

## ABSTRAK

Indonesia dengan luas wilayah yang besar memiliki potensi bencana alam dan non alam seperti pandemi. Pada saat pandemi COVID-19, Pemerintah Indonesia membentuk Satgas dari tingkat nasional hingga daerah, termasuk di Provinsi Yogyakarta. Pemerintah Yogyakarta membentuk Satgas COVID-19 dengan melibatkan berbagai lembaga. Model ini menggunakan teori organisasi komunikasi hati, dan komunikasi persuasif dengan teknik seperti asosiasi, partisipatif, dan *fear arousal*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan model komunikasi persuasif untuk Satgas penanggulangan pandemi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus Satgas COVID-19 DIY. Proses pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi dengan fokus pada data dari BPBD DIY sebagai koordinator Satgas COVID-19 DIY. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Satgas COVID-19 DIY menggunakan komunikasi organisasi dengan pola roda untuk mempermudah koordinasi yang terpaku pada Ketua Satgas COVID-19 sebagai penentu keputusan. Satgas COVID-19 DIY dalam melakukan komunikasi persuasif menggunakan Teknik Asosiasi, Partisipatif dan *fear arousal* untuk dapat membujuk masyarakat agar mengikuti protokol kesehatan dan memutus rantai penyebaran pandemi COVID-19. Tim Satgas COVID-19 DIY yang bertugas di lapangan menerapkan teori komunikasi hati untuk dapat mengatur emosionalnya yang sedang menghadapi bencana sehingga muncul simpati dan empati kepada masyarakat yang menjadi korban bencana. Hal itu membuat Satgas COVID-19 lebih berhati-hati dalam melakukan komunikasi agar tidak timbul konflik di tengah masyarakat. Kontribusi penelitian ini yaitu memberi usulan kebijakan komunikasi persuasif menggunakan pendekatan komunikasi hati.

**Kata Kunci.** Komunikasi Persuasif, Komunikasi Hati, Satuan Gugus Tugas

## **ABSTRACT**

*Indonesia, with its vast territory, faces the potential of both natural and non-natural disasters, including pandemics. During the COVID-19 pandemic, the Indonesian government established task forces at the national and regional levels, including in the province of Yogyakarta. The Yogyakarta government formed its own COVID-19 task force, involving various institutions. This model utilized the theories of organizational communication and heartfelt communication, employing persuasive communication techniques such as association, participation, and fear arousal. The objective of this research was to develop a persuasive communication model for the pandemic task force. The study employed a qualitative approach, specifically a case study of the DIY COVID-19 task force. Data collection involved interviews, observations, and documentation, with a focus on the DIY Regional Disaster Management Agency (BPBD) as the coordinator of the COVID-19 task force. The research findings indicated that the DIY COVID-19 task force employed an organizational communication model with a hub-and-spoke pattern, centered around the decision-making role of the task force chairman. The task force utilized persuasive communication techniques, including association, participation, and fear arousal, to persuade the public to adhere to health protocols and break the chain of COVID-19 transmission. The task force's field team applied the theory of heartfelt communication to manage their emotions while dealing with disasters, fostering sympathy and empathy towards affected communities. This heightened caution in their communication efforts to prevent conflicts among the public. The contribution of this research is to provide recommendations for persuasive communication policies using a heartfelt communication approach.*

**Keywords:** *Persuasive Communication, Heartfelt Communication, Task Force*