

PENYULUHAN DAN KAMPANYE NILAI-NILAI MULTIKULTURALISME DI TENGAH BADAI COVID-19

Murniati Agustian¹⁾, Aldearni Yuana²⁾, Chatarina Siti Rosy Yanti³⁾, Oktavia Leni
Ajeng⁴⁾

^{1,2,3,4)}Fakultas Pendidikan dan Bahasa, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta
email: murniati.agustian@atmajaya.ac.id

Submit :08/08/2021| Accept : 05/09/2021| Publish: 30/12/2021|

Abstract

The impact of the new identities of Covid-19 such as confirmed as positively infected, conducted self-isolation, stimulate intolerant attitudes in society. The public's attitudes towards the Covid-19 cases are very substantially contrary to the values in a multicultural society. The panic buying of medical equipment, medicines and vitamins, refusing the Covid-19 burial protocols even for medical personnel. This activity is an integration of multicultural education courses with community service. The purpose of this activity is to promote a campaign for individual identity, empathy, critical thinking, equal interaction, cooperative interaction, openness, and different status elimination. Videos are given directly to the community and through social media as the campaign process. In preparation and implementation, lecturers are assisted by students to create innovative media related to the current situation. There are 10 groups that produce media, in the form of animated videos. Before the media is used, there is a product evaluation by lecturers and classmates. After the revision, the media is used to conduct a multicultural campaign in the society. As a result of this activity, more than 1000 people who were exposed to the campaign, almost all considered it positive because the messages conveyed were delivered to the community.

Keywords: Campaign, Multicultural Education, Covid-19

Abstrak

Dampak dari Covid-19 dengan identitas baru yang muncul seperti orang terkonfirmasi positif Covid-19, isolasi mandiri, memunculkan sikap intoleran dalam masyarakat. Sikap masyarakat terhadap kasus Covid-19 ini sangat bertentangan dengan nilai-nilai dalam masyarakat yang multikultur. Aksi borong alat kesehatan, obat-obatan dan vitamin, menolak pemakaman korban Covid-19 bahkan menolak jenazah tenaga medis. Kegiatan ini merupakan integrasi matakuliah pendidikan multikultural dengan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah melakukan kampanye ajakan untuk menghargai identitas individu, empati bagi kelompok lain, pemikiran kritis tentang kelompok sosial, interaksi yang setara, interaksi yang kooperatif, keterbukaan, dan mengeliminasi perbedaan status. Media-media kampanye dalam bentuk video diberikan langsung kepada masyarakat dan melalui media sosial. Dalam persiapan dan pelaksanaan, dosen dibantu oleh mahasiswa membuat media-media inovatif yang terkait dengan situasi saat ini. Ada 10 kelompok yang menghasilkan media, berupa video animasi. Sebelum media digunakan, ada tahap evaluasi produk oleh dosen dan teman sekelas. Setelah dilakukan revisi, media digunakan untuk kampanye nilai-nilai yang terdapat dalam masyarakat yang multikultural. Hasil kegiatan ini, lebih dari 1000 masyarakat yang terpapar dalam kampanye, hampir semua menilai positif karena pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat..

Kata Kunci: Kampanye, Pendidikan Multikultural, Covid 19

PENDAHULUAN

Sejak awal kasus Covid-19 ditemukan, baik WHO maupun pemerintah pusat sudah membuat berbagai kebijakan,

himbauan dan memberikan informasi yang akurat. Informasi yang diberikan tentang gejala Covid-19, cara penyebaran dan pencegahannya. Informasi pencegahan

meliputi mencuci tangan, jaga jarak, hindari menyentuh mata, hidung, dan mulut, tetaplah tinggal di rumah jika merasa kurang sehat, tetap ikuti informasi terbaru tentang hotspot-hotspot Covid-19 (Widyaningrum, dkk., 2020). Dampak dari Covid-19 diantaranya terlihat dari identitas-identitas baru yang muncul seperti orang terkonfirmasi positif Covid-19, orang dengan isolasi mandiri, orang dalam pengawasan (ODP), pasien dalam pengawasan (PDP), orang sudah sehat dan pulang. Identitas baru ini memunculkan sikap-sikap intoleran di masyarakat seperti mengucilkan, menolak pemakaman korban Covid-19 bahkan menolak jenazah tenaga medis. Kejadian ini marak dilihat di media massa dan media sosial. Begitu juga dengan aksi borong masker, obat-obatan dan vitamin. Sikap-sikap seperti ini harus diminimalkan karena kurang manusiawi.

Sikap intoleran yang muncul karena prasangka, stereotipe, diskriminasi, tidak peduli terhadap korban, keluarga korban, masyarakat yang kena dampak Covid-19 perlu diminimalkan. Ada dua pendapat tentang prasangka, 1) prasangka adalah proses pembentukan pendapat tanpa melihat fakta yang relevan, sering orang dengan prasangkanya tidak memeriksa fakta yang relevan dan hanya menginterpretasikan prasangka mereka, dan 2) prasangka adalah kesimpulan yang tidak rasional, kadang-kadang orang rasional memegang prasangka (Kent Koppelman dan R. Lee Goodhart (dalam DomNwachukwu 2010:44). Prasangka, stereotip, dan bias akan berkembang terus bila tidak adanya intervensi untuk mencegah atau menghindari (Vogt 2004:17).

Pengabdian kepada masyarakat tentang Covid-19, telah dilakukan di beberapa tempat, dengan domain yang beragam. Ada yang terkait dengan pencegahan dengan membagikan masker gratis kepada masyarakat (Rahmawati,

dkk, 2020). Pencegahan juga dilakukan dengan sosialisasi dan penyuluhan kepada perangkat desa dan masyarakat serta praktik penyemprotan desinfektan (Ertiana, dkk, 2020). Penggabungan antara penyuluhan dengan media, dan pembagian Alat Pelindung Diri (APD), serta penguatan kelompok Desa dengan edukasi singkat juga dilakukan (Lubis, dkk, 2020). Dampak Covid-19 terhadap ekonomi menjadi salah satu pengabdian masyarakat dengan memberikan edukasi mengenai cara penanganan terkait ekonomi, agar tidak berimbas pada kasus perceraian (Tyas, 2021). Dari beberapa pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, terlihat bahwa pengabdian yang telah dilakukan sangat terkait dengan pengetahuan tentang Covid-19 dan keterampilan mencegahnya. Pengabdian kepada masyarakat yang terkait dengan pengembangan sikap jarang dilakukan, oleh karena itu pengabdian ini dirancang dengan mengintegrasikan capaian dalam mata kuliah Pendidikan Multikultural yaitu meminimalkan sikap-sikap intoleran. Tujuan kegiatan ini adalah melakukan kampanye ajakan untuk menghargai identitas individu, empati bagi kelompok lain, pemikiran kritis tentang kelompok sosial, interaksi yang setara, interaksi yang kooperatif, keterbukaan, dan mengeliminasi perbedaan status yang dikemas melalui video.

METODE KEGIATAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui 3 tahap, yaitu: 1) mematangkan konsep mahasiswa tentang bagaimana menghargai perbedaan budaya, agama, cara pandang orang lain, kearifan lokal budaya yang berbeda dengannya, dan kelas sosial. Melatih berpikir kritis mahasiswa tentang bagaimana meminimalkan konflik yang berakhir dengan kekerasan dalam menghadapi situasi wabah Covid-19 dimana muncul sikap-sikap intoleran di dalam masyarakat.

2) Membuat media kampanye yang inovatif. Video diuji coba, di wilayah tempat tinggal mahasiswa. 3) Berdasarkan keberhasilan video pada saat uji coba, 10 kelompok mahasiswa yang mengikuti matakuliah Pendidikan Multikultural membuat video kampanye. Video dievaluasi bersama oleh mahasiswa dan direvisi. Setelah dilakukan revisi, video digunakan untuk kampanye nilai-nilai multikultural melalui media social, yaitu Youtube, WhatsApp, Line, Instagram, dan Facebook.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media video kampanye pertama sebagai uji coba diberi judul “Cerita tentang Corona”. Isinya tentang corona dan bagaimana harus bersikap terhadap orang dengan status yang baru. Nilai-nilai multikultural yang dibahas tentang menghargai, asertif, peduli, dan berpikir kritis. Kampanye kepada siswa SD, guru, orang tua murid, dan mahasiswa dengan jumlah 160 orang dilakukan melalui WhatsApp Group dan Line dengan link video kampanye yang menjangkau wilayah Jakarta dan sekitarnya, sebagai berikut: <https://drive.google.com/file/d/1ZkVmCImh1aX3qI4BbH1OgJFz5FVhChN0/view?usp=sharing>.

Hasil uji pada siswa SD, semua siswa mengerti tentang pesan yang diberikan yaitu: cara mencegah corona, dan bersikap terhadap orang yang positif corona. Salah satu ucapan anak, “suka sama videonya soalnya disediakan gambar-gambar jadi mudah dimengerti, jadi semangat untuk rajin mandi dan selalu cuci tangan agar virusnya pada pergi, dan kasihan sama yang positif”. Orang tua dan guru menilai bahwa video kampanye ini juga bagus, singkat dan unik sehingga disukai anak-anak, mudah dipahami anak-anak dan cocok untuk digunakan sebagai bahan kampanye.

Kampanye video ke-2 “Hidup Damai dalam Covid-19”. Link video kampanye: <https://www.youtube.com/watch?v=-kG7OvDNbCo>. Media kampanye youtube. Masyarakat yang melihat siswa SD kelas 1-kelas 6, orang tua murid, keluarga besar mahasiswa, dan rekan mahasiswa dari 5 fakultas. Hasil kampanye, jumlah yang melihat 240, jumlah yang like 50. Komentar yang muncul, hampir semua komunitas mengatakan bahwa pesan yang disampaikan jelas dan mudah dimengerti, membuat orang menyadari pentingnya menjaga kesehatan, peduli terhadap sesama dan menghargai orang yang terinfeksi. Orang tua siswa dan guru berpendapat bahwa video kampanye ini sangat disukai anak-anak dan cepat dimengerti pesan-pesan yang diberikan. Keluarga mengatakan bahwa video yang dibuat dapat membuat penonton berpikir kritis atas hoax-hoax yang beredar selalu corona muncul. Semua mahasiswa yang melihat mengatakan bahwa video mudah dicerna, menarik karena bentuk animasi, cocok untuk kampanye. “Videonya keren banget. Mudah untuk dipahami dan menarik buat anak-anak tonton juga”, “Videoanya sungguh informatif dan memudahkan penjelasan mengenai virus corona kepada anak-anak dan animasinya juga cukup membantu dan menarik minat anak-anak. Hal yang menarik dari video ini, kita kembali diingatkan untuk bersama-sama dan saling menjaga.”

Kampanye dengan video ke-3, judul “Kampanye Perdamaian Covid-19”, link https://youtu.be/ILgfwNPq_Aw. Dilihat 47 orang, dan like 7, diantara komentar yang melihat, “Setelah aku lihat video tadi rupanya sangat bermanfaat dan juga mudah dipahami tentang bahayanya wabah virus covid-19 dan juga gambar animasinya sangat menarik. Jadi buat aku gak bosan liat videonya.”

Kampanye video ke-4 dengan judul “Kampanye Perdamaian Pendidikan Multikultural Pada Situasi COVID-19”, media kampanye menggunakan youtube dengan Link

https://youtu.be/fOnS_KXSN-U?t=8. Hasil Kampanye, 40 orang yang melihat dan 5 memberikan like. Komentar yang diberikan, “Suka, videonya menarik sekali buat ditonton dan tidak membosankan dan pesannya juga tersampaikan”, “Video yang sangat mengedukasi banget kakak.”

Kampanye video ke-5 dengan judul “Kampanye Perdamaian Pendidikan Multikultural Covid-19”. Media kampanye yang digunakan Youtube dengan link <https://youtu.be/qOAl4VXDEKQ>. Video dilihat oleh 63 dengan like 15. Video dilihat oleh 63 dengan like 15. Komentar yang diberikan diantaranya, “Videonya bagus, bermanfaat buat pengetahuan tentang virus corona”. “Videonya sangat jelas dan memotivasi agar bangsa indonesia harus bersikap jujur dan harus mempunyai toleransi antar warga Indonesia.”

Kampanye video ke-6, judul video “Perdamaian Dalam Keberagaman Multikultural”. Media kampanye youtube, link youtube <https://youtu.be/a3GCUJhvDjc> dilihat 41 dan yang like 6. Pada youtube ini tidak ada komentar audience.

Kampanye video ke-7, selain menggunakan youtube untuk kampanye, WhatsApp dan Line juga digunakan untuk kampanye yang berjudul “KAMPANYE Perdamaian COVID-19”. Kampanye dilakukan untuk keluarga di wilayah Jakarta dan Yogyakarta. Audience nya 8 orang yang terdiri dari anak SD kelas 5, SMA kelas 2, serta mahasiswa fakultas ekonomi dan teknik. Kampanye dilakukan secara personal, link video ada di Google Drive, sebagai berikut:

[https://drive.google.com/file/d/1wA6d5MRJOxMMpn1Pxo8ehCv2xzfpWxPL/view?](https://drive.google.com/file/d/1wA6d5MRJOxMMpn1Pxo8ehCv2xzfpWxPL/view?usp=drivesdk)

[usp=drivesdk](https://drive.google.com/file/d/1wA6d5MRJOxMMpn1Pxo8ehCv2xzfpWxPL/view?usp=drivesdk). Komentar atas video tersebut seperti, “Bagus videonya, isi dalam video mengajak kita untuk lebih berhati- hati”, “Menurut aku videonya, memberikan informasi yang berguna dan juga videonya mudah di mengerti karena ada gambar gambar yang menyertai video tersebut. Informasi yang aku dapat dari video tersebut juga menambah wawasan aku tentang covid-19. Aku mau bantu memerangi covid-19 dengan tetap di rumah aja”, “Video sudah bagus, saya juga mengerti pesan yang disampaikan dalam video tersebut. Serta saya juga memahami nilai- nilai yang disampaikan dalam video tersebut.”

Kampanye video ke-8, dengan judul yang sama, yaitu “Kampanye Perdamaian Covid-19”. Kampanye dilakukan dengan cara mengirimkan link video dengan Whatsapp dan Line. Target sasaran keluarga dan kenalan yang terdiri dari anak SD mulai kelas 1 – 6, guru, orang tua murid, keluarga dan mahasiswa. Jumlah semuanya audience 18 orang. Dengan link, <https://drive.google.com/file/d/1DWwwYFh1kEepmTLeQwbXW3SpkfuFVHdO/view?usp=sharing>. Komentar atas video yang dilihat adalah, “Penjelasan pada video sudah jelas dan sesuai dengan arahan pemerintah untuk melakukan social distancing”,

“Animasi yang di videonya tuh bisa gerak gitu terus warnanya juga menarik, aku juga jadi paham kak bahaya dari covid-19 itu”, “Setelah menonton, saya semakin peduli untuk menjaga kesehatan keluarga saya. Dengan melakukan olahraga, berjemur, minum vitamin dan mengkonsumsi gizi seimbang.”

Kampanye video ke-9, bentuk kampanye menggunakan “video kampanye, langkah-langkah mencegah korona”. Media Kampanye Youtube yang ditonton 53 orang, dengan link <https://www.youtube.com/watch?v=bKNI>

TMWtW20. Komentar yang melihat diantaranya,

“Mantap sangat informatif dan membantu”, “Saat pandemi ini perlu banget menjaga jarak dan mulai menjaga kebersihan Dan ternyata menjaga kesehatan dengan makanan dan olahraga penting jugaa yaa baruu ngehh hahaha.”

Kampanye video ke-10, bentuk kampanye dengan video “Beradaptasi dengan New Normal” dengan link Video Kampanye: <https://youtu.be/sHtHLU02sh0>. Video dilihat oleh 339 orang dengan 91 yang like, dan ada 1 yang unlike. Wilayah jangkauan komentar dapat dilihat seperti, “Konten menarik! Masyarakat menjadi lebih aware terhadap pandemi yang sedang terjadi. Terimakasih atas informasinya”, “Bermanfaat banget infonya, semoga kita semua bisa lebih peduli lagi terhadap bahaya corona dan saling menjaga kesehatan demi diri sendiri dan orang lain.”

Proses kampanye nilai-nilai multikultural di tengah badai covid-19 yang melibatkan mahasiswa ini sejalan dengan konsep service learning, yaitu proses yang menghubungkan antara pengetahuan, tindakan positif dan bermakna di masyarakat (Syamsudduha & Tekeng, 2017).

Produksi media video untuk kampanye merangsang mahasiswa untuk menjadi kreatif, menjadi kreatif berarti melakukan kegiatan yang bermakna, baik secara lahir maupun batin, menjadi kreatif berarti berkolaborasi dan berusaha memahami jati diri sebagai pemuda-pemudi bangsa (Faisal, 2020).

Bila dilihat dari jumlah jangkauan orang yang melihat, yaitu 1024 dan dari berbagai lapisan masyarakat, selaras dengan pendapat Pribadi (2017) bahwa penggunaan internet sangat memudahkan pengguna untuk memperoleh, menyimpan dan mendiseminasikan informasi dan pengetahuan.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan berdasarkan permasalahan yang muncul yaitu adanya sikap-sikap intoleran terhadap identitas orang karena Covid-19. Kegiatan dilakukan dengan mengintegrasikan capaian dalam mata kuliah Pendidikan Multikultural yaitu meminimalkan sikap-sikap intoleran. Ada 10 media video yang dihasilkan oleh 10 kelompok mahasiswa, 9 diantaranya dalam bentuk animasi, dengan mengambil tema kita mengenal Covid-19 dan hidup damai berdampingan dengan situasi Covid-19. Untuk melakukan kampanye, seluruh video animasi diunggah dan dibagikan melalui platform media sosial masing-masing kelompok, seperti LINE, WhatsApp, YouTube, dan Google Drive. Selain itu, kampanye dilakukan juga di lingkungan sesuai domisili.

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dinyatakan berhasil karena dapat menjangkau 1042 penonton, dengan 348 menyukai, 1 yang tidak menyukai. Kampanye mendapatkan respons yang baik dari penontonnya, karena pesan - pesan yang disampaikan dinilai sangat bermanfaat, dan juga animasi yang digunakan menambah kesan menarik sehingga tidak membosankan. Jangkauan media sosial terlihat dari berbagai wilayah seperti DKI Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi, Tangerang, Bandung, Yogyakarta, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Timur, Medan, dan Jambi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, kami tim sangat berterima kasih kepada Fakultas Pendidikan dan Bahasa Unika Atma Jaya yang telah meloloskan proposal kami untuk didanai. Kepada mahasiswa Angkatan 2018 PGSD Unika Atma Jaya, yang mengikuti mata kuliah Pendidikan

Multikultural, kami juga mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga atas kreatifitasnya membuat video kampanye secara kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- DomNwachukwu, Chinaka Samuel. (2010). *An Introduction to Multicultural Education From Theory to Practice*. Lanham • New York • Toronto • Plymouth, UK: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Ertiana, Dwi., Ulfa, Maria., Aspiyani., Silaturrohman., Prastiwi, Yuda, Widya, Nur. (2020). Peningkatkan Peran Serta Masyarakat Dalam Pencegahan Covid-19 di Desa Maduretno Kecamatan Paper Kabupaten Kediri. *DARMABAKTI Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1 (2), 023-033.
- Faisal, Muhammad., (2020). *Generasi Kembali Ke Akar*. Jakarta: Penerbit Buku KOMPAS.
- Lubis, Novriyanti., Saputra, Muhammad, Henli, Al-Baasith, Rizki, Ismail., Setiadi, Sandi., Oktaviani, Seni. (2020). Gerakan Desa Sadar Bahaya Covid-19: Pengabdian Pada Masyarakat Desa Cilawu Kabupaten Garut. *Jurnal KreativitasPengabdian Kepada Masyarakat* 3 (2), 480-494.
- Pribadi, Benny. A.,(2017). *Media & Teknologi dalam Pembelajaran*. Jakarta: KENCANA
- Rahmawati., Pannyiwi, Rahmat., Nurhaedah., Muhammadong., Amiruddin., & Sakriawati. (2020). Pembagian Masker Gratis Upaya Preventif Covid-19. *Jagri JURNAL ABMAS NEGERI*, 1(1), 1-5.
- Syamsudduha, St., Tekeng, Y. N., Penerapan Service Learning Dalam pembelajaran matakuliah Pedagogik Pada Kurikulum Pendidikan Calon Guru. *LENTERA PENDIDIKAN* 20 (1), 1-17.
- Stephan, Walter G. & Vogt, W. Paul (ed). (2004). *Education Programs for Improving Intergroup Relations Theory, Research, and Practice*. New York and London: Teachers College Press.
- Tyas, Ari, A. W. Prastyoning. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Ekonomi Berimbas Pada Tingginya Angka Perceraian Di eISSN : 2775-6998 Vol.2 No.4 Hal : 160-164 Wilayah Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdimas* 7(3), 187-192
- Widyaningrum, Nurvika., dkk. (2020). *Serba COVID, Cegah COVID-19 Sehat untuk Semua edisi e-Book*. Perpustakaan | Badan Pengawas Obat dan Makanan (pom.go.id) (diakses Juni 2020).