

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar Tradisional menjadi salah satu tempat yang semakin dipadati setelah berbagai kabupaten melakukan masa peralihan baru. permintaan lain di tengah pandemi Covid-19, Mengingatkan semua orang untuk menjauh dan tidak saling berdekatan. Aktifitas di ruang publik mulai meningkat setelah berbagai kabupaten melakukan periode perubahan di tengah pandemi Covid-19. Oleh karena itu, kesadaran akan penularan penyakit harus dibentengi, terutama saat melakukan aktifitas di ruang terbuka seperti Pasar tradisional.

Pasar merupakan salah satu iklim yang terancam berubah menjadi posisi penularan COVID-19 secara lokal. Menjaga jarak sebenarnya adalah salah satu hal yang paling penting untuk dilakukan. Masalah ini dijelaskan dalam tinjauan yang diarahkan oleh Tim Komunikasi Risiko dan Keterlibatan Masyarakat COVID-19 yang terdiri dari Palang Merah Indonesia, Federasi Internasional Perhimpunan Palang Merah dan Bulan Sabit Merah (IFRC), Organisasi Pertanian Pangan (FAO) dan didukung oleh United States Agency for International Development (USAID) menuju pasar lokal area.

Perusahaan umum daerah Pasar Jaya adalah Perusahaan Daerah milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang melaksanakan pelayanan umum dalam bidang pengelolaan area pasar, membina pedagang pasar, ikut membantu stabilitas harga dan kelancaran distribusi barang dan jasa. Dari 153 Pasar yang dimiliki, Pasar Jaya mengelola 148 pasar dengan omset bisnis yang diperdagangkan lebih dari 150 triliun rupiah per tahun dengan 105.223 tempat usaha. Berdasarkan survey, pasar-pasar yang dikelola Pasar Jaya dikunjungi lebih dari 2 juta pengunjung setiap harinya, atau kurang lebih 20% dari penduduk DKI Jakarta.¹

Pasar Baru Metro Atom dikenal sebagai pasar tradisional yang menyerupai modern, bukan hanya itu penerapan protokol kesehatan di pasar tersebut terkenal sangat baik hal itu terbukti dengan tidak adanya berita mengenai kasus covid-19 yang terjadi di area pasar baru metro atom oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui lebih lanjut Strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan umum daerah pasar jaya dalam mengsosialisasikan protokol kesehatan khususnya di pasar baru metro atom DKI Jakarta .

Sementara itu Pasar Jaya sendiri juga meminta para pedagang dan orang-orang sekitar yang merasa tidak dalam kondisi sehat untuk selalu mengenakan masker pada saat berada di kawasan pasar jika perlu tidak mendatangi pasar selama dalam kondisi tidak sehat selain itu Pasar Jaya juga memfasilitasi dengan organisasi penting untuk mendirikan berbagai ambulans, terutama di sektor bisnis besar yang aktivitasnya sangat tinggi.

¹<http://pasarjaya.co.id/about/detail/Tentang-Kami> Data perusahaan umum daerah pasar jaya diakses pada 1 september 2022 pada pukul 09.00

Pasien dengan infeksi Covid-19 masih berkembang dari tandan pasar konvensional. jumlah kasus positif dari kelompok pasar konvensional mencapai 1.172 kasus. Dari sejumlah besar kasus Covid-19 di kelompok pasar konvensional, 37 di antaranya meninggal dunia. Korban terjangkit Covid-19 tersebar dari 201 bidang usaha. Jumlahnya bertambah 56 kabupaten sejak pertengahan Juni.²

Penularan Covid-19 di berbagai sektor bisnis konvensional terjadi karena tidak adanya penggunaan konvensi kesejahteraan. Selain itu, minimnya sosialisasi terkait penyakit Covid-19 membuat pedagang enggan melakukan tes cepat atau swab untuk mengetahui lokasi awal penyakit tersebut.



Gambar 1.1 pedagang pasar terpapar covid,25% ada dijakarta

Sumber : Katadata.co.id

² Data Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI) hingga Kamis (16/7)

Pasar tradisional masih menjadi salah satu tempat yang memungkinkan terjadinya penularan Covid-19. Akibatnya, terkait dengan asuransi diri melalui konvensi kesejahteraan perlu dilanjutkan. Pelaksana Gerakan Memakai Masker (GPM) Sigit Pramono mengungkapkan pihaknya fokus menggelar sosialisasi ini di 9.200 bidang usaha

Sosialisasi tersebut, menurutnya, dimulai dengan menasehati para buruh ekspansi untuk menampilkan para pengelola atau market head se-Jabodetabek yang digelar gotong royong dengan Asosiasi Pengelola Pasar Indonesia (Asparindo) dengan Bank BRI. Aksi tersebut diikuti oleh anggota dari 277 pengelola pasar konvensional³

Jika dikaitkan dengan Strategi komunikasi itu sendiri adalah desain yang dibuat untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru, di samping ahli komunikasi lainnya. yaitu Middleton mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai dengan pengaruh (efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.⁴

³ Penuturan Sigit Pramono Sebagai Ketua umum gerakan pakai masker Jakarta.Bisnis.com

⁴ Dr.Ike Rachmawati,Dr,iken kania dan ujuh juhana,*Strategi komunikasi dalam meningkatkan pelayanan publik*,Sukabumi:UMMIpress,2018, hal 28

Teknik berkomunikasi ini erat kaitannya antara tujuan yang akan dicapai dengan hasil (masalah) yang harus dicapai, kemudian, sekitar saat itu, mengatur bagaimana mencapai hasil sesuai hasil khas atau dengan cara ini tujuan yang harus dicapai.

Kepala Bagian Keuangan dan Administrasi Umum Wilayah Pasar Jaya, dibuka mulai awal tahun Sosial Besar (PSBB) sesaat, PD Pasar Jaya bergerak cepat untuk melaksanakan konvensi kesejahteraan. Pasar sudah dibuka sejak PSBB sementara dimulai yaitu 5 Juni yang mana PD Pasar Jaya langsung bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Provinsi DKI melakukan tes bersih ke 7.022 pedagang dan petugas pemberhentian di pasar dan hasilnya satu-dua persen positif COVID-19.⁵

Sementara itu pasar baru metro atom yang merupakan salah satu pasar tradisional yang dikelola oleh perusahaan umum daerah pasar juga tak lepas dari pantauan Irjen Pol Nana Sudjana meninjau penerapan protokol kesehatan di Pasar Metro Atom Pasar Baru.⁶

⁵ Penuturan ratih mayasari Direktur keuangan dan administrasi perusahaan umum daerah pasar jaya, media centra Gugus tugas nasional

⁶ Penuturan Irjen Pol Nana kepala kepolisian negara republik kunjungan ke pasar baru metro atom

Kapolsek setempat mengaku penasaran apakah para pedagang pasar telah menyetujui Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 51 Tahun 2020 tentang Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) selama jangka waktu berjalan. mereka datang untuk memeriksa bagaimana penerapan protokol kesehatan dilakukan, dengan mempertimbangkan bahwa banyak keramaian di lingkungan pasar.⁷

Tentu saja hal tersebut dilakukan untuk memantau bagaimana keadaan pasar pada saat masa pandemi covid-19 dimana pasar tradisional dikenal sebagai klaster yang paling beresiko terjadi penularan covid-19 seperti yang paling sering terjadi adalah kerumunan di area pasar tradisional.



Gambar 1.2 kerumuman di pasar tradisional dki jakarta

Sumber : Kompas.com

⁷ Penuturan Irjen Pol Nana kepala kepolisian negara republik kunjungan ke pasar baru metro atom

Kondisi lonjakan kasus Covid-19 di Jakarta menjadi kekhawatiran serius bagi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Wakil Gubernur DKI Jakarta mengungkapkan ada dua tempat yang didelegasikan memiliki potensi terbaik, penyebaran COVID-19, khususnya sektor transportasi terbuka dan bisnis adat. Per Senin 13 Juli, informasi dari IKAPPI (Ikatan Pedagang Pasar Indonesia), 237 pedagang di 43 sektor usaha positif," pengelola pasar tradisional di DKI, khususnya Perumda Pasar Jaya, secara efektif mengambil langkah pencegahan penularan covid-19.

Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui bagaimana Strategi komunikasi perusahaan umum daerah pasar jaya dalam mensosialisasikan protokol kesehatan pada saat masa pandemi covid-19 untuk penelitian ini, penulis menfokuskan pada salah satu pasar yang dikelola oleh perusahaan umum daerah pasar jaya yakni pasar baru metro atom dimana pasar baru metro atom merupakan salah satu pasar tradisional yang hampir menyerupai modern dan tentu saja dipenuhi pengunjung setiap harinya,penulis juga ingin mengetahui sejauh mana perusahaan umum daerah pasar berhasil menerapkan protokol kesehatan pada pasar tersebut karna menurut sudut pandang penulis untuk menerapkan protokol kesehatan dipasar bukanlah hal yang mudah mengingat pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli yang sangat ramai kerjasam antara pedagang dan pengunjung pasar sangat diperlukan dal hal ini.

1.2 Identitas dan Batasan masalah

Penelitian ini fokus pada Strategi komunikasi perusahaan umum daerah pasar jaya dalam mensosialisasikan sistem protokol kesehatan selama masa pandemi covid 19 di pasar tradisional DKI Jakarta tepatnya Pasar Baru Metro Atom ,Dimana pasar sebagai tempat penyediaan bahan pokok yang banyak dikunjungi masyarakat dan menjadi tempat perkumpumpulan banyak orang serta mejadi salah satu klaster terbaru penyebaran covid-19 di Dki Jakarta,Oleh sebab itu penelitian ini berfokus pada Bagaimana cara Perusahaan umum daerah pasar jaya Sebagai pengelola pasar di seluruh DKi Jakarta Mensosialisasika Kepada para pedagang dan pengunjung pasar Untuk Mematuhi Protokol kesehatan selama Berada di area pasar dan bagaimana keadaan pasar selama masa pandemi ini apakah peusahaan umum daerah pasar jaya berhasil mensosialisikannya kepada pedagang dan pengunjung pasar.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan Rumusan Latar Belakan tersebut Maka Rumusan masalah yang dapa dirumuskan yaitu Bagaimana Strategi komunikasi Perusahaan Umum Daerah Pasar Jaya dalam mensosialisasikan sistem protocol kesehatan selama masa pandemic covid-19 di pasar tradisional DKI Jakarta

1.4 Manfaat dan Tujuan penelitian penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi mereka yang membutuhkan, baik secara teoritis dan praktis, antara lain:

1) Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan Strategi Komunikasi pada perusahaan publik di kawasan Pasar Jaya yang juga diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan ilmu yang dipelajari secara teoritis dalam perkuliahan.

2) Manfaat praktis

A. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang berguna dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang Strategi Komunikasi.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam menjalankan strategi komunikasi.

B. Bagi Perusahaan Umum Daerah Pasar Jaya Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Perusahaan Untuk Mengawasi Keadaan Pasar Selama Masa Pandemi Covid-19 ini agar protocol kesehatan dapat berjalan Sebagaimana mestinya.

Tujuan Penelitian ;

Untuk mengetahui Strategi komunikasi perusahaan umum daerah pasar jaya dalam mensosialisasikan sistem protokol kesehatan selama masa pandemi covid-19 di area pasar baru metro atom.

1.5 Sistematika penulisan

Supaya dapat mudah dipahami penelitian ini, oleh sebab itu penelitian ini akan dibuatkan sub-sub dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab 1 berisikan latar belakang mengenai covid-19 yang terjadi di pasar tradisional serta mengenai pasar yang akan penulis teliti

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab 2 berisikan penelitian terdahulu, serta teori yang sesuai dengan apa yang penulis teliti ke depan

BaB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian III berisi prosedur yang akan digunakan penulis, untuk penilaian abstrak tertentu, serta cara menangani data sumber dan triangulasi eksplorasi, serta wilayah investigasi dan jadwal.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bagian IV berisi konsekuensi pemeriksaan di pasar baru metro atom serta percakapan tentang eksplorasi penulis yang sedang diteliti

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V berisikan pernyataan kesimpulan dari penulis tentang penerapan Strategi komunikasi Perusahaan umum daerah pasar jaya dalam mensosialisasikan sistem protokol kesehatan pada saat pandemi covid-19 study kasus pada pasar tradisional baru metro atom serta saran untuk penelitian itu sendiri agar kedepannya lebih baik.

