

IDENTIFIKASI EVASI KOMUNIKASI DALAM PENANGANAN COVID-19 DI MEDIA MASSA DAN PENYELESAIANNYA PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM

Aidil Haris

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Riau
aidilharis@umri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi evasi komunikasi dalam penanganan Covid-19 di media massa dan langkah-langkah penyelesaiannya perspektif Komunikasi Islam. Permasalahan yang peneliti lakukan fokus pada pernyataan yang blunder dari pemerintah tentang penanganan covid-19 di media massa sebagai bentuk evasi komunikasi dan bagaimana upaya penyelesaiannya ditinjau dari perspektif Komunikasi Islam. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui berbagai dokumentasi tentang pernyataan pemerintah yang blunder di media massa. Analisis riset menggunakan model Milles dan Hubberman. Berdasarkan hasil pembahasan yang peneliti lakukan, terdapat evasi komunikasi yang terjadi dari pernyataan Pemerintah sehingga blunder di media massa dan media sosial. Dari perspektif Komunikasi Islam, upaya penyelesaian yang mesti dilakukan untuk mengatasi evasi komunikasi dalam penanganan covid 19 adalah dengan memandang informasi sebagai barang sosial dan bukan komoditi semata, sehingga sangat diperlukan keseimbangan dan tanggung jawab sosial dari para pelaku komunikasi. Dengan demikian akan tercipta komunikasi yang efektif antara penguasa dengan rakyatnya.

Kata Kunci: *Evasi Komunikasi, Komunikasi Islam*

ABSTRACT

This study aims to identify communication evasion in handling Covid-19 in the mass media and the steps for solving it from the perspective of Islamic Communication. The problems that the researchers did focus on blundering statements from the government regarding the handling of covid-19 in the mass media as a form of communication evasion and how to resolve them from the perspective of Islamic Communication. The methodology used is qualitative with data collection techniques through various documentation about government statements that are blundered in the mass media. The research analysis uses the Milles and Hubberman model. Based on the results of the discussion that the researchers did, there was communication evasion that occurred from the Government's statement so that it was a blunder in the mass media and social media. From the perspective of Islamic Communication, the solution that must be done to overcome the communication evasion in handling covid 19 is to view information as a social good and not a mere commodity, so that balance and social responsibility from communication actors are needed. This will create effective communication between the rulers and their people.

Keywords: *Communication Evasion, Islamic Communication*

A. PENDAHULUAN

Benar atau tidaknya dugaan konspirasi dibalik penyebaran virus corona terkait perang dagang antara Amerika Serikat dan China, atau adanya upaya kelompok Negara kaya untuk selalu menekan Negara berkembang dan miskin, virus corona akan terus menyerang dan menyerang ke seluruh penjuru belahan dunia. Dibalik konspirasi ekonomi politik kesehatan dunia, setidaknya virus corona ini ingin meluluh-lantakkan kesombongan pemimpin-pemimpin bangsa yang pada akhirnya harus ditanggung oleh rakyat (Haris, 2020).

Menurut catatan Johns Hopkins CSSE, pada tanggal 29 Februari 2020 yang terjangkit virus ini juga semakin bertambah yaitu 85.146 kasus di seluruh dunia. Dilansir CNBC Indonesia Per Rabu (11/3/2020) pagi, menurut Johns Hopkins CSSE jumlah total korban terinfeksi corona meningkat yang mencapai 118.582 di seluruh dunia, dengan korban meninggal sebanyak 4.262 orang. Dari total itu, sekitar 81.000 kasus terpusat di China, Kondisi ini menyebabkan lumpuhnya semua sector, khususnya ekonomi global.

Serangan virus corona tidak saja meluluh-lantakkan kondisi jiwa manusia saja, akan tetapi sektor ekonomi global juga mengalami keterpurukan yang begitu buruk terhitung sejak krisis keuangan global (Haris, 2020). Seperti dikutip dari kompas.com yang dilansir CNBC menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi global diproyeksikan melambat menjadi 2,8 persen pada tahun 2020. Menurut Bank of Amerca Clobal Research, kondisi ini adalah pertama kalinya sejak krisis keuangan global pada 2008-2009, dimana pertumbuhan ekonomi dunia tidak sampai pada angka 3 persen. Pemberat utamanya adalah wabah virus corona yang memukul aktivitas ekonomi di China sejalan dengan menyebarnya virus tersebut.

Covid 19 tidak saja menyebar di wilayah China, Italy, Iran dan beberapa Negara lainnya, akan tetapi virus ini juga sudah mulai menyebar ke beberapa kawasan lainnya seperti Malaysia dan Singapura, termasuk Indonesia. Diawal munculnya virus corona di beberapa negara, para pengambil kebijakan di Indonesia hanya bisa berseloroh terhadap kondisi di negara lain. Ada yang mengatakan rakyat Indonesia itu sudah kebal dengan virus, ada yang mengatakan virus itu biasa-biasa

saja, ada juga yang menganjurkan agar rakyat Indonesia banyak-banyak minum jamu agar daya tahan tubuh lebih kuat, dan berbagai pernyataan lainnya. Lebih parahnya lagi, terdapat beberapa individu di negeri Pancasila ini yang terkesan mengolok-olokkan penyebaran virus ini dengan membuat status dan meme di media social yang terkesan mengejek dan lucu-lucuan. Alhasil, kini Indonesia menjadi bagian dari serangan virus corona.

Ini membuktikan bahwa, mulai dari pemimpinnya hingga rakyatnya menunjukkan sikap yang tidak bijak terhadap penyebaran virus ini. Sebagian masyarakat Indonesia menganggap covid 19 itu bisa diatasi dengan mudah. Bahkan, fenomena ini dijadikan alat kepentingan politik untuk saling salah menyalahkan dan saling sudut menyudutkan dalam mengambil kebijakan penanganan covid 19.

Parahnya lagi masih ada saja elit-elit politik mencantolkan politik identitas terhadap fenomena ini. Padahal, virus yang mematikan ini akan terus menyerang, menyerang dan pada akhirnya menelan korban jiwa. Ini terbukti dengan meningkatnya jumlah penderita positif corona setiap hari di Indonesia yang mencapai 309 jiwa. Hingga Jumat, 20 Maret 2020 pukul 13.00, *detik.com* melansir bahwa jumlah korban meninggal akibat COVID-19 yang disebabkan virus corona di Indonesia berjumlah 309 orang termasuk yang sudah sembuh dan yang meninggal berjumlah 31 orang. Sementara itu, WNI yang berada di luar negeri dan berstatus positif mengidap Covid 19 di 8 negara berjumlah 48 orang. Dari 48 orang tersebut, 10 diantaranya sembuh.

Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) mencatat ada sejumlah pernyataan blunder yang dikeluarkan pemerintah pusat selama pandemi virus Corona (COVID-19). Seperti yang dilansir *detik.com*, pernyataan blunder itu dikeluarkan Presiden Joko Widodo (Jokowi) dan kabinetnya. Kesimpulannya, dalam tempo kurang dari 100 hari sejak Corona menjadi isu dan ancaman di Indonesia mulai akhir Januari, telah ada 37 pernyataan blunder yang dikeluarkan Jokowi dan kabinetnya dalam penanganan COVID-19. Bahkan LP3ES merinci terdapat 13 pernyataan blunder pemerintah di masa pra krisis, 4 pernyataan blunder di fase awal krisis dan 20 pernyataan blunder di masa krisis.

LP3ES menyoroti sikap pemerintah yang dinilai tidak serius menangani Corona. 13 statemen blunder pemerintah dalam wujud penolakan kemungkinan corona yang dinyatakan oleh 10 pejabat mulai dari Presiden, Wakil Presiden, Menteri Kesehatan, Menko Maritim, Menko Polhukam, Menko Perekonomian, Menhub, Kepala BNPB, Menteri Pariwisata hingga Dirjen Perhubungan, begitu banyaknya yang berkomunikasi. Akibat sikap pemerintah yang cenderung menyepelekan tersebut tentu membuat publik gagal menyiapkan diri dalam menghadapi wabah virus Corona, sehingga muncul kepanikan masyarakat. Berdasarkan fenomena tersebut diatas, maka peneliti mengangkat kajian riset dengan judul: **Identifikasi Evasi Komunikasi Dalam Penanganan Covid-19 di Media Massa dan Penyelesaiannya Perspektif Komunikasi Islam.**

Dari latar belakang yang dipaparkan diatas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang menjadi fokus kajian peneliti yaitu; *Pertama*, bagaimana bentuk pernyataan pemerintah yang mengakibatkan terjadinya evasi komunikasi dalam penanganan Covid 19 di media massa? *Kedua*, bagaimana penyelesaian evasi komunikasi dalam penanganan covid 19 dari perspektif Komunikasi Islam?

Berdasarkan pada rumusan permasalahan yang menjadi fokus kajian pada penelitian ini, maka tujuan penelitian yakni: untuk mengidentifikasi bentuk pernyataan pemerintah yang mengakibatkan terjadinya evasi komunikasi dalam penanganan Covid 19 di media massa. Kemudian juga untuk menganalisis dan membahas serta mengupayakan penyelesaian evasi komunikasi dalam penanganan Covid-19 dari perspektif Komunikasi Islam.

Beberapa pemahaman konseptual terkait dengan fokus penelitian diantaranya tentang krisis komunikasi. Menurut Coombs (Wahab, 2020), krisis komunikasi didefinisikan sebagai *“the perception of an unpredictable event that threatens important expectancies of stakeholders and can seriously impact an organization’s performance and generate negative outcomes.”* Dari definisi tersebut, ada beberapa aspek yang mendasari krisis komunikasi, di antaranya adalah persepsi publik, kejadian yang tidak terprediksi, dan ancaman terhadap organisasi.

Pada konsepsi lain, krisis komunikasi terjadi diakibatkan adanya evasi komunikasi. Menurut Onong, evasi komunikasi merupakan gejala mencemoohkan dan mengelakkan suatu komunikasi untuk kemudian mendiskreditkan atau menyesatkan pesan komunikasi. Menurutnya, hambatan komunikasi pada umumnya mempunyai dua sifat yaitu evasi objektif dan evasi subjektif. Hambatan yang sifatnya objektif adalah gangguan dan halangan terhadap jalannya komunikasi yang tidak disengaja dibuat oleh pihak lain, tapi mungkin disebabkan oleh keadaan yang tidak menguntungkan (Onong, 2000: 50)

Hambatan yang bersifat subjektif ialah yang sengaja dibuat oleh oranglain, sehingga merupakan gangguan, penentangan terhadap suatu usaha komunikasi. Dasar gangguan dan penentangan ini biasanya disebabkan karena adanya pertentangan kepentingan, prejudice, tamak, iri hati, apatisme dan sebagainya (2000:51). Evasi juga dipahami sebagai upaya mencacatkan pesan komunikasi (*Message made invalid*). Kebiasaan mencacatkan pesan komunikasi dengan menambah-nambah pesan yang negatif. Atau evasi juga diterjemahkan dengan mengubah Kerangka Referensi (*Changing frame of reference*). Kebiasaan mengubah kerangka referensi menunjukkan seseorang yang menanggapi komunikasi dengan diukur oleh kerangka referensi sendiri. (Erlangga: 2007)

Berikutnya pemahaman tentang pengelolaan komunikasi publik yang diartikan sebagai tata cara pengendalian informasi publik yang meliputi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program Pemerintah. Adapun karakteristik pengelolaan komunikasi publik adalah (1) melayani publik dengan informasi terkait kebijakan pemerintah yang sudah, sedang, dan akan dilakukan, (2) melibatkan publik dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengawasi kebijakan pemerintah yang sudah, sedang, dan akan dilakukan, (3) berbasis fakta, data, dan updating informasi, (4) menjelaskan duduk perkara secara proporsional (tidak ofensif dan tidak defensif dalam berkomunikasi) dan (5) melaksanakan Edukasi di Ruang Publik.

Konsepsi tentang Komunikasi Islam memiliki pemahaman yang berbeda dibandingkan dengan komunikasi umum. Husein, et.al (Khalil, 2007: 2) menyebutkan

bahwa komunikasi Islam sebagai suatu proses menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaedah yang terdapat dalam Alquran dan Hadits. Kemudian Mahyuddin (2007:2-3) menyebutkan bahwa Komunikasi Islam adalah proses penyampaian atau pengoperan hakikat kebenaran agama Islam kepada khalayak yang dilaksanakan secara terus menerus dengan berpedoman kepada Alquran dan Hadits.

Dengan demikian, dalam aspek teoritis dan praktis, komunikasi Islam dapat berbeda dengan komunikasi menurut perspektif komunikasi umum, sebab komunikasi Islam berdasarkan pada Alquran dan Hadits yang menjunjung kebenaran, manakala komunikasi umum lebih mengutamakan keuntungan politik dan material (Khalil: 2007: 3).

Landasan konseptual lainnya yakni tentang dinamika media massa. Semakin maraknya persaingan dalam industri media, tentunya para pemilik modal tidak melupakan fungsi utama media sebagai pemberi informasi pada masyarakat dengan tetap memegang norma-norma pers dan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat sebagai pemberi kebenaran dan sarana edukasi (Haris: 2012). Kompetisi yang sehat juga diperlukan agar media di Indonesia dapat berkembang lebih optimal sebagai sarana kontrol sosial dan pengawas pemerintah di luar berbagai kepentingan pemilik modal untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

Saat ini, berita telah menjadi sebuah kebutuhan pokok dalam kehidupan umat manusia. Masyarakat yang haus akan informasi selalu berusaha memenuhi kebutuhannya tersebut, terutama melalui media massa. Namun, menjamurnya industri media tidak terlepas dari prinsip pasar. Persaingan bebas seakan memaksa media massa untuk memunculkan kreativitasnya dalam rangka menarik dan mendapatkan minat dari masyarakat. Akibatnya, media massa terikat arus komersialisasi besar-besaran sehingga apapun dilakukan untuk mendapatkan profit/ keuntungan. Lebih jauh lagi, media massa pun berusaha untuk menempatkan jaringan produksi dan distribusi produk- produk budaya seperti berita, iklan, sinetron, film, kuis, dan sebagainya untuk terintegrasi langsung dalam prinsip pasar (*market*). Oleh karena itu

mudah ditebak, sebagai “industri budaya”, apapun yang dilakukan selalu berada pada titik harapan akan terciptanya peningkatan oplah, *hits* dan *rating* (Haris: 2019).

Sebagai sebuah industri bisnis dalam pasar (*market*), media telah men-subordinasikan kepentingan publik di bawah kepentingan komersial. Media seakan terjebak dalam keinginan untuk merespon selera massal. J.H. Altschull menyatakan bahwa model pasar terkait dengan masalah keyakinan bermedia antara lain media seharusnya bebas dari campur tangan pihak luar, media melayani hak publik untuk memperoleh informasi, belajar dan menyajikan kebenaran, serta memberikan laporan secara adil dan objektif (Haris: 2019).

B. METODE

Metodologi yang digunakan adalah kualitatif (Kriyantono: 2006) dengan teknik pengumpulan data melalui berbagai dokumentasi tentang pernyataan pemerintah yang blunder di media massa. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis data kualitatif model Milles dan Hubberman dengan langkah *display*, *reduksi* dan *konklusi* terhadap hasil identifikasi krisis komunikasi yang selanjutnya menghasilkan langkah penyelesaian krisis komunikasi dalam penanganan Covid 19 melalui perspektif Komunikasi Islam.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Evasi Komunikasi dalam Penanganan Covid 19 di Media Massa.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil 4 berita yang begitu populer dan menjadi blunder sehingga viral di media social. Berikut data berita yang blunder di media social:

Tabel: Berita tentang Penanganan Covid 19 di Media Massa

No	Pernyataan yang Mengalami Evasi Komunikasi	Sumber Media Massa
1	Perantau Disebut Mudik Sebelum Dilarang Pemerintah, Jokowi: Itu Pulang Kampung	Kompas.com
2	500 TKA Cina Masuk Saat Corona, Jubir: Tak Ada Kepentingan Luhut	Tempo.co

3	Harga Masker Tinggi, Menkes: Salahmu Sendiri Kok Beli	Kompas.com
4	“Yang kaya melindungi yang miskin agar bisa hidup dengan wajar dan yang miskin melindungi yang kaya agar tidak menularkan penyakit:	Cnnindonesia.com

Sumber: Hasil Oalahan Peneliti

Pada berita pertama yang berjudul “Perantau Disebut Mudik Sebelum Dilarang Pemerintah, Jokowi: Itu Pulang Kampung” yang bersumber dari kompas.com menyebutkan bahwa mudik berbeda dari pulang kampung. Hal itu disampaikan Jokowi menjawab pertanyaan mengapa pemerintah tak melarang masyarakat mudik sejak penetapan tanggap darurat Covid-19 sehingga mata rantai penularan ke daerah bisa terputus sejak awal.

"Kalau itu bukan mudik. Itu namanya pulang kampung. Memang bekerja di Jabodetabek, di sini sudah tidak ada pekerjaan, ya mereka pulang. Karena anak istrinya ada di kampung, jadi mereka pulang," kata Jokowi menjawab pertanyaan Najwa Shihab dalam program Mata Najwa yang tayang pada Rabu (22/4/2020).

Berita tersebut diatas menunjukkan pemahaman masyarakat tentang perbedaan mudik dan pulang kampung menjadi berbeda. Jika selama ini masyarakat menganggap mudik dan pulang kampung itu memiliki makna yang sama, maka berbeda halnya dengan pernyataan Presiden yang menunjukkan bahwa pernyataan tersebut berbeda. Dalam konteks komunikasi, pernyataan ini mengandung evasi komunikasi pada unsur pesan. Bentuk evasi komunikasi cenderung menyesatkan pesan komunikasi.

Berikutnya pada berita kedua berjudul “500 TKA Cina Masuk Saat Corona, Jubir: Tak Ada Kepentingan Luhut” yang bersumber dari tempo.co. Juru Bicara Kementerian Koordinator Bidang Maritim dan Investasi (Kemenko Marves) Jodi Mahardi mengatakan rencana kedatangan dari 500 TKA Cina ke Sulawesi Tenggara adalah untuk kebutuhan penyelesaian pembangunan proyek industri agar dapat segera rampung.

"Sehingga bisa mulai menjadi salah satu pencipta lapangan kerja dan sumber pendapatan, pembangunan daerah disana," ujarnya kepada Tempo, Kamis 30 April 2020.

Pemberitaan tersebut menjadi viral dan membuat masyarakat menjadi resah. Hal ini dikarenakan adanya kontroversi kebijakan pemerintah, disatu sisi masyarakat disuruh berdiam diri dirumah selama masa penagan Covid 19, sementara disisi lain, TKA asal China masuk ke Indonesia. Evasi yang muncul cenderung bersifat subjektif, artinya evasi yang sengaja dibuat, sehingga merupakan gangguan, penentangan terhadap suatu usaha komunikasi. Dasar gangguan dan penentangan ini biasanya disebabkan karena adanya pertentangan kepentingan, prejudice, tamak, iri hati, apatisisme dan sebagainya.

Pada berita ketiga yang berjudul "Harga Masker Tinggi, Menkes: Salahmu Sendiri Kok Beli" juga mengalami evasi komunikasi. Dalam pemberitaannya dikonstruksikan bahwa Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto merasa tidak heran dengan melambungnya harga masker di Indonesia. Ia menilai harga masker mengalami lonjakan karena diburu masyarakat setelah munculnya virus Corona. Terawan pun justru menyalahkan orang-orang yang membeli masker.

"Salahmu sendiri kok beli ya," kata Terawan di Bandara Halim Perdanakusuma, Jakarta, Sabtu (15/2/2020).

Berita tersebut juga mengandung evasi komunikasi pada pesan yang disampaikan Menkes karena pernyataan tersebut tidak bijak dan tidak edukatif. Seharusnya, dalam konteks komunikasi publik, beliau harus mampu mengedepankan model komunikasi publik yang bersifat melayani, informasi dan edukatif.

Selanjutnya pada berita keempat yang berjudul "Yang kaya melindungi yang miskin agar bisa hidup dengan wajar dan yang miskin melindungi yang kaya agar tidak menularkan penyakit" begitu viral di media sosial. Evasi yang muncul dikarenakan kebiasaan si komunikator yang mengubah kerangka referensi menunjukkan seseorang yang menanggapi komunikasi dengan diukur oleh kerangka referensi sendiri.

Dari empat berita yang dianalisis, menunjukkan terjadinya evasi komunikasi. Seharusnya, pengelolaan komunikasi publik mengikuti tata cara pengendalian informasi publik yaitu adanya perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi evasi komunikasi di tengah-tengah audience.

Langkah Penyelesaian Krisis Komunikasi dalam Penanganan Covid-19 Dari Perspektif Komunikasi Islam.

Akibat munculnya evasi komunikasi dalam proses komunikasi public oleh Pemerintah kepada publik, mengakibatkan terjadinya blunder. Oleh karena itu, dalam konteks Komunikasi Islam setiap pesan yang akan disampaikan harus dipahami secara jelas tujuan dan sasaran pesan. Dalam pespektif Islam, proses menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaedah yang terdapat dalam Alquran dan Hadits. Oleh karena itu upaya penyelesaian yang mesti dilakukan untuk mengatasi krisis komunikasi dalam penanganan covid 19 adalah dengan memandang informasi sebagai barang sosial dan bukan komoditi semata, sehingga sangat diperlukan keseimbangan dan tanggung jawab sosial dari para pelaku komunikasi.

D.SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang peneliti lakukan, terdapat krisis komunikasi yang terjadi akibat pernyataan yang blunder dari pemerintah di media massa. Dampak dari pernyataan tersebut menyebabkan lemahnya kebijakan yang dilahirkan oleh pemerintah. Dari perspektif Komunikasi Islam, upaya penyelesaian yang mesti dilakukan untuk mengatasi krisis komunikasi dalam penanganan covid 19 adalah dengan memandang informasi sebagai barang sosial dan bukan komoditi semata, sehingga sangat diperlukan keseimbangan dan tanggung jawab sosial dari para pelaku komunikasi. Dengan demikian akan tercipta komunikasi yang efektif antara penguasa dengan rakyatnya.

E.REFERENSI

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Cet. 3 (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003).

Haris, Aidil. Media Massa: antara Idealisme vs Bisnis (Analisis Framing Pemberitaan Media Lokal di Riau). *Jurnal Communicatio Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau*. Vol. 3 Nomor 1. Mei 2012

Haris, Aidil; Khalil, Syukur; Lahmuddin. *Terrorist Demonstration of Islam in Daily News in Riau* (Budapest Internasional Research and Critics Institute-Journal – BIRCI Journal) Vol. 2, No. 1, Edisi Februari 2019 (<https://bircujournal.com/index.php/birci/article/view/119-128/pdf>)

Kholil, Syukur. *Komunikasi Islam*. Bandung: Citapustaka Media, 2007.

Kriyantono, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Pranada, 2006.

<https://nasional.kompas.com/read/2020/04/23/05423621/perantau-disebut-mudik-sebelum-dilarang-pemerintah-jokowi-itu-pulang-kampung?page=2>.

<https://bisnis.tempo.co/read/1337583/500-tka-cina-masuk-saat-corona-jubir-tak-ada-kepentingan-luhut>

<https://nasional.kompas.com/read/2020/02/15/17364441/harga-masker-tinggi-menkes-salahmu-sendiri-kok-beli?page=all>.

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200327205844-20-487706/darurat-corona-si-kaya-dan-miskin-diminta-saling-menolong>