sudah banyak yang tidak menaatinya. Plus, kinerja petugas pemerintah di lapangan juga ala kadarnya. Pada akhirnya, dalam meredam konflik UU Ciptaker misalnya, pemerintah berjanji akan mengundang perwakilan buruh untuk berdiskusi lebih lanjut mengenai UU Ciptaker asalkan demonstrasi tidak dilanjutkan. Hal tersebut merupakan pencerminan kepemimpinan transaksional.

Kepemimpinan transaksional sendiri juga tampak tidak efektif di masa pandemi ini. Kebijakan bansos dan bantuan lain seperti Banpres UMKM, KIH, dsb. yang awalnya ditujukan untuk meredam mobilitas masyarakat, tampak sia-sia. Salah satunya adalah salah sasaran yang didorong oleh komunikasi yang buruk. Seperti pada kasus Banpres UMKM di Kota Malang contohnya. Komunikasi vertikal—antar hierarki instansi pemerintah tidak ada yang kompak. Ketika pemerintah melalui Kemenkopumkm mengumumkan bahwa pendaftaran Banpres UMKM sudah dibuka pada 4 April 2021 melalui *instagram* resmi, Dinkop Kota Malang menyatakan belum menerima surat apapun dari pusat yang membuat pelaku UMKM Kota Malang kebingungan. Pada akhirnya, Dinkop Kota Malang baru membuka pendaftaran pada 16 April 2021, hampir dua pekan setelah pengumuman pemerintah. Otomatis, proses verifikasi bantuan yang panjang, akan memperlambat waktu pencairan yang dapat berimbas negatif kepada UMKM yang membutuhkan. Bahkan, bisa berpotensi mengganggu ekonomi negara.

4. Kegagalan Pencapaian Target—Janji Kerja. Walaupun pada poin ini, pandemi COVID-19 juga berkontribusi besar dalam mendorong kegagalan pencapaian target kinerja. Kegagalan pencapaian target kinerja sendiri tecermin pada merosotnya ekonomi dan laju penanganan pandemi yang tampak “diprasahkan”. Di bidang ekonomi sendiri, Indonesia akhirnya masuk kepada jurang resesi setelah pertumbuhan ekonomi negatif tiga kuartal berturut-turut. Bahkan, hingga di tahun 2021, yang digadang-gadang Jokowi sebagai tahun kebangkitan, Indonesia masih terjebak resesi dengan pertumbuhan ekonomi -0.74% di kuartal 1 2021 ([Sembiring, 2021](#)).

Dalam penanganan pandemi sendiri, laju COVID memuncak pascaliburan akhir tahun 2020. Sebenarnya, pemerintah telah berusaha untuk meminimalkan mobilitas masyarakat dengan pengurangan hari libur akhir tahun sebanyak tiga hari ([Kominfo](#), 2020). Akan tetapi, sikap masyarakat yang sudah berada di fase *resistance*, membuat upaya pemerintah sia-sia belaka. Pada akhirnya, terjadi pelonjakan kasus bahkan rekor mingguan hingga lebih dari 12.000 kasus positif harian ([Nuryanti](#), 2021).



Gambar 5.

Grafik kasus terkonfirmasi positif COVID-19 Indonesia Januari-Februari 2021
Sumber : ([COVID-19](#), 2021)

Meningkatnya kasus konfirmasi positif, sikap acuh masyarakat terhadap kebijakan penanganan pandemi COVID-19, ekonomi melambat merupakan bentuk gagalnya sebuah kepemimpinan Jokowi di tahun pertama periode kedua ini. Di sisi ini, kemampuan *organizing* Jokowi diuji. Jokowi dianggap gagal mendistribusikan kepemimpinan melalui menteri sehingga banyak permasalahan yang muncul di awal periode kedua ini ([Rosana](#), 2021). Kegagalan pemerintah di masa awal pandemi, telah menimbulkan efek domino di mana masyarakat sudah berada di fase *resistance*, sebuah fase di mana komunikasi menolak dan secara aktif menentang dan mengajak komunikasi lainnya terhadap informasi yang disampaikan. Fase ini pada akhirnya menimbulkan kesulitan sendiri bagi Jokowi dan jajaran pemerintahannya dalam menentukan perencanaan (*planning*) kedepannya.

Fenomena *Buzzer—Influencer* Sebagai Perpanjangan Komunikasi Pemerintah

Fenomena ini sejatinya telah dimulai sejak Pilkada DKI 2012 lalu dengan Jasmev yang mengklaim sebagai sukarelawan media sosial Jokowi-Ahok. Kontribusi Jasmev sendiri dalam kemenangan Jokowi-Ahok tidak dapat dipandang sebelah mata. Mereka dianggap sebagai “pasukan bawah tanah” Jokowi-Ahok di Pilkada DKI 2012 ([“Pasukan Komando ‘Bawah Tanah’ Jokowi-Ahok,”](#) 2012) yang aktif bergerak menyosialisasikan visi misi cagub-cawagub itu melalui udara—media sosial. Jasmev berlanjut hingga Jokowi mencalonkan diri sebagai presiden di tahun 2014. Lagi-lagi, Jasmev berperan besar di media sosial dan sering menimbulkan friksi dengan PKSPiyungan, “Jasmev”-nya pihak Prabowo-Hatta. Sejak itulah, fenomena *buzzer—influencer* menjadi hal lumrah dalam komunikasi pemimpin Indonesia.

Friksi-friksi di dunia maya tidak dapat dihindarkan. Hal ini pada akhirnya mendorong penerapan politik populisme pada Pilpres 2019 lalu. Populisme sendiri merupakan strategi politik yang menempatkan rakyat biasa untuk berhadapan secara antagonistik dengan elite politik berkuasa dengan melabelisasi elite politik berkuasa adalah penguasa yang buruk dan menindas mereka ([Ardipandanto](#), 2020). Menyadari hal tersebut dapat berbahaya bagi kesatuan bangsa, Jokowi langsung melakukan komunikasi politik dengan rivalnya, Prabowo tidak lama setelah dirinya memenangkan periode kedua kepresidenan. Pada akhirnya, capres-cawapres lawannya di Pilpres 2019 berhasil Jokowi gaet menjadi menteri di kabinetnya, dengan harapan untuk meminimalkan friksi-friksi di masyarakat dan menciptakan kestabilan sosial, politik, ekonomi Indonesia. Sayangnya, harapan tersebut masih jauh dari harapan.

“Konflik” di media maya masih terus berlanjut antara *buzzer-influencer* yang mengklaim pro-NKRI/pemerintah dengan *buzzer-influencer* oposisi. Termasuk dalam isu pandemi COVID-19 ini. Di satu sisi, kegagalan pemerintah seringkali ditangani oleh *buzzer-influencer* pro pemerintah dengan harapan tidak menimbulkan friksi di masyarakat. Sayangnya, labelisasi dan stereotipe dilakukan oleh *buzzer-influencer* pro pemerintah ini terhadap masyarakat yang tidak setuju dengan pendapat mereka. Mereka tak segan untuk menyebut mereka dengan istilah “Kadrun” dan tak jarang melemparkan kata-kata kasar. Friksi yang diharapkan mengecil di media maya, malah makin membesar akibat komunikasi yang kurang sesuai dari para *buzzer-influencer* pro pemerintah.

Dampaknya dapat dilihat secara nyata. Mereka yang tidak terima dengan labelisasi tersebut, akhirnya mampu menggalang massa di media sosial untuk melakukan aksi massal di media maya (*trending* tagar) maupun turun ke jalan. Konflik UU Ciptaker contohnya. Akun-akun *buzzer-influencer* oposisi seperti Gelora intens mengeluarkan berita yang mengupas kekurangan, kontroversi UU Ciptaker. Proses *retweet* yang intens, akhirnya secara tidak langsung memberi dorongan kepada masyarakat untuk turun memprotes UU Ciptaker. Di satu sisi, *buzzer-influencer* pro pemerintah juga intens menyebarkan citra baik UU Ciptaker. Namun, masyarakat yang sudah gerah dengan teknik komunikasi pemerintah ini akhirnya membuat usaha mereka sia-sia.

Penggunaan *buzzer-influencer* sendiri sudah dianggap wajar oleh pemerintah. Hal tersebut diakui oleh Staf Ahli Menteri Kominfo Henry Subiakto dengan pernyataan,

"Justru menjadi aneh jika pemerintah tidak menggunakan media sosial untuk menjelaskan program-programnya. Ini kan agar masyarakat tidak salah mengerti." ([Esy](#), 2020)

Tidak hanya itu, Kepala Kantor Staf Presiden Moeldoko juga mengakui praktik penggunaan *buzzer-influencer* sebagai kanal komunikasi pemerintah, walaupun ia juga menyatakan bahwa itu hanya inisiatif sukarelawan semata pasca Pilpres 2019 lalu. Menanggapi situasi media maya yang dianggap makin tidak kondusif, Moeldoko berkata kepada CNN Indonesia,

"Jadi memang buzzer-buzzer yang ada itu tidak dalam satu komando, tidak dalam satu kendali. Jadi, masing-masing punya inisiatif. Akhirnya masing-masing bereaksi [ketika idolanya diserang]. Ini memang persoalan kita semua." ([Hastanto](#), 2019)

Pernyataan kedua tokoh di atas mengamini penggunaan *buzzer-influencer* dalam pemerintahan Jokowi. Sejatinya, penggunaan *buzzer-influencer* sendiri mampu menjadi positif ketika mereka bisa memperlancar dan memperbaiki proses komunikasi pemerintah yang bermasalah di periode kedua ini. Akan tetapi, justru *buzzer-influencer* malah bersifat ofensif dan cenderung destruktif. Dampaknya, friksi di media maya membuat masyarakat kebingungan dalam menerima informasi dari pemerintah. Kebingungan tersebut akhirnya mendorong ke rasa ketidakpuasan masyarakat karena merasa tidak diperhatikan oleh pemerintah. Rasa ketidakpuasan mendorong ke rasa ketidakpercayaan yang menjadi pangkal utama sebuah konflik.

Kesimpulan

Permasalahan komunikasi di awal periode kedua kepresidenan Jokowi telah melahirkan berbagai kontroversi. Kerangka komunikasi pemerintahan yang telah dirancang Jokowi di awal periode kedua gagal berfungsi sebagaimana mestinya. Akibatnya, komunikasi Jokowi sering menimbulkan friksi yang berujung kepada konflik seperti yang terjadi pada konflik UU Ciptaker. Konflik itu sendiri akhirnya menggerus kepercayaan dan kepuasan masyarakat, kepemimpinan transformasional yang telah menjadi hal ikonik Jokowi bergeser menjadi kepemimpinan transaksional dan gagal mencapai target kinerja di bidang ekonomi dan penanganan pandemi COVID-19.

Periode kedua Jokowi masih tersisa tiga tahun lagi. Untuk mencegah terjadinya berbagai konflik di sisa masa jabatan sekaligus mempertahankan legitimasinya, Jokowi harus memperbaiki kualitas kerangka (*framework*) komunikasinya dan jajaran pemerintahannya. Dengan berpacu pada prinsip *relevancy*, *simplicity*, *organisation*, *repetition*, dan *focus* dalam komunikasi di masa mendatang, maka kualitas komunikasi Jokowi dan jajaran pemerintahannya akan meningkat dan citra kepemimpinan Jokowi akan makin lebih baik lagi.

Bibliografi

- Ardipandanto, Aryojati. (2020). Dampak Politik Identitas Pada Pilpres 2019: Perspektif Populisme [The Impact of Identity Politics On President Election 2019: Populism Perspective]. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan Hubungan Internasional*, 11(1), 43–63. <https://doi.org/10.22212/jp.v11i1.1582>.
- Asworo, Hendri Tri Widi. (2020). Setelah Dikritik Cucunya, Luhut Sadar Ada Kekurangan di Omnibus Law - Kabar24 Bisnis.com. Retrieved May 20, 2021, from kabar24.bisnis.com website: <https://kabar24.bisnis.com/read/20201025/15/1309534/setelah-dikritik-cucunya-luhut-sadar-ada-kekurangan-di-omnibus-law>.
- Bayu, Dimas Jarot. (2021a). Publik Lebih Percaya TNI daripada Presiden | Databoks. Retrieved May 15, 2021, from databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/26/publik-lebih-percaya-tni-daripada-presiden>.
- Bayu, Dimas Jarot. (2021b). Survei Indikator: Hanya 62,9% Publik yang Puas ke Jokowi | Databoks. Retrieved May 15, 2021, from databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/09/survei-indikator-hanya-629-publik-yang-puas-ke-jokowi>.
- Boddy, David. (2017). Management an Introduction Seventh Edition. In *Pearson Education Limited* (Vol. 7).
- Covid-19. (2021). Peta Sebaran Covid-19. Retrieved May 19, 2021, from Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 website: <https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19>
- Egeham, Lizsa. (2020). HEADLINE: Jokowi Tegur Komunikasi Publik Buruk Para Menteri, Apa Akar Masalahnya? - News Liputan6.com. Retrieved May 19, 2021, from [liputan6.com](https://www.liputan6.com) website: <https://www.liputan6.com/news/read/4389633/headline-jokowi-tegur-komunikasi-publik-buruk-para-menteri-apa-akar-masalahnya>
- Esy. (2020). Justru Aneh jika Pemerintah Tak Gunakan Influencer Medsos - Nasional JPNN.com. Retrieved May 20, 2021, from [jpnn.com](https://www.jpnn.com) website: <https://www.jpnn.com/news/justru-aneh-jika-pemerintah-tak-gunakan-influencer-medsos>
- Fajar Junaedi, Taufiqur Rahman, Erwan Sudiwijaya, Adhianty Nurjanah, Dyah Mutiarin, Tri Hastuti Nur R., Muhammad Saiful Aziz, Sofia Hasna, Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Ansar Suherman, Aminah Swarnawati, Agus Hermanto, Rohmah Nia Chandra Sari, Muria Endah Sokowati, Ayu Amalia, Benedictus A Simangunsong, Ari Susanti, Abdul Fadli Kalaloi, Nisa Adzkiya, Rhafidilla Vebrynda, Muhammad Fathi Djunaedy, Dany Tantowi Prastyo, Ida Ri'aeni, Amrin, Reza Maulana, Rustono Farady Marta, Silvia Pristianita, Uun Machsunah, Nadia

- Qurrantain, Muhammad Himawan Sutanto, Krisna Megantari, & Ayub Dwi Anggoro, Dahlia Dahlan. (2020). Dinamika Komunikasi di Masa Pandemi Covid-19. In *Buku Litera*.
- Firdaus, Muhammad. (2015). KOMUNIKASI POLITIK PEMERINTAHAN JOKOWI-JK DALAM PERSPEKTIF MEDIA. *Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 16,((2))*, 159–169. <https://doi.org/10.24252/jdt.v16i2.6117>.
- Garjito, Danny, & Aditya, Rifan. (2020). Kelakar Menteri Airlangga: Izinnya Berbelit-belit, Virus Corona Tak Masuk. *Suara. Com, 15*.
- Hakim, Lukmanul, & Pratama, Agus Ryandi. (2020). *PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI PASIEN INSTALASI GAWAT DARURAT PADA RSUD LATEMMAMALA BERBASIS OBJECT ORIENTED PROGRAMMING (OOP)*. 3, 71–79.
- Hastanto, Ikhwan. (2019). Pemerintah KSP Moeldoko Akui Praktik Pemakaian Buzzer, Beri Sinyal Bisnis Kakak Pembina Itu “Perlu Ditertibkan.” Retrieved May 20, 2021, from vice.com website: <https://www.vice.com/id/article/7x5egd/moeldoko-pemerintah-akui-praktik-pemakaian-buzzer-beri-sinyal-bisnis-itu-perlu-ditertibkan-kakak-pembina>
- Humas Sekretaris Kabinet Republik Indonesia. (2020). Pembagian Kerja Stafsus Presiden, Angkie: 4 Jubir dan 3 Gugus Tugas. Retrieved May 19, 2021, from setkab.go.id website: <https://setkab.go.id/pembagian-kerja-stafsus-presiden-angkie-4-jubir-dan-3-gugus-tugas/>
- Kominfo. (2020). Pemerintah Tetapkan Libur Akhir Tahun 2020 Dikurangi Tiga Hari. Retrieved May 20, 2021, from kominfo.go.id website: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/31161/pemerintah-tetapkan-libur-akhir-tahun-2020-dikurangi-tiga-hari/0/berita>
- Mufti, M., Gatara, A. A. Sahid, Afrilia, A., & Mutiarawati, R. (2020). Analisis pengukuran tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah: Kekuatan bagi penanganan Covid-19 berbasis masyarakat. *Lp2M*, 1–13. Retrieved from <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/31704>
- Novianty, Suci Marini, & Salamah, Ummi. (2018). *Seeing Jokowi, The President of Indonesia's Leadership: Case Study of Goldhaber's The Charisma Factor in Leadership Theory*. 41, 365–369. <https://doi.org/10.2991/bcm-17.2018.72>.
- Nuryanti. (2021). Grafik Kasus Corona di Indonesia: Pecah Rekor 3 Hari Berturut, 15 Januari Tambah 12.818 yang Positif - Tribunnews.com. Retrieved May 20, 2021, from [tribunnews.com](https://www.tribunnews.com/corona/2021/01/15/grafik-kasus-corona-di-indonesia-pecah-rekor-4-hari-berturut-15-januari-tambah-12818-yang-positif) website: <https://www.tribunnews.com/corona/2021/01/15/grafik-kasus-corona-di-indonesia-pecah-rekor-4-hari-berturut-15-januari-tambah-12818-yang-positif>.
- Pangestika, Dyaning. (2020). “We don’t want people to panic”: Jokowi says on lack of

transparency about COVID cases. Retrieved May 19, 2021, from The Jakarta Post website: <https://www.thejakartapost.com/news/2020/03/13/we-dont-want-people-to-panic-jokowi-says-on-lack-of-transparency-about-covid-cases.html>.

Pasukan Komando “Bawah Tanah” Jokowi-Ahok. (2012). Retrieved May 20, 2021, from viva.co.id website: https://www.viva.co.id/berita/metro/353179-pasukan-komando-bawah-tanah-jokowi-ahok?page=all&utm_medium=all-page.

Pemerintah Tetapkan FPI Organisasi Terlarang. (2020). Retrieved May 19, 2021, from cnnindonesia.com website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201230123409-20-587792/pemerintah-tetapkan-fpi-organisasi-terlarang>.

Puspa, A. (2020). DPR Kritisi Komunikasi Publik Pemerintah Soal COVID-19.

Pusparisa, Yosepha. (2021). Negara Mana yang Paling Percaya kepada Pemerintahnya? | Databoks. Retrieved May 20, 2021, from databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/20/negara-mana-yang-paling-percaya-kepada-pemerintahnya>.

Rosana, Fransisca Christy. (2021). 1 Tahun Jokowi di Periode Kedua, Ekonom: Gagal Pilih Menteri - Bisnis Tempo.co. Retrieved May 20, 2021, from bisnis.tempo.co website: <https://bisnis.tempo.co/read/1396562/1-tahun-jokowi-di-periode-kedua-ekonom-gagal-pilih-menteri>.

Satria, J. N. (2020). Minta Masyarakat Tak Panik soal Penyebaran Virus Corona, Menkes: Enjoy Saja. Retrieved December, 20, 2020.

Sembiring, Lidya Julita. (2021). Masih Resesi! Pertumbuhan Ekonomi RI Q1-2021 Negatif 0,74%. Retrieved May 20, 2021, from cnbcindonesia.com website: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210505090813-4-243257/masih-resesi-pertumbuhan-ekonomi-ri-q1-2021-negatif-074>.

Sirait, Ferdinand Eskol Tiar. (2021). Policy Communication and the Solidity of the Jokowi’s Second Term Coalition in Handling Covid-19. *Jurnal Bina Praja*, 13(2), 257–268. <https://doi.org/10.21787/jbp.13.2021.257-268>.

Sukma, Agus Hitopa. (2020). Vol. 1, No. 2, Oktober 2020 PENGELOLAAN KESAN SIMBOLIK PRESIDEN JOKOWI. *Komunikata*57, 1(2), 94–100.

The Economist. (2019). Governing Unopposed: Why Indonesia’s president has made his arch-rival a minister. *The Economist*. Retrieved from https://www.economist.com/asia/2019/10/24/why-indonesias-president-has-made-his-arch-rival-a-minister?utm_source=Daily+News+on+the+Southeast+Asian+Region+-+25+Oct+2019&utm_campaign=Daily+News+Alert+20191025&utm_medium=email.

Yulawati. (2020). Masyarakat gerah menuntut transparansi pemerintah atasi wabah corona. Retrieved May 15, 2021, from katadata.co.id website: <https://katadata.co.id/yulawati/berita/5e9a4214df451/masyarakat-gerah-tuntut-transparansi-pemerintah-atasi-wabah-corona>.