

TAJUK RENCANA

Peran Media Memerangi Covid-19

PERAN media mainstream dalam mendukung masyarakat agar tetap hidup sehat dengan menerapkan protokol kesehatan, tak diragukan lagi. Media tak hanya sekadar penyampai informasi, melainkan juga mengubah perilaku masyarakat yang sebelumnya abai terhadap bahaya Covid-19, menjadi peduli, bahkan menjadi pelopor dalam memerangi virus Korona ini.

Kita sempat terkejut dengan hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) yang kemudian disampaikan kembali oleh Ketua Gugus Tugas Penanganan Covid-19 Doni Monardo beberapa hari lalu bahwa masih ada sekitar 45 juta penduduk Indonesia yang belum percaya dengan bahaya Covid-19. Diduga mereka menerima informasi yang keliru seputar virus ini, akibatnya mereka abai dan tak menghiraukan protokol pencegahan dan penyebaran Covid-19.

Dalam konteks itulah media massa, utamanya media mainstream, menjadi terasa penting untuk berperan memberi edukasi kepada masyarakat. Apalagi, dalam kondisi seperti sekarang ini, ketika belum ada vaksinasi untuk Covid-19, maka penerapan proses dengan benar menjadi senjata utama untuk mencegah penularan. Di sinilah media, sebagaimana diungkapkan Kepala Balai Besar Teknik Kesehatan Lingkungan dan Pengendalian Penyakit (BBTK-LPP) Dr dr Irene MKM, menjadi kekuatan utama untuk mendukung masyarakat (KR 19/10).

Pernyataan Irene tentu tidak berlebihan dan sangat realistis. Sebab, bila kita cermati, setiap hari kita menerima ribuan atau puluhan ribu informasi seputar Covid-19 melalui media sosial (medsos) yang masih belum diverifikasi kebenarannya. Bagi masyarakat yang kritis, tentu akan mencari rujukan untuk memverifikasi atau menyaring informasi tersebut.

Namun bagi sebagian lainnya, cenderung pasif dan menganggap informasi yang diterimanya sebagai hal yang benar. Tentu hal yang disebut terakhir ini sangat membahayakan, karena boleh jadi informasi tersebut keliru (hoaks), sehingga justru berdampak buruk.

Dalam situasi demikian, peran media mainstream menjadi sangat penting untuk, bukan saja meluruskan informasi yang keliru itu, melainkan juga memberi edukasi kepada masyarakat tentang apa yang seharusnya dilakukan guna memerangi Covid-19. Sebagaimana diungkapkan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2001), salah satu elemen penting jurnalisme adalah disiplin melakukan verifikasi. Artinya, media tak boleh memcomot informasi yang belum diverifikasi kebenarannya. Media tak boleh gegabah dan hanya mengandalkan informasi sepotong-sepotong, kata orang, yang belum jelas kebenarannya.

Pun media mainstream sangat berperan dalam mengubah perilaku atau kebiasaan masyarakat. Dalam konteks Covid-19, media menyampaikan informasi yang benar dan akurat perihal cara-cara pencegahan dan penanggulangannya. S ehingga terhindar dari serangan virus tersebut. Selanjutnya, dengan adanya pemahaman yang benar terkait Covid-19, akan berdampak pada perilaku masyarakat. Masyarakat yang semula abai terhadap bahaya virus Korona, menjadi peduli dan berusaha agar diri dan orang lain tidak terpapar virus mematikan itu.

Media juga tak perlu menutup-nutupi data serangan Covid-19. Sebab, dengan pengungkapan data yang transparan, misalnya jumlah orang yang sembuh maupun yang meninggal, justru akan menjadi peringatan bagi siapapun untuk lebih berhati-hati dan tidak main-main dengan Covid-19 □

KHL Tanpa Perspektif 'Gender'

Nindry S Widiastiani

Keempat hal tersebut, memang tidak menghilangkan list komponennya secara keseluruhan. Perubahan hanya terletak pada redaksinya, seperti kemeja lengan pendek dan blus mungkin adalah hal yang dinilai serupa. Namun perubahan ini sangatlah condong pada penghapusan komponen terkait perspektif *gender*. Yakni



KR-JOKO SANTOSO

terkait pada barang-barang KHL yang diperuntukkan bagi perempuan pekerja.

Menghapuskan

Melihat komponen lainnya, pada perlengkapan ibadah juga terdapat perubahan. Ini bukan lagi mendasarkan pada perubahan redaksi, namun benar-benar menghapuskan. Pada peraturan menteri sebelumnya terdapat 'mukena' sebagai komponen KHL. Sedangkan pada peraturan menteri terbaru ini, justru 'mukena' tak dapat ditemukan di mana pun. Lebih-lebih, pada komponen KHL bagian kesehatan, semula ada redaksi 'pembalut/alat cukur', saat ini pembalut dihapuskan, hanya tersisa 'alat cukur saja'.

Timbul pertanyaan penulis, yang juga termasuk pada kategori perempuan peker-

ja, mengapa perubahan dan penghapusan ini merujuk pada terminologi-terminologi barang-barang yang diperuntukkan bagi perempuan pekerja? Padahal, KHL sendiri merupakan standar kebutuhan pekerja untuk dapat hidup layak secara fisik. Artinya, barang-barang yang termasuk dalam daftar komponen KHL itu harus dipunyai oleh seseorang agar hidupnya dipandang 'layak'. Pertanyaannya, apakah perempuan pekerja dapat hidup layak tanpa BH, mukena, dan bahkan pembalut? Apakah jika perempuan pekerja tidak memiliki barang-barang tersebut, maka dapat menjalankan hidupnya dengan wajar? Bukankah UUD 1945 dan UU Ketenagakerjaan sendiri secara jelas menjunjung tinggi perlakuan yang adil dan tidak diskriminatif terhadap perempuan?

Ironisnya, penghapusan terminologi barang-barang perempuan pekerja ini dimuat dalam suatu peraturan menteri. Peraturan menteri ini tentunya dikeluarkan Menteri Tenaga Kerja Indonesia, yang adalah perempuan Ida Fauziyah. Kehadiran perempuan duduk di kursi Menteri Tenaga Kerja tentunya melambungkan harapan perempuan pekerja, termasuk penulis, agar dapat lebih peduli dan menjamin perlindungan hak-hak kami. Bukan malah sebaliknya, menetapkan komponen KHL yang sungguh tanpa perspektif *gender*. Tulisan ini mewakili keprihatinan dan kekecewaan kami, para perempuan pekerja. □

** Nindry Sulistyia Widiastiani SH MH, Dosen bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta*

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email: opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

Pikiran Pembaca
Pikiran Pembaca terbuka bagi siapa saja. Naskah dikirim ke kantor Redaksi Kedaulatan Rakyat, Jalan Margo Utomo (P Mangkubumi) 40-42 Yogyakarta 55232 Fax (0274) 563125 Telp (0274) 565685 (Hunting) atau melalui email pikiranpembaca@gmail.com. Naskah dilindungi fotokopi atau scan identitas diri berikut nomor telepon yang bisa dihubungi. Isi tanggung jawab penulis.

Dekadensi Moral

MELAHIRKAN generasi emas adalah impian dan cita-cita bangsa Indonesia. Pemerintah melalui Kemendikbud merancang kurikulum yang didesain khusus untuk membentuk pribadi yang berakhlak mulia. Hal tersebut diatur dalam Permendikbud Nomor 24 Tahun 2016 tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar.

Ada empat Kompetensi Inti yang hendak dicapai. Salah satunya pada Kompetensi Inti II tentang sikap sosial. Dengan adanya muatan sikap sosial yang *include* pada pembelajaran harapannya siswa tidak hanya cerdas dalam hal pengetahuan saja, tapi juga memiliki sikap yang baik. Sikap baik terhadap orang tua, guru maupun pada teman.

Tapi di era digital seperti saat ini, ditambah pembelajaran masih menggunakan metode Belajar Dari Rumah (BDR) bisa dikatakan sebagian siswa mengalami dekadensi moral (kemerosotan moral). Contohnya sederhana saja, bagaimana tutur kata siswa saat berkomunikasi dengan guru melalui smartphone? Bagaimana pakaian siswa saat mengikuti pembelajaran online? Sampai kejadian yang miris, sering kita temukan berita di media bahwa kejadian kriminalitas pelakunya masih pelajar. Lantas ini salah siapa? Tidak perlu mencari siapa yang salah, karena ini merupakan tanggung jawab bersama dan bersinergi antara keluarga, sekolah dan masyarakat.

Pihak keluarga menerapkan pendidikan karakter berbasis keluarga. Meskipun terbatas waktu karena orang tua bekerja, sedangkan anak

berada di rumah. Dalam satu keluarga bisa merencanakan program untuk menanamkan akhlak baik. Misal pembiasaan berbicara menggunakan basa krama. Entah pelaksanaannya melalui komunikasi langsung ataupun komunikasi lewat smartphone. Dimulai dari satu keluarga, kemudian merambah ke lingkungan sekitar. Harapannya anak terbiasa bertutur kata yang sopan dan santun. Pihak sekolah, meskipun pembelajaran berbasis dari rumah, sisipkan pembiasaan baik yang dipantau guru. Contoh guru membuatkan ceklist tentang perilaku baik, misalnya membantu orang tua, menolong teman, berbicara santun, berbagi makanan dan lain-lain. Selain menanamkan pembiasaan baik, hal ini bisa dijadikan untuk melatih kejujuran siswa, di mana siswa berusaha untuk mengisi ceklist sesuai dengan perilaku yang dilaksanakannya. Pihak masyarakat, peran masyarakat sangat diperlukan untuk menanamkan akhlak.

Di masa pandemi ini tentu sangat berhati-hati dan waspada jika berinteraksi dengan orang banyak. Namun dengan memperhatikan protokol kesehatan, masyarakat bisa mengoptimalkan penanaman akhlak melalui kegiatan seperti Taman Pendidikan Al-Quran (TPA), memfasilitasi kelompok belajar, menyediakan perpustakaan dusun. Dengan kerja sama yang berkesinambungan antara keluarga, sekolah dan masyarakat harapannya akan melahirkan generasi yang cerdas dan juga berakhlak mulia. □

Adib Muhammad SPD, Guru SDIT Ar Raihan, Bantul.

Kemandirian Pangan Pascapandemi Covid-19

Didik Indradewa

FAO telah memperingatkan bahwa pandemi Covid-19 dapat menyebabkan krisis pangan dunia, karena penurunan produksi dan gangguan rantai pasokan pangan. Untukantisipasi, di samping mempertahankan produksi yang telah dicapai, Pemerintah Indonesia melakukan pembukaan lubang pangan di bekas Proyek Lahan Gambut Sejuta Hektare di Kalimantan Tengah. Kebijakan ini mendapat kritikan dari berbagai pihak. Karena rencana tersebut dinilai tidak akan membantu kekurangan stok pangan, tetapi dapat menyebabkan bencana ekologis. Pemerintah seharusnya belajar dari Program Lahan Gambut Satu Juta Hektare yang gagal saat pemerintahan Presiden Soeharto.

Pembukaan lubang pangan di bekas Proyek Lahan Gambut Sejuta Hektare di Kalimantan Tengah mencapai luas 164 ribu hektare. Lahan yang digunakan sebagai lubang pangan merupakan areal persawahan tetapi mayoritas (90%) berupa tanah aluvial, berbeda dengan PLG sejuta hektare yang mayoritas (63,6%) terdiri atas tanah gambut. Lahan lubang pangan tersebut sebenarnya sudah diolah oleh petani setiap tahunnya dengan luas 85 ribu ha (52%), dan sekitar 79 rbu ha (48%) sebenarnya sudah dicitak menjadi lahan sawah, namun kurang dirawat. Produktivitas rata-rata pada kondisi saat ini hanya 1,7-2,9 ton per ha, tetapi dengan berbagai perbaikan, produktivitas dapat mencapai 5 ton per ha. Pada tahap awal, pemerintah akan menguji coba penanaman seluas 30 ribu hektare, yang akan dimulai pada musim tanam Oktober 2020-Maret 2021, dan selanjutnya direncanakan semuanya selesai tahun 2022.

Kemandirian Pangan

Pascapandemi Covid-19, kemandirian pangan akan diwujudkan dengan menjadikan Indonesia sebagai Lumbung Pangan Dunia pada tahun 2045 dengan perluasan areal, intensifikasi dan diver-

sikasi pangan. Pada tahun 2019 Kementerian Pertanian telah menerapkan program Serasi (Selamatkan Rawa Sejahterakan Petani). Pada tahap awal dipersiapkan sebanyak 500 ribu ha terdiri dari 250 ribu ha di Sumatera Selatan dan 250 ribu ha di Kalimantan Selatan. Sebagai catatan luas lahan rawa di Indonesia yang diperkirakan sesuai untuk pertanian sebanyak 9.53 juta ha.

Salah satu model intensifikasi yang diperhitungkan sesuai untuk mewujudkan lubang pangan dunia 2045 adalah Pertanian Pintar Ramah Lingkungan (*Smart Eco-bioproductio*n) yaitu sistem produksi dan agribisnis yang berbasis sumberdaya pertanian berwawasan lingkungan. Juga, memanfaatkan teknologi pintar dan tepat guna dengan memperhatikan kearifan lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pertanian berkembang dari waktu ke waktu dan sekarang memasuki periode Pertanian 4.0 yaitu era pertanian cerdas yang muncul di awal tahun 2010-an dengan agenda utama pemanfaatan teknologi digital di bidang pertanian. Revolusi Industri 4.0 memicu inovasi teknologi baru antara lain *internet of things* (IoT), nanoteknologi dan *genom editing*. IoT dengan sensor dapat memantau lahan secara *real-time*, mengumpulkan, mentransfer data melalui internet secara otomatis ke platform *cloud*, menganalisis dan memberikan perintah kepada mesin-mesin otomatis di lapangan.

Pertanian cerdas *on farm* sudah diterapkan mulai dari penanaman, hingga pascapanen. Pembuatan pupuk, pestisida dan benih cerdas dapat menggunakan teknologi nano, yaitu struktur berukuran 1

nm (10-9m) sampai 100 nm, yang memungkinkan pemberian pupuk atau pestisida lebih efisien. Pemuliaan presisi dilakukan dalam bentuk *genome editing* yang dapat menyisipi, mengganti, atau menghapus gen dengan bantuan enzim nuklease. Lingkup *off farm* pertanian 4.0 dapat diterapkan untuk membantu petani yang sering kesulitan menjual hasil panennya dengan pemasaran digital.

Pertanian Indonesia mengalami perubahan menuju ke Pertanian 4.0, tetapi terjadi secara paralel dan tidak secara radikal. Generasi milenial menjadi penentu kemajuan pertanian di masa depan. Di samping inovasi tersebut, kemandirian pangan dapat terwujud bila disertai dengan penggalakkan kembali diversifikasi pangan termasuk diversifikasi konsumsi pangan. Diversifikasi konsumsi pangan perlu dilakukan agar masyarakat mengkonsumsi jenis pangan yang beragam tidak hanya bergantung pada beras, sehingga menjadi lebih sehat.

** Didik Indradewa, Fakultas Pertanian UGM*

Pojok KR

Hindari kerugian, eksportir DY negosiasi ulang.

-- Butuh back-up pemerintah agar posisi tawarnya kuat.

Uji kilinik vaksin Covid-19 harus penuh aspek saintifik.

-- Penting lagi, bisa diakses seluruh lapisan masyarakat.

Masuki pancaroba, tingkatkan daya tahan tubuh.

-- Asupan gizi yang cukup juga butuh biaya.

Berabe

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990. Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.

Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta, Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.

Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerbit: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfi MA. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Drs Widyo Suprayogi, Dra Hj Fadmi Sustiwi, Dra Prabandari, Isnawan, Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SI, Hanik Atfiati, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Drs Sihono HT, Agung Purwandono. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Wandaris:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Pemimpin Perusahaan: Fajar Kusumawardhani SE. **Kepala TU Langganan:** Drs Asri Salman, Telp (0274) 565685 (Hunting) **Manajer Iklan:** Agung Susilo SE, Telp (0274) 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankrkry23@yahoo.com, iklankrkry13@gmail.com.

Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'. Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display. Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga. Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris). Rp 12.000,00/baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm, maks. 100 mm) Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm. Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300% dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif. Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%