

AGAR DIY TIDAK MENJADI ZONA MERAH

Sultan: Masyarakat Jangan Sombong dan Egois

YOGYA (KR) - Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X mengajak seluruh lapisan masyarakat di DIY untuk bersama-sama menjaga dan peduli dengan tetap mematuhi serta melaksanakan protokol kesehatan (prokes) pencegahan Covid-19. Dengan demikian, DIY yang sudah masuk kategori zona hijau, tidak berubah menjadi merah lagi karena berkat kepedulian masyarakat tersebut.

”Kalau saya ya, sekarang tergantung masyarakat sendiri, kalau tidak mau ketularan Covid-19 harusnya hati-hati, memakai masker, jangan berkerumun, kan gitu. Tapi kalau itu dilakukan dan terjadi, ya sudah silakan datang ke rumah sakit terlebih apabila setelah diswab dinyatakan positif,” ujar Sultan HB X di Kepatihan, Yogyakarta, Senin (7/6).

Sultan HB X menegaskan, masyarakat jangan bersikap sombong dan egois, seperti tetap nekat berkerumun, tidak memakai masker dan sebagainya. Selain itu, jika mempunyai acara atau kegiatan supaya tidak dilakukan saat ini agar tidak menimbulkan kerumunan.

Semisal Kraton Yogyakarta memiliki acara rutin setiap tahun seperti Gunungan dan sebagainya yang berpotensi menciptakan kerumunan, itu pun dibatalkan semuanya dalam dua tahun ini. ”Dengan harapan, saya tahu

untuk menghindari kerumunan daripada masyarakat mengatakan Pak Gubernur mencontohkan berkerumun. Tetapi tidak hanya saya, orang lain yang mau menikahkan anak ya tidak usah banyak-banyak yang diundang agar tidak berkerumun, termasuk kegiatan Syawalan. Saya kira masyarakat sudah paham aturan itu, sehingga jangan sombong, semauña sendiri dan tidak peduli dengan mengabaikan protokol kesehatan. Saya melihat itu kesombongan diri yang perlu dibetulkan dalam kondisi pandemi, perlu toleransi, tidak hanya pikiran tetapi juga rasa,” ungkap Raja Kraton Yogyakarta tersebut.

Epidemiolog dari UGM Bayu Satria Wiratama menyatakan, meski sudah mendapatkan vaksin, masyarakat tidak boleh mengabaikan penegakan prokes. Karena selain kasus positif Covid-19 masih fluktuatif, selama pandemi belum berakhir, penegakan

prokes menjadi suatu keharusan dalam setiap aktivitas. Termasuk sendainya pembelajaran tatap muka nanti mulai diterapkan, harus dilaksanakan secara ketat dan disiplin untuk mencegah terjadinya kasus atau klaster baru di lingkungan sekolah.

”Pembentukan Tim Satgas Covid-19 juga perlu dilakukan sekolah, berkoordinasi dengan Tim Puskesmas/Dinas Kesehatan, dimana Satgas Sekolah ini yang mengawasi, membuat peraturan dan protokol Covid-9 di sekolah. Semua murid dan orangtua dan warga sekolah yang akan terlibat di dalam sekolah tatap muka harus dan wajib melaksanakan prokes dengan baik,” terangnya.

Saat membuka pembekalan kepemimpinan pemerintahan dalam negeri bagi bupati/walikota dan wakil bupati/wakil walikota, Mendagri Tito Karnavian minta pasangan bupati/walikota hasil Pilkada Serentak 2020 untuk bisa mengontrol wabah Covid-19 melalui empat indikator. Yakni pengendalian angka positif, bed occupancy rate (BOR) keterisian tempat tidur di rumah sakit, recovery rate atau angka kesembuhan yang tinggi, serta fatality rate atau angka kematian yang rendah.

(Ria/Ira/San)-d



KR-Surya Adi Lesmana

JEMBATAN BAWURAN: *Pengendara melintas di jembatan gantung penghubung Desa Gunung Kelir dan Bawuran, Pleret, Bantul, di atas Kali Opak. Pengendara sepeda maupun motor hendaknya lebih berhati-hati mengingat sejumlah bagian jembatan ini hingga Senin (7/6) mengalami kerusakan.*

’Fee’ **Sambungan hal 1**

Saksi menyampaikan demikian karena bertugas untuk mengutip Rp 10 ribu/paket sembako sebagai ‘fee’ setoran dan Rp 1.000/paket sembako sebagai ‘fee’ operasional dari para perusahaan vendor penyedia bansos sembako. Pagu anggaran per paket sendiri adalah Rp 300 ribu/paket dengan jumlah paket per tahap adalah 1,9 juta paket.

Untuk putaran pertama pengadaan bansos sembako berlangsung April-Juni 2020 untuk 6 tahap pengadaan. Dikatakan Joko, yang sudah diserahkan kepada terdakwa dalam lima kali penyerahan totalnya Rp 11,2 miliar. ”Sisanya ada Rp 2,815 miliar masih saya

simpan sedangkan ‘fee’ operasional yang sudah dipakai adalah Rp 4,825 miliar sisanya masih ada Rp 292 juta,” tuturnya.

Joko mengaku ‘fee’ operasional digunakan untuk pembayaran biaya operasional dan untuk para pejabat di Kemensos. Dalam hal ini, menurutnya, hanya disampaikan secara umum terkait dengan pembayaran biaya-biaya operasional.

”Demikian juga terkait penyerahan uang ke Pak Sekjen, ke Pak Adi dan saya, hanya disampaikan untuk itu,” katanya seraya mengaku dirinya ditugaskan untuk membayar biaya operasional menteri.

(Ful)-d

Selebriti

Sambungan hal 1

Terkait kontroversi tersebut, keputusan rumah produksi sinetron menggunakan selebriti berusia 15 tahun untuk memerankan peran istri ketiga jika dipandang dari sudut aturan Hukum Ketenagakerjaan Indonesia juga bersifat problematis. Undang-Undang Ketenagakerjaan pada dasarnya dalam pasal 68 secara tegas melarang pengusaha untuk mempekerjakan éanakí, yang didefinisikan sebagai setiap orang yang berusia di bawah 18 tahun. Akan tetapi, pasal 71 menetapkan pengecualian bahwa anak dapat melakukan pekerjaan untuk mengembangkan bakat dan minatnya. Peluang mempekerjakan anak dalam mengembangkan bakat dan minat pada pasal 71 inilah yang menjadi dasar hukum bahwa rumah produksi dapat menggunakan selebriti anak dalam berbagai proyeknya.

Peluang mempekerjakan anak sesuai bakat dan minatnya tidak dibebaskan begitu saja. Peluang ini dapat digunakan dengan berbagai syarat yang harus dipenuhi pengusaha/pemberi kerja. Syarat-syarat ini secara jelas telah diatur dalam Undang-Undang Ketenagakerjaan dan Keputusan Menteri Tenaga Kerja Nomor KEP.115/MEN/VII/2004 Tentang Perlindungan Bagi Anak yang Melakukan Pekerjaan Untuk Mengembangkan Bakat dan Minat.

Pertama, dalam proses mempeker-

jakan anak, orangtua/wali wajib melakukan pengawasan. Dengan kata lain, bahwa izin dari orangtua/wali saja tidak cukup untuk menjadi dasar pembeda untuk mempekerjakan anak. orangtua/wali harus melakukan pendampingan secara langsung setiap kali anaknya melakukan pekerjaan. Tujuannya untuk menjamin keselamatan, kesehatan dan moral pekerja anak tersebut selama melakukan pekerjaan.

Kedua, waktu untuk melakukan pekerjaan juga wajib diperhatikan. Disyaratkan secara eksplisit, waktu kerja paling lama 3 jam sehari dan tidak mengganggu waktu sekolah. Jika dikaitkan dengan posisi selebriti anak yang menjadi pemeran utama dalam sinetron tersebut, nampaknya berpeluang besar terjadi pelanggaran syarat ini. Menduduki pemeran utama sinetron berarti jumlah *scene* selebriti anak tersebut banyak. Sudah menjadi rahasia umum jika proses syuting dari sinetron *stripping* biasanya memakan waktu berjam-jam bahkan bisa seharian.

Ketiga, kondisi dan lingkungan kerja dibuat sedemikian rupa agar tidak mengganggu perkembangan fisik, mental, dan sosial anak. Hal ini diartikan sebagai kewajiban untuk mengondisikan pekerjaan dan lingkungan kerja yang bebas dari peredaran dan penggunaan narkoba,

perjudian, minuman keras, prostitusi dan hal-hal sejenis yang memberikan pengaruh buruk bagi anak. Pada konteks sinetron tersebut, menempatkan selebriti anak untuk memerankan tokoh yang menjurus penggambaran praktik perkawinan anak, pedofilia, eksploitasi seksual anak dan poligami tentu tidak sesuai dengan syarat ketiga ini. Apalagi, berperan sebagai tokoh istri yang *scene* serta dialognya cenderung dewasa juga tidak sesuai dengan nilai-nilai dan kepentingan anak seusianya. Perlindungan mental dan psikologi anak dalam pekerjaan tersebut menjadi tidak terjamin.

Lalu, apakah terdapat sanksinya? Undang-Undang Ketenagakerjaan sebenarnya juga telah mengatur variasi sanksi yang dapat dikenakan pada pengusaha/pemberi kerja terkait pelanggaran aturan pekerjaan anak. Yakni pidana kungan 1-12 bulan hingga penjara 2-5 tahun, serta denda dari Rp 10 juta hingga Rp 500 juta.

Yang menjadi pertanyaan semua pihak ialah: apakah sanksi ini akan ditegakkan untuk memberi efek jera? Cukupkah penyelesaiannya hanya dengan rumah produksi mengganti selebriti anak tersebut dengan selebriti lain yang sudah dewasa? (Penulis adalah Dosen bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta)-d

Sambungan hal 1

Tersangka



KR-Judiman

Rekonstruksi kasus sate beracun di Polres Bantul.

Sementara jalannya rekonstruksi yang dipimpin Kasat-reskrim Polres Bantul AKP Ngadi SH MH didampingi Kanit yang menangani kasus tersebut Iptu Supriyadi SH MM berlangsung hingga 35 adegan. Adegan awal dimulai ketika tersangka membeli sianida lewat online. Adegan berikutnya tersangka be-

rangkat kerja dari rumahnya di Piyungan ke tempat kerjanya di Umbulharjo Yogya.

Selanjutnya, tersangka membeli sate setelah ganti pakaian baju gamis dan menggunakan sepeda motor pinjaman milik temannya, Agus. Pada adegan ke-17 dan 18 tersangka menyerahkan sate kepada pengemudi ojek on-

line Bandiman agar dikirim ke rumah Tomi di Banguniwo Kasihan Bantul sambil membayar ongkos Rp 30.000. Mestinya biasanya hanya Rp 25.000, tanpa aplikasi.

Dalam reka ulang lainnya, Bandiman menyerahkan sate di rumah Tomi, tetapi oleh istri Tomi ditolak karena tidak kenal pengirimnya. Kemudian sate dibawa pulang Bandiman dan dimakan keluarganya, tetapi ternyata satenya beracun dan menewaskan satu anaknya.

Hari berikutnya ketika tersangka mendengar berita anak pengemudi ojek online meninggal karena makan sate beracun, tersangka membuang pakaian gamis dan kerudungnya ke bak sampah dekat tempat kerja untuk menghilangkan jejak.

Akhirnya kasus sate beracun terungkap, polisi juga berhasil menangkap tersangka. Untuk mempertahankan

wabkan perbuatannya, tersangka menjalani pemeriksaan dan penahanan sampai menunggu persidangan.

Penasihat hukum NA, Anwar Ary Widodo menerangkan, rekan tersangka bernisial R, bukan berasal dari Yogyakarta. ”Dari keterangan klien kami, logatnya Sumatera. Sumateranya mana kurang tahu. Umur kurang lebih 30-an,” ungkap Anwar.

Dari keterangan NA, lanjut Anwar, R sudah menjadi rekan dan pelanggan di salon itu sekitar satu tahun. ”Sudah kenal sekitar satu tahun. Dari keterangan klien kami, R juga merupakan pelanggan,” terangnya.

Anwar mengatakan adegan dalam rekonstruksi yang digelar di Mapolres Bantul sudah sesuai. Pihaknya akan melakukan upaya hukum untuk meringankan ancaman hukuman bagi NA.

(Jdm)-d

Klaster

Sambungan hal 1

tertular melalui riwayat kontak dengan pasien positif sebelumnya. Sedangkan kumulatif jumlah pasien terkonfirmasi positif se-Kabupaten Gunungkidul ada 49 orang. Untuk pasien sembuh dalam sehari kemarin bertambah enam orang dan pasien meninggal positif Covid-19 bertambah satu orang hingga total selama pandemi mencapai 156 orang.

300 Nakes

Sambungan hal 1

Budi Gunadi mengatakan, Pemerintah juga berupaya memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada di daerah untuk menambah tempat karantina.

Menurutnya, peningkatan pergerakan penduduk semasa libur Hari Raya Idul Fitri 2021 telah memicu lonjakan kasus penularan Covid-19 di beberapa daerah. ”Memang ada beberapa daerah atau klaster yang terjadi peningkatan cukup tinggi, contohnya di Kudus dan Bangkalan. Kudus adalah daerah tujuan

Selain melakukan tracing terhadap karyawan maupun orang-orang yang memiliki riwayat kontak dengan pasien positif klaster pabrik tas, Dinkes juga mengimbau masyarakat tetap patuh terhadap protokol kesehatan. Khusus untuk pabrik tas, sudah ditutup sementara selama 14 hari dan sudah disemprot disinfektan.

(Bmp)-d

Ganjar

Sambungan hal 1

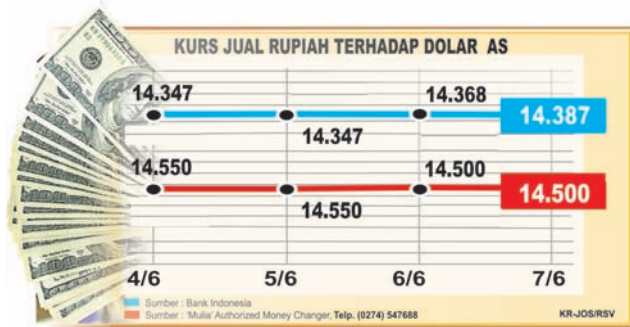
Tempat wisata, mall, pasar, restoran semuanya diperketat. Kalau tidak bisa diatur harus ditindak tegas atau dilakukan penutupan.

Selain itu, Gubernur menginstruksikan Bupati di delapan daerah zona merah untuk menggenjot vaksinasi. Kementerian Kesehatan telah siap menambah stok vaksin di delapan daerah zona merah itu untuk menanggulangi potensi penyebaran Covid-19. Khusus untuk Kudus, Menkes sudah mengirimkan 50.000 dosis vaksin, dan untuk tujuh Kabupaten zona merah lainnya segera dikirimkan 25.000 dosis vaksin. ”Saya minta vaksinasi dijenjot, karena menurut data, dari delapan Kabupaten yang sekarang masuk zona merah itu, hanya Demak yang vaksinasinya cukup tinggi. Tujuh lainnya masih rendah. Maka saya minta dipercepat, cari lansia sebagai prioritas vaksinasi,” ujar Ganjar Pranowo.

Tak hanya delapan daerah

zona merah itu saja, Gubernur juga minta semua daerah di Jawa Tengah siaga Covid, karena jika dilihat dari gambar penyebaran, ternyata bentuknya bergerombol di daerah yang berdekatan. Brebes sudah merembet ke Kabupaten

Tegal, sementara Kudus merembet ke Jepara, Sragen, Pati, Grobogan, Demak. Jadi daerah sekitarnya harus siap-siap. Rembang, Blora harus siap. Kota Semarang, Boyolali harus siap termasuk Solo, Karanganyar dan lainnya. (Bdi)-d



Prakiraan Cuaca					Selasa, 8 Juni 2021	
Lokasi	Pagi	Cuaca Siang	Malam	Dini Hari	Suhu °C	Kelambaban
Bantul					24-31	60-95
Slleman					23-31	65-95
Wates					24-31	60-95
Wonosari					23-31	65-95
Yogyakarta					23-31	65-95
Cerah Berawan Udara Kukur Hujan Lokal Hujan Petir					Grafis : Arko	

Co-Branding, Strategi Pemasaran yang Menguntungkan di Masa Pandemi



Kadek Kiki Astria S.I. Kom, M.A.
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta

Istilah co-branding mungkin masih asing di telinga masyarakat, namun di masa pandemi ini banyak perusahaan yang melakukan co-branding dalam meningkatkan ekuitas mereka. Chitato rasa Indomi goreng, PT Garuda Indonesia Tbk. dengan

Rans entertainment, oreo dengan supreme, atau ERHA dengan Aqua, itu adalah produk yang telah melakukan kolaborasi.

Dari contoh tersebut mungkin bias digambarkan bahwa Co-branding adalah penggabungan atau pengkolaborasi antara dua merek yang menciptakan satu produk baru dengan tujuan mempertahankan posisi produk di pasaran.

Dengan melakukan co-branding perusahaan dapat menggabungkan kekuatan pasar, kesadaran merek, dan kekuatan kedua merek. Namun tentu saja pengkolaborasi yang dilakukan sudah dipikirkan dengan sangat hati-hati mulai dari siapa produk yang akan diajak berkolaborasi, konsep, strategi pemasaran, sampai media yang digunakan saat melakukan promosi pun

sudah dipersiapkan dengan matang. Melakukan kolaborasi produk tidaklah sembarangan, biasanya pengkolaborasi tersebut dilakukan oleh sesama produk yang namanya sudah dikenal oleh masyarakat luas.s

Saat ini banyak merek yang melakukan co-branding bermunculan di Indonesia. Uniknya lagi ada beberapa produk yang melakukan co-branding bukanlah produk dengan segmentasi yang sama, contohnya adalah brand kosmetik yang berkolaborasi dengan brand biskuit balita. perusahaan mulai melakukan co-branding karena semakin banyaknya usaha yang mulai menjajakan produk mereka menggunakan platform online sehingga perusahaan lain mulai sulit untuk mempertahankan pelanggan mereka, oleh karena itu



perusahaan mulai berusaha ekstra keras dalam melakukan strategi pemasaran produk mereka, salah satunya dengan melakukan co-branding.

Adapun keuntungan yang didapatkan ketika melakukan co-branding antara lain :

1. Peningkatan omset. Ketika dua produk melakukan kolaborasi yang menghasilkan sebuah produk yang unik dan inovatif, hal ini akan menimbulkan ketertarikan untuk mencoba dari masyarakat karena rasa penasaran mereka. Selain meningkatkan omset dari produk co-branding, juga berimbas pada peningkatan penjualan kedua

produk yang berkolaborasi tersebut.

2. Peningkatan loyalitas konsumen. Dengan adanya inovasi produk yang dikolaborasi dengan produk terkenal lainnya, konsumen merasa dimanjakan karena konsumen dihadapkan pada produk dengan varian baru.

3. Peningkatan jangkauan merek, hal ini dikarenakan pengkolaborasi dua merek yang dilakukan akan membuat konsumen yang awalnya loyal terhadap produk lain atau yang memang belum mencoba salah satu produk kolaborasi akan tertarik untuk mencoba produk yang melakukan co-branding.

4. Meningkatkan keterlibatan orang lain, dengan lahirnya produk baru yang unik dan mampu menarik perhatian banyak orang untuk mencoba maka akan

banyak artis atau influencer yang akan me review produk tersebut tanpa endorse yang kemudian akan menarik minat masyarakat luas untuk mencobanya. Dengan kata lain co-branding dapat memangkas biaya untuk beriklan.

Pandemic yang sampai saat ini belum terlihat ujungnya membuat pasar secara otomatis bergerak secara dinamis dan skenario bisnis pun ikut berubah-ubah. Pesatnya penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran oleh perusahaan membuat perusahaan-perusahaan harus bekerja keras agar mampu menarik masyarakat untuk membeli produk mereka. Dan co-branding bisa menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan agar mampu bertahan di masa seperti saat ini. (*)