



MANAJEMEN INFORMASI DAN KOMUNIKASI RISIKO COVID-19

BUKU LUARAN HASIL PENELITIAN RISET KEMANUSIAN
ANTARA UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN DAN
BADAN PENANGGULANGAN BENCANA DAERAH (BPBD)
DIY, YANG DIBIYAI OLEH
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI

Disusun Oleh : Choirul Fajri, S.I.Kom., M.A - Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A - Tawar, S.Si., M.Kom -
Alan Kusuma, S.I.Kom - Ahmad Rofiki Rahman - Khaldi Salsabila Maizar Putri - Annisa Fajar Kumala Dewi -
Muhammad Sholehin & Maemunah Faradilah



Manajemen Informasi dan Komunikasi Risiko Covid-19

(Studi di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Tim Penulis

**Choirul Fajri, S.I.Kom., M.A, Muhammad Najih
Farihanto, S.I.Kom., M.A, Tawar, S.Si., M.Kom, Alan
Kusuma, S.I.Kom, Ahmad Rofiki Rahman, Khalda
Salsabila Maizar Putri, Annisa Fadjar Kumala Dewi,
Muhammad Sholehin, Maemunah Faradilah**

**Manajemen Informasi dan Komunikasi Risiko
Covid-19 (Studi di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

©Choirul Fajri, dkk, 2021

x+179 hlm. ; 14x 20 cm.

ISBN: 978-623-5663-32-6

Cetakan pertama, April 2022

Tim Penulis: Choirul Fajri, S.I.Kom., M.A, Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A, Tawar, S.Si., M.Kom, Alan Kusuma, S.I.Kom, Ahmad Rofiki Rahman, Khalda Salsabila Maizar Putri, Annisa Fadjar Kumala Dewi, Muhammad Sholehin, Maemunah Faradilah

Design Cover: Alip Yog Kunandar

Tata Letak: Amin Fadlillah

Diterbitkan oleh:

Penerbit Galuh Patria

Kaliajir Lor, Gg. Sadewo No. 18, Rt. 02/11 Kalitirto,
Berbah, Sleman.

Web: www.galuhpatria.id

Email: penerbitgaluhpatria@gmail.com

Tlp/WA: 082265550883

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat izin-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Buku Ajar Manajemen Informasi dan Komunikasi Risiko Covid-19. Buku ajar ini merupakan luaran hasil penelitian Riset Kemanusiaan antara Universitas Ahmad Dahlan dan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) DIY, yang dibiayai oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Penelitian ini berjudul Manajemen Informasi Digital Pencegahan Covid-19 Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun hasil luaran yang sudah Penulis selesaikan dapat diselesaikan atas kerjasama tim yang terdiri dari:

- Choirul Fajri, S.I.Kom., M.A (Ketua)
- Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A
- Tawar, S.Si., M.Kom
- Alan Kusuma, S.I.Kom
- Ahmad Rofiki Rahman
- Khalda Salsabila Maizar Putri
- Annisa Fadjar Kumala Dewi
- Muhammad Sholehin
- Maemunah Faradilah

Penulis berharap buku ajar yang telah diselesaikan ini dapat memberikan manfaat pada dunia akademisi dan praktisi. Selanjutnya, Penulis masih merasa banyak kekurangan atas isi dari buku ajar yang dibuat, untuk itu Penulis mengharapkan adanya pengembangan kajian yang membahas tentang topik serupa agar dunia pendidikan terutama di Indonesia dapat di isi oleh para Penulis yang memiliki karya tulis yang dapat dijadikan acuan pada dunia pendidikan.

Yogyakarta, 26 Maret 2022
Choirul Fajri, S.I.Kom., M.A

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel	viii
Chapter 1 Manajemen Informasi	1
A. Hakikat Manajemen Informasi	1
B. Ruang Lingkup dan Studi Manajemen Informasi	4
Chapter 2 Manajemen Informasi Covid-19	8
A. Tahapan Manajemen Informasi Pencegahan Covid 19	8
B. Strategi Manajemen Informasi Pencegahan Covid 19	23
C. Peran Stakeholder dalam Manajemen Informasi Pencegahan Covid 19	34
Chapter 3 Problematika Informasi Covid-19	37
A. Infodemik	38
B. Periode Awal Pandemi Covid-19 Tahun 2020	42
C. Kondisi Pertengahan Hingga Akhir Tahun 2020	47
D. Kondisi Pandemi Covid-19 Awal Tahun 2021	49
E. Kondisi Pandemi Akhir Tahun 2021 Hingga Awal 2022	56
Chapter 4 Pencegahan, Mitigasi, dan Recovery Covid-19	59
A. Upaya Pencegahan (<i>Prevention</i>)	59
B. Mitigasi (<i>Mitigation</i>)	64

C. Pemulihan (Recovery).....	65
Chapter 5 Peran Media Dalam Pencegahan Covid-19	70
A. Perspektif Media Komunikasi Konvensional	70
B. Perspektif New Media Komunikasi	76
C. Manajemen Penyiaran dan Jurnalisme.....	83
Chapter 6 Literasi Digital Pencegahan Covid-19	87
A. Literasi Digital.....	87
B. Pencegahan Hoax di Tengah Covid-19	93
C. Literasi Digital Bpbd DIY dalam Pencegahan Covid-19	95
Chapter 7 Definisi, Konsep, dan Model Komunikasi Risiko Covid-19	99
A. Definisi dan Konsep Komunikasi Risiko	99
B. Unsur-Unsur Pada Komunikasi Risiko	101
C. Komunikasi Krisis dan Komunikasi Risiko Covid-19	102
D. Komunikasi Risiko Covid-19	112
E. Manajemen Komunikasi Risiko.....	116
Chapter 8 Pendekatan Komunikasi Risiko Covid-19	121
A. Komunikasi Publik dalam Pencegahan Covid-19	121
B. Peran Opinion Leader dalam Pencegahan Covid-19	127
C. Peran Humas dalam Pencegahan Covid-19.....	132
Chapter 9 Monitoring Dan Evaluasi Pencegahan Covid-19	136
A. Monitoring dan Evaluasi.....	141
Chapter 10 Studi Kasus Manajemen Informasi Covid-19 di DIY	152
Chapter 11 Sistem Manajemen Informasi Covid-19	167
Daftar Pustaka	172

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Berita Himbauan DIY Darurat Covid-19..	24
Gambar 2. 2 Pemasangan Poster Pencegahan Covid-19 pada objek wisata.....	25
Gambar 2. 3 Informasi tentang catatan persebaran Covid di DIY.....	26
Gambar 2. 4 Konten Tiruan aplikasi Peduli Lindungi..	27
Gambar 3. 1 Tangkapan layar Berita Tentang Infodemik.....	39
Gambar 3. 2 Daftar disinformasi terkait berita Covid-19	40
Gambar 3. 3 Topik dan Sub Topik Disinformasi	41
Gambar 3. 4 Tangkapan Layar Berita Disinformasi Covid-19	44
Gambar 3. 5 Tangkapan Layar Berita Disinformasi Covid-19 di Jogja	46
Gambar 3. 6 Berita Disinformasi Terkait Uji Klinis Vaksin Covid-19	47
Gambar 3. 7 Berita Disinformasi Terkait Kondisi Relawan Vaksin Covid-19	48
Gambar 3. 8 Tangkapan Layar Berita Disinformasi Covid-19 di Jogja	49
Gambar 3. 9 Pengajuan Takedown Sebaran Hoaks Covid-19 di Media Sosial	50
Gambar 3. 10 Berita Disinformasi Terkait Vaksin Sinovac	52

Gambar 3. 11 Tangkapan Layar Berita Presiden Jokowi Vaksin Pertama.....	53
Gambar 3. 12 Berita Disinformasi Terkait Kondisi Relawan Vaksin Covid-19	55
Gambar 3. 13 Tangkapan Layar Laporan Isu Hoaks di Yogyakarta	55
Gambar 3. 14 Berita Disinformasi Terkait Varian Covid-19 Omicron.....	57
Gambar 3. 15 Berita Disinformasi Terkait Varian Covid-19 Omicron Hanya Propaganda	58
Gambar 4. 1 Tahapan Recovery Pada Sektor Pariwisata	68
Gambar 5. 1 Informasi Covid-19 Melalui Media Cetak	72
Gambar 5. 2 Tabel Komunikasi Massa	73
Gambar 5. 3 Pengetahuan Masyarakat Mengenai <i>Social Distancing</i>	74
Gambar 5. 4 Perananan Media Massa	76
Gambar 5. 6 Penggunaan Internet Masyarakat Yogyakarta	78
Gambar 5. 7 Karakteristik New Media.....	80
Gambar 5. 8 Postingan Instagram BPBD DIY	81
Gambar 5. 9 Manajemen Penyiaran Stasiun Televisi...	84
Gambar 5. 10 Sosialisasi Perbatasan Penyiaran Televisi Digital	85
Gambar 6. 1 Delapan Element Penting.....	90
Gambar 6. 2 Kerangka Literasi Digital Indonesia	90
Gambar 6. 3 Contoh Data Pribadi (Syaripudin et al., n.d.).....	92
Gambar 6. 4 Kemampuan Responden Membedakan Berita Hoax Tentang Covid-19	94
Gambar 6. 5 Edukasi Kebencanaan Melalui Literasi Digital di Kabupaten Kulon Progo	97
Gambar 6. 6 Instagram BPBD DIY	97
Gambar 6. 7 Literasi Digital Netizen Fair 2021	98

Gambar 7. 1 Artikel Pendapat Kontroversi (Garjito, 2021)	107
Gambar 7. 2 Berita Hoax Covid 19. (Kasih, 2021)	109
Gambar 7. 3 Postingan Infografis BPBD DIY	115
Gambar 7. 4 Postingan Infografis BPBD DIY	115
Gambar 7. 5 Postingan Poster BPBD DIY	116
Gambar 7. 6 Hal yang Penting Dilakukan dalam Manajemen Risiko	118
Gambar 8. 1 Presiden Jokowi di Vaksin Covid-19 (Meiliani, 2021)	122
Gambar 8. 2 Postingan Dr.Tirta mengenai Covid-19 ..	126
Gambar 8. 3 Opinion Leaders	127
Gambar 10. 1 Logo BNPB	153
Gambar 10. 2 Logo BPBD DIY	159

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Alur Informasi ke Masyarakat	22
Tabel 2. 2 Alur Tanggapan Terhadap Isu Yang Beredar.....	22
Tabel 4. 1 Perubahan Pada Sektor Pariwisata Yogyakarta Pada Saat Pandemi Covid-19.....	66
Tabel 7. 1 Perbedaan Komunikasi Krisis dan Komunikasi Risiko.....	106
Tabel 9 1 kelebihan dan kekurangan setiap evaluator.	140
Tabel 9.1 Alur Informasi Penanganan Pandemi Covid-19	164

Chapter 1

MANAJEMEN INFORMASI

A. Hakikat Manajemen Informasi

Manajemen Informasi atau *information management* merupakan istilah yang sering digunakan dalam aktivitas pengumpulan data informasi atau pengelolaan informasi. Banyak ahli yang telah memberikan penjabaran tentang apa yang disebut dengan manajemen informasi. Pada intinya proses manajemen informasi melibatkan pengumpulan, penyebaran, pengarsipan dan penghancuran informasi yang berasal dari segala bentuk. Pada proses manajemen informasi memiliki cakupan dari prosedur dan pedoman yang dipergunakan oleh organisasi dalam proses pengelolaan dan mengkomunikasikan informasi antar individu, divisi, dan pemangku kepentingan lainnya.

Pada dasarnya manajemen adalah sebuah bentuk bimbingan, pimpinan, pengaturan, pengendalian, dan pemberian hal lainnya yang berarti pada prosesnya manajemen dapat diartikan sebagai sebuah proses untuk menggapai tujuan yang telah disepakati (Fathoni, 2006). Proses yang dilakukan secara bertahap dan dijalankan

sesuai prosedur merupakan kunci dari keberhasilan sebuah manajemen. Manajemen menjadi populer karena sering digunakan dalam sebuah organisasi profit maupun non profit atau segala perkumpulan yang mempunyai tujuan dari terbentuknya organisasi atau perusahaan. Selanjutnya pemahaman tentang informasi membutuhkan sebuah proses pengumpulan data yang disebut sebagai manajemen informasi.

Menurut Choo (2002), manajemen informasi sering diartikan sebagai pengelolaan informasi pada metode pengumpulan data melalui teknologi informasi serta pengelolaan data untuk penentuan keputusan dari informasi dalam manajemen teknologi informasi, termasuk di dalamnya adalah pengelolaan kebijakan informasi. Proses manajemen informasi ini terdiri atas upaya untuk mendapatkan, menciptakan, mengelola, serta mengirimkan, dan memanfaatkan informasi. Sementara Wilson (2005), menyatakan manajemen informasi sebagai pengaplikasian sebuah tatanan manajemen, yang meliputi: mendapatkan, mengatur, membentuk, mengirimkan, dan memanfaatkan informasi yang berhubungan.

Manajemen informasi dalam suatu organisasi adalah suatu aktivitas yang lebih dari sekedar pengelolaan data (misalnya data/fakta mentah yang disimpan dalam database transaksi), melainkan juga melibatkan pengelolaan satu himpunan yang bervariasi dari sumber informasi, mulai dari data sampai informasi. (Baltzan, Phillips, Detlor, 2008). Pengelolaan data dikerjakan secara berurutan untuk mengetahui tentang tingkat kredibilitas sumber karena hal tersebut akan memberikan pengaruh pada kebenaran informasi.

Hal berbeda disampaikan oleh Middleton (2006), menurutnya manajemen informasi dapat dilihat sebagai

suatu proses yang terencana, dimulai dari proses pengumpulan informasi, sampai dengan pemanfaatannya untuk mendukung pengambilan keputusan di semua tingkat organisasi. Terkait dengan hal ini, manajemen informasi memiliki karakteristik *“getting the right information to the right person at the right place at the right time. It does not, however, address the question of what constitutes the right information”*, yang dapat diartikan bahwa memberikan informasi yang tepat kepada pihak yang tepat dan waktu yang tepat.

Ada dua pendekatan dalam manajemen informasi, yakni pendekatan konten (isi), dan pendekatan orientasi teknologi (Schlogl, C: 2005). Pendekatan isi mengarah pada informasi dan penggunaannya yang meliputi manajemen penyimpanan dan manajemen informasi yang berpusat pada manusia. Pendekatan orientasi teknologi meliputi manajemen data, manajemen teknologi informasi, dan manajemen teknologi informasi strategis. Dalam pembuatan buku ini, penulis memfokuskan pada pendekatan yang kedua yakni terkait dengan orientasi teknologi.

Pada tahap pendekatan teknologi, proses pengumpulan informasi dengan cara menggali portal berita online yang memiliki tingkat kredibilitas tinggi serta mengambil dari kutipan narasumber yang sesuai dengan bidangnya. Proses pengumpulan data memanfaatkan internet dan media televisi yang menyiarkan pemberitaan tentang informasi yang dibutuhkan.

Selanjutnya pada tahap pendekatan isi, proses pengumpulan informasi dengan cara wawancara dan dokumentasi yang didapatkan dari bidang terkait yang bertanggung jawab atas penyebaran informasi seperti dalam penanggulangan bencana menggunakan

narasumber dari Badan Penanggulangan Bencana Daerah. Hal itu dilakukan agar informasi yang diperoleh memiliki nilai yang tinggi serta informasinya akurat dari ahlinya.

B. Ruang Lingkup dan Studi Manajemen Informasi

Dalam upaya melakukan manajemen informasi yang berfokus pada orientasi teknologi, diharapkan mampu membantu individu maupun organisasi dalam mengakses dan menggunakan informasi dengan efektif dan efisien. Manajemen informasi, merupakan sebuah kontrol/proses untuk mencapai tujuan organisasi. Informasi dapat dikelola dengan baik, jika produksi informasi tersebut dilakukan untuk memberikan kontribusi terhadap tujuan organisasi, hubungan antara informasi dengan target pencapaian organisasi dapat ditampilkan dengan jelas dan dapat diuji secara empiris. Wilson dalam Detlor (2009), mengungkapkan manajemen informasi sebagai penerapan prinsip-prinsip manajemen seperti: akuisisi, organisasi, kontrol, penyebaran, dan penggunaan informasi yang relevan dengan berbagai kegiatan organisasi. Ketersediaan dan ketepatan informasi di dalam suatu organisasi, menurut Choo (2002), nantinya dapat memberikan warna sebagai berikut:

1. Manajemen informasi mencakup berbagai aspek informasi, dan sumber-sumber informasi yang bermanfaat untuk menjadikan kekuatan untuk perubahan dan pengembangan organisasi.
2. Di dalam suatu informasi, manajemen informasi sangat terkait dengan produk informasi, layanan informasi, alur informasi, dan penggunaan informasi.

3. Efektivitas manajemen informasi dapat diukur dari adanya pengaruh yang timbul atas informasi terhadap organisasi.

Menurut Terry (2006), pengelolaan ataupun manajemen mengacu kepada pengertian manajemen itu sendiri. Manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan yang dilakukan guna menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lain. Dalam proses manajemen tersebut, berarti: 1) Manajemen adalah proses. Sebagai sebuah proses, tindakan di manajemen adalah tindakan yang iteratif (berulang). 2) Ada beberapa tindakan atau fungsi dalam proses manajemen tersebut, seperti: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pergerakan (*actualing*), dan pengawasan (*controlling*). Proses perencanaan tentu saja harus diawali dulu dengan adanya pemetaan masalah dengan melihat tingkat kebutuhannya.

Pengorganisasian haruslah dapat melibatkan pihak-pihak terkait dengan optimal, termasuk juga pemilihan media komunikasi yang efektif. Pelaksanaan hendaknya dapat terus dimonitoring sejauhmana proses yang dijalankan sesuai dengan perencanaan, termasuk memastikan akan berjalan untuk mencapai target yang ditetapkan. Sementara pengawasan akan melihat sejauh mana efektivitas dari proses yang telah dijalankan, dengan mengidentifikasi faktor-faktor penghambat maupun juga indikator-indikator keberhasilannya.

Manajemen informasi ketika dilakukan secara sistematis dan tepat sasaran akan memberikan manfaat yang baik. Hal tersebut karena manajemen informasi memiliki beberapa tujuan yang dapat dimanfaatkan oleh

penggunanya. Di antaranya adalah:

- Memberikan/menyiapkan informasi yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan perhitungan seperti penentuan harga pokok jasa, produk dan data-data yang dibutuhkan oleh Manajemen.
- Memberikan/menyiapkan informasi yang dapat dijadikan sebuah acuan pada proses perencanaan, implementasi, evaluasi dan penentuan program keberlanjutan.
- Memberikan/menyiapkan informasi untuk sebuah pengambilan keputusan.

Pada studi manajemen informasi, banyak hal yang harus dilakukan oleh penanggungjawab bidang manajemen informasi. Setiap bidang yang memiliki fungsi sebagai manajemen informasi sebagai berikut:

1. Pengelolaan Informasi

Pada awalnya harus melaksanakan pengumpulan, validasi dan pengolahan data dan informasi.

2. Koordinasi dengan pihak lain

Pemegang fungsi manajemen informasi harus menjalankan koordinasi dengan bidang/pihak-pihak terkait lainnya untuk mendapatkan laporan terbaru tentang status/situasi informasi yang didapatkan.

3. Analisis Informasi

Ketika proses pengumpulan data yang diolah dengan cara bersinergi dengan pihak-pihak terkait, harus dilakukan analisis data dan informasi agar dapat menentukan penyusunan rencana program atau kegiatan. S

4. Membentuk Jaringan Komunikasi

Manajemen informasi juga harus memastikan terdapat jaringan komunikasi yang luas sehingga informasi akurat yang telah melalui proses manajemen informasi dapat disebarluaskan pada lingkup yang besar.



Chapter 2

MANAJEMEN INFORMASI COVID-19

Dalam setiap kegiatan diperlukan suatu tahapan atau alur agar dapat menentukan langkah yang tepat dalam mengambil sikap atau tindakan. Apalagi sesuatu yang menyangkut tentang orang banyak atau konsumsi publik seperti informasi. Covid-19 yang sudah menjadi pandemi atau wabah di seluruh dunia yang tidak sedikit banyak di temukan informasi yang masih simpang siur atau bahkan yang kebenarannya tidak dapat dipertanggung jawabkan atau yang biasa dikenal dengan istilah *hoax*. Maka dari itu Pemerintah selaku pejabat publik berperan untuk menjadi sumber informasi akurat dan acuan bagi masyarakat. Sebagai pusat informasi, Pemerintah Republik membentuk gugus satugan tugas nasional hingga daerah (Nahar, 2020)

A. Tahapan Manajemen Informasi Pencegahan Covid 19

Di Yogyakarta, Pembentukan satuan tugas (Satgas)

Covid-19 tertuang dalam Surat Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 3/Kep/2021 tentang Pembentukan Satuan Tugas Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam Surat Keputusan ini diuraikanlah susunan, personalia dan uraian tugas, sebagai berikut (Sekretariat Daerah DIY, 2021):

Jabatan Dalam Satuan Tugas	Jabatan Dalam Instansi	Uraian Tugas
A. Pengarah	1. Gubernur DIY 2. Kapolda DIY 3. Danrem 072/ Pamungkas 4. Danlanud Adisutjipto 5. Danlanal Yogyakarta 6. Kepala Pengadilan DIY 7. Kepala Kejaksaan Tinggi DIY 8. Kabinda DIY	1. Memberikan Arahan Kepada Pelaksana Dalam melaksanakan penanganan Covid-19 Serta dampak ikutannya 2. Melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan penanganan Covid-19
B. Pelaksana		
I. Ketua	Wakil Gubernur DIY	1. Menetapkan rencana operasional penanganan Covid-19 dengan mengacu kepada kebijakan-kebijakan strategis Satgas penanganan Covid-19 2. Mengkoordinasikan dan mengendalikan pelaksanaan penanganan Covid-19 di Kabupaten/Kota 3. Menetapkan Langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan dan percepatan penanganan Covid-19 di kabupaten/kota

		4. Melaporkan pelaksanaan penanganan Covid-19 secara rutin harian dan pada kejadian-kejadian mendesak kepada Ketua Satgas Covid-19
II. Wakil Ketua	1. Wakapolda DIY 2. Kasrem 072/ Pamungkas 3. Korwil BINDA DIY	1. Melakukan Koordinasi dan Kerjasama dalam pelaksanaan penegakan hokum dan perubahan perilaku serta protocol kesehatan dengan melibatkan satuan TNI dan Polri Bersama unsur terkait lainnya yang berbasis pentahelix 2. Melaksanakan tugas-tugas dalam kapasitas untuk membantu beban dan tanggung jawab ketua 3. Mengawasi dan mengendalikn pelaksanaan prosedur kerja di lingkungan satuan tugas penanganan covid-19 DIY 4. Melaksanakan tugas-tugas tertentu sebagaimana yang diminta oleh Ketua
III. Sekretariat		
1. Ketua	Sekretaris Daerah DIY	1. Mengkoordinasikan bidang-bidang satuan tugas Covid-19 dalam pelaksanaan kebijakan dan rencana operasi penanganan Covid-19
2. Wakil Ketua	1. Asisten Setda Bidang Pemerintahan dan Administrasi Umum DIY 2. Asisten Setda Bidang Pemberdayaan SDM DIY	2. Melaksanakan administrasi keuangan, protokoler dan dukungan kesekretariatn lain yang diperlukan 3. Memproses dokumen-dokumen bersifat legal yang diperlukan untuk mendukung percepatan penanganan Covid-19

	3. Kepala Pelaksana BPBD DIY	4. Melaksanakan Pengurusan surat menyurat satuan tugas penanganan covid 19
3. Anggota	<p>1. Kepala BPKA DIY</p> <p>2. Kepala Biro Organisasi Setda DIY</p> <p>3. Kepala Biro Hukum Setda DIY</p> <p>4. Kepala Biro Umum, Humas dan Protokol Setda DIY</p> <p>5. Kabid Peralatan dan Logistik BPBD DIY</p> <p>6. Kabid Rehabilitasi dan Rekonstruksi BPBD DIY</p> <p>7. Kabid Perencanaan Bappeda DIY</p> <p>8. Kabid Pemerintahan Bappeda DIY</p> <p>9. Kabid Anggaran Belanja BPKA DIY</p> <p>10. Kabid Akuntansi BPKA DIY</p> <p>11. Sekretaris Dinas Kesehatan DIY</p>	<p>5. Menyusun perencanaan operasi penanganan Covid-19</p> <p>6. Pengumpulan data dan melakukan Analisa situasi serta menyusun laporan situasi</p> <p>7. Melaksanakan koordinasi dengan OPD terkait dalam hal administrasi, keuangan dan sumber pendanaan satuan tugas penanganan Covid-19</p> <p>8. Melaksanakan manajemen logistic non-kesehatan</p> <p>9. Mengelola logistik. mengelola logistik barang pokok dan penting mulai dari perencanaan pelaksanaan, dan distribusi sampai ke penerima bantuan</p> <p>10. Melaksanakan proses pengadaan logistik dan peralatan sesuai rencana dan ketentuan peraturan perundang-undangan</p> <p>11. Menyusun laporan pertanggung jawaban pengelolaan logistik penanganan COVID-19;</p> <p>12. Menyusun laporan harian dan laporan akhir pelaksanaan aksi bidang logistik</p>

IV. Pengawa- san dan Pengendalian		
1. Koordinator	Inspektur DIY	
2. Anggota	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepala BPKP. Perwakilan DIY 2. Wakil Kepala Kejaksaan Tinggi DIY 3. Kabid Pengendalian Bappeda DIY 	Melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan penggunaan anggaran penanganan COVID-19 melalui pendampingan, perencanaan, pengendalian, dan pelaporan pertanggungjawaban
V. Tim Ahli		
1. Koordinator	Kepala Bappeda DIY	
2. Anggota	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dr. dr. Darwito, SH.,Sp.B(K)Onk. (RSUP Sardjito) 2. dr. Lies Indriyati, Sp.A (Arsada DIY) 3. Prof. Laksono Trisnantoro, MSc, PhD (FKKMK UGM) 4. Prof. dr. Ova Emilia, M.Med., PhD., SpOG(K) (FKKMK UGM) 5. dr. Wahyu Triyanto, Sp.M (RS dr. Soetarto) 6. dr. Swasono R SpTHT-KL MKes (RSPA dr.S Hardjolukito) 7. dr. Arief Budi- yanto, Ph.D.Sp. KK(K)(RSAUGM) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi permasalahan dan peluang dalam penanganan COVID-19 di Daerah; 2. Memberikan masukan poin-poin rumusan kebijakan strategis atau dalam penanganan COVID-19 di Daerah; 3. Menyusun skenario penanganan COVID-19 berdasarkan kerangka empiris; dan 4. Melakukan kajian akademis dan kajian strategis penanganan COVID-19.

	<p>8. dr. Joko Murdiyanto (IDI DIY)</p> <p>9. Prof. Ir. Irfan Dwidya Prijambada, M.Eng., Ph.D (UGM)</p> <p>10. Dr. Riris Andono Ahmad, MPH, Ph.D (UGM)</p> <p>11. Prof. Fathul Wahid, Ph.D (UII)</p> <p>12. Dr. Eko Teguh Paripurno (UPNV)</p> <p>13. Ir. Gatot Saptadi</p>	
C. Bidang-Bidang		
I. Bidang Data dan Informasi		
1. Ketua	Kabid Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Dinas Kesehatan DIY	<p>1. Melaksanakan pengumpulan, validasi dan pengolahan data dan informasi;</p> <p>2. Melakukan koordinasi dengan Satran Tugas Penanganan COVID-19 Kabupaten/Kota dan pihak-pihak terkait lainnya, untuk mendapatkan laporan update status/situasi, hal-hal prioritas yang perlu menjadi perhatian dan mendapatkan dukungan dari Satran Tugas Penanganan COVID-19 DIY:</p>
2. Anggota	<p>1. Kepala Badan Pusat Statistik DIY</p> <p>2. Kepala Biro Tata Pemerintahan Setda DIY</p> <p>3. Direktur Intel Polda DIY</p>	

	<p>4. Kabid Keamanan Informasi dan Persandian Diskominfo DIY</p> <p>5. Kabid Aplikasi Informatika Diskominfo DIY</p> <p>6. Kabid Bina Ideologi dan Kewaspadaan Nasional Bakesbangpol DIY</p> <p>7. Kepala Bali Penelitian, Pengembangan dan Statistik Daerah Bappeda DIY</p> <p>8. Kasubbid pencegahan BPBD DIY</p> <p>9. Kasie Mutu dan Akreditasi Pelayanan Kesehatan, Rujukan dan Fasilitas Pelayanan Kesehatan Lain Dikes DIY</p> <p>10. Kasubag Program Dikes DIY</p>	<p>3. Melaksanakan analisis data dan informasi untuk memberikan masukan hal-hal prioritas dalam percepatan penanganan COVID-19 dan disusun dalam rencana operasional penanganan COVID-19 dengan mengacu kepada kebijakan atau arahan Satuan Tugas Penanganan COVID-19 di tingkat nasional;</p> <p>4. Memastikan terbentuknya jaringan komunikasi/perhubungan hingga ke tataran Desa dan RT/RW;</p> <p>5. Menyusun laporan harlan capaian penanganan COVID-19; dan</p> <p>6. Melaporkan secara berkala pelaksanaan, permasalahan dan capaian Bidang Data dan Informasi,</p>
II. Bidang Komunikasi Publik		
1. Koordinator	Kepala Dinas Komunikasi Informatika DIY	Melaksanakan kegiatan Komunikasi Publik pencegahan dan penanggulangan COVID-19 berdasarkan arahan Satuan Tugas Penanganan COVID-19 DIY;
2. Anggota	1. Kepala Penerangan Korem 072/PMK	

	<p>2. Kabid Humas Polda DIY</p> <p>3. Kabid TIK Polda DIY</p> <p>4. Kabid Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika DIY</p> <p>5. Kabid Data dan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika DIY</p> <p>6. Kabid Pencegahan dan Kesiapsiagaan BPBD DIY</p> <p>7. Kabag Humas Biro Umum, Humas dan Protokol Setda DIY</p> <p>8. Kasubbid Pengendalian Operasi BPBD DIY</p> <p>9. Kasie Promosi Kesehatan dan Penyehatan Lingkungan Dikes DIY</p>	<p>Mengoordinasikan keterlibatan sumber daya berbagai mitra di wilayahnya untuk mendukung pelaksanaan kegiatan Komunikasi Publik;</p> <p>Mendiseminasikan informasi publik yang diterima dari Satuan Tugas Penanganan COVID-19 DIY:</p> <p>Menggalang dan mengoordinasikan sumber daya dari multi disiplin dan berbagai unsur pentahelix yang mempunyai kemampuan untuk memodifikasi konten dengan kearifan lokal dan upaya-upaya edukasi, sosialisasi dan mitigasi; dan</p> <p>Memberikan dukungan dan pendampingan secara terpadu kepada kabupaten/kota terkait upaya-upaya komunikasi publik melalui media cetak, media elektronik, media sosial, dan media luar ruangan dengan mengacu kepada kebijakan Satuan Tugas Penanganan COVID-19 DIY</p>
III. Bidang Perubahan Perilaku		
1. Koordinator	Kepala Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga DIY	1. Memberikan dukungan dan pendampingan secara terpadu kepada kabupaten/kota terkait upaya-upaya sosialisasi, edukasi dan mitigasi untuk mendukung perubahan perilaku di kabupaten/kota, khususnya
2. Anggota	1. Kepala Dinas Pariwisata DIY	

	<p>2. Kepala Dinas Kebudayaan (Kundha Kabu-dayan) DIY</p> <p>3. Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk DIY (DP3AP2)</p> <p>4. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY</p> <p>5. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM DIY</p> <p>6. Kepala Kanwil Kementerian Agama DIY</p> <p>7. Kabid Kesehatan Masyarakat Dinks DIY</p>	<p>di wilayah-wilayah yang menjadi prioritas;</p> <p>2. Menggalang dan mengkoordinasikan sumber daya dari multi disiplin dan berbagai unsur pentahelix yang mempunyai kemampuan untuk memodifikasi konten dengan kearifan lokal dan upaya-upaya edukasi, sosialisasi dan mitigasi;</p> <p>3. Memberikan dukungan dan pendampingan secara terpadu kepada kabupaten/kota terkait upaya-upaya komunikasi publik melalui media cetak, media elektronik, media sosial, dan media luar ruangan dengan mengacu kepada kebijakan Satuan Tugas Penanganan COVID-19;</p> <p>4. Memberikan dukungan terpadu dan pendampingan melekat kepada kabupaten/kota untuk memastikan kelembagaan Satuan Tugas di tataran kecamatan, kelurahan/desa dan RT/RW dapat berfungsi dengan baik; dan</p> <p>5. Melaporkan secara berkala pelaksanaan, permasalahan dan capaian Bidang Perubahan Perilaku</p>
IV. Bidang Penanganan Kesehatan		
1. Koordinator	Kepala Dinas Kesehatan DIY	1. Memberikan dukungan kepada kabupaten/kota untuk meningkatkan upaya terpadu untuk peningkatkan kapasitas sarana prasarana kesehatan termasuk
2. Anggota	1. Kabid Dokkes Polda DIY 2. Dandenkesyah 04.04.02 Yogya	

	<p>3. Ketua PMI DIY</p> <p>4. Kepala Bapeles DIY</p> <p>5. Kepala Balai Lakes dan Kalibrasi DIY</p> <p>6. Kabid Penanganan Darurat BPBD DIY</p> <p>7. Kabid Pelayanan Kesehatan Dikes DIY</p> <p>8. Kabid Sumber Daya Kesehatan Dikes DIY</p> <p>9. Kabid Pengendalian dan Pencegahan Dinkes DIY</p> <p>10. Kasie Pengendalian Penyakit Dinks DIY</p> <p>11. Kasie Pencegahan Penyakit Dinkes DIV</p> <p>12. Kasie Kesehatan Dasar Rujukan dan Kesehatan Khusus Dikes DIY</p> <p>13. Kasie Mutu dan Akreditasi Fasyankes Primer, Rujukan dan Fasyankes Lain Dikes DIY</p> <p>14. Kabid Perlindeungan dan Jaminan Sosial Dinas Sosial DIY</p>	<p>memenuhi kebutuhan alat material kesehatan untuk mendukung testing masif, kacing agresif, isolasi ketat dan treatment sesuai protap yang berlaku;</p> <p>2. Mengelola dan menyediakan tenaga kesehatan:</p> <p>3. Menyiapkan dan mengelola Shelter yang digunakan untuk karantina bagi pasien positif terkonfirmasi COVID-19 tanpa gejala dan tenaga kesehatan;</p> <p>4. Melakukan koordinasi dengan Satran Tugas Penanganan COVID-19 Kabupaten/Kota untuk mendapatkan update status/situasi, hal-hal prioritas yang perl menjadi perhatian dan mendapatkan dukungan dari Satran Tugas Penanganan COVID-19 DIY terkait penanganan kesehatan;</p> <p>5. Memberikan pendampingan dan dukungan untuk memastikan pelaksanaan surveilans COVID-19 sesuai standar dan protap yang berlaku; baik di rumah sakit pememntah maupun rumah sakit swasta;</p> <p>6. Memberikan pendampingan dan dukungan untuk memastikan Satuan Tugs Penanganan COVID-19 DIV:</p> <p>7. Memberikan dukungan Kabupaten/Kota dalam melaksanakan testing PC secara masif, tracing atau pelacakan secara agresif dan pelaksanaan vaksinasi sesuai dengan target capaian yang telah diarahkan</p>
--	--	---

	<p>15. Kasie Penanganan Korban Bencana Alam dan Korban Bencana Sosial Dinas Sosial DIY</p> <p>16. Kabid Aset BPKA DIY</p>	<p>oleh Satuan Tugas Penanganan COVID-19 ditingkat nasional</p> <p>8. Memberikan pendampingan dan dukungan untuk memastikan adanya dan dimplementasikannya protocol terkait perlindungan bagi petugas kesehatan/tenaga medis untuk meminimalisir risiko tenaga medis tertular COVID-19;</p> <p>9. Memberikan pendampingan dan dukungan untuk memastikan berfungsinya support system untuk pasien dalam pemulihan yang sudah keluar dari Rumah Sakit agar tetap termonitor dan terpenuhi layanan dan kebutuhan dasarnya;</p> <p>10. Merumuskan pengelolaan limbah medis terkait COVID-19 dengan pihak-pihak terkait;</p> <p>11. Melaksanakan monitoring, pengendalian dan pengaturan, kegiatan penanganan COVID-19 yang dilaksanakan oleh unsur-unsur kesehatan di wilayahnya (Dinas Kesehatan, Rumah Sakit, Puskesmas, Laboratorium);</p> <p>12. Melaksanakan koordinasi dan kerjasama penanganan COVID-19 dengan unsur-unsur kesehatan di wilayahnya yang berada pada tataran provinsi maupun kabupaten/kota;</p> <p>13. Melaksanakan pencatatan dan pemutakhiran database shelter;</p> <p>14. Melaporkan Secara Berkala pelaksanaa, permasalahan dan capaian bidang penanganan kesehatan</p>
--	---	--

V. Bidang Penegakan Hukum dan Pendisiplinan		
1. Koordinator	Kepala Satpol PP DIY	1. Melakukan penegakan hukum protokol kesehatan, baik secara yustisi dan non-yustisi bagi pelanggar protokol kesehatan;
2. Anggota	<p>1. Kepala Dinas Perhubungan DIY</p> <p>2. Karo Ops Polda DIV</p> <p>3. Kasi Ops Korem 072/Pamungkas</p> <p>4. Direktur Pamovit Polda DIY</p> <p>5. Direktur Samapta Polda DIY</p> <p>6. Dansat Brimob Polda DIY</p> <p>7. Komandan Den Pom Korem 072/PMK</p> <p>8. Komandan Pomal Yogyakarta</p> <p>9. Dan Subsatgas BAIS DIY</p>	<p>2. Melaksanakan sterilisasi fasilitas umum dan fasilitas sosial secara berkala dan menutup sementara area publik yang berpotensi menimbulkan kerumunan dan melibatkan banyak orang;</p> <p>3. Melaksanakan pengawasan, pembinaan dan pendisiplinan masyarakat untuk mentaati protokol kesehatan, menghindari kerumunan dan mematuhi protap isolasi ketat;</p> <p>4. Melaksanakan pengawasan, pembinaan dan pendisiplinan kepada pengelola kegiatan sosial, keagamaan, hajatan, pariwisata, layanan publik, tempt usaha, perkantoran maupun kegiatan program jaring pengaman sosial; dan</p> <p>5. Melaporkan secara berkala pelaksanaan, permasalahan dan capaian Bidang Penegakan Hukum.</p>
VI. Bidang Relawan		
1. Koordinator	Kepala Dinas Sosial DIY	1. Melaksanakan penggalangan partisipasi aktif dan perekrutan relawan dari berbagai pihak untuk mendukung penanganan COVID-19;
2. Anggota	<p>1. Ketua FPRBDIY</p> <p>2. Ketua Kwarda Gerakan Pramuka DIY</p>	

	<p>2. Sekretaris Dinas Dikpora DIY</p> <p>3. Kabid Sumber Daya Kesehatan Dinkes DIY</p> <p>4. Kepala Biro Pemberdayaan Masyarakat DIY</p> <p>5. Kabid Perlindungan dan Jaminan Sosial Dinsos DIN</p> <p>6. Kasubbid Kedaruratan BPBD DIY</p> <p>7. Kasie Penanganan Korban Bencana Alam dan Korban Bencana Dinas Sosial DIY</p>	<p>2. Menyediakan relawan non-medis dengan memberikan penugasan, melakukan pe-mantauan dan pengawasan untuk memastikan penugasan para relawan tersebut sesuai dengan peruntukannya dan mengedepankan keamanan relawan maupun pengguna jasa relawan terhadap ancaman COVID-19:</p> <p>3. Memberikan dukungan penyediaan tenaga relawan bagi bidang-bidang di dalam Satuan Tugas Penanganan COVID-19 yang memerlukan</p> <p>4. Mengkompilasi hasil pendataan yang dilakukan oleh Satgas Kabupaten/Kota terkait warga pendatang/pemudik. Warga rentan, warga sakit/pendatang sakit, warga dalam karantina/isolasi dan petugas/relawan yang melayani karantina/isolasi dan melaporkan setiap hari ke Posko Terpadu Penanganan COVID-19 DIY: dan</p> <p>5. Melaporkan secara berkala pelaksanaan, permasalahan dan capaian Bidang Relawan.</p>
--	---	---

STRUKTUR ORGANISASI SATUAN TUGAS PENANGANAN CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)
DIWILAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur DIY, susunan Satuan Tugas (Satgas) Covid-19 terdiri dari berbagai bidang dan lapisan, seperti Instansi Polri, Dinas Komunikasi dan Informatika, Dinas Kesehatan, BPBD, Humas DIY dan lain-lain. Dalam proses nya baik itu pemecahan masalah maupun memberikan informasi perihal apapun yang berkaitan dengan Covid-19, gugus tugas inilah yang akan meramu informasi jenis apa yang akan disampaikan ke masyarakat dan dengan metode apa menyampaikannya. Dalam tahapan manajemen informasi

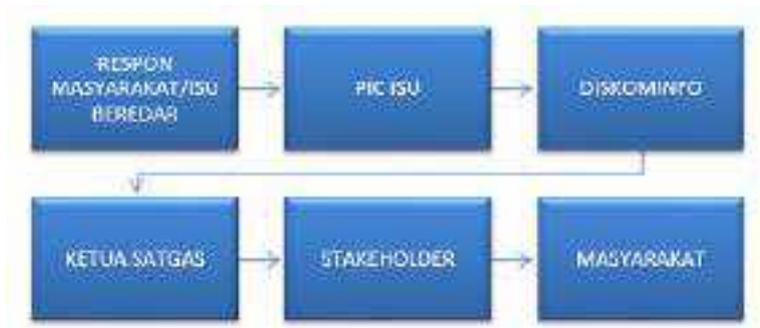
Covid-19 di Yogyakarta terdapat alur pengumpulan data dan informasi, pengelolaan informasi, lalu penyebaran informasi. Dalam pengumpulan bahan baku informasi diserahkan dengan masing-masing OPD dan sesuai pada bidangnya, sebagai contoh dari Dinas Kesehatan akan membagikan informasi dari sudut pandang kesehatan, Dinas Pendidikan membagikan informasi mengenai dunia Pendidikan, Kepolisian tentang peraturan dan lain-lainnya.

Informasi tersebut nantinya akan di kirimkan ke Dinas Komunukasi dan Informatika DIY lalu akan dikelola dan akan di publikasikan ke publik dengan berbagai pendekatan dan media. Satuan tugas Covid-19 DIY berkomitmen untuk melakukan pendekatan informasi ke masyarakat dengan menggunakan pendekatan yang humanis, bukan dengan pendekatan yang menakuti. Maka dari itu, setelah proses pengumpulan bahan dan data untuk publikasi, Dinas Komunikasi dan Informatika beserta ketua satgas akan melakukan peninjauan dan menyaring mana yang layak sebarakan ke masyarakat, atau tidak. Setelah itu dilakukan lah proses publikasi dan penerjemahan informasi yang nantinya diikuti oleh dinas-dinas lainnya.

Tabel 2. 1 Alur Informasi ke Masyarakat



Tabel 2. 2 Alur Tanggapan Terhadap Isu Yang Beredar



B. Strategi Manajemen Informasi Pencegahan Covid 19

Dalam upaya penyajian informasi, ada langkah-langkah perencanaan sebelum menyajikan kepada publik seperti pencarian data, mengumpulkan data, mengelola data, penyaringan data, lalu memilih bentuk penyajian data menjadi informasi yang siap di konsumsi oleh masyarakat. Setelah informasi dibagikan ke masyarakat maka selanjutnya adalah melakukan pengawasan informasi yang sudah di distribusikan ke masyarakat melalui media-media yang sudah di pilih.

Penyajian informasi kepada publik menggunakan beberapa cara dengan harapan dapat memaksimalkan *attention* serta jangkauan yang luas. Cara konvensional juga menjadi salah satu pilihan melakukan sosialisasi, contoh dari media konvensional adalah dengan menggunakan media elektronik dan cetak. Media elektronik contohnya televisi, radio, atau *billboard* yang dapat dijumpai di ruang terbuka publik serta *press release* atau konferensi pers. Media cetak seperti koran, poster dan sebagainya. Walaupun di era saat ini media konvensional sudah banyak

ditinggalkan karena perkembangan teknologi (Gasti, 2018) namun jika menuju *audience* generasi kelahiran tahun 50-80 an, media konvensional masih menjadi rujukan informasi yang di percaya (Ika, 2018). Berikut contoh sosialisasi melalui media konvensional di DIY.



Gambar 2. 1 Berita Himbauan DIY Darurat Covid-19
Sumber: Kedaulatan Rakyat



Gambar 2. 2 Pemasangan Poster Pencegahan Covid-19 pada objek wisata
Sumber: Jogjaprov.go.id

Selain media konvensional, demi menjangkau *audience* yang banyak baik dari segi kuantitas, umur, dan *gender*, upaya sosialisasi juga melalui *New media* atau media baru. Media baru didefinisikan sebagai bentuk dari komunikasi yang baru dan dalam penggunaannya melibatkan teknologi digital dan internet (Utara, n.d.) salah satu produk dari media baru adalah media sosial seperti *Instagram*, *twitter*, dan lain-lain. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Nielsen* generasi Z (10-19 tahun) mengakses internet sebanyak 50 persen, dan pada generasi Milenial (20-34 tahun) mengakses 58 persen internet (Ika, 2018). Dari persentase ini dapat dikatakan bahwa publikasi atau sosialisasi melalui media sosial dapat menjangkau generasi muda demi target menjangkau semua lapisan dan elemen masyarakat. Berikut contoh dari sosialisasi melalui media sosial.



Gambar 2. 3 Informasi tentang catatan persebaran Covid di DIY

Sumber: Instagram Humasjogja

Setelah bahan publikasi terbit, baik di media konvensional, maupun media baru, akan dilaksanakan monitoring terkait perkembangan publikasi tersebut, dengan harapan pesan yang disampaikan tepat pada sarannya. Dari publikasi tersebut hanya media baru yang bisa didapatkan *feedback* atau umpan balik

ini berbentuk respon dari masyarakat terkait informasi yang disampaikan, dari sinilah dapat dilihat perkembangan apakan pesan yang diharapkan diterima oleh masyarakat dapat diterima dengan baik, atau malah sebaliknya.

Tidak Hanya sebagai media transfer informasi dari Pemerintah Daerah ke masyarakat, tapi konten-konten yang dibagikan ke masyarakat juga sebagai penangkal dari *hoax-hoax* yang bermunculan. Ada banyak sekali *hoax* selama masa pandemi Covid-19, baik itu di Indonesia secara umum, serta khususnya di DIY. *Hoax* yang bermunculan mulai dari kandungan vaksin, informasi publik seperti penutupan lokasi, maupun konten tiruan seperti aplikasi Peduli Lindungi.



Gambar 2. 4 Konten Tiruan aplikasi Peduli Lindungi

Sumber: Covid19.go.id

Hoax dapat disebut juga dengan disinformasi. Hal ini berdasarkan pengertian dari disinformasi itu sendiri, yakni informasi yang salah dan sengaja dibuat dan disebar dengan tujuan tertentu dan untuk merugikan dan juga menipu (Silalahi & Sevilla, 2020). Disinformasi merupakan bagian dari kekacauan informasi (*information disorder*). Berbeda dengan misinformasi yang memiliki arti sebuah informasi salah yang dibuat dan disebar oleh penyebar tanpa ada niatan untuk merugikan atau menipu dan bahan penyebar percaya bahwa informasi benar, juga berbeda dengan malinformasi yang memiliki arti informasi yang benar namun digunakan untuk mengancam seseorang ataupun kelompok orang dengan identitas tertentu untuk mengambil keuntungan.

Disinformasi merujuk pada distribusi atau diseminasi informasi bohong, palsu, keliru, ataupun menyimpang yang dilakukan secara sengaja yang bertujuan untuk menyesatkan menipu, atau membingungkan pihak penerima. Kebohongan kemudian menjadi elemen persuasif utama yang memanfaatkan ambiguitas dari bahasa kita untuk mendorong masyarakat melakukan suatu tindakan tertentu. Kesalahan informasi yang diberikan ke publik, pada akhirnya menentukan bagaimana cara mereka bertindak dan menyebarkan penilaian moral tertentu kepada masyarakat yang membaca disinformasi tersebut (Bafadhal dan Santoso 2020).

Disinformasi bukan merupakan hal yang baru, karena sudah sedari dahulu disinformasi ada. Terutama zaman lebih lampau belum adanya internet atau sumber informasi lainnya yang dapat memberikan pengetahuan dan juga kebenaran. Adanya disinformasi disebabkan karena kurangnya informasi yang benar dan banyaknya kecemasan sehingga disinformasi akan berkembang

pesat. Disinformasi juga dapat digunakan untuk mencari keuntungan baik secara finansial maupun secara politis (Vidi, 2021).

Disinformasi mengenai COVID-19 muncul dalam berbagai topik, mulai dari informasi yang salah mengenai etiologi virus tersebut, pencegahan dan penyembuhan virus, teori konspirasi mengenai kesengajaan Cina membuat virus ini sebagai senjata biologis sampai dengan karakteristik virus ini yang hancur di air, dan masih banyak disinformasi lainnya. Masalah muncul ketika disinformasi ini menyebar, muncul, viral, dan kemudian dikonsumsi secara besar-besaran oleh masyarakat sehingga mengganggu keaslian ekosistem berita dan menutupi informasi yang asli.

Akibat dan dampak buruk yang disebabkan adalah beralihnya orang-orang ke pengobatan yang tidak efektif dan dapat berpotensi membahayakan nyawa, timbul pembelian secara panik pada produk tertentu, dan munculnya rasa tidak percaya kepada pemerintah karena adanya informasi yang keliru mengenai kinerja mereka dalam pandemi ini. Adanya disinformasi ini menjadi masalah serius karena banyaknya disinformasi yang diterima oleh masyarakat sehingga menyebabkan perilaku yang salah. Selain itu, informasi yang salah mengenai COVID-19 juga berakibat pada tertutupinya informasi mengenai perilaku sehat karena ia mempromosikan praktik-praktik keliru yang meningkatkan penyebaran virus dan pada akhirnya menghasilkan perilaku kesehatan yang salah (Bafadhal & Santoso, 2020).

Disinformasi berita mengenai COVID-19 di Indonesia sangat banyak. Pada September 2020, sudah tercatat ada 1016 disinformasi mengenai COVID-19 di Indonesia dan jumlah ini tentu saja sudah bertambah pada tahun 2021 (Dolorosa 2020). Hal ini mengakibatkan

dampak buruk sama seperti apa yang telah dipaparkan di atas mengenai dampak buruk akibat adanya disinformasi. Disinformasi-disinformasi tersebut menimbulkan keresahan pada masyarakat, bahkan banyak masyarakat yang percaya akan informasi bohong tersebut sehingga banyak masyarakat juga yang tidak terarah dan salah baik dalam mengambil keputusan atau hal lainnya. Selain itu, hal ini juga dapat menyebabkan munculnya teori konspirasi medis (Bafadhal & Santoso, 2020). Penyebab adanya dan timbulnya disinformasi terutama pada bidang kesehatan (dalam hal ini adalah disinformasi mengenai COVID-19) menurut berbagai literatur diyakini didasari oleh dua motif utama, yaitu motif finansial dan ideologis (Tandoc et al., 2018). Hal ini sama seperti yang diungkapkan oleh Vidi (Vidi, 2021), bahwa disinformasi juga dapat digunakan untuk mencari keuntungan baik secara finansial maupun secara politis.

Selain mengenai situs PeduliLindungi yang ada imitasinya, disinformasi atau hoax juga terdapat pada berita-berita yang tersebar baik di *new media* seperti sosial media, namun juga tersebar melalui pesan siaran yang merupakan salah satu fitur yang ada di aplikasi chatting dan juga tersebar melalui pesan yang diteruskan pada grup-grup yang berada di aplikasi chatting tersebut. Hoax atau disinformasi yang tersebar adalah berikut (yang mana telah diberitakan oleh beberapa portal berita yang akurat).

- a. Pesan Mengatasnamakan dari Polresta Yogyakarta Waspada Pasca Asimilasi Napi di Yogya
- b. Viral Pesan 29 Warga di Yogya Kena Corona Usai Layat, Pemkot: Hoax!
- c. Pesan 'Vaksin COVID Bisa Dihilangkan Pakai Garam' Hoax!, Ini Faktanya



Sumber: kominfo.go.id



Sumber: news.detik.com



Sumber: detik.com/jateng

Disinformasi merupakan berita bohong yang sengaja dibuat dan disebarakan untuk tujuan tertentu tetapi tujuan tersebut merugikan banyak pihak. Sehingga, konteks disinformasi selalu berkonteks negatif baik bagi individu maupun suatu kelompok ataupun negara. Masih banyak masyarakat yang mengkonsumsi informasi bohong tersebut tanpa diolah terlebih dahulu. Hal ini menimbulkan banyak dampak terutama dampak negatif.

Dampak paling buruk adalah dengan msyarakat yang lebih memilih pengobatan yang tidak masuk akal dan dapat menimbulkan bahaya pada nyawa dibandingkan dengan pengobatan yang lebih resmi. Selain itu, timbulnya reaksi berlebihan masyarakat sehingga menimbulkan pembelian secara panik pada produk-produk tertentu. Pembelian barang secara panik ini tidak hanya terjadi di Indonesia, namun pada seluruh dunia. Ada pula rasa ketidakpercayaan kepada pemerintah akibat adanya disinformasi mengenai kinerja pemerintah dalam

menghadapi pandemi. Bahkan ada yang tidak percaya dengan pemerintah sehingga mengabaikan kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah, dan ini juga merupakan salah satu faktor banyaknya COVID-19 yang tersebar. Disinformasi juga dapat mengacaukan upaya pemerintah secara global untuk menjinakkan COVID-19 karena timbulnya rasa tidak percaya kepada pemerintah.

Sebagai stakeholder yang juga menjadi penanggung jawab dalam manajemen informasi pencegahan COVID-19, Pemerintah harus memiliki upaya tidak hanya mengeluarkan kebijakan mengenai keadaan pandemi ini. Pemerintah memiliki peran yang cukup penting dalam menyebarkan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan pencegahan, dan ini dapat dilakukan melalui sosial media dan juga penyebaran informasi melalui media konvensional. Akan tetapi, mengingat masifnya penggunaan sosial media saat ini, mungkin dapat dikatakan bahwa hal yang paling tepat untuk penyebaran informasi demi pencegahan penyebaran COVID-19 dapat dilakukan dengan melalui sosial media. Salah satunya yakni penyebaran informasi program vaksinasi demi terlindunginya masyarakat Indonesia dari COVID-19.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Sutan (2021), penyebaran informasi mengenai program vaksinasi di sosial media cukup berhasil. Terlebih adanya tagar yang lebih memudahkan penemuan informasi yang disebarkan. Ini juga disebabkan karena adanya fitur trending di beberapa sosial media, sehingga ketika ada satu kata yang ramai dibicarakan, maka akan muncul sebagai kata tunggal yang trending dan mempermudah masyarakat untuk menemukan informasi yang tersedia berdasarkan kata tunggal yang ada.

Pemerintah DIY, sebagai stakeholder yang memiliki peran dalam pencegahan COVID-19 dan juga penyebaran informasi mengenai hal tersebut, telah melakukan antisipasi dalam penanganan COVID-19. Antisipasi yang dilakukan cukup banyak, seperti dianggarkannya dana tak terduga sebesar 14,8 miliar untuk percepatan dan penanganan COVID-19. Bahkan, setiap instansi yang ada di DIY juga melakukan penyisihan anggaran masing-masing untuk membantu pemerintah secara umum dalam upaya penanganan COVID-19. Selain itu, anitisipasi yang dilakukan juga berupa pemantauan pendatang yang akan memasuki wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, baik warga yang datang ataupun bukan warga asli Yogyakarta yang hanya ingin berkunjung ke Yogyakarta. Tidak hanya itu, pemantauan juga dilakukan tidak hanya pada warga yang baru saja datang dari luar daerah, namun juga dari luar negeri.

C. Peran *Stakeholder* Dalam Manajemen Informasi Pencegahan Covid 19

Pemerintah melakukan pemantauan bukan hanya pemerintah daerah dari DIY, namun juga pemerintah yang lebih kecil tingkatannya seperti kecamatan, desa, dan dukuh. Hasil yang didapatkan ini akan didata dan nantinya akan menjadi data-data yang dibutuhkan untuk Pemerintah dalam memantau wilayahnya untuk antisipasi penyebaran COVID-19 di Yogyakarta. Pemantauan ini dilakukan dengan mengisolasi orang yang baru datang, setelah itu apabila ketika dalam masa isolasi orang tersebut mengalami gejala kesehatan yang identik dengan gejala Covid-19, maka diharapkan segera memeriksakan diri ke puskesmas atau pelayanan kesehatan terdekat.

Pencegahan juga dilakukan dengan komunikasi langsung kepada masyarakat dengan melakukan *blusukan* demi memberikan edukasi kepada masyarakat. Hal ini dilakukan karena mengingat tidak semua masyarakat mudah mengerti dengan informasi yang diberikan. Dengan melakukan komunikasi langsung dengan warga, diharapkan warga lebih mengerti dan juga lebih respek dengan keadaan terutama kepada pemerintah. Selain itu, tujuan melakukan komunikasi langsung juga dilakukan agar warga dapat bersinergis dengan pemerintah terkait pencegahan COVID-19, terutama pada bidang penyebaran informasi dan komunikasi terkait pencegahan COVID-19 di Yogyakarta.

Stakeholder lain selain pemerintah juga memiliki peran yang cukup penting. Misalkan perusahaan yang memberikan edukasi melalui media sosial yang tersedia. Sama seperti Pemerintah lakukan dan tujukan, penggunaan media sosial menjadi target dari stakeholder seperti perusahaan untuk melakukan penyebaran informasi mengenai pencegahan COVID-19 di DIY. Selain ditujukan kepada pegawainya, dengan media sosial yang sangat masif penggunaannya dan juga adanya kata tunggal dan juga tagar, membuat informasi dapat dibaca oleh khalayak ramai.

Peran stakeholder baik Pemerintah maupun pihak swasta, keduanya memerlukan sinergitas. Hal ini karena stakeholder berarti memegang power penting pada kehidupan. Sebagaimana pengertian dari, yakni individu, kelompok, atau badan yang memberikan pengaruh kepada yang dipengaruhi karena suatu program atau pun kegiatan dan dapat pula kebijakan juga pembangunan (Mahfud et al., 2014). Untuk itu, kedua stakeholder yang cukup berpengaruh ini perlu mengadakan kerja sama. Terlebih

di Yogyakarta cukup banyak perusahaan-perusahaan baik skala besar maupun skala kecil seperti UMKM yang aktif. Selain itu, sebagai salah satu destinasi berlibur, apabila adanya sinergi antara stakeholder Pemerintah dan Swasta, kemungkinan peran yang sebenarnya terlihat. Terutama pada Pemerintah yang memang merupakan penanggung jawab daerah.

Pemerintah diharapkan untuk lebih menjelaskan dan juga menjabarkan mengenai berbagai informasi secara cepat dan tepat, sehingga masyarakat tidak lebih dahulu menerima disinformasi dibandingkan dengan informasi yang akurat. Tidak hanya itu, stakeholder swasta yang mana bukan bagian dari pemerintahan dan juga kepada masyarakat, untuk tidak langsung percaya dengan informasi yang ada dan sebisa mungkin mencari informasi yang lebih akurat kepada ahlinya dan lebih memilah informasi yang diterima.



Chapter 3

PROBLEMATIKA INFORMASI COVID-19

Problematika informasi selama masa pandemi Covid-19 masih terus terjadi terhitung dari awal kemunculan Covid-19 di Indonesia pada Maret 2020 lalu hingga saat ini paa awal tahun 2022. Seiring bertumbuhnya angka peningkatan penyebaran Covid-19 hampir di seluruh dunia, terdapat pula peningkatan jumlah misinformasi, disinformasi, dan *hoaks* mengenai virus Covid-19 (Pulido Rodríguez, C., Villarejo Carballido et al., 2020).

Pemerintah yang dalam hal ini memiliki tanggung jawab terhadap penanganan Covid-19 tidak hanya fokus pada upaya pencegahan dan pengobatan dari penularan virus, namun arus informasi yang tidak terkontrol baik berita yang benar maupun berita bohong yang sudah sangat menyebar luas. Menurut Harry Sufehmi Pendiri Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) menerangkan pada Media Center Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 di Graha Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), bahwa Infodemik merupakan permasalahan penyebaran

informasi dalam kondisi pandemi Covid-19 (Kominfo.Id, 2020)

A. Infodemik

Infodemik merupakan situasi dimana terlalu banyak informasi yang beredar menyebabkan sulitnya masyarakat untuk mendapatkan informasi yang valid terkait pandemi Covid-19. Situasi infodemik ini bukan membantu malah memperparah kondisi pandemi Covid-19. Misalnya saja banyak sekali beredar dimasyarakat terkait obat penangkal Covid-19 sehingga membuat masyarakat merasa aman, padahal seharusnya kondisi tersebut harus mendapatkan pertolongan medis, hal ini secara tidak langsung berakibat fatal karena dapat membuat kehilangan nyawa. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika bahwa terdapat setidaknya infodemik berita *hoaks* mencapai angka 566 terhitung sampai tanggal 04 April 2020 (Kominfo.Id, 2020).

Efek terburuk yang dapat disebabkan oleh disinformasi adalah kehilangan nyawa yang disebabkan oleh salah terpapar informasi, pada kasus Covid-19 dikawatirkan masyarakat beralih kepada berita-berita bohong terkait pengobatan Covid-19 yang tidak benar, serta muncul reaksi yang berlebihan dari masyarakat terhadap disinformasi. Misal pada masa awal pandemi, banyak orang yang melakukan *panic buying* karena terpapar disinformasi, dan bahkan hal ini juga dapat menyebabkan kurang bahkan hilangnya rasa percaya masyarakat kepada instansi atau pihak pemerintah dan WHO yang seharusnya menjadi tepat bagi masyarakat memperoleh informasi yang konkrit (Cuan-Baltazar, J. Y., Muñoz-Perez et al., 2020)



Gambar 3. 1 Tangkapan layar Berita Tentang Infodemic
Sumber:(Liputan6.com, 2021a)

Berikut adalah macam-macam permasalahan dalam informasi berita:

1. Misinformasi

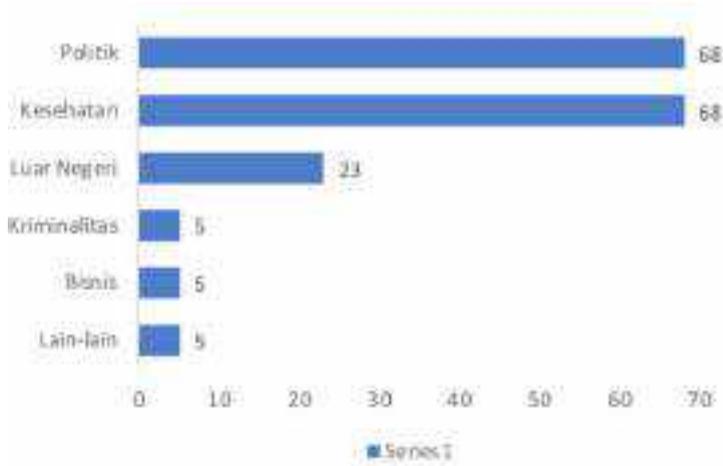
Misinformasi merupakan berita atau informasi yang berasal dari penafsiran terhadap sesuatu tanpa memiliki sumber yang jelas, dan misinformasi ini dibuat dan disebarakan tidak ada unsur untuk merugikan orang lain.(Liputan6.com, 2021b)

2. Disinformasi

Disinformasi sendiri merupakan bentuk dari berita atau informasi bohong yang secara sengaja disebarakan, tidak terbukti sumber yang jelas serta memiliki tujuan untuk mengelabui *audience*. Tentu saja munculnya disinformasi ditengah-tengah pandemi Covid-19 akan merusak ruang lingkup dari informasi-informasi benar

yang seharusnya diterima oleh masyarakat (Grace, 2020).

Percampuran informasi benar dan bohong terus bergulir, menyebabkan infodemik ditengah peliknya pandemi Covid-19. Sepanjang pandemi Covid-19 sangat banyak diinformasi yang timbul dari berbagai sektor, baik dari sektor bisnis, politik, kriminalitas, kesehatan, luar negeri, dan sektor-sektor pendukung lainnya. Berdasarkan data dari Hoaks Buster dalam (Madri Bafadhal, O dan Dwi Santoso, 2020) terdapat lima sektor yang terdapat banyak disinformasi Covid-19, dipaparkan dalam tabel berikut:



Gambar 3. 2 Daftar disinformasi terkait berita Covid-19
Sumber: (Madri Bafadhal, O dan Dwi Santoso, A, 2020)

Berdasarkan data dari gambar diatas terlihat bahwa disini disinformasi dibidang politik dan kesehatan menduduki posisi tertinggi dari pada sektor-sektor yang lain dengan disusul disinformasi terkait luar negeri,

kemudian diikuti oleh disinformasi dari kriminalitas, bisnis, dan lain-lain. Terpaparkan bahwa informasi politik dan kesehatan menjadi topik yang banyak dipenuhi oleh disinformasi, dimana pada dasar kedua topik itu menjadi hal seharusnya dapat diakses oleh masyarakat karena dua topik tersebut adalah hal krusial pada masa pandemi.

Pada bidang politik isi dari pemberitaan tersebut biasanya seputar kebijakan pemerintah mengenai kondisi pandemi Covid-19, kebijakan PPKM, *lockdown*, serta peraturan-peraturan pemerintah terkait pandemi Covid-19. Kemudian dibidang kesehatan berita-berita seputar pengobatan alternatif, bagaimana cara menghindari dan menyembuhkan Covid-19, seputar vaksin Covid-19 mulai dari berita vaksin tidak halal, terdapat *microchip* dalam vaksin, bahkan berita lonjakan pasien Covid-19, berita pemakaman korban yang tinggi, dan berbagai berita-berita yang termasuk ke disinformasi Covid-19 (Madri Bafadhal, O dan Dwi Santoso, 2020)

Tabel 3. Kategori dan Sub kategori disinformasi

Kategori	Sub-Kategori	Jumlah
Demokrasi	Demokrasi	1
Ekonomi	Kriminalitas	1
Isi Negatif	Oris	6
	Isi	12
	Isi berita Semesta	1
Kesehatan	Kecelakaan COVID-19	9
	Obat/Pengobatan COVID-19	29
	Pencegah COVID-19	1
	Vaksin COVID-19	8
	Perawatan/Obat COVID-19	12
	Fasilitas pengobatan/obat	5
Politik	Alasan	8
	Alasan pemerintah	19
	Politik luar	17
	Kebijakan luar negeri	14
Lain-lain	Lain-lain	1

Gambar 3. 3 Topik dan Sub Topik Disinformasi

Sumber: (Madri Bafadhal, O dan Dwi Santoso, A, 2020)

Gambar di atas memaparkan apa saja topik-topik yang di dalamnya banyak terdapat disinformasi, disertai dengan sub topik dan jumlah dari disinformasi tersebut. Namun data dari gambar di atas menerangkan kondisi di pertengahan tahun 2020, hingga saat ini di awal tahun 2022 kemunculan disinformasi, *hoaks* terus bergulir seiring dengan perkembangan pandemi virus Covid-19.

3. Hoaks

Maka keduanya disinformasi dan misinformasi merupakan berita *hoaks* yang bisa disebut berita bohong yang tidak bisa dijelaskan dari mana sumber resminya. Hal ini tentunya efek negatif dari mudahnya dari akses informasi dan pesatnya perkembangan teknologi, sehingga menjadi tidak ada lagi hambatan bagi masyarakat dalam mengakses informasi melalui *platform* media.

Munculnya berita-berita *hoaks* ini juga memicu kurangnya kepercayaan dan kepatuhan masyarakat terhadap arahan pemerintah untuk melakukan isolasi di rumah masing-masing. Masalah ini juga dipicu dari otoritas yang terkait kurang cepat dalam memberikan informasi di media-media, sementara antusias dan animo masyarakat sangat tinggi akan informasi yang valid sehingga munculnya berita *hoaks* sangat mudah menyebar dengan sangat mudah, sehingga menciptakan banyak oknum-oknum yang memanfaatkan kondisi ini. Padahal seharusnya pandemi Covid-19 ini di *support* oleh sumber informasi yang kredibel (Radecki, R. P., & Spiegel, 2020)

B. Periode Awal Pandemi Covid-19 Tahun 2020

Situasi pandemi Covid-19 dimana kebanyakan

orang merasa butuh untuk mendapatkan perlindungan, pengobatan, dan kebutuhan lain maka sangat mudah untuk terpapar oleh informasi yang menurut mereka benar secara kasat mata namun belum dibuktikan kebenarannya. Misalnya saja tingginya kemunculan berita terkait diagnosis obat-obatan yang mampu menghindarkan diri dari virus Covid-19 dan juga mampu untuk menyembuhkan para penderita Covid namun belum dapat dibuktikan validasinya, karena masih kekurangan penelitian terhadap diagnosis obat tersebut (Shereen, M. A., Khan, S., Kazmi, A. & N., & Siddique, 2020).

Kondisi ini terjadi pada awal hingga satu tahun pertama pandemi Covid-19 sekitar bulan Juni 2020, sehingga hal ini menyebabkan kebingungan para penyedia pelayanan kesehatan, dalam membendung berita-berita *hoaks* di media, karena tentu saja hal ini berdampak pada bagaimana upaya penanganan virus tersebut. Mulai tahun 2020 awal Covid-19 masuk ke Indonesia, berita-berita yang muncul di media sosial itu seputar Covid-19 *hoaks*, Covid-19 tidak benar hanya tipudaya, bagaimana cara terhindar dari Covid-19, lajunya pertumbuhan angka pasien yang terjangkit Covid-19, terjadi huru-hara di seluruh pelosok negeri, bahkan diseluruh dunia, informasi lockdown, panic buying dan berbagai berita lainnya.

Dilansir dari (BBC News, 2020) terdapat banyak konspirasi terkait Covid-19 yang merenggut banyak nyawa. Brian Lee Hitchnees menjelaskan melalui telepon rumah sakit di Florida bahwa Brian dan istrinya mengira bahwa Covid-19 hanya sebuah teori konspirasi yang dibuat-buat oleh pemerintah, sehingga pasangan ini tidak melakukan protokol kesehatan yang dihimbau oleh pemerintah, mereka menjelaskan bahwa tidak mematuhi peraturan menjaga jarak serta menghindari kerumunan. Alhasil

keduanya terpapar virus Covid-19, dengan kondisi istri dari Brian kritis, dipasangi ventilator namun tidak memberikan respon. Setelah keduanya terpapar virus Covid-19 dengan kondisi yang cukup parah, barulah pasangan ini mengakui dan membenarkan bahwa virus Covid-19 itu benar-benar ada, bukan sebuah konspirasi dari pemerintah.



Gambar 3. 4 Tangkapan Layar Berita Disinformasi Covid-19

Sumber: (BBC News, 2020)

Berbagai kasus yang ditemukan oleh di seluruh dunia (BBC News, 2020), di Arizona Amerika Serikat terdapat kasus keracunan disinfektan karena terpapar disinformasi yang menjelaskan bahwa terdapat kandungan *hydroxychloroquine* dalam disinfektan dapat menangkal dan melawan Virus Covid-19. Banyak spekulasi yang bermunculan karena pada awal Januari hingga Maret 2020 zat tersebut diuji di China sebagai anti virus Covid-19, akibatnya banyak masyarakat dunia yang mencoba mengkonsumsi zat tersebut, padahal belum teruji

kebenarannya. Meskipun perkembangan disinformasi yang terus bergulir tidak mampu membendung, banyaknya korban yang berjatuh akibat dari kecunanan *hydroxychloroquine*.

Kondisi sangat wajar terjadi karena pada awal-awal pandemi Covid-19 menyerang seluruh dunia, dan masuk ke Indonesia pada bulan Maret memicu kepanikan dan kekawatiran masyarakat, sehingga menghalalkan berbagai cara agar terhindar dari virus Covid-19. Selain keracunan *hydroxychloroquine* juga banyak yang akhirnya keracunan alkohol karena mengira alkohol juga bisa untuk menyembuhkan virus Covid-19.

Berdasarkan data dari organisasi kesehatan di Iran menjelaskan bahwa terdapat banyak orang yang menjadi korban meninggal pasien Covid-19 dari berita bohong atau disinformasi kalau alkohol mampu menyembuhkan Covid-19. Bahkan dalam satu kasus ada seorang anak kecil berusia 5 tahun kehilangan penglihatannya karena orang tuanya memberikannya alkohol untuk menyembuhkan dari Covid-19. Namun untuk angka dari jumlah korban meninggal akibat dari meminum alkohol di Iran juga masih belum diketahui pasti, karena tentunya berita tersebut akan mencemarkan pemerintah Iran (BBC News, 2020).

Disinformasi yang tersebar pada awal pandemi Covid-19 tidak hanya seputar keracunan bahan-bahan berbahaya, namun ada sebuah berita yang mencengangkan. Bahwasanya jaringan 5G yang baru saja diluncurkan dapat menyebarkan dan menularkan virus Covid-19. Pernyataan ini muncul diawali dengan lebih 70 tiang telepon dirusak oleh masyarakat karena jaringan 5G yang dimunculkan mampu memicu penyebaran virus Covid-19, akibatnya bukan malah terhindar dari Covid-19 malah menimbulkan permasalahan baru (BBC News, 2020).

Gelombang disinformasi, misinformasi, dan *hoaks* yang sangat tinggi, hingga membuat Facebook sebagai sosial media yang menjadi tempat bermunculan nya berita-berita tersebut mengambil langkah untuk menghapus hingga ratusan ribu postingan berita-berita yang tidak jelas kebenarannya. Termasuk didalamnya informasi terkait pengobatan dari bahan-bahan berbahaya yang belum diuji secara klinis, berita tentang 5G, serta rumor-rumor tidak benar lainnya.

Disinformasi dan berita yang belum pasti kebenarannya juga muncul di Yogyakarta, seperti yang tertera pada gambar berikut. Pada awal pandemi berita terkonfirmasi nya orang yang positif Covid-19 kerap kali menjadi heboh, dan tersebar dimasyarakat, padahal belum tentu berita tersebut benar adanya.



Gambar 3. 5 Tangkapan Layar Berita Disinformasi Covid-19 di Jogja

Sumber: (Kominfo, 2020a)

C. Kondisi Pertengahan Hingga Akhir Tahun 2020

Mulai memasuki pertengahan hingga akhir tahun 2020, para ilmuwan seluruh dunia dan pemerintah didesak untuk segera meluncurkan obat atau vaksin yang mampu menangkal dan mengobati virus Covid-19 ini. China sebagai negara tempat awal kemunculan virus Covid-19 juga terus mengupayakan pengembangan vaksin Covid-19. Namun tentu saja, tidak terlepas dari disinformasi yang tersebar luas di mana-mana.

Berdasarkan data dari Kominfo RI pada Laporan Isu Hoaks, terdapat informasi yang beredar di sosial media yang menerangkan bahwa Indonesia harus menyediakan biaya senilai Rp 30 Juta Triliun untuk proses uji klinis vaksin Covid-19 yang berasal dari Berita ini dikonfirmasi sebagai disinformasi, karena faktanya pemerintah Indonesia menyediakan dana sebesar Rp 30 Triliun untuk membeli vaksin Covid-19 setelah uji klinis dan vaksin siap untuk diedarkan, bukan untuk melakukan uji klinis. (Kominfo, 2020b)



Gambar 3. 6 Berita Disinformasi Terkait Uji Klinis Vaksin Covid-19

Sumber:(Kominfo, 2020b)

Perbincangan hangat terkait vaksin Covid-19 masih terus bergulir, disamping kebutuhan akan vaksin melonjak tinggi karena seiring dengan kenaikan kasus Covid-19. Namun juga banyak bermunculan disinformasi dan hoaks yang menyebutkan bahwa vaksin Covid-19 menyebabkan efek samping, sehingga juga banyak masyarakat yang menolak keberadaan vaksin Covid-19, pro dan kontra vaksin Covid-19 terus bermunculan.

Seorang relawan vaksin Covid-19 mengungkapkan bahwa usai mendapatkan vaksin Covid-19 mendadak lupa akan punya hutang dan terkesan bingung atau plang-plongo, berita ini sudah dikonfirmasi sebagai disinformasi oleh Kominfo RI. Bahwa faktanya relawan tersebut tidak merasakan efek yang mengganggu usai mendapatkan vaksin, malah sebaliknya badan terasa nyaman sehingga menyebabkan rasa ngantuk dan seakan-akan lupa jika memiliki hutang (Kominfo, 2020b).



Gambar 3. 7 Berita Disinformasi Terkait Kondisi Relawan Vaksin Covid-19

Sumber:(Kominfo, 2020b)

Munculnya disinformasi seperti diatas, sangat memberikan pengaruh pada bagaimana cara masyarakat dalam memandang vaksin Covid-19. Banyak yang ingin di vaksin, namun juga tidak sedikit masyarakat yang mengurungkan niatnya untuk di vaksin karena takut mengalami gejala-gejala negatif. Disinformasi seperti diatas juga muncul di Yogyakarta seperti berita berikut.



Gambar 3. 8 Tangkapan Layar Berita Disinformasi Covid-19 di Jogja

Sumber: (Liputan6.com, 2020a)

D.Kondisi Pandemi Covid-19 Awal Tahun 2021

Padahal pada dasarnya vaksin Covid-19 diciptakan untuk bagaimana caranya memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Vaksin Covid-19 pun terus dikembangkan oleh ilmuwan diseluruh dunia, hingga pada awal tahun 2021 vaksin pertama masuk ke Indonesia, dan orang pertama yang mendapatkan vaksin pertama adalah Presiden Jokowi, agar mematahkan banyak spekulasi yang menyatakan vaksin Covid-19 berbahaya, tidak halal, dan lain sebagainya.

Menurut Dedy Permadi (Liputan6.com, 2021a) Staff Khusus Menteri Komunikasi dan Informatika Bidang Digital dan Sumber daya Manusia menjelaskan bahwa telah mencatat terdapat 1.857 berita *hoaks* terkait upaya penanganan Covid-19 serta isu mengenai PPKM. Misalnya sejak vaksin Covid-19 muncul pada awal tahun 2021 pihaknya menjelaskan bahwa banyak informasi *hoaks* mengenai vaksin Covid-19 menyebabkan epilepsi bahkan menjelaskan bahwa vaksin tidak halal, padahal dari pihak MUI saja telah menegaskan bahwa vaksin Covid-19 halal. Oleh karenanya Dedy mengatakan bahwa infodemik ini sudah menjadi problematika global yang sama sekali tidak memberikan dampak positif terhadap penanganan virus Covid-19.



Gambar 3. 9 Pengajuan Takedown Sebaran Hoaks Covid-19 di Media Sosial

Sumber:(Kominfo, 2021c)

Berdasarkan gambar data diatas terlihat bahwa Facebook menduduki posisi pertama sebagai media sosial yang banyak mendapatkan laporan pengajuan untuk melakukan takedown terhadap berita-berita hoaks yang beredar di Facebook. Disusul dengan Twitter dengan total pengajuan laporan berita hoaks sebanyak 567 berita. Data diatas dapat menjelaskan sebagai netizen yang hampir setiap hari mengakses sosial media dihimbau untuk sangat berhati-hati dan lebih selektif dalam melihat berita di sosial media.

Pada awal tahun 2021 Vaksin Sinovac yang berasal dar China, menjadi vaksin pertama yang masuk ke Indonesia. Disinformasi terkait kondisi ini juga mulai bermunculan di media sosial WhatsApp, banyak berita yang beredar bahwa Vaksin Sinovac mengandung bahan-bahan yang tidak aman dan berbahaya, karena terdapat kandungan formalin, boraks, dan merkuri. Lebih parahnya dalam berita yang beredar tersebut dijelaskan bahwa Vaksin Sinovac sebenarnya tidak untuk disebarluaskan, namun hanya sebagai bahan percobaan, dan yang lebih mencengangkan bahwa disebutkan bahwa Vaksin Sinovac tidak halal, karena mengandung jaringan kera hijau dari Afrika (Kominfo, 2021b)

Padahal fakta sebenarnya adalah menurut Eddy Fadlyana Manager Lapangan Tim Riset Klinis Vaksin Covid-19 dari Universitas Padjajaran menjelaskan bahwa berita tersebut tidak benar, foto kemasan yang ditampilkan dalam berita tersebut merupakan kemasan khusus yang digunakan untuk kepentingan uji klinis. Sementara untuk berita halal atau yang berhak mengeluarkan statement halal atau tidaknya adalah pihak MUI, namun dalam uji klinis yang dilakukan tidak terdapat enzim tripsin babi di dalam Vaksin Sinovac (Antaranews, 2021)



Gambar 3. 10 Berita Disinformasi Terkait Vaksin Sinovac
Sumber:(Kominfo, 2021b)

Kemunculan berita Vaksin Sionovac tidak halal serta mengandung bahan-bahan yang berbahaya, memicu munculnya kegaduhan dimasyarakat. Akibat dari berita ini banyak masyarakat yang tidak bersedia untuk vaksin, dengan berbagai macam alasan. Padahal pemerintah pada saat itu tengah berupaya untuk mengurangi dan menghentikan mata rantai penyebaran Covid-19, salah satu caranya selain menerapkan protokol kesehatan, yaitu dengan mendapatkan Vaksin Covid-19.

Demi membangun kepercayaan masyarakat agar mau diberikan vaksin, maka Pemerintah Indonesia mengupayakan berbagai cara agar program vaksinasi di Indonesia dapat berjalan meskipun dengan tinggi gelombang infodemi. Presiden Indonesia Joko Widodo sebagai orang nomor satu di Indonesia menjadi orang

pertama di Indonesia yang disuntikkan Vaksin Sinovac pada hari Rabu, 13 Januari 2021 di Istana Kepresidenan Jakarta, setelah melakukan pemeriksaan kesehatan dengan tim dokter kepresidenan. Harapannya dengan pemberian vaksin kepada orang nomor satu di Indonesia, juga membangkitkan kepercayaan dan semangat masyarakat Indonesia agar mau menerima vaksin (CNNIndonesia, 2021).



Gambar 3. 11 Tangkapan Layar Berita Presiden Jokowi Vaksin Pertama

Sumber:(CNNIndonesia, 2021)

Seiring dengan berjalannya waktu masyarakat Indonesia mulai mau untuk melakukan vaksinasi, dengan berbagai peraturan yang dihimbau oleh pemerintah. Hingga pada sekitar pertengahan tahun 2021 dunia mengalami kelangkaan stok vaksin, karena tingginya permintaan akan vaksin Covid-19. Berdasarkan pernyataan dari Sekretaris Jendral Kementerian Keuangan Heru Pambudi

menjelaskan bahwa Indonesia patut bersyukur karena pada saat ini berhasil untuk mengamankan stok vaksin demi terbentuknya *herd immunity* di Indonesia ditengah kelangkaan vaksin di seluruh dunia dan tinggi permintaan. Pada saat yang bersamaan Heru juga mengajak kepada masyarakat untuk dapat menyukseskan program vaksinasi ini.(Kemenkeu, 2021).

Program vaksinasi masih terus digalakkan hingga sampai saat ini, dan tentunya berita hoaks dan disinformasi terkait pro dan kontra vaksin terus bermunculan. Kebanyakan masyarakat pada awalnya bersedia untuk divaksin hanya karena kebijakan pemerintah yang mewajibkan dan menjadikan vaksin sebagai syarat untuk melakukan aktivitas, baik itu untuk keperluan perjalanan, masuk ke pusat perbelanjaan, dan untuk aktivitas lainnya. Akibatnya banyak masyarakat yang merasa bahwa melakukan vaksin hanya sebatas formalitas untuk mendapatkan kartu vaksin, oleh karena banyak masyarakat yang tidak yakin dengan kandungan vaksin dan ingin membuang vaksin yang sudah disuntikkan ke dalam tubuh.

Informasi yang banyak beredar terkait kandungan vaksin yang merupakan virus yang dilemahkan juga menjadi penguat argumen masyarakat, bahwa apabila vaksin disuntikkan ke tubuh maka harus dinetralisir. Berita di bawah ini muncul di Yogyakarta dan telah dikonfirmasi bahwa berita tersebut Hoaks.



Gambar 3. 12 Berita Disinformasi Terkait Kondisi Relawan Vaksin Covid-19
 Sumber: (Detikcom, 2022)

Isu-isu hoaks masih terus bermunculan tidak hanya ditingkat nasional, namun juga tersebar ke daerah-daerah, termasuk di Yogyakarta. Berikut merupakan tangkapan layar mengenai laporan isu hoaks yang masuk ke Pemerintah Sleman Yogyakarta. Tangkapan layar berita di bawah ini memaparkan beberapa berita hoaks yang bermunculan, kebanyakan terkait dengan jumlah kasus penderita Covid-19.



Gambar 3. 13 Tangkapan Layar Laporan Isu Hoaks di Yogyakarta
 Sumber: (Slemankab, 2021)

Perjalanan pandemi Covid-19 di Indonesia mengalami pasang surut, banyaknya masyarakat yang akhirnya mendapatkan vaksin angka penyebaran Covid-19 mengalami penurunan, sehingga secara perlahan peraturan-peraturan yang membatasi mobilitas masyarakat sudah mulai dilonggarkan. Banyak masyarakat yang sudah mulai untuk beraktifitas secara normal kembali, misalnya saja di sektor pendidikan pemerintah mulai meberlakukan aturan *blended* atau *hybrid learning*, kemudia di sektor pariwisata dan ekonomi juga sudah mulai berjalan dengan normal kembali meskipun masih harus taat dalam menerapkan protokol kesehatan.

E. Kondisi Pandemi Ahir Tahun 2021 Hingga Awal 2022

Pada akhir tahun 2021 hingga awal 2022 dunia kembali dikejutkan dengan muncul varian baru Covid-19 yaitu Varian Omicron. Varian ini pertama kali di konfirmasi muncul di Afrika pada bulan November 2021. Disinformasi terkait dari kondisi ini pun muncul dengan beredarnya sebuah postingan screenshoot tabel VOC (*Variants Of Concern*) dari website WHO, dalam berita tersebut dijelaskan bahwa Varian Omicron bukanlah varian jenis baru, namun varian tersebut sudah dideteksi sejak tahun 2020 lalu. Berikut merupakan gambar dari disinfomasi tersebut.



Gambar 3. 14 Berita Disinformasi Terkait Varian Covid-19 Omicron

Sumber:(Kominfo, 2021a)

Faktanya setelah berita tersebut ditelusuri juru bicara WHO menjelaskan terjadinya kekeliruan penulisan, dimana yang sebelumnya tertulis bahwa varian omicron muncul pada November 2020 namun sebenarnya muncul pada November 2021 di Afrika. Halaman pada situs WHO tersebut kemudia mengoreksi kekeliruan, dan akhirnya WHO mengkonfirmasi varian omicron sebagai VOC pada tanggal 26 Februari 2021. Disinformasi terkait varian omicron ini masih terus bermunculan, tersebar berita yang menyebutkan bahwa Varian Omicron hanya sebuah propaganda yang dimunculkan untuk memaksa penduduk Afrika untuk melakukan vaksinasi.



Gambar 3. 15 Berita Disinformasi Terkait Varian Covid-19 Omicron Hanya Propaganda

Sumber: (Kominfo, 2021a)

Chapter 4

PENCEGAHAN, MITIGASI, DAN RECOVERY COVID-19

Proses penularan yang cepat dan tinggi dari Covid-19 ini, maka dibutuhkan yang namanya upaya perlindungan bagi masyarakat secara komprhensif, sehingga penyebaran virus ini dapat diminimalkan. Berdasarkan data dari Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia 413-Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 Revisi 5, terdapat beberapa cara pencegahan penularan virus Covid-19 terdapat 2 upaya yang dapat dilakukan untuk pencegahan dalam lingkup masyarakat (Kemenkes, 2020).

A. Upaya Pencegahan (*Prevention*)

1. Melakukan promosi (*promote*) kesehatan yang dilakukan secara berkala dengan pemberian edukasi, sosialisasi bagaimana cara bijak untuk menggunakan dan memanfaatkan media informasi agar masyarakat mendapat informasi yang benar dan terhindar dari berita *hoaks*.

2. Melakukan perlindungan (*protect*) dengan cara pengadaan alat protokol kesehatan seperti sarana cuci tangan yang lengkap dan mudah diakses, menyediakan *handsanitizer*, upaya untuk meminimalkan orang yang mengakses fasilitas umum, memberikan aturan jaga jarak ketika di tempat umum, menjaga peralatan dan ruangan agar selalu disinfeksi, dan tentunya mengurangi mobilitas masyarakat seperti berkerumun, merokok di tempat umum, tidak menggunakan masker, dan lain sebagainya.

Berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 51 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease-19* Pada Masa Tatanan Normal Baru di Kota Yogyakarta (Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 51 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian *Corona Virus Disease-19* Pada Masa Tatanan Normal Baru Di Kota Yogyakarta, 2020) terdapat poin-poin pencegahan Covid-19 yang dapat dilakukan berdasarkan tempatnya. Berikut merupakan aturan atau protokol secara umum yang harus dilaksanakan oleh masyarakat.

1. Langkah mencegah penyebaran

Virus Covid-19 dapat bertahan pada ruangan terbuka tanpa inangnya atau makhluk hidup selama lebih kurang 30 menit pada suhu lebih kurang 56°C. Virus ini dapat dengan mudah menyebar melalui *droplet* atau percikan air yang dikeluarkan oleh penderita Covid-19, droplet ini juga dapat menempel pada benda logam atau padat tanpa melalui udara. Virus ini dapat masuk pada mata, mulut, dan hidung apabila menyentuh atau berinteraksi dengan penderita Covid-19.

Agar terhindar dari terpapar dari *droplet* yang menyebar di udara atau yang menempel pada benda padat, maka berikut merupakan protokol kesehatan yang dapat dilakukan secara umum:

- a. Menjaga kebersihan tangan dengan rutin dan berkala untuk mencuci tangan menggunakan air mengalir dan sabun. Apabila tidak ada air mengalir dan sabun, maka dapat menggunakan *handsanitizer* yang mengandung alkohol 70%.
- b. Menangkal masuk dan terpapar oleh virus yang tersebar diruang udara bebas, dengan selalu menggunakan masker yang menutupi hidung dan mulut.
- c. Mencegah virus yang menempel pada benda padat masuk melalui mata, hidung, dan mulut sebisa mungkin untuk menghindari menyentuh bagian wajah sebelum mencuci tangan atau memastikan tangan sudah bersih.
- d. Mengurangi mobilitas, selalu menjaga jarak minimal satu meter dan menghindar apabila terdapat kerumunan.
- e. Memastikan jika batuk dan bersin tetap menerapkan etika dengan menutup mulut dan hidung dengan lengan baju bagian atas atau dengan menggunakan tissue dan langsung dibuang ke tempat sampah.
- f. Menghindari untuk mengonsumsi makanan olahan hewani yang mentah atau setengah matang, masalah secara keseluruhan.
- g. Mengurangi dan memghindari kontak fisik seperti berpelukan, bersalaman dan jenis kontak

fisik lainnya.

- h. Menjaga kebersihan pakaian setelah berpergian dari luar dan hindarilah untuk bersentuhan dengan anggota keluarga dirumah, usahakan untuk langsung mengganti pakaian dan mencucinya, agar apabila ada virus yang menempel dari luar tidak ikut masuk ke dalam rumah.
 - i. Memeriksa kondisi kesehatan ke petugas kesehatan apabila merasa tidak enak badan, atau merasakan gejala Covid-19, hindari untuk memendam sendiri dan mengonsumsi obat-obatan diluar dari pengawasan dokter.
2. Langkah pencegahan di tempat kerja/ area publik

Pada masa pandemi Covid-19 pemerintah memang menghimbau untuk dapat mengurangi mobilitas dan melakukan pekerjaan dari rumah atau *work from home* (WFH), namun masih ada pekerjaan yang memang tidak dapat dilakukan dari rumah, sehingga juga penting memperhatikan protokol kesehatan di tempat kerja atau area publik.

- a. Selalu menggunakan masker dimanapun berada apalagi di tempat yang terdapat banyak orang.
- b. Selalu memperhatikan suhu tubuh tidak melebihi batas normal yaitu 37° , menggunakan thermal gun atau alat pengukur suhu lainnya.
- c. Selalu sediakan *handsanitizer* atau tempat untuk mencuci tangan pada setiap ruangan.
- d. Menyediakan tempat untuk cuci tangan di tempat kerja.
- e. Menjaga dan mengurangi kapasitas pada lift.

- f. Melakukan disinfeksi secara berkala pada benda-benda yang sering disentuh oleh orang banyak.
 - g. Hindari pertemuan secara langsung, namun jika mendesak harus berjarak minimal 1 meter per orang.
 - h. Selalu mencuci tangan apabila selesai menyentuh dan beraktifitas dengan benda-benda sekitar. Minimal 20 detik durasi untuk mencuci tangan menggunakan sabun dan air mengalir.
 - i. Perhatikan dan selalu jaga kebersihan tempat kerja, memastikan terdapat sirkulasi udara dan sinar matahari yang baik.
 - j. Memeriksa diri ke fasilitas kesehatan terdekat, apabila merasakan gejala seperti, flu, batuk, dan pilek.
 - k. Selalu tutup hidung dan mulut dengan lengan bagian atas atau dengan tisu apabila ingin bersin dan batuk. Jika menggunakan tisu langsung buang ke tempat sampah. Pastikan tidak sembarangan meludah.
3. Langkah pencegahan saat setelah beraktifitas dan melakukan pekerjaan di luar rumah/ area publik.

Pada masa pandemi apabila kita terpaksa untuk tetap melakukan aktivitas di luar rumah atau area publik, maka ketika pulang pastikan untuk menerapkan langkah-langkah berikut:

- a. Lepas alas kaki baik itu sepatu atau sandal sebelum memasuki rumah.
- b. Lakukan disinfeksi dengan menyemprotkan cairan disinfektan ke seluruh benda yang

digunakan, seperti pakaian, telfon genggam, laptop, pulpen, serta seluruh benda lainnya.

- c. Buanglah sampah bekas seperti tisu bekas, kertas, dan sampah yang lainnya.
- d. Sebelum membersihkan diri hindari untuk menyentuh apapun, cucilah tangan minimal selama 20 detik menggunakan sabun dan air mengalir.
- e. Setelah melakukan semua hal diatas, langsung mandi dan memastikan kondisi tubuh benar-benar sudah bersih.

B. Mitigasi (*Mitigation*)

Menurut Diana dan Tim dari Fakultas Psikologi UGM menjelaskan upaya mitigasi yang dapat dilalukan untuk dampak menengah dan panjang dari Covid-19 ini dengan *Policy Brief*. Dalam rekomendasi ini dirumuskan dalam tiga sektor penting perkembangan manusia, yakni keluarga, sekolah, dan tempat kerja (Liputan6.com, 2020b)

1. Keluarga: orang tua dalam hal ini diharapkan mampu untuk memaksimalkan pengasuhan dalam 5 tahun pertama pada saat anak yang lahir ketika masa pandemi. Serta memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mendampingi anak mengakses konten media digital agar pemanfaatannya jadi lebih tepat.
2. Sekolah: melakukan penyusunan kurikulum yang rapi terkait metode pembelajaran daring atau jarak jauh, luring, maupun campuran dari keduanya. Tentu upaya ini dibarengi dengan adanya peningkatan dan pemahaman tenaga pendidik, agar sistem ini bisa menungjang pendidikan bagi siswa.

3. Tempat kerja: menyusun pedoman berkerja bagi karyawan pada era new normal, agar kesehatan mental dan performa para karyawan yang berkerja pada masa pandemi bisa tetap terjaga.

C. Pemulihan (*Recovery*)

Proses ini difungsikan sebagai bentuk pemulihan bagi masyarakat yang terpapar dari virus Covid-19. Dimana dengan memfungsikan kembali sarana dan prasarana secara perlahan dan bertahap kepada keadaan semula. Contohnya memberikan akses kembali pada sekolah, tempat, kerja, tempat wisata, pusat perbelanjaan, pasca dicabutnya status kedaruratan kesehatan pada masyarakat (Unisb, 2020)

Yogyakarta sebagai kota pariwisata yang mendapatkan dampak yang luar biasa dari pandemi Covid-19, hal ini sangat berpengaruh kepada banyak sektor yang terhubung dengannya seperti sektor ekonomi, pariwisata, bahkan juga sosial juga merasakan dampaknya. Pada awal pandemi Covid-19 ribuan masyarakat Jogja yang terpapar oleh virus ini, bahkan ratusan nyawa melayang akibat terjangkit Covid-19, semua sektor yang menopang perekonomian pariwisata.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi DI. Yogyakarta (BPS, 2020) di sektor perekonomian secara agregat mengalami perubahan atau kontraksi hingga mencapai angka 2,69 persen sampai akhir tahun 2020 dan masih akan terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan angka kasus Covid-19 di Yogyakarta. Kondisi ini tentunya dipengaruhi dan didorong oleh terpuruknya berbagai sektor pendukung vital perekonomian, sebagian besar berasal dari menurunnya angka mobilitas atau pergerakan masyarakat dari dalam maupun luar Yogyakarta,

kurangnya tingkat daya beli masyarakat, meningkatnya angka pengangguran dan kemiskinan serta dari pariwisata yang pada awalnya menjadi pemasok besar perekonomian masyarakat Yogyakarta.

Terhitung dari awal 2020 dampak kerugian yang dirasakan pada sektor pariwisata di Yogyakarta mencapai angka 67,04 miliar termasuk didalamnya berbagai macam jenis cakupan usaha masyarakat, mulai dari instansi besar hingga ke UMKM (Wicaksono, 2020). Meningkatnya angka kerugian dari sektor pariwisata selama awal pandemi tahun 2020, namun pada tahun 2021 sektor pariwisata masih menjadi sumber utama peningkatan ekonomi di Yogyakarta, pertumbuhan ekonomi dari sektor pariwisata mencapai 17,46% (Wicaksono, 2020). Angka tersebut melebihi dari pertumbuhan ekonomi pada tingkatan nasional yang hanya mencapai angka 4,8% (Wicaksono, 2020)

Perubahan yang terjadi sangat dirasakan dan menimbulkan pengaruh yang pesat, berikut merupakan kelompok perubahan yang terjadi pada saat sebelum dan setelah Yogyakarta dilanda pademi Covid-19:

Perubahan yang terjadi di sektor pariwisata		
	Sebelum pandemi	Setelah pandemi
1.	Tidak diberlakukannya protokol kesehatan	Diberlakukannya protokol kesehatan
2.	Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan	Menurunnya jumlah kunjungan wisatawan
3.	Banyak event dilaksanakan secara langsung	Event dilaksanakan secara virtual
4.	Keputusan yang mengatur pariwisata cenderung sedikit	Keputusan yang mengatur pariwisata cenderung banyak
5.	Meningkatnya pendapatan	Menurunnya pendapatan
6.	Tidak ada pengawasan pariwisata dari satgas Covid-19	Adanya pengawasan pariwisata dari satgas Covid-19

Tabel 4. 1 Perubahan Pada Sektor Pariwisata Yogyakarta Pada Saat Pandemi Covid-19

Sumber: (Muchamad Zaenuri, Fadhil, 2021)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 terletak pada diberlakukannya protokol kesehatan yang sebelumnya tidak dilakukan, meskipun pada dasarnya protokol kesehatan memang sudah seharusnya diterapkan untuk menjaga kebersihan diri dan sekitar, tidak hanya ketika menghadapi pandemi. Selanjutnya terletak pada perubahan semua kegiatan yang awalnya dilaksanakan secara langsung atau offline namun pada saat pandemi melanda semua kegiatan dialihkan dan dilaksanakan secara online atau daring. Hal ini tentunya juga membutuhkan adaptasi agar masyarakat bisa kembali bangkit, dan mampu untuk menjalankan kegiatan meskipun pada masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan dari penjabaran mengenai dampak yang ditimbulkan dari pandemi Covid-19 di Yogyakarta pada sektor pariwisata yang merupakan sektor penunjang perekonomian masyarakat Yogyakarta, dan pandemi Covid-19 juga sudah ditetapkan sebagai bencana nasional maka dibutuhkan strategi mitigasi dan *recovery* yang harus dilakukan. Upaya dan cara yang dilakukan oleh pemerintah Yogyakarta yaitu menerapkan strategi mitigasi dan strategi *recovery*. Pada dasarnya strategi mitigasi adalah usaha atau upaya yang bertujuan untuk meminimalisir risiko yang terjadi pada saat terjadinya bencana yang bersifat non alam seperti pandemi Covid-19 (Muchamad Zaenuri, Fadhil, 2021)

Di Yogyakarta sendiri strategi mitigasi yang dilakukan yaitu dengan penerapan protokol kesehatan seperti halnya selalu menggunakan masker ditempat umum, mencuci tangan, menghindari kerumunan, serta mengurangi mobilitas. Upaya pemulihan atau *recovery* juga terus dilakukan, berikut merupakan tahapan *recovery* yang dilakukan oleh Pemerintah Yogyakarta.



Gambar 4. 1 Tahapan Recovery Pada Sektor Pariwisata

Sumber: (Muchamad Zaenuri, Fadhil, 2021)

Upaya *recovery* yang dilakukan pada sektor pariwisata juga sangat diperhatikan terlihat dari proses tahapan diatas, berikut merupakan penjelasan pertahap:

1. Mulai dari pembentukan kebijakan,
2. Kemudian pariwisata dibuka kembali,
3. Lalu meskipun sudah dibuka tetap harus menerapkan protokol kesehatan, melakukan kerjasama dengan para *stakeholder* karena tidak mungkin pemerintah dapat menjalankan sendiri,
4. Setelahnya melakukan promosi yang gencar agar para wisatawan dapat kembali datang ke Yogyakarta, dan
5. Terakhir memberikan dana hibah pariwisata

Berdasarkan pernyataan dari Wakil Wali Kota Yogyakarta Drs. Heroe Poerwadi, M.A Pemerintah Kota Yogyakarta mempersiapkan 5 tahapan recovery atau pemulihan pasca pandemi Covid-19. Kelima tahapan tersebut yaitu:

1. Penyelesaian kasus.
2. Membentuk dan menyusun protokol atau aturan baru.

3. Melakukan uji coba dan simulasi.
4. Menerapkan secara terbatas dan bertahap, dan
5. Jogja untuk Jogja Jogja untuk Semua

Wakil Wali Kota Yogyakarta Drs. Heroe Poerwadi, M.A (Portal Pemerintah Kota Yogyakarta, 2021) juga menjelaskan bahwa butuhnya kerjasama yang solid antara pemerintah Kota Yogyakarta dengan masyarakat untuk bahu membahu dalam menangani pandemi Covid-19. Agar tujuan yang ingin dicapai yaitu masyarakat dapat bangkit di masa pandemi bisa lebih mudah terwujud karena pemerintah dan masyarakat memiliki visi dan misi yang sama. Pemerintah Kota Yogyakarta juga sudah menyiapkan Gugus Tugas Penanganan Covid-19 Kota Yogyakarta untuk melakukan tiga pokok tugas utama yaitu upaya pencegahan, pengobatan, dan pemulihan ekonomi.

Upaya pemulihan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta dengan menerapkan transaksi secara digital, dengan berkolaborasi dengan *stakeholder* agar semua dapat digitalisasi serta mendukung bisnis yang dilakukan secara online. Gerakan “Dari Jogja untuk Jogja” gerakan ini merupakan bentuk dari kegiatan Jogja Berbagi, menanam *urban farming*, membuat aplikasi transaksi online, dan memperindah lingkungan agar menarik wisatawan untuk datang dan melakukan transaksi di sana.

Chapter 5

PERAN MEDIA DALAM PENCEGAHAN COVID-19

A. Perspektif Media Komunikasi Konvensional

Saat ini komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam langkah menyampaikan informasi yang diperlukan masyarakat atau publik di tengah pandemi Covid-19. Dengan mengeluarkan berbagai kebijakan yang diterapkan termasuk pembatasan sosial, maka komunikasi massa adalah pilihan tepat untuk menyampaikan informasi kepada publik. Melihat banyaknya kasus yang muncul karena pandemi Covid-19, pilihan yang terbaik untuk melakukan proses interaksi sosial yang harus berjalan di tengah pandemi adalah komunikasi publik.

1. Pengertian Komunikasi Publik

Komunikasi Publik merupakan suatu kebutuhan utama yang mana komunikasi ini dilakukan secara luas di depan banyak orang atau khalayak umum (Arni, 2011). Seringkali komunikasi publik ditemukan pada kegiatan tatap muka langsung contohnya ceramah, khutbah, pidato,

dll yang melibatkan sekumpulan orang atau massa yang banyak. Sebelum adanya radio sebagai sumber informasi publik, seringkali penyampaian informasi ini dilakukan secara luas dan terbuka di lapangan. Meskipun sudah munculnya new media namun komunikasi publik tidak terlupakan dan masih tetap digunakan terlebih lagi ketika menjelang pemilu untuk mengerahkan massa dengan sebanyak mungkin.

Dari segi manfaatnya media massa merupakan sarana untuk menyalurkan komunikasi secara luas atau massa untuk masyarakat. Bentuk komunikasi yang ditujukan kepada banyak khalayak melalui media cetak atau elektronik serta informasi disebarluaskan serta dapat dijangkau oleh masyarakat luas hingga sampai pada seluruh tatanan masyarakat, hal ini merupakan pengertian lain dari media massa (Henry, 2012).

Hingga saat ini dapat dilihat sudah sejauh mana peran komunikasi massa dalam membantu menyalurkan pemahaman kepada masyarakat dalam kondisi pandemi Covid-19. Adanya komunikasi massa dapat membantu langkah yang cepat untuk menjangkau diberbagai kalangan masyarakat dalam menyalurkan informasi, edukasi, hingga mengenai himbauan penanganan dan pencegahan Covid-19. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi mempunyai peran utama untuk masyarakat dalam memberikan perlindungan paling awal, dengan kehadiran komunikasi ini menjadi pilihan yang tepat untuk melakukan langkah mengatasi penyebaran rantai Covid-19 (Syaipudin, 2020).cepat untuk mengatasi penyebaran rantai Covid-19 (Syaipudin, 2020).

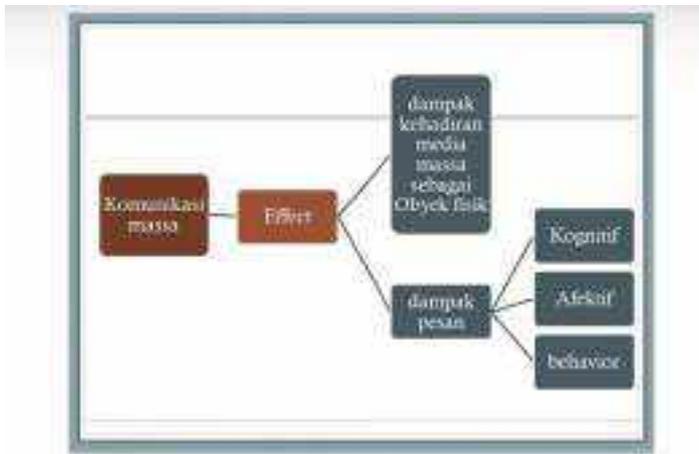


Gambar 5. 1 Informasi Covid-19 Melalui Media Cetak

2. Efektifitas Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki dampak positif dan negatif, jika informasi yang disebarkan sesuai dengan apa yang semestinya maka masyarakat akan lebih waspada, misalnya terkait informasi mengenai bahayanya terkena Covid-19, pola hidup sehat di masa pandemi, cara mengidentifikasi gejala Covid-19 dan dapat mengetahui seberapa banyak orang yang sudah mengalami penularan Covid-19 di setiap daerah. Namun, akan berdampak negatif

apabila informasi yang disebar mengandung isi yang tidak sebagaimana mestinya. Banyak kasus yang terjadi di kalangan media massa terkait banyaknya penyebaran informasi hoax (tidak benar) yang mana hal tersebut menimbulkan kekhawatiran masyarakat secara berlebih. Sehingga informasi tersebut memberikan dampak kepada masyarakat terkait pandangan kepada orang-orang yang sudah terpapar Covid-19 (Kurnia, 2020).



Gambar 5. 2 Tabel Komunikasi Massa

Efektifitas dari komunikasi massa sangat tinggi, karena proses dari penyampaian informasi dari orang lain itu menjadi bagian yang sangat penting. Dengan kondisi dan keadaan yang sulit pun bisa dapat memberikan informasi yang sangat jelas dan berjalan akan berjalan dengan baik. Hal ini dapat memberikan harapan agar informasi tersebut dapat memberikan dampak yang positif dan menghindari hal-hal negatif yang memunculkan stigma yang tidak baik dari masyarakat.

Terdapat jenis media massa yang dalam operasionalnya menggunakan energi elektronik untuk dapat mengaksesnya yaitu seperti televisi, radio, VCD, DVD. Media massa ini sangat membantu masyarakat dalam menerima informasi terkait penanganan dan pencegahan Covid-19, karena pada umumnya banyak kalangan masyarakat yang mampu mengakses media elektronik tersebut (Akbar, 2021).

Untuk dapat mempengaruhi adanya proses eksternalisasi di dalam lingkungan masyarakat mengenai informasi Covid-19 dibutuhkan adanya proses dasar pengetahuan tentang informasi media. Setelah itu proses tersebut akan diterima sebagai objek baru bagi masyarakat. Hasil akhir pada perubahan proses tersebut akan dipahami atau diinternalisasikan oleh masyarakat terkait bagaimana harus bertindak dan menghadapi kondisi pandemi Covid-19. Tindakan yang dilakukan masyarakat akhirnya akan mempengaruhi sikap, yang mana hal tersebut menyadarkan masyarakat untuk mematuhi aturan yang ditetapkan oleh pemerintah dengan tuntutan harus mengikuti protokol kesehatan termasuk melakukan *social distancing* maupun *physical distancing*.

Tabel 7. Distribusi Hasil Tanggapan Responden terhadap Pengetahuan tentang *Social Distancing*

No	Mengetahui tentang <i>Social Distancing</i>	Frek	%
1	Ya	577	98,46
2	Tidak	9	1,54
Jumlah		586	100

Gambar 5. 3 Pengetahuan Masyarakat Mengenai *Social Distancing*

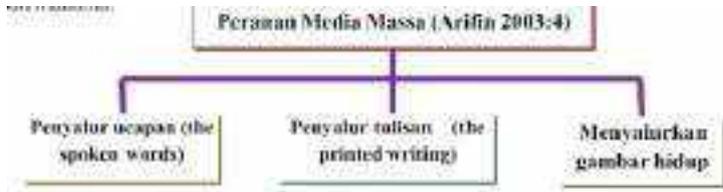
Media memiliki berbagai jenis yang dapat dimanfaatkan sebagaimana fungsinya dalam membantu menyebarkan informasi. Dengan adanya komunikasi yang kuat dapat membantu menyelesaikan masalah dan dampak yang ada akibat terjadinya pandemi Covid-19, pada kenyataannya pandemi Covid-19 memberikan dampak perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia. Peran media massa disini adalah memberikan langkah efektif yang harus dilakukan guna menemukan pola hidup yang baru dengan berkembang mengikuti perubahan dan beradaptasi hidup beriringan dengan pandemi Covid-19 yang sampai saat ini belum berakhir.

3. Peran Komunikasi Massa

Pandemi Covid-19 kini semakin berkembang dan menyebabkan varian baru bermunculan. Oleh karenanya sangat penting dalam melakukan sebuah edukasi mengenai cara pencegahan terhadap virus Covid-19. Akibat dari Covid-19 membuat masyarakat saling menjaga jarak satu dengan yang lainnya, sehingga dalam melakukan edukasi pencegahan virus sulit dilakukan secara langsung. Namun, dalam melakukan edukasi tidak harus secara langsung, sudah ada media massa baik elektronik maupun cetak yang berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas terlebih informasi mengenai cara pencegahan Covid-19.

Karakteristik komunikasi massa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat umum dalam satu waktu. Dalam menggunakan media massa sebagai alat, maka seorang pembicara atau komunikator harus memperhatikan bahasa yang dipakai sehingga penerima informasi dapat dengan mudah menerima pesan sesuai yang diharapkan oleh komunikator atau komunikasi massa yang efektif.

Komunikasi massa yang efektif dapat menjadikan upaya pencegahan dalam menyebarnya virus Covid-19.



Gambar 5. 4 Perananan Media Massa

Peran komunikasi massa dalam menangani pencegahan virus Covid-19 menjadi bagian penting, karena komunikasi dalam kehidupan manusia memiliki peranan penting salah satunya adalah dengan berinteraksi dengan masyarakat lain mengenai informasi pencegahan Covid-19. Dengan menggunakan media massa, terdapat hambatan yang membuat informasi tersebut berubah yaitu kepekaan masyarakat dalam menanggapi informasi yang didapatkan. Karena tiap individu memiliki karakter dan kepekaan yang berbeda. Selain itu pesan yang harus diperhatikan, tentu khalayak atau masyarakat yang menerima informasi juga harus diperhatikan tingkat kepekaan sebagai penerima pesan.

B. Perspektif New Media Komunikasi

1. Pengertian *New Media*

Istilah new media dikenal pada awal abad 20 menggantikan media yang pernah ada, yang mana new media adalah gabungan dari media konvensional

dengan internet. Dapat diamati bahwa media membawa perubahan yang besar dari waktu ke waktu, saat ini media dijadikan tempat jejaring sosial bagi orang-orang di seluruh dunia (Suri, 2019). Di era digital seperti saat ini perkembangan teknologi semakin maju dimana segalanya menjadi lebih canggih dan mudah. Salah satu contohnya dalam perubahan media yang sekarang lebih dikenal dengan new media atau kerap disebut sebagai internet. Media terus berkembang hingga saat ini dan belum ada yang mampu menandingi pertumbuhan seluruh jumlah penggunaannya. Di negara yang sudah maju, media menjadi sumber berbagai referensi dalam mendapatkan informasi yang dapat mengalahkan media-media sebelumnya.



Gambar 5. 5 Sejarah Media Online di Indonesia

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membawa perubahan bagi masyarakat dari segi penggunaan alat dalam menerima informasi. Pada saat sebelum muncul nya new media penggunaan *Short*

Message Service menjadi alat yang diandalkan namun saat ini masyarakat lebih menyukai *WhatsApp* yang notabennya lebih praktis yang bisa memuat foto serta video dan mudah digunakan dengan mudah (Prasetyawati et al., 2021). Tidak bisa dipungkiri saat ini bahwa sudah banyak masyarakat yang memanfaatkan new media dengan membuat akun media sosial di berbagai aplikasi yang mana dapat mempengaruhi dalam kehidupannya. Internet telah dipercaya dapat memberikan informasi yang aktual dalam membantu kebutuhan seseorang contohnya dalam kasus kesehatan, pada masa Covid-19 tentunya masyarakat akan lebih waspada untuk mengkonsumsi atau melakukan kegiatan yang akan merugikan yang memberi dampak kurang baik untuk kesehatan. Saat ini banyak situs web media yang menampilkan berbagai tips menjaga kekebalan tubuh dan semacamnya dan terbukti memberikan dampak yang efektif dalam menyebarkan informasi. Dalam menggunakan media sosial dapat mempromosikan sikap positif masyarakat dan memberikan pandangan yang luas mengenai akses informasi kesehatan (Leonita, 2018).



Gambar 5. 6 Penggunaan Internet Masyarakat Yogyakarta

2. Karakteristik dan Peran New Media

Terdapat beberapa karakteristik new media diantaranya:

a. Digitalisasi

New Media dikenal dengan konsep nya yang serba digital. Dari mulai media komunikasi dan informasi nya sudah mengutamakan dalam bentuk digital, karena sesuai dengan perspektif keadaan pada saat ini mencerminkan sebuah modernitas.

b. Konvergensi

Konvergensi merupakan gabungan dari media massa seperti televisi, radio dan media cetak dengan internet dan teknologi media digital seperti saat ini. Fungsi nya konvergensi disini adalah untuk memberikan sebuah pengalaman yang dinamis.

c. Interaktivitas

Interaktivitas adalah proses komunikasi manusia dengan berbagai platform-platform media. Dengan ini, new media menghubungkan pesan yang terhubung antara satu dengan yang lainnya.

d. *Virtuality*

Kehadiran new media juga memunculkan adanya virtuality yang memudahkan khalayak untuk dapat berhadapan dan komunikasi pada objek secara virtual.

e. *Hypertextuality*

Hypertextuality sebuah dokumen utama dari new media yaitu menggunakan HTML atau bisa disebut bahasa markup hypertext sederhana. Kemudian ciri nya adalah menggunakan hyperlink baik internal maupun external.

No	Karakteristik Media Baru	Ada atau Tidak	Keterangan
1.	Digital	Ada	Dalam portal berita MayangkaraneWS.com karakteristik ini memenuhi karena portal tersebut bisa diakses dimanapun dan kapanpun melalui hp maupun pc.
2.	Hypertextual	Ada	Portal berita MayangkaraneWS.com memenuhi karakteristik hypertextual karena mayangkaraneWS.com bisa dengan gampang disebar dan diberbaki social media seperti facebook, twitter, instagram maupun youtube. Dalam portalnya juga terdapat tanda untuk share ke berbagai jaringan media social tersebut.
3.	Interaktifitas	Tidak	Portal berita MayangkaraneWS.com tidak memenuhi karakteristik interaktifitas karena sangat minimnya feedback yang diberikan oleh pembaca. Dibuktikan dengan tidak adanya komentar dari pembaca disetiap beritanya walaupun sudah disediakan kolom komentar.
4.	Jaringan	Ada	Portal dari MayangkaraneWS.com memenuhi karakteristik jaringan karena mayangkaraneWS.com mendapatkan foto-foto beritanya dari masyarakat yang mengirimkan ke mayangkaraneWS.com. Terlihat bahwa dari setiap foto bukti dari beritanya terdapat tulisan (foto by...)
5.	Virtual	Tidak	Portal berita dalam MayangkaraneWS.com tidak menggunakan karakteristik virtual didalamnya. Diportalnya hanya terdapat gambar dan tulisan bergerak saja dan juga radio streaming.
6.	Simulasi	Tidak	Portal berita dalam MayangkaraneWS.com tidak ada karakteristik simulasi karena dari setiap beritanya khususnya criminal editor tidak memberikan simulasi.

Gambar 5. 7 Karakteristik New Media

Peran new media dalam pencegahan Covid-19 pastinya memberikan pengaruh yang sangat besar, informasi yang disebarluaskan melalui media dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Dalam hal ini peran new media memberikan berbagai pilihan cara dalam menyampaikan informasi, contohnya melakukan sosialisasi dalam bentuk teks dan gambar dalam menghadapi new normal di media sosial atau membuat video himbuan bahaya Covid-19. Kemudian jika pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak maka new media memiliki pengaruh yang dapat meningkatkan

kewaspadaan dan menambah pengetahuan masyarakat dalam upaya pencegahan Covid-19 (Zulfa & Kusuma, 2020).

Banyak akun media pemerintahan yang menyajikan sebuah informasi terkini mengenai Covid-19 di berbagai platform, seperti web dan media sosial lainnya. Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Yogyakarta merupakan salah satu lembaga yang dibentuk dalam rangka untuk menjalankan fungsi dan tugasnya dalam penanggulangan bencana dan segala akibat yang ditimbulkan. Dalam masa pandemi BPBD telah banyak membantu dalam penyebaran informasi Covid-19 baik melalui media sosial atau web.



Gambar 5. 8 Postingan Instagram BPBD DIY

Dalam era digital ini, perkembangan teknologi sudah semakin berkembang dan menimbulkan istilah new media. Dengan munculnya new media, pengguna dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan informasi yang diinginkan. New media juga menjadikan seseorang bisa menjadi seorang jurnalis yang menulis sebuah informasi, karena di dalam new media seseorang bisa dengan bebas

menulis dan menyebarkan sebuah informasi. Dalam kondisi pandemi Covid-19 ini, peran media komunikasi sangat penting bagi masyarakat karena virus ini terbilang masih baru dan masyarakat masih minim mengenai informasi

Covid dan cara pencegahannya. Informasi yang tepat dan akurat covid dan cara pencegahannya seharusnya ditulis secara benar dan terpercaya serta informasi dapat bertahan lama tanpa ada batasan waktu ataupun dalam kurun waktu tertentu. Menggunakan media baru dalam mengedukasi cara pencegahan Covid-19 efektif dalam memberikan informasi, karena informasi yang diberikan begitu luas dan beragam informasi dengan gaya tulisan yang beragam. Namun akibat cepatnya informasi yang begitu cepat menyebar, menimbulkan keresahan akan faktual atau tidaknya berita tersebut.

Segala bentuk media memiliki kelebihan dan kekurangan nya masing-masing, new media juga sama seperti media massa, dari segi pemberitaan dan penyampaian informasi akan lebih bisa diterima jika isi pesan tersebut memiliki nilai yang sekiranya mampu dipahami oleh masyarakat. Apalagi untuk kasus Covid-19 sangat sensitif, kebanyakan new media memang seringkali mempublikasikan informasi yang belum diketahui validasi nya sehingga menimbulkan hoax yang membuat masyarakat merasa penuh kekhawatiran. Namun, kelebihan nya yaitu new media sangat cepat dalam mengolah dan menyebarkan informasi. Biasanya dalam penyampaian informasi Covid-19 new media juga terlalu melebih-lebihkan membuat masyarakat takut dan merasa panik dengan adanya pandemi.

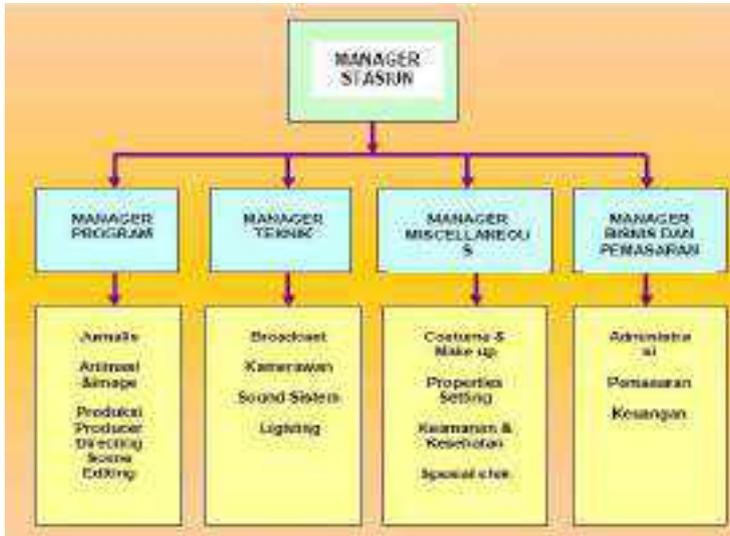
Seperti yang diketahui, penulis telah melakukan wawancara dengan pihak BPBD DIY dapat disimpulkan

bahwa memang masyarakat banyak yang mudah percaya dengan informasi hoax sehingga karena banyaknya isu palsu yang disebar di sosial media yang mana dibuat oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Sehingga proses pesan komunikasi yang disampaikan memberikan dampak terhadap perilaku masyarakat Yogyakarta, mulai dari tidak akan percaya dengan hal yang berhubungan dengan Covid-19. Semakin banyak masyarakat yang sulit untuk mengikuti peraturan dan regulasi mengenai Covid-19.

A. Manajemen Penyiaran dan Jurnalisme

1. Pengertian Manajemen Penyiaran dan Jurnalisme

Manajemen penyiaran adalah sebuah manajemen yang ada dalam sebuah organisasi penyiaran yang menjalankan atau mengelola organisasi tersebut. Di dalam prosesnya tentu memiliki sebuah perencanaan, dari hal tersebut tahapan-tahapan perencanaan akan dilakukan. Pada tahapan ini harus fokus dengan tujuan awal yang ingin dicapai, namun mempunyai ketentuan yang harus dilaksanakan. Jika terjadi suatu penyimpangan dalam proses perencanaan nya hal ini akan mempengaruhi kualitas sebagai profesi serta output yang dihasilkan dan tentu nya ada pihak khalayak yang dirugikan yaitu pihak konsumen dari media penyiaran (Wahyudi, 1994).



Gambar 5. 9 Manajemen Penyiaran Stasiun Televisi

Menurut (Nurudin, 2009)jurnalisme adalah sebuah kegiatan yang mengolah data kemudian menyiarkan informasi tersebut kepada khalayak luas. Seiring berjalannya waktu jurnalisme menjadi sebuah profesi yang mana pekerjaan tersebut bekerja pada media massa. Menjadi seorang jurnalisme harus memiliki keahlian yang sesuai sehingga pekerja tersebut mendapatkan sebuah imbalan.

Kasus virus corona dengan sangat cepat menyebar ke seluruh dunia termasuk di indonesia dalam kurun waktu kurang dari beberapa bulan, dikarenakan kurangnya informasi dan edukasi masyarakat indonesia yang menjadikan banyaknya simpangan berita yang tidak diketahui validasi nya membuat minimnya rasa khawatir tentang coronavirus pemerintah menetapkan sistem kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada

10 April sebulan sejak ditemukannya dua kasus yang terjadi di Indonesia.

Setelah penerapan PSBB yang sudah dilakukan diberbagai daerah, tentunya berdampak pada sektor industri termasuk pada manajemen penyiaran atau dalam dunia pertelevisian. Salah satu contoh MNC media yang menerapkan prokes pada PSBB dengan melakukan *social distancing* ketika diharuskan untuk beroperasi pada jam kerja berlangsung. Hal ini memberikan perubahan dari cara bekerja pada sebelum adanya corona virus, selain itu dapat berpengaruh bagi para reporter dunia pertelevisian dalam memuat sebuah berita.



Gambar 5. 10 Sosialisasi Perbatasan Penyiaran Televisi Digital

Dalam (Hidayat, 2015) morissan menyebutkan terdapat dua tantangan yang harus dihadapi oleh manajemen media penyiaran. Pertama, dalam standar operasional nya media penyiaran harus memiliki kekuatan agar dapat memenuhi pemilik dan pemegang saham yang mana harus mampu bersaing secara sehat dan kompetitif sekaligus mampu menghasilkan keuntungan finansial. Kedua, media penyiaran harus mampu memposisikan pada kepentingan masyarakat (komunitas) baik dimanapun media bersangkutan, yang mana sudah menjadi ketentuan jika media penyiaran mendapatkan atau menerima izin untuk melakukan siaran yang diberikan oleh negara.

Dengan berlangsung nya masa pandemi Covid-19 menjadikan manajemen penyiaran media menerapkan protokol kesehatan yang ketat dalam berlakunya kembali jam normal kerja penyiaran selama pandemi. Sejumlah media penyiaran sudah banyak ditemui dalam menambahkan program berita terkait Covid-19, walau bagaimanapun isi yang disampaikan dapat menimbulkan pro dan kontra dikalangan masyarakat. Sebagai salah satu contoh pemberitaan mengenai penolakan jenazah atau pasien Covid-19 yang telah pulih hingga sampai penolakan tenaga medis dan lain-lain. Hal tersebut dapat terjadi akibat kurangnya informasi dan edukasi dari pemerintah pusat. Pemicu lainnya juga disebabkan oleh infodemic yang dirasakan masyarakat dalam menerima berita atau informasi hoax yang banyak sekali ditemukan di media sosial sehingga menimbulkan efek pengaruh mental masyarakat dan melebih-lebihkan suatu informasi yang mengakibatkan kepanikan masyarakat (Santoso et al., 2021).



Chapter 6

LITERASI DIGITAL PENCEGAHAN COVID-19

A. Literasi Digital

Media digital dapat memudahkan setiap orang dalam menyebarkan dan mencari informasi. Pada masa pandemi Covid-19, edukasi mengenai literasi digital sangat diperlukan untuk mengantisipasi informasi yang tidak benar (hoax) menyebar luas di kalangan masyarakat. Literasi digital merupakan pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari.

Sehingga dengan literasi digital ini dapat membuat tatanan masyarakat yang memiliki pola pikir yang kritis dan kreatif serta masyarakat menjadi tidak mudah percaya terhadap informasi yang tidak benar. Literasi digital

dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui internet.

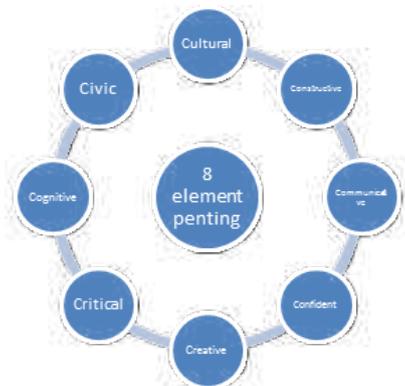
Secara umum literasi digital disebutkan mencakup sekaligus 5 keterampilan yaitu literasi visual foto yang mana dapat membaca dan menyimpulkan informasi dari gambar atau foto, dan literasi reproduktif yaitu dengan menghasilkan karya baru dari teknologi digital, atau keterampilan komunikasi linier yaitu dengan mencari, memahami, dan mengevaluasi informasi dari internet. Literasi sosial-emosional mengacu pada aspek sosial baik dari presentasi online, interaksi sosial atau hanya mengkonsumsi konten (Etik Anjar Fitriarti, 2019).

Dalam literasi digital terdapat keuntungan yang sangat bermanfaat yaitu dapat menghemat waktu, menghemat uang, belajar lebih cepat dan akurat, selalu mendapatkan informasi terbaru, dan lain lain. Menurut Martin Alan dalam (AK, 2020) mengatakan bahwa literasi digital adalah kolaborasi dari kemampuan menggunakan teknologi, computer sekaligus kemampuan dalam mengakses informasi melalui teknologi dan komunikasi media. Sedangkan menurut (Sutisna, 2020) literasi digital merupakan *life skills* yang tidak hanya melibatkan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi namun diperlukan juga kemampuan dalam pembelajaran, dan memiliki sikap kritis, kreatif, serta inspiratif sebagai kompetensi digital.

Tujuan dari literasi digital yakni untuk memberikan kewaspadaan kepada masyarakat dalam menerima informasi dengan menggunakan teknologi digital yang sudah ada, dengan demikian masyarakat bisa dapat mencari, menganalisis, menggunakan dan membuat

informasi yang bertanggung jawab. Merujuk pada UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berisi literasi digital mengajarkan kepada masyarakat untuk menggunakan media digital secara bertanggung jawab sesuai dengan konsekuensi dan hukumannya. Agar masyarakat paham mengenai hal tersebut dibutuhkan strategi yang bisa dilakukan dalam upaya gerakan literasi digital misalnya mulai dengan memberikan sosialisasi terkait dampak dan hukuman yang diterima serta bagaimana etika yang harus dilakukan dalam menggunakan media sosial dengan bijak. Untuk dapat mencapai tujuan utama, ada tantangan besar dalam literasi digital yaitu arus informasi hoax dan konten negatif yang dibuat oleh oknum yang tidak bertanggung jawab (Bahri & Sosial, 2021).

Media sosial dapat digunakan untuk melakukan penyebaran informasi apapun. Namun, diperlukan juga sikap yang kritis agar menyikapi setiap menerima informasi yang diterima. Ada delapan elemen penting dalam literasi digital yaitu *cultural, cognitive, constructive, communicative, confident, creative, critical* dan *civic*. Terdapat dua hal yang dapat mengantisipasi pencegahan hoax mengenai Covid-19 yakni *cognitive* dan *critical*. *Cognitive* dapat diartikan kemampuan untuk dapat berfikir secara luas lalu yang dimaksud dengan *critical* yaitu berfikir secara kritis dan mengolah menerima informasi yang diterima.



Gambar 6. 1 Delapan Element Penting

1. Prinsip dasar dalam Literasi Digital

Banyak sekali model kerangka literasi digital dengan beragam bentuk dan nama di internet yang memiliki keunikan tersendiri. Salah satunya adalah kerangka yang diluncurkan oleh ICT Watch dalam menjalankan pilar “Internet Sehat” (Hidayat, 2017) sebagai berikut:



Gambar 6. 2 Kerangka Literasi Digital Indonesia

Terdapat tiga kerangka utama yaitu *Safeguard* (Proteksi), *Rights* (Hak-hak), dan *Empowerment* (Pemberdayaan). Proteksi atau *Safeguard* merupakan bagian yang memerikan pemahaman tentang pentingnya kesadaran atas hal terkait keamanan, keselamatan, dan kenyamanan bagi siapapun pengguna internet. Keamanan yang dimaksud adalah perlindungan data pribadi, keamanan daring, serta privasi personal, dengan layanan teknologi sebagai salah satu solusi yang tersedia. Adapun tantangan yang termasuk risiko personal adalah terkait dengan isu *cyberbully*, *cyber fraud*, *cyber harassment*, dan *cyber stalking*.

Dalam hak-hak atau *Right* terdapat sejumlah hak mendasar yang harus diketahui dan dihormati oleh para pengguna internet. Hak ini menyangkut kebebasan berekspresi yang dilindungi serta hak atas kekayaan intelektual seperti hak cipta dan hak pakai semisal model lisensi Creative Commons (CC). Sedangkan dalam pemberdayaan (*Empowerment*) internet tentu saja bisa membantu penggunaannya untuk menghasilkan karya serta kinerja lebih produktif dan bermanfaat bagi diri sendiri, lingkungan dan masyarakat luas. Pada bagian ini meliputi sejumlah pokok bahasan yang menjadi tantangan tersendiri seperti *citizen journalism* yang berkualitas, kewirausahaan terkait dengan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi serta produk digital yang dilakukan oleh *technopreneur*, pelaku *start-up digital*, dan pemilik UMKM (Syaripudin et al., n.d.).

Penggunaan literasi digital tidak lepas dari perlindungan data pribadi penggunaannya yaitu perlindungan data tentang kehidupan seorang pengguna yang teridentifikasi melalui system elektronik maupun non elektronik. Cara melakukannya yaitu dengan tidak

menyebarkan data pribadi ke pihak lain, membuat system perlindungan atas data pribadi, tidak mengupload data pribadi ke media sosial atau ke publik, selalu memperbarui kata sandi di smartphone maupun di laptop dan memberikan edukasi kepada keluarga tentang perlindungan data pribadi. Hal ini penting karena data pribadi sangat berbahaya jika disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab seperti penipuan dan lain sebagainya. Berikut ini contoh data pribadi:



Gambar 6. 3 Contoh Data Pribadi (Syaripudin et al., n.d.)

Adapun prinsip dasar dalam pengembangan literasi digital adalah pemahaman, saling ketergantungan, factor sosial dan kurasi. Berikut penjelasan lebih mendalam:

a. Pemahaman

Pemahaman merupakan prinsip yang pertama yang harus ada dalam diterasi digital, pemahaman sederhana meliputi kemampuan untuk mengembangkan berbagai ide secara implisit dan

ekspilisit dari media.

b. Saling Ketergantungan

Saling ketergantungan dapat dimaknai sebagai sesuatu yang dapat membentuk media agar berhubungan dengan yang lain secara potensi, metaforis, ideal, dan harfiah. Dengan begitu banyak media sekarang ini dapat membentuk hubungan kerjasama, berdampingan dan saling melengkapi.

c. Faktor Sosial

Adapun factor sosial tidak hanya sekedar membagikan informasi dan menentukan keberhasilan jangka panjang media namun juga bisa membuat pesan sendiri dan dapat membentuk ekosistem untuk mencari, berbagi, menyimpan informasi.

d. Kurasi

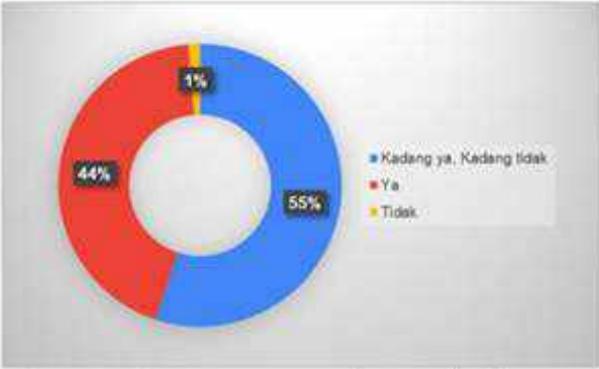
Metode “*save to read later*” adalah salah satu jenis literasi yang dihubungkan dengan kemampuan untuk memahami nilai dari sebuah informasi dan menyimpannya agar lebih mudah diakses dan dapat bermanfaat dalam jangka panjang. Kurasi tingkat lanjut harus berpotensi sebagai kurasi sosial.

B. Pencegahan Hoax di Tengah Covid-19

Literasi digital memiliki pengaruh yang sangat penting dalam pencegahan Covid-19 karena bisa menjadi sumber hoax. Berdasarkan data dari Kominfo hampir setiap hari berita hoax beredar di media sosial. Oleh karena itu, perlu diterapkan konsep literasi digital yang baik dan bijak kepada setiap masyarakat. Berikut ini cara antisipasi berita hoax yang beredar di media sosial:



Berdasarkan pada penelitian (Juditha, 2020) mengatakan bahwa berita yang tertulis merupakan jenis hoax Covid yang paling banyak diterima oleh masyarakat, kemudian gambar dan foto, video serta audio. Masyarakat juga terkadang bisa membedakan informasi yang mereka terima hoax atau tidak.



Gambar 6. 4 Kemampuan Responden Membedakan Berita Hoax Tentang Covid-19

Sebanyak 55% responden mengatakan bahwa ia terkadang bisa membedakan dan terkadang tidak bisa membedakan. Walaupun terdapat 44% juga mengaku bisa membedakan berita tersebut. Adapun berita hoax yang paling banyak diterima adalah mengenai pasien yang diisolasi banyak yang meninggal dunia.

Pengetahuan masyarakat mengenai Covid-19 menjadi salah satu faktor pendukung karena penggunaan media sebagai saluran informasi. Hasil penelitian (Juditha, 2020) menyebutkan bahwa lebih banyak masyarakat mendapatkan informasi mengenai Covid-19 dari media online, media sosial, televisi dan pesan instan. Masyarakat mengetahui definisi mengenai hoax secara umum,, rata-rata mengetahui bahwa hoax merupakan informasi yang palsu dan tidak jelas sumber juga kebenarannya. Jika dihubungkan dengan teori Bloom dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat termasuk kedalam kategori paham yang dimana paham merupakan level kedua dari pengetahuan. Sebagian masyarakat juga mengetahui konsekuensi jika menyebarkan informasi hoax di media sosial, yaitu melanggar Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) pasal 45 ayat 1 dengan denda 1 miliar rupiah dan sanksi pidana selama 6 tahun.

C. Literasi Digital BPBD DIY dalam pencegahan Covid-19

Pandemi Covid-19 membuat masyarakat menjadi mengurangi aktifitas diluar rumah sebagai salah satu protokol kesehatan yang diterapkan oleh pemerintah sehingga masyarakat lebih banyak beraktifitas melalui media-media seperti laptop dan smartphome. Perlu adanya gerakan literasi seperti literasi digital keluarga, karena sebagian besar masyarakat beraktifitas di dalam rumah.

Strategi pengembangan literasi digital keluarga dimulai dari orang tua. Seharusnya orang tua harus menciptakan lingkungan sosial yang komunikatif dalam keluarga dan membangun interaksi yang baik dengan anak-anak. Terlebih dalam situasi Covid-19 ini terdapat strategi yang dilakukan oleh orang tua dalam menjalankan gerakan literasi digital keluarga ini sebagai berikut:

Strategi Gerakan Literasi Digital Keluarga	
1	Peningkatan jumlah dan ragam bahan bacaan bertema teknologi informasi dan komunikasi yang berkaitan dengan pencegahan Covid-19 dalam bentuk majalah, buku, komik, karikatur, gambar berseri dan dalam bentuk salinan lunak yang dapat diakses melalui komputer dan gawai.
2	Pemilihan acara televisi dan radio yang edukatif bagi anggota keluarga terutama pada anak agar dapat menjadi sumber pengetahuan.
3	Pemilihan situs dan aplikasi yang edukatif sebagai sumber belajar. Misalnya, orang tua dapat menggunakan situs sahabatkeluarga.kemdikbud.go.id atau keluargakita.com atau situs yang lain untuk mengembangkan pengetahuan diri terkait dengan keluarga. Anak dapat membuka situs dan aplikasi untuk menambah pengetahuan dan mengasah kreativitasnya, seperti aplikasi anak cerdas, tebak gambar, permainan matematika, atau situs seperti kbbi.kemdikbud.go.id , inibudi.com , dan sebagainya.
4	Penyediaan komputer, laptop, gawai dan akses internet merupakan salah satu upaya penting dalam perkembangan ilmu pengetahuan pada era digital ini

Di tengah pandemi Covid-19 ini, BPBD DIY melaksanakan berbagai kegiatan edukasi masyarakat terlebih mengenai literasi digital. Salah satunya ialah melakukan edukasi kebencanaan melalui literasi digital yang dilaksanakan di Kulon Progo. Kegiatan ini dilaksanakan secara daring dan luring yang diikuti oleh 25 orang perwakilan dari Forum Pengurangan Risiko Bencana.



Gambar 6. 5 Edukasi Kebencanaan Melalui Literasi Digital di Kabupaten Kulon Progo

Selain itu, BPBD DIY juga terus memberikan edukasi melalui media online lainnya dengan membuat konten dengan judul “Cerita Barak” yang diupload melalui *Instagram*.



Gambar 6. 6 Instagram BPBD DIY

Terdapat juga kegiatan yang serupa yang diadakan secara langsung di Yogyakarta yaitu Literasi Digital Netizen Fair 2021. Kegiatan yang diadakan oleh Kementerian Kominfo bersama Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi ini dilaksanakan di Hotel Merapi-Sleman selama dua hari. Literasi Digital Netizen Fair tetap diadakan setiap tahun diberbagai wilayah dengan berbagai format yang berbeda (Sigit, 2021).



Gambar 6. 7 Literasi Digital Netizen Fair 2021

Chapter 7

DEFINISI, KONSEP, DAN MODEL KOMUNIKASI RISIKO COVID-19

A. Definisi dan Konsep Komunikasi Risiko

Kata komunikasi berasal dari istilah *communis* yang merupakan asal dari kata komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah pesan, pikiran, dan juga makna yang disampaikan dengan sama. (Mulyana, 2007) Komunikasi merupakan suatu kegiatan menyampaikan pesan. Pesan dalam komunikasi dapat berupa informasi maupun ide seseorang yang akan menimbulkan sebuah efek dari penerima pesan dan komunikasi dilakukan menggunakan media. (Effendy, 2017)

Risiko merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa. Risiko merupakan suatu peristiwa atau kondisi yang terjadi dan menyebabkan kemungkinan adanya keuntungan maupun kerugian secara finansial, selain itu juga dapat menyebabkan cedera fisik, dan juga kerugian lainnya yang tidak dapat diperkirakan. (Silviani et al., 2020)

Komunikasi Risiko adalah kegiatan atau proses komunikasi tentang suatu peristiwa yang tidak diharapkan dan tidak pernah terpikirkan contohnya Pandemi Covid-19. (Winoto, 2017) Model komunikasi risiko ini merupakan komunikasi yang diterapkan dalam kondisi krisis dan juga dalam bencana. (Silviani et al., 2020). Komunikasi secara signifikan merupakan hal yang penting dilakukan dalam menangani sebuah kedaruratan ataupun bencana alam. Dalam hal tersebut, komunikasi dapat berupa peringatan evakuasi, informasi gejala, maupun risiko yang mungkin terjadi dan juga pengobatan medis yang dibutuhkan. Kebutuhan komunikasi akan berbeda sesuai dengan jenis krisis yang sedang dialami. Komunikasi Risiko juga sering dihubungkan dengan identifikasi risiko yang bertujuan untuk membujuk suatu masyarakat agar dapat berperilaku lebih baik dan lebih sehat.

Konsep dari komunikasi risiko yaitu:

- a. Persepsi terhadap risiko merupakan persepsi yang didasarkan pada emosi yang dipengaruhi oleh faktor lokal dan juga budaya. Persepsi risiko bukanlah risiko yang digunakan untuk memotivasi seseorang untuk mengubah perilaku. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)
- b. Setiap orang akan belajar dari pengalaman, sehingga dalam komunikasi risiko harus menyesuaikan dengan masyarakat yang dituju. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)
- c. Dalam keadaan darurat masyarakat cenderung bergerombol dan juga akan mengikuti pemimpinnya, sehingga dalam komunikasi risiko melibatkan pemimpin atau orang yang

berpengaruh di daerah tersebut sangatlah baik. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)

- d. Untuk mengubah perilaku hidup sehat dalam masyarakat merupakan hal yang sulit dan tidak bisa dengan mudah terjadi, oleh karena itu edukasi tentang hidup sehat kepada masyarakat harus selalu di disampaikan dengan berulang melalui berbagai media. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)
- e. Pada saat terjadi sebuah keadaan yang darurat masyarakat cenderung akan panik dan tidak bisa berfikir secara rasional, oleh karena itu komunikasi risiko harus dapat meyakinkan masyarakat sehingga masyarakat mau mengikuti perintah dalam komunikasi risiko tersebut. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)

B. Unsur-Unsur Pada Komunikasi Risiko

1. Penyampaian pesan yang tepat dan cepat

Sumber informasi utama dalam sebuah komunikasi risiko biasanya berasal dari lembaga pertama yang menyampaikan informasi tersebut. Keberhasilan komunikasi risiko dinilai dari cepatnya tanggapan dari masyarakat. Dengan demikian berarti sistem dan tindakan yang diterapkan telah sesuai. Pemberian informasi dengan cepat juga harus mementingkan ketepatan dan juga keakuratan sebuah informasi. Informasi yang diberikan kepada masyarakat harus berdasarkan fakta dan juga bukti data. Selain itu penyampaian informasi juga harus

disampaikan oleh orang yang berkompeten di bidangnya. Jika informasi telah disampaikan tetapi tidak ada respon dan tanggapan yang cepat dari masyarakat berarti informasi tersebut tidak dipercayai oleh masyarakat. Dengan demikian masyarakat cenderung akan beralih dalam informasi lain yang sumbernya lebih dipercayai. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)

2. Keterbukaan Pesan dan Empati

Pemberian pesan yang disertai dengan ketulusan dan kepedulian akan mendapatkan rasa empati dari masyarakat. Selain itu, orang yang menyampaikan pesan harus dipercaya oleh masyarakat, memiliki sifat jujur, dan juga terbuka. Namun bukan berarti harus menyampaikan seluruh informasi, tetapi tidak menutup-nutupi sebuah fakta yang terjadi. Hal tersebut bisa dilakukan dengan menggunakan komunikasi 2 arah antara penyampai informasi dengan masyarakat. Penggunaan media dalam penyampaian informasi juga sangat berpengaruh dalam respon empati dari masyarakat dan juga keterbukaan penyampaian pesan. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)

C. Komunikasi Krisis Dan Komunikasi Risiko Covid-19

1. Definisi Komunikasi Krisis

Krisis merupakan sebuah kejadian secara tiba-tiba yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya dan akan menyebabkan kerugian bagi beberapa pihak. Kerugian tersebut bisa berupa kerugian material, korban, maupun

kinerja sebuah organisasi. Sedangkan komunikasi krisis merupakan sebuah proses penyampaian pesan dan informasi dari pihak tertentu guna menyelesaikan permasalahan dalam situasi krisis. Hal terpenting dalam sebuah komunikasi krisis yaitu cara penyampaian pesan yang dilakukan dengan tepat. (Coombs, 2007)

Krisis merupakan sebuah peristiwa di luar dugaan yang bisa memberikan dampak positif maupun negatif. Dampak positif dari situasi krisis yaitu apabila ditangani dengan benar dan tepat maka akan memberikan sebuah keuntungan seperti menjadikan reputasi sebuah organisasi lebih bagus. Namun jika dalam situasi krisis tidak ditangani dengan baik maka akan menimbulkan sebuah kerugian seperti terancamnya keberlangsungan sebuah organisasi. (Salma, 2018)

Krisis merupakan sebuah persepsi tentang kejadian yang muncul secara tiba-tiba dan tidak dapat diperkirakan. Hal terpenting dalam sebuah krisis yaitu berkaitan dengan persepsi yang digunakan dalam sebuah organisasi. Berbagai cara organisasi dalam menanggapi sebuah kondisi krisis. Persepsi tersebut berkaitan dengan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan dalam menanggapi sebuah krisis dan juga menyelesaikan krisis tersebut dengan baik dan tepat. (Salma, 2018)

Krisis pada setiap orang atau setiap instansi akan berbeda tergantung dalam menjalaninya. Contohnya Jika sebuah organisasi A menganggap sebuah masalah sebagai sebuah krisis namun belum tentu organisasi B menganggap masalah tersebut sebagai sebuah krisis juga. Komunikasi krisis merupakan hal yang wajib dilakukan pada saat terjadinya sebuah krisis. Komunikasi krisis sangat penting dilakukan untuk mengatasi sebuah permasalahan dalam situasi krisis dan menjadikan situasi krisis tersebut menjadi

peluang yang positif.

2. Perbedaan Komunikasi Krisis dan Komunikasi Risiko

Komunikasi risiko dengan komunikasi krisis sangat sering tertukar, Perbedaan yang paling besar adalah komunikasi risiko dilakukan sebelum terjadinya sebuah krisis atau ancaman dan juga dilakukan sebelum terjadi tanggap darurat bencana. Sedangkan komunikasi krisis dilakukan pada saat telah atau sedang terjadi krisis atau tanggap darurat bahaya bencana.

Komunikasi krisis dilakukan oleh pemerintah saat awal terjadinya pandemi covid 19. Setelah itu model komunikasi yang dilakukan berubah menjadi komunikasi risiko. Hingga saat ini banyak yang masih mengalami kesulitan dalam membedakan komunikasi krisis dengan komunikasi risiko. Komunikasi krisis dijalankan ketika suatu kejadian atau kondisi krisis sedang terjadi, sedangkan komunikasi risiko dilakukan setelah kejadian terjadi atau sebelum kejadian. Komunikasi risiko dapat digunakan sebagai bahan evaluasi pada konsekuensi yang mungkin bisa terjadi di kemudian hari.

Perbedaan komunikasi risiko dan komunikasi krisis yaitu

- a. Informasi yang disampaikan akan menjelaskan tentang efek yang ditimbulkan atau kerugian yang dialami dan juga penjelasan tentang cara menghadapi masalah tersebut. Komunikasi tersebut ditujukan agar masyarakat mengetahui tentang bahaya yang sedang terjadi dan juga cara menyikapi agar tidak emosi dan terhindar dari permasalahan tersebut. (Novita et al., 2021)

- b. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi risiko bersifat persuasif yaitu pesan yang disampaikan dapat berguna untuk menenangkan seseorang dan tidak emosi sehingga bisa menyelesaikan masalah tersebut. Sedangkan pesan dalam komunikasi krisis bersifat informatif yaitu pesan yang disampaikan berdasarkan kesadaran dan juga fakta yang ada di lokasi. (Novita et al., 2021)
- c. Pesan dalam komunikasi risiko harus diberikan secara rutin dan berulang. Sedangkan pesan dalam komunikasi krisis disampaikan dengan tidak teratur. Komunikasi risiko akan berfokus pada pesan yang disampaikan dan komunikasi krisis akan berfokus pada kondisi masyarakat dan juga situasi di lokasi kejadian. (Novita et al., 2021)

	Komunikasi Risiko	Komunikasi Krisis
Definisi	Komunikasi Risiko adalah kegiatan atau proses komunikasi tentang suatu peristiwa yang tidak diharapkan dan tidak pernah terpikirkan contohnya Pandemi Covid-19. Model komunikasi risiko ini merupakan komunikasi yang diterapkan dalam kondisi krisis dan juga dalam bencana.	komunikasi krisis merupakan sebuah proses penyampaian pesan dan informasi dari pihak tertentu guna menyelesaikan permasalahan dalam situasi krisis.

Tujuan	Komunikasi risiko bertujuan untuk memberitahu seseorang dalam membuat keputusan dan juga cara menyelesaikan masalah krisis dengan baik dan tepat. Selain itu juga sebagai evaluasi dalam menghadapi masalah yang mungkin akan terjadi lagi.	Komunikasi krisis bertujuan untuk mengatasi sebuah masalah yang terjadi dalam kondisi krisis dan mengatasi dampak negatif dari kondisi krisis. Selain itu komunikasi krisis juga dapat digunakan untuk mempertahankan reputasi sebuah organisasi atau perusahaan.
Fungsi	Pesan dalam komunikasi risiko berisikan informasi maupun edukasi, ancaman bahaya, dan juga saran tindakan yang harus dilakukan pada saat terjadinya kondisi krisis. Contoh: Pada saat terjadinya covid 19 pada komunikasi risiko akan menyampaikan edukasi tentang bahaya covid, gejala, dan juga himbauan untuk melakukan vaksin dan menjaga kesehatan.	Pesan dalam komunikasi krisis berisikan tentang arahan yang harus dilakukan dan juga pesan yang berfungsi untuk menenangkan masyarakat pada saat mengalami kepanikan. Contoh: Pada saat terjadi covid 19 pada komunikasi krisis akan menyampaikan pesan tentang pertolongan pertama, pesan untuk tetap tenang, pelaksanaan rapid secara serempak dan juga penyelenggaraan vaksin massal untuk seluruh masyarakat.
Waktu	Komunikasi risiko dilaksanakan sebelum terjadinya kondisi krisis, saat terjadinya, dan juga setelah terjadinya kondisi krisis.	Komunikasi krisis dilaksanakan pada saat terjadinya sebuah kondisi krisis.
Output	Komunikasi risiko yang dijalankan secara terencana akan menjadikan kesiapan dalam melakukan komunikasi pada saat terjadinya krisis.	Komunikasi krisis sering dilakukan secara mendadak dan tidak dipersiapkan terlebih dahulu. Sehingga saat terjadi krisis seringkali komunikasi yang dilakukan kurang maksimal.

Tabel 7. 1 Perbedaan Komunikasi Krisis dan Komunikasi Risiko

Kebijakan pemerintah tersebut pasti menimbulkan adanya pendapat kontra dari berbagai pihak. Masyarakat menganggap pemerintah hanya bermain-main dan juga tidak serius dalam menangani kasus covid 19. Selain itu pemerintah juga dianggap tidak mampu memberi keputusan yang tegas terkait pencegahan covid 19. Di saat negara lain di seluruh dunia secara serempak menutup akses keluar masuk di negaranya dari warga asing sebagai bentuk pencegahan covid 19, Indonesia justru masih membebaskan akses keluar masuknya warga asing dari berbagai daerah yang mungkin membawa virus ke Indonesia dan tidak menutupnya. Hal tersebut dinilai hanya akan memperburuk keadaan di Indonesia yang tadinya tidak ada satupun orang yang terjangkit virus covid, dengan kebijakan seperti itu menjadikan Indonesia juga ikut terdampak covid 19.

Pemerintah Indonesia mulai mempercayai covid 19 dan mulai melakukan sebuah tindakan saat munculnya kasus covid pertama di Indonesia yaitu pada tanggal 2 Maret 2020. Pemerintah mulai menjalankan komunikasi krisis dan menyebarluaskan informasi tentang covid 19 melalui media-media termasuk televisi. Pesan yang disampaikan yaitu terkait dengan virus covid 19, cara penyebaran, cara mengatasi, dan juga imbauan pemerintah untuk masyarakat tetap tenang dan tidak panik menghadapi covid 19. Kasus covid 19 diberitakan secara berkala dan selalu di update jumlah orang yang telah terkena virus covid 19. Pesan disampaikan oleh beberapa pihak seperti juru bicara, tokoh masyarakat, dan juga kementerian kesehatan. Pesan yang disampaikan oleh pemerintah tersebut sebagai penanda adanya perubahan yang dilakukan oleh pemerintah yang sebelumnya komunikasi krisis yang dijalankan dinilai buruk oleh masyarakat pada awal munculnya virus covid 19 tetapi mulai ada perubahan penanganan covid 19 yang

baik. (Novita et al., 2021)

Ketidakseriusan yang dilakukan oleh pemerintah dalam menjalankan komunikasi krisis pada saat terjadinya covid dan juga ketidakjelasan informasi yang berkembang di masyarakat sangat berdampak pada pola hidup masyarakat. Masyarakat justru menganggap covid 19 sebagai sesuatu yang tidak berbahaya dan banyak yang tidak menerapkan protokol kesehatan. Keadaan tersebut diduga akibat dari pernyataan pemerintah yang menolak adanya covid 19 pada awal kemunculannya. Pemerintah mengeluarkan statement-statement yang dianggap bercanda. Selain itu munculnya berita hoax yang sangat banyak dan telah beredar di kalangan masyarakat sehingga masyarakat sulit membedakan berita yang benar dan tidak benar. Dengan adanya berita hoax tersebut menjadikan masyarakat yang tidak paham tentang bahaya covid 19 menjadi tergiring informasi yang tidak benar dan tidak jelas sumbernya hingga menjadikan perdebatan.



Gambar 7. 2 Berita Hoax Covid 19. (Kasih, 2021)

Berita hoax terjadi dimana mana pada saat awal kemunculan covid 19 di Indonesia. Berita tersebut juga tidak jelas sumbernya dari mana. Salah satu berita hoax yang terjadi dan menyebar di masyarakat yaitu pasien covid 19 yang telah mengalami covid tidak akan bisa terserang kembali dan tidak akan bisa tertular covid kembali. Berita tersebut sangat banyak menyebar di kalangan masyarakat sehingga banyak masyarakat yang percaya dengan berita tersebut. Dengan adanya berita tersebut membuat beberapa masyarakat yang pernah mengalami covid 19 setelah dinyatakan sembuh menjadi seandainya dan tidak menerapkan protokol kesehatan lagi. Pada kenyataannya pasien covid 19 yang pernah tertular covid 19 dan telah dinyatakan sembuh juga dapat tertular kembali oleh virus covid 19.

Masyarakat sempat mengalami kebingungan pada awal kemunculan pandemi Covid-19 akibat kebijakan yang diberikan oleh pemerintah tidak jelas dan juga adanya perbedaan kebijakan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Perbedaan kebijakan tersebut terlihat pada saat adanya kebijakan lockdown di setiap daerah dan di desa-desa. Tetapi pemerintah pusat justru tidak belum memberikan keputusan mengenai lockdown tersebut dan masih membebaskan masyarakat untuk keluar masuk rumah hanya saja mengurangi aktivitas seperti sekolah dan bekerja di rumah. (CNN Indonesia, 2020).

Keresahan masyarakat mengenai perbedaan kebijakan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah juga di alami di Yogyakarta. Masyarakat Yogyakarta merasa kebingungan dengan kebijakan mana yang sebenarnya harus dijalankan. Pada saat awal munculnya covid 19 ada kebijakan dari pemerintah daerah untuk menutup akses jalan masuk dan keluar di daerah desa. Dengan demikian

beberapa wilayah di Yogyakarta juga menjalankan kebijakan tersebut dengan cara menutup akses jalan masuk dan keluar di setiap desa yang ada di Yogyakarta. Hal tersebut dilakukan dengan sistem penjagaan oleh warga sekitar desa untuk menutup jalannya dengan berbagai cara dan metode. Ada beberapa desa yang menutup desanya secara total dengan menggunakan bambu yang dibentangkan di tengah jalan masuk, namun ada juga yang menutupnya dengan portal yang masih bisa dibuka untuk beberapa orang saja.

Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan dengan BPBD Yogyakarta, pada awal terjadinya covid 19 juga telah memberikan arahan arahan kepada masyarakat tentang apa saja yang harus dilakukan masyarakat untuk menangani kasus virus covid 19 dan juga pencegahannya. Selain itu BPBD juga membuat aplikasi yang digunakan untuk pendataan masyarakat, orang yang terkena covid dan juga suspect covid 19 dan menginput di setiap desa. Namun kebijakan dari pemerintah pusat justru berbeda. Setelah Yogyakarta telah melakukan kebijakan tersebut untuk mengurangi dan mencegah penyebaran covid 19 pemerintah pusat justru belum melakukan tindakan lockdown dan masih membuka akses keluar masuk di setiap daerah.

Komunikasi krisis yang dijalankan oleh pemerintah pusat pada awal terjadinya covid 19 dianggap tidak berjalan dengan baik karena pemerintah terlalu banyak menggunakan kata-kata dan bahasa asing yang sulit dimengerti bagi masyarakat. Selama krisis covid 19, harapan utama masyarakat yaitu keselamatan dan juga kesehatan bagi masyarakat dan juga keluarganya, kebutuhan berupa makanan dan uang yang terpenuhi serta cukup untuk bertahan hidup, selain itu masyarakat

juga mengharapkan agar dapat bekerja kembali seperti sebelumnya tanpa adanya rasa khawatir. Hal tersebut harus benar-benar dipikirkan oleh pemerintah pada saat menjalankan komunikasi krisis.

Komunikasi krisis dalam situasi pandemic covid 19 harus dilakukan dengan benar dan tepat sesuai fakta yang ada di lapangan. Selain itu komunikasi juga harus dilakukan secara terbuka agar tidak ada kesalahpahaman dalam penyampaian pesan. Komunikasi yang dilakukan pada saat situasi krisis sangat berbeda dengan komunikasi yang dilakukan dalam kondisi normal. Sehingga komunikasi tersebut sangat diperlukan dalam kondisi krisis yang berguna untuk mengatasi masalah yang terjadi selama kondisi krisis terutama pada masa pandemic covid 19. Dalam kondisi krisis akan memunculkan berbagai kejadian yang tidak dapat diduga-duga, kondisi ekonomi yang tidak stabil bahkan suatu peristiwa yang dapat membahayakan nyawa seseorang. Selain itu dalam kondisi krisis juga kan menyebabkan suatu perubahan sosial yang besar dan secara tiba-tiba. Pada masa pandemic covid 19 akan memunculkan tantangan-tantangan yang parah dan tidak pernah diduga sebelumnya. Hal tersebut membuat komunikasi krisis penting dilakukan untuk mengatasi masalah yang akan terjadi dan juga memberikan informasi kepada masyarakat serta menenangkan masyarakat dalam menghadapi situasi tersebut.

D. Komunikasi Risiko Covid-19

Komunikasi risiko dalam kasus covid 19 di Indonesia terjadi setelah komunikasi krisis. Komunikasi risiko yang dijalankan merupakan perubahan model komunikasi setelah pemerintah mengalami kesulitan dalam menjalankan komunikasi krisis. (World Health

Organization, 2020). Komunikasi risiko merupakan sebuah strategi dari pemerintah untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang covid 19 dan bagaimana cara mengatasinya. (Novita et al., 2021)

Keterlibatan tokoh penting dan juga orang-orang yang berpengaruh dalam masyarakat akan sangat berguna dalam pelaksanaan komunikasi risiko. Komunikasi risiko akan dinilai berhasil jika respon yang diberikan masyarakat baik dan juga masyarakat dapat menjalankan dan mengikuti pesan dari komunikasi risiko yang disampaikan. Pada saat ini komunikasi risiko dapat dijalankan dalam berbagai cara salah satunya yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan sosial media. Pemerintah saat ini banyak yang telah memiliki akun sosial media seperti Instagram. Komunikasi risiko tersebut biasanya akan di sebar luaskan pada akun sosial media milik pemerintah berupa poster, video, maupun infografis. Kemudian keberhasilan dari komunikasi risiko yang disampaikan tersebut dapat dinilai dari banyaknya respon masyarakat berupa komen di postingan tersebut dan juga like. Dengan memanfaatkan sosial media tersebut membuat komunikasi dapat dengan cepat diterima oleh masyarakat dan juga mendapatkan respon yang cepat juga.

Komunikasi risiko yang disampaikan pemerintah melalui akun sosial media yaitu berupa pesan tentang penjelasan virus covid 19, gejala-gejala yang dialami jika terkena covid 19, dan juga cara menangani dan menanggulangi covid 19, cara terhindar dari covid, serta kebijakan-kebijakan pemerintah seperti menerapkan protokol kesehatan, menjaga jarak, melakukan lockdown, melakukan isolasi mandiri jika mengalami gejala covid 19, dan himbauan untuk melakukan vaksin covid 19. (Novita et al., 2021)

Yogyakarta sebagai kota pelajar yang memiliki penduduk sebagian besar merupakan siswa dan mahasiswa yang berasal dari daerah yang berbeda-beda juga menerapkan komunikasi risiko kepada masyarakatnya. Melalui BPBD yang telah dibentuk pemerintah untuk mengatasi masalah bencana alam maupun non alam melakukan komunikasi risiko. Komunikasi risiko yang dilakukan oleh BPBD DIY disebarakan secara luas dengan menggunakan berbagai media. Tidak hanya pada sosial media saja tetapi juga diberikan melalui media sosial online maupun offline, televisi, maupun radio dan juga iklan-iklan yang dipasang di setiap tempat. Komunikasi risiko dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui tentang covid 19, cara yang harus dilakukan saat terjangkit dan juga cara menghindari covid 19. Selain itu komunikasi risiko dilakukan agar masyarakat tetap tenang dan tidak panik serta sadar tentang bahaya covid 19 dan mau untuk menjaga kesehatan dan menerapkan protokol kesehatan.

Komunikasi Risiko yang diberikan oleh BPBD DIY melalui sosial media dan juga website dinilai cukup efektif karena dapat menjangkau masyarakat luas. Komunikasi risiko dengan bentuk infografis menjadi hal yang paling banyak disukai oleh masyarakat. Hal tersebut dinilai berdasarkan jumlah like maupun komen di sosial media milik pemerintah. Kemudian selain infografis, komunikasi risiko yang dilakukan dengan menggunakan video juga menjadi urutan kedua yang banyak disukai oleh masyarakat. Selanjutnya juga ada komunikasi risiko dalam bentuk gambar. Komunikasi risiko yang dibuat oleh pemerintah dengan bentuk infografis menjadi cara yang efektif untuk disampaikan kepada masyarakat karena dapat membuat ketertarikan masyarakat yang melihatnya dan juga berisi informasi yang jelas dan singkat.



Gambar 7. 3 Postingan Infografis BPBD DIY

Selain infografis BPBD DIY juga menyampaikan pesan melalui sosial media dalam bentuk video. Video yang disampaikan oleh pemerintah berisikan informasi terkait covid 19, dan juga edukasi tentang bahaya covid, cara menyikapi covid 19, maupun kebijakan-kebijakan yang diberikan oleh pemerintah. Video menjadi salah satu bentuk komunikasi risiko yang disukai oleh masyarakat karena dengan adanya perpaduan audio dan visual membuat masyarakat lebih tertarik untuk menonton video tersebut.



Gambar 7. 4 Postingan Infografis BPBD DIY

Bentuk komunikasi risiko yang disampaikan BPBD DIY selanjutnya yaitu berbentuk poster. Poster yang disampaikan berupa informasi yang data orang yang terkena covid 19 maupun suspect covid 19 maupun poster tentang motivasi maupun edukasi mengenai covid 19. Poster yang berisikan tentang data orang yang terkena covid 19 akan di update oleh BPBD DIY setiap harinya dengan menunjukkan angka covid yang berbeda-beda.



Gambar 7. 5 Postingan Poster BPBD DIY

E. Manajemen Komunikasi Risiko

Pada tahun 2017 Indonesia melakukan JEE dengan sukarela. Indonesia melakukan hal tersebut dengan tujuan agar dapat melakukan penilaian pencegahan, dan juga mendeteksi adanya wabah virus, penyakit, sesuatu yang mengancam dan darurat, baik berasal dari alam maupun dari sumber lain yang disengaja maupun tidak disengaja. JEE mencakup bagian-bagian seperti ancaman IHR, mencegah, mendeteksi, dan juga merespon. Dalam hal ini komunikasi risiko menjadi salah satu bagian dari

merespon. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021).

Selain melakukan JEE Indonesia juga telah melakukan *Intra Action Review* (IAR) dan *monitoring* yang dilakukan pada bulan agustus 2020 dan november 2021. Hal tersebut dilakukan oleh Indonesia sebagai salah satu bentuk penanggulangan covid 19. IAR merupakan sebuah tindakan yang dilakukan untuk menghadapi situasi darurat yang sedang berlangsung. Hal tersebut dilakukan agar dapat memperbaiki dalam penyampaian pesan dalam komunikasi risiko, memantau rumor yang beredar luas, melakukan klarifikasi terhadap rumor yang beredar, dan juga penyampaian pesan melalui layanan *hotline* covid 19 seperti penyampaian pesan melalui sosial media, SMS, televisi, maupun radio. Tidak hanya itu, hal tersebut juga berfungsi untuk mengajak masyarakat luas ikut berkontribusi dalam pencegahan covid 19. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021).

WHO menyampaikan 5 pilar kapasitas komunikasi risiko dan evaluasi dalam JEE yaitu:

1. Melakukan koordinasi dengan partner
2. Sistem komunikasi risiko.
3. Melakukan komunikasi publik.
4. Melibatkan masyarakat yang terdampak.
5. Menangani persepsi maupun perilaku orang yang berisiko, dan juga menangani informasi yang salah.

Dalam sistem komunikasi risiko terdapat beberapa bagian seperti rencana komunikasi risiko yang akan

diperbaharui secara berkala, dan struktur organisasi. Rencana komunikasi risiko mencakup ancaman bahaya yang dialami, pendanaan, *focal point*, dan juga kapasitas sumber daya manusia. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)

Menentukan pelaksana atau unit yang menangani komunikasi risiko.	Memastikan komunikasi risiko dalam struktur organisasi dan mekanisme informasi	Menentukan bencana dan krisis kesehatan yang akan dihadapi.	Mendapat persetujuan untuk rencana komunikasi risiko
--	--	---	--

Gambar 7. 6 Hal yang Penting Dilakukan dalam Manajemen Risiko

Pemerintah membentuk Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) yang memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan penanggulangan bencana baik bencana alam maupun bencana non alam dan sosial. BNPB bertanggung jawab penuh kepada Presiden. Selain itu pemerintah daerah juga membentuk Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) yang memiliki tugas yang sama tetapi BPBD bertanggung jawab pada kepala daerah masing-masing tempat. Hal tersebut telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)

Penjelasan tentang fungsi komunikasi risiko telah disampaikan dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/ MENKES/ 209/2020 yang menjelaskan tentang dibentuknya Tim Koordinasi Kewaspadaan Nasional Coronavirus Disease-19

Bidang Kesehatan, dan juga tentang Incident Management System (IMS). Dalam keputusan tersebut pemerintah melibatkan masyarakat dalam melakukan komunikasi risiko dan juga struktur organisasi IMS. (Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat Kementerian Kesehatan RI, 2021)

Manajemen komunikasi risiko yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta melalui BPBD DIY yang telah diberikan tugas untuk menanggulangi bencana di daerah Yogyakarta baik bencana alam maupun bencana non alam yaitu BPBD melakukan komunikasi risiko dengan memanfaatkan berbagai media untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan covid 19. Salah satu informasi tersebut yaitu dengan mengupdate data pasien covid setiap harinya yang disebarkan kepada masyarakat melalui sosial media Instagram maupun melalui website. Membuat konten berupa infografis tentang covid 19, maupun video yang berisikan edukasi tentang covid 19.

BPBD DIY juga membuat aplikasi pada awal kemunculan covid 19. Aplikasi tersebut digunakan untuk mengakses data masyarakat di Yogyakarta dan juga digunakan untuk mengetahui berapa orang yang terkena covid, suspect covid, dan juga orang yang keluar masuk ke daerah Yogyakarta. Namun aplikasi tersebut hanya berjalan beberapa bulan saja dan tidak berlanjut hingga saat ini karena dalam aplikasi tersebut beberapa data bisa di akses oleh masyarakat dan juga hal tersebut yang menjadi beberapa pertimbangan hingga akhirnya tidak digunakan lagi.

Tidak hanya itu, BPBD DIY juga berusaha untuk membasmi berita-berita hoax yang telah menyebar di kalangan masyarakat. Berita hoax sangat berpengaruh

terhadap kepercayaan masyarakat hingga banyak orang percaya dengan berita-berita hoax yang sumbernya tidak jelas. Dengan demikian BPBD DIY bekerja sama dengan Kominfo juga membasmi berita hoax dan juga meluruskan fakta yang terjadi sebenarnya kepada masyarakat.

Manajemen risiko yang dilakukan oleh BPBD DIY merupakan hal yang dinilai cukup efektif karena dapat memberitahukan masyarakat tentang sesuatu hal yang harus dilakukan dalam menghadapi virus covid 19. Postingan yang dibuat oleh BPBD DIY tentang jumlah data orang yang terkena covid juga bermanfaat bagi masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui data orang yang terjangkit.

Dengan demikian masyarakat dapat mengantisipasi agar tidak tertular covid 19 dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Namun manajemen risiko yang dilakukan oleh BPBD DIY mengenai pembasmian berita-berita hoax tidak terlalu efektif karena BPBD hanya akan bertindak jika berita tersebut telah menyebar secara luas dengan demikian masyarakat telah terlanjur percaya dengan berita yang beredar atau bahkan ada beberapa masyarakat yang telah melakukan tindakan akibat dari berita hoax tersebut. Seharusnya BPBD juga bisa mengantisipasi lebih awal tentang adanya berita hoax yang terjadi sebelum menyebar luas dan mempengaruhi kepercayaan masyarakat.



Chapter 8

PENDEKATAN KOMUNIKASI RISIKO COVID-19

A. Komunikasi Publik dalam Pencegahan Covid-19

Pemerintah Indonesia terus melakukan berbagai cara agar masyarakat bisa terhindar dari virus Covid-19. Selain menerapkan protokol kesehatan dengan menerapkan 5 M (mencuci tangan, memakai masker, menjauhi kerumunan, menjaga jarak, mengurangi mobilitas) (Irwan et al., 2021) pemerintah sekarang juga sudah mulai menjalankan kegiatan vaksinasi Covid-19 kepada masyarakat.

Kelancaran dari kegiatan vaksinasi Covid-19 ini tidak semudah yang dibayangkan karena terdapat banyak sekali informasi tidak benar atau hoax yang beredar dikalangan masyarakat, baik melalui media sosial maupun dari mulut ke mulut, sehingga dapat menyebabkan masyarakat menjadi takut dan tidak ingin melakukan vaksinasi Covid-19.

Untuk itu perlu dilakukan strategi dalam mengatasi hal ini salah satunya dengan melancarkan komunikasi publik. Komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah sangat penting untuk melawan berbagai informasi hoax yang beredar.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memberikan pernyataan bahwa vaksin Covid-19 aman untuk kesehatan masyarakat dan efikasinya sudah melampaui standar WHO yang merupakan organisasi kesehatan dunia dan juga telah disertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Bramasta, 2021). Walaupun demikian masih terdapat masyarakat yang ragu untuk menjalani kegiatan vaksinasi Covid-19 karena begitu banyak informasi hoax yang menyebar di media sosial. Oleh karena itu pemerintah meyakinkan masyarakat dengan memberikan edukasi dan melakukan komunikasi publik dengan menampilkan beberapa publik figur di siaran televisi dan media lainnya yang siap untuk divaksin pertama kali, diantaranya Presiden Joko Widodo, Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil, Raffi Ahmad, Ariel Noah, Dokter Tirta dan Risa Saraswati (Arifin, 2021).



Gambar 8. 1 Presiden Jokowi di Vaksin Covid-19 (Meiliani, 2021)

1. Pengertian komunikasi publik

Komunikasi publik (*public communication*) merupakan komunikasi antara seorang komunikator dengan khalayak umum yang besar kemungkinan tidak bisa dikenali satu persatu. Dalam penggunaan komunikasi publik biasa dilakukan dengan cara yang formal oleh pemerintah maupun perusahaan yang memiliki informasi penting dan mendesak. Secara sederhana, inti dari komunikasi publik adalah terdapat pesan yang akan disampaikan, sumber pesan, penerima pesan dan diantara ketiga hal tersebut biasanya terdapat gangguan. Poin penting dari tujuan komunikasi publik adalah pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan diterima secara utuh dan menyeluruh oleh publik (Dewi, 2021).

Pada dasarnya komunikasi publik lebih sulit dilakukan dari pada komunikasi antar pribadi karena memiliki tujuan yang berbeda dimana komunikasi publik lebih memperhatikan dan mempertimbangkan kepercayaan publik terhadap inti pesan yang disampaikan komunikator (Setra et al., 2021). Humas pemerintah memfokuskan pada fungsi sebagai komunikator yang bisa menciptakan rasa aman dan nyaman kepada masyarakat dengan memberikan informasi atau himbauan untuk menjalankan protokol kesehatan dan ikut serta dalam kegiatan vaksinasi Covid-19 tanpa bisa di terpengaruh oleh informasi yang tidak benar.

2. Komunikasi publik pemerintah dalam pencegahan Covid-19

Kualitas komunikasi publik pemerintah menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Proses komunikasi publik yang

buruk dapat mengakibatkan pesan baik yang disampaikan bisa menjadi pesan tidak baik karena pesan yang didapatkan publik tidak secara utuh dan menyeluruh, sehingga dapat mengakibatkan krisis kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Adapun solusi yang dapat dijalankan oleh pemerintah adalah dengan menyampaikan informasi secara tepat, detail, efektif, dan terbuka, dengan hal ini pemerintah akan mendapatkan kepercayaan masyarakat kembali secara menyeluruh. Begitu besar dampak komunikasi publik terhadap perilaku masyarakat, akan tetapi karena komunikasi publik yang terkesan tidak searah dapat mengakibatkan penyimpangan masyarakat terhadap kebijakan yang telah ditetapkan, oleh karena itu pemerintah perlu bantuan dari tokoh agama atau tokoh adat setempat untuk meyakinkan masyarakat tentang suatu hal yang sedang terjadi dan menjelaskan kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah.

Dalam komunikasi publik, keterampilan dalam berkomunikasi secara lisan maupun tulisan sangat diperlukan supaya pesan yang disampaikan menjadi efektif dan dapat diterima oleh masyarakat. Adapun pesan yang disampaikan berupa informasi, ajakan dan gagasan. Ciri-ciri dari komunikasi publik adalah komunikator memberikan pesan kepada publik dengan suatu rencana atau agenda khusus baik secara langsung maupun menggunakan bantuan media. Komunikasi publik dalam pencegahan Covid-19 harus terus ditingkatkan dan dapat diandalkan sehingga negara dengan segera dapat keluar dari wabah Covid-19 yang menyebabkan krisis ekonomi dan krisis kemanusiaan (Fakhruroji et al., 2020).

Satgas Covid-19 dihimbau untuk tidak melakukan pendekatan dengan menakuti-nakuti masyarakat terlebih menggunakan cara yang negatif melainkan dihimbau

untuk melakukan pendekatan dengan cara yang lebih baik, positif dan manusiawi. BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) Yogyakarta memanfaatkan publik figur dan karena Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah istimewa yang dipimpin langsung oleh seorang gubernur sekaligus sebagai raja sehingga masyarakat lebih menerima keputusan dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh seorang raja. Dalam upaya pencegahan Covid-19, publik figur membuat konten melalui media sosial pribadi dan dapat memberikan dampak secara langsung bagi para *followers*-nya, karena setiap pembuatan konten tersebut merupakan bagian dari komunikasi publik.

Salah satu publik figur yang digandeng pemerintah adalah Dr.Tirta yang merupakan dokter muda lulusan Universitas Gadjah Mada sekaligus sebagai *influencer*. Melalui akun *Instagram* pribadinya Dr.Tirta menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat seputaran Covid-19. Media sosial merupakan tempat yang paling efektif untuk menyalurkan informasi yang belum diketahui oleh masyarakat dalam keadaan yang penting dan mendesak ini, walaupun demikian informasi hoax juga terus beredar. Untuk itu sangat penting juga bagi para publik figur untuk memilih pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat dan perlu adanya pertimbangan bagaimana dampak yang ditimbulkan dari konten yang sudah dibuat. Poin pentingnya adalah konten yang dibuat tidak membuat kebingungan dan kegaduhan dikalangan masyarakat.



Gambar 8. 2 Postingan Dr.Tirta mengenai Covid-19

Selain dengan pendekatan melalui media sosial, para publik figur dan pemerintah juga langsung terjun ke lapangan untuk berkomunikasi secara langsung dengan bertemu dengan para tokoh masyarakat, tokoh adat sampai kepala daerah untuk memberikan informasi mengenai kebijakan yang telah ditetapkan. Hal ini karena disadarinya bahwa tidak semua masyarakat bisa mengakses internet.

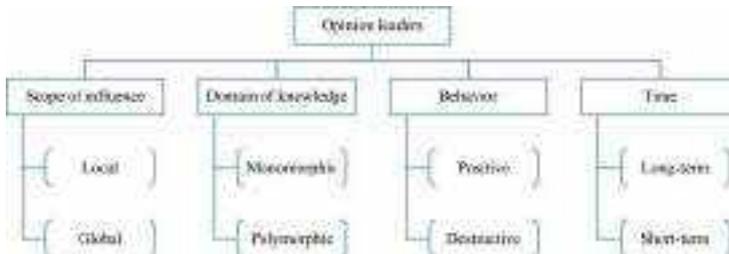
Pemerintah Kota Yogyakarta melalui BPBD Kota Yogyakarta juga melakukan simulasi bencana pandemi Covid-19 sebagai latihan dan langkah antisipasi pencegahan dan kesiapan terhadap pandemi Covid-19 (Rina, 2021) selain itu BPBD Kota Yogyakarta memberikan informasi melalui media sosial dengan akun *Instagram* @ bpbdkotajogja dan melalui *website* <http://bpbd.jogjapro.go.id/> dan <https://bpbd.jogjakota.go.id>. Sedangkan mengenai kegiatan vaksinasi Covid-19 terus dilaksanakan di setiap lapisan masyarakat secara bertahap. Pemerintah

pusat terus mengupayakan ketersediaan vaksin melalui skema multilateral maupun bilateral demi untuk mencukupi stok vaksin yang ada, kemudian masyarakat dihimbau untuk memanfaatkan setiap sentra vaksinasi Covid-19 terdekat untuk segera di vaksinasi.

B. Peran Opinion Leader Dalam Pencegahan Covid-19

1. Opinion leader

Opinion leader merupakan seseorang yang dapat mempengaruhi perilaku, sikap, pendapat, motivasi dan meyakinkan orang lain ungkap Valente, 2007 dalam (Sulistyanto & Jamil, 2021). Seorang opinion leader mempunyai kekuatan suara yang lebih besar dari pada orang lain karena seorang opinion leader memiliki pengikut yang selalu mempercayai setiap hal yang dilakukan dan katakan. Menurut (Homans, 1961) bahwa seseorang yang memiliki status sosial yang lebih tinggi akan senantiasa memelihara nilai-nilai serta nama kelompoknya sebagai syarat, minimal mempertahankan statusnya. Bamakan dalam (Sulistyanto & Jamil, 2021) menjelaskan opinion leader secara umum berdasarkan karakteristik dan struktur jaringan sosialnya seperti sebagai berikut:



Gambar 8. 3 Opinion Leaders

Berdasarkan ruang lingkup pengaruh dikelompokkan menjadi dua yaitu lokal dan global. Dalam perspektif politik kemampuan opinion leader lebih besar pengaruhnya di berbagai konteks nasional dan internasional dari pada di komunitas lokal. Hal ini dikarenakan peran kritis yang dimiliki dalam jaringan begitu besar serta memiliki peluang tinggi untuk mengendalikan arus informasi di antara sejumlah besar pengikut (Dubois, 2015).

Opinion leader monomorfik vs polimorfik, dalam klasifikasi ini biasanya mempertimbangkan dalam konteks pemasaran dan periklanan. Monomorfik adalah seseorang ahli yang memiliki pengetahuan dalam satu topik sedangkan polimorfik mengetahui multitopik atau lebih dari satu (Sulistyanto & Jamil, 2021).

Opinion leader positif vs destruktif. Berdasarkan definisi opinion leader yang destruktif adalah seorang pemimpin yang memiliki kepentingan pribadi disebuah organisasi. Adapun kritik yang disampaikan opinion leader melalui narasi yang disampaikan melalui media sosial dengan muatan pesan berdasarkan pengalaman opinion leader yang berusaha untuk mendekonstruksi terhadap kebijakan pemerintah.

Narasi yang dibuat oleh opinion leader seperti memiliki dua mata pisau, satu sisi memberikan narasi yang positif yang bisa membuat ketenangan pada masyarakat, sedangkan narasi yang destruktif bisa membuat masyarakat menjadi meragukan kebijakan pemerintah, seperti terhadap kegiatan vaksinasi Covid-19. Akan tetapi berdasarkan kajian yang ada lebih banyak berfokus pada peran positif dari opinion leader, sedangkan destruktif masih belum banyak dibahas.

2. Peran opinion leader

Dalam kebijakan vaksinasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia terdapat beberapa opinion leader yang mampu mempengaruhi sikap dan perilaku publik secara signifikan. Seperti dokter karena mengerti mengenai obat-obatan dan kesehatan, kemudian ulama yang melihat dari sisi kehalal-haraman vaksin yang digunakan dan kemudian para politisi yang menilai dari kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Dengan didasari suatu kepentingan pribadi, seorang opinion leader yang kontra dengan pemerintah terkadang membangun narasi yang bertujuan untuk melawan pemerintah baik secara langsung maupun melalui sindiran lewat akun media sosial. Isu mengenai tentang vaksinasi Covid-19 yang akan dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat, menjadi bahan para opinion leader untuk menggoreng informasi dan memberikan statement yang membuat masyarakat menjadi kebingungan harus ikut yang mana.

Dalam acara ulang tahun Sindonews.com yang ke 8, redaksi menampilkan delapan tokoh dari latar belakang berbeda yang biasa menyuarakan kritik terhadap pemerintah diantaranya Rocky Gerung, Din Syamsudin, Tengku Zurlkarnaen, Fadli Zon, Mardani Ali Sera, Muhamad Rizal, Muhamad Said Didu, dan M. Amien Rais. Delapan orang ini merupakan contoh opinion leader yang mampu mempengaruhi sikap dan perilaku publik dalam mengambil keputusan (Subhanie, 2020). Berdasarkan hasil penelitian (Sulistyanto & Jamil, 2021) menemukan terdapat 5 tema narasi kritis opinion leader diantaranya program vaksin, jenis vaksin, penyimpangan vaksin, drama vaksin dan penyelesaian pandemi Covid-19.

Setelah pemerintah mengumumkan program vaksinasi Covid-19, mulai muncul kontroversi mengenai

halal-haramnya vaksin tersebut. Tengku Zulkarnaen sebagai opinion leader mengatakan bahwa vaksin tersebut haram jika terdapat kandungan babi di dalamnya, namun berdasarkan fatma MUI vaksin Covid-19 dapat digunakan karena kondisi sedang darurat. Fadli Zon juga mengatakan bahwa produksi vaksin Sinovac belum teruji secara klinis dan tidak efektif jika diterapkan di masyarakat, Fadli Zon menyebutkan bahwa vaksin Sinovac merupakan “vaksin palu arit” yang dapat diartikan bahwa vaksin yang berasal dari China yang merupakan negara dengan sistem komunis (Sulistiyanto & Jamil, 2021).

Atas kritikan yang diberikan oleh para opinion leader ini pemerintah menyatakan dengan tegas bahwa penggunaan vaksin Sinovac telah mendapatkan ijin dari BPOM setelah hasil uji klinis tahap tiga dan data saintifik lainnya. Setelah pernyataan pemerintah, muncul lagi kritikan agar pemerintah menggunakan vaksin yang diproduksi oleh PT. Bio Farma yang merupakan salah satu pabrik vaksin terbaik di dunia yang diproduksi dalam negeri.

Terdapat narasi kritis opinion leader yang menyatakan bahwa vaksin Covid-19 merupakan ladang bisnis. Dimana terdapat tiga permasalahan yang diangkat oleh opinion leader yaitu pertama setiap orang berhak memilih untuk tidak divaksin, kedua pemerintah mewajibkan vaksin agar vaksin yang tersedia terjual semua dan ketiga harga vaksin di Indonesia sangat berbeda jauh dengan negara lain sehingga dapat disimpulkan bahwa ada kepentingan bisnis dalam pengadaan vaksin. Oleh karena itu para opinion leader yang kontra dengan pemerintah memperingatkan untuk keterbukaan informasi mengenai pengadaan vaksinasi dan realisasi anggaran.

Vaksinasi yang pertama kali dilakukan oleh Presiden Joko Widodo memunculkan anggapan bahwa hal tersebut semata-mata untuk pencitraan dirinya. Sementara opinion leader dari pihak pemerintah mengatakan bahwa hal tersebut merupakan langkah yang tepat dan bijak untuk meyakinkan masyarakat bahwa pengadaan vaksinasi aman untuk dijalankan. Praktik sosial yang dilakukan opinion leader ada juga yang konstruktif, tidak selalu destruktif. Seharusnya para opinion leader di situasi krisis seperti ini harus bersatu demi satu tujuan yaitu keamanan dan kenyamanan masyarakat.

Begitu besar peran opinion leader dalam penanganan Covid-19. Jika isu yang dibuat oleh opinion leader ini dibiarkan begitu saja akan sangat berdampak pada masyarakat, sehingga masyarakat akan terpengaruh oleh narasi negatif yang beredar di media sosial maupun dari mulut ke mulut. Penting juga peran dari para dokter, para ulama dan para tokoh masyarakat untuk ikut berkerja sama dalam meyakinkan masyarakat agar bersedia menjalankan program vaksinasi Covid-19 sebagai salah satu upaya pencegahan serta menghentikan penyebaran Covid-19.

Pemerintah Yogyakarta melalui BPBD dan Kominfo Yogyakarta juga tetap melakukan pemantauan mengenai isu yang terkini mengenai vaksinasi Covid-19 di media sosial. Ketika terdapat isu yang akan berdampak negatif bagi masyarakat, dengan cepat dari Satgas Covid-19 memberikan klarifikasi baik melalui media sosial dan lain sebagainya. Selain itu, Pemerintah Kota Yogyakarta juga berkerja sama dengan organisasi masyarakat (ormas) besar yang tentu memiliki massa yang banyak (Kesbang, 2021). Dengan ini pemerintah bisa dengan mudah menggerakkan masyarakat untuk melakukan vaksinasi Covid-19, karena

diberikan himbauan langsung oleh opinion leader sekaligus pimpinan dari organisasi masyarakat tersebut.

C. Peran Humas Dalam Pencegahan Covid-19

1. Hubungan Masyarakat (Humas)

Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat atau biasa disebut dengan *publik relations* dalam perusahaan. Humas memiliki peran yang sangat penting dalam kemajuan suatu perusahaan karena humas merupakan garda terdepan perusahaan ke hadapan stakeholders. Berdasarkan terbitan dari Institut of Public Relations, humas merupakan keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Terdapat perbedaan antara humas pemerintah dengan perusahaan mengenai tugas dan fungsi dalam menjalankan tugasnya (Latifah & Nataly, 2021). Humas pemerintah lebih mengedepankan pelayanan kepada masyarakat dan publik servis serta tidak memiliki kepentingan dalam hal komersil walaupun terkadang melakukan kegiatan seperti humas dalam perusahaan. Sedangkan humas perusahaan lebih banyak melakukan kegiatan promosi, publikasi dan periklanan.

Berdasarkan Teori Empat Konsep Peran Humas menurut Dozier dan Broom (1995) dalam (Syahrin, 2021) mengatakan bahwa peranan humas merupakan salah satu kunci untuk mengerti fungsi komunikasi organisasi dan humas. Berdasarkan perannya dibedakan menjadi dua yaitu peran manajerial dan peran teknis. Apabila dilihat lebih dalam lagi perannya humas terbagi menjadi empat yaitu sebagai berikut:

a. Penasihat Ahli

Seorang praktisi humas harus mampu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan stakeholdernya dengan pengalaman dan kemampuan yang dimiliki. Artinya, seorang humas dapat membantu memecahkan dan mengatasi masalah organisasi.

Humas berperan sebagai penasihat asli yang mampu mengidentifikasi masalah yang dihadapi organisasi dengan mengembangkan kegiatan komunikasi dan bertanggung jawab dalam kegiatan tersebut. Seorang humas juga harus bisa melihat masalah dari berbagai sudut pandang sehingga bisa menyelesaikan sampai akar masalah.

b. Fasilitator Komunikasi

Humas sebagai fasilitator komunikator antara perusahaan dengan publik maupun publik ke perusahaan baik secara internal maupun eksternal karena humas sebagai jembatan antara keduanya. Humas menjaga komunikasi agar terjalin dua arah dan tetap terbuka mengenai informasi untuk kepentingan bersama. Dalam hal ini membutuhkan keahlian dalam komunikasi persuasif dan negosiasi.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Dalam proses pemecahan masalah, humas selalu melibatkan diri dalam setiap manajemen krisis dengan berkoordinasi dengan manajer untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah perusahaan baik dalam hal marketing ataupun hal internal lainnya.

d. Teknisi Komunikasi

Humas dinilai sebagai pelaksana teknisi komunikasi karena menyediakan layanan di bidang teknis, sedangkan dalam pengambilan kebijakan dan keputusan teknisi komunikasi melainkan keputusan manajemen dan humas pelaksananya.

2. Peran Humas Pemerintah

Dalam kegiatan vaksinasi Covid-19 di mana masyarakat meragukan keamanan dan kehalalan dari vaksin Covid-19 akibat dari banyaknya berita hoax yang beredar melalui media sosial dan juga banyaknya narasi kritis yang negatif dari para opinion leader. Untuk itu perlu dilakukan *counter attack* dari humas pemerintah dengan cara melakukan siaran pers dan melakukan pendekatan-pendekatan kepada setiap lapisan masyarakat. Seperti contoh yang dikatakan Nasir dalam (Atika et al., 2021) bahwa humas pemerintah di salah satu kota di Indonesia berperan sebagai mediator untuk mengajak masyarakat dengan cara sosialisasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat agar bisa bekerjasama dengan pemerintah dalam kegiatan vaksinasi untuk kepentingan bersama yaitu mencegah penyebaran virus Covid-19.

Selain itu, humas berperan sebagai penasihat ahli yang memberikan saran dan evaluasi berdasarkan permasalahan yang telah terjadi sebelumnya, terlebih khusus mengenai kegiatan vaksinasi Covid-19. Dengan memberikan saran dan evaluasi untuk melakukan kegiatan selanjutnya diharapkan kesalahan yang sebelumnya terjadi tidak terulang kembali. Peranan humas pemerintah sebagai fasilitator sangat penting karena harus mendatangi setiap pertemuan yang diadakan untuk menyampaikan informasi

mengenai kebijakan yang akan dilakukan pemerintah. Di tengah pandemi Covid-19 fasilitas yang paling efektif adalah menggunakan bantuan media sosial, cetak dan elektronik.

Permasalahan yang paling sering dihadapi dalam kegiatan vaksinasi Covid-19 ini adalah banyaknya berita hoax yang tersebar di media sosial. Hal ini menjadi tantangan bagi humas pemerintah untuk melawannya menggunakan fakta dan kajian-kajian yang ilmiah. Ketanggapan humas dalam merespon setiap hoax yang bermunculan menentukan keberhasilan pemerintah, jika tidak dengan cepat ditanggapi masyarakat akan terlanjur takut untuk mengikuti kegiatan vaksinasi dan apabila hal ini sudah terjadi akan lebih sulit lagi untuk mengatasinya. Seperti slogan dalam kesehatan yaitu lebih baik mencegah dari pada mengobati. Oleh karena itu, perlu adanya komunikasi yang persuasif dengan cara mendekati dan memberikan edukasi kepada setiap lapisan masyarakat.



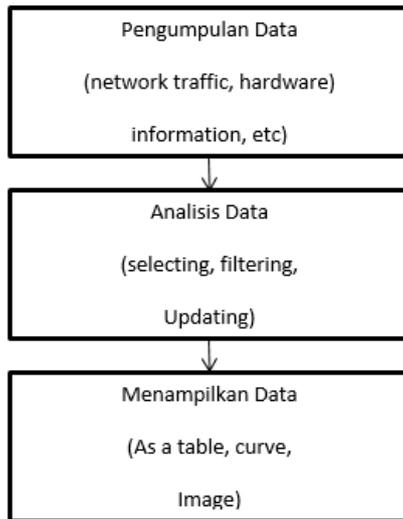
Chapter 9

MONITORING DAN EVALUASI PENCEGAHAN COVID-19

Setiap program atau kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi memerlukan monitoring dan evaluasi untuk menilai efektifitas program yang dilaksanakan. Rencana didefinisikan sebagai kegiatan yang direncanakan selesai dalam waktu singkat, yang merupakan kegiatan terkait karena kebijakan (Arikunto & Cepi, 2014). Pengawasan adalah jenis pengawasan yang dapat diartikan sebagai kesadaran akan apa yang ingin diketahui seseorang, dan pengawasan lanjutan dilakukan untuk menunjukkan pergerakan menuju atau menjauh dari tujuan, diukur dari waktu ke waktu (Rohayati, 2014). Sedangkan menurut Mudjahidin (2010), pemantauan adalah penilaian berkelanjutan terhadap berfungsinya kegiatan proyek dalam konteks jadwal pelaksanaan dan penggunaan input proyek oleh kelompok sasaran dalam konteks harapan desain.

Menurut dua definisi para ahli teori monitoring, dapat disimpulkan bahwa monitoring adalah pengamatan

atau pemantauan kegiatan untuk menghasilkan informasi yang berguna. Informasi yang dihasilkan memudahkan untuk membuat keputusan tentang kegiatan di masa depan. Menurut Ramayasa (2015), berbagai tahapan sistem pemantauan secara garis besar dibagi menjadi tiga proses utama, seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 9. 1 Proses dalam Monitoring
(Sumber: Ramayasa, 2015)

Proses yang berlangsung dalam sistem monitoring dimulai dengan mengumpulkan data seperti lalu lintas jaringan, informasi perangkat keras, dll, kemudian menganalisisnya selama proses analisis data, dan terakhir menampilkan data (Ramayasa, 2015). Ada beberapa keuntungan menggunakan sistem pemantauan untuk

kegiatan bisnis. Pada Aprisa (2015) jurnal tentang sistem monitoring pengembangan proyek, dihasilkan sebuah sistem yang dapat membantu administrator mengolah data perkembangan proyek, sehingga memudahkan administrator untuk memantau perkembangan proyek setiap hari tanpa harus langsung ke lokasi kerja proyek.

Keuntungan menggunakan sistem monitoring juga terdapat dalam artikel Rohayati (2014) tentang sistem informasi monitoring data inventaris. Misalnya, proses pembuatan laporan dapat diselesaikan dengan cepat dan mudah dengan mencetak file laporan, dan informasi seperti laporan data karyawan, laporan data barang, laporan data pinjaman, dan transaksi pengembalian dapat dihasilkan untuk dilihat secara tahunan dan bulanan. Dari beberapa kelebihan di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem monitoring dapat membantu proses monitoring kegiatan usaha, meringkas kegiatan usaha dan menghasilkan laporan. Pemantauan dapat dilakukan pada setiap tahapan kegiatan, baik mulai dari perencanaan maupun setelah suatu bagian tertentu dari pekerjaan selesai (Rohayati, 2014).

Lebih lanjut, konsep evaluasi adalah suatu proses sistematis yang tidak hanya mengevaluasi suatu kegiatan tertentu, tetapi juga mengevaluasinya dari perspektif yang berbeda sesuai dengan tujuan yang jelas (Rinaldi, 2015). Pandangan lain dikemukakan oleh Dunn, yang menjelaskan bahwa evaluasi tidak hanya dimaksudkan untuk menarik kesimpulan tentang proyek yang telah dijalankan atau diselesaikan, tetapi juga memberikan penjelasan yang nantinya dapat dijadikan sebagai nilai berbasis kebijakan untuk saran dan masukan untuk membantu dalam memberikan solusi dari rumus masalah.

Selanjutnya penjelasan penentuan evaluasi program merupakan langkah awal berasal pengumpulan data yang sesuai sebagai akibatnya bisa dijadikan dasar buat diberikan penilaian yang sesuai. Tujuan asal sebuah evaluasi yakni buat mendapatkan penilaian tentang tingkat capaian tujuan acara, sebab tim penilaian program ingin mendapatkan data konkrit perihal bagian mana saja yang masih kurang atau belum maksimal dalam mendorong keberhasilan tujaun acara. kemudian tujuan dari evaluasi juga buat mengetahui perihal bagian mana yang tidak berfungsi tak baik atau tak berjalan dan menemukan penyebabnya buat keberlanjutan acara tersebut (Kurnia, 2010). Selanjutnya buat pengertian secara detail tentang proses evaluasi artinya sebagai berikut:

Berdasarkan Sukardi (2015) dalam penilaian program ada beberapa contoh penilaian yang bisa dipergunakan buat melakukan aktivitas penilaian. Adapun model-model tersebut ialah:

- a. Model Tyler ialah model yang menekankan adanya proses evaluasi secara pribadi didasarkan di tujuan instruksional.
- b. Model bebas tujuan merupakan contoh yang mengharuskan evaluator tidak perlu mengetahui tujuan dari objek yang dievaluasi.
- c. Model Context Input Process Product (CIPP) ialah model yang mendukung prose pengambilan keputusan dengan mengajukan pemilihan cara lain serta penindak lanjutan konsekuensi dari suatu keputusan.
- d. Model Countenance artinya model yang menekankan di dua standar yaitu standar absolut serta standar relatif.

- e. Model Sumatif (dilakukan saat program masih berlangsung buat mengetahui sejauh mana acara telah berlangsung) dan formatif (dilakukan selesainya program berakhir menggunakan tujuan mengukur ketercapaian acara).
- f. Model Connoisseurship atau contoh pakar merupakan model yang menggambarkan defleksi berasal metodologi yang telah dieksplotasi oleh para praktisi evaluasi. Evaluator dalam dan luar

Evaluator yang akan melaksanakan penilaian program bisa dari dua sumber yaitu evaluator luar dan evaluator dalam. Setiap asal evaluator pasti mempunyai kelebihan dan kekurangannya sendiri. dalam tabel ini akan diuraikan perihal kelebihan dan kekurangan setiap evaluator.

No.	Evaluator Dalam	Evaluator Luar
1	Mengerti tentang internal program	Sedikit pengetahuan tentang internal program
2	Mudah dalam pengumpulan data	Membutuhkan tenaga ekstra dalam pengumpulandata
3	Mudah tidak obyektif	Selalu obyektif selama tidak ada kepentingan dengan pemangku program
4	Memberikan informasi penting yang kontekstual	Tidak memberikan informasi penting yang kontekstual

Tabel 9 1 kelebihan dan kekurangan setiap evaluator

Sumber: (Munthe, 2015)

A. Monitoring dan Evaluasi

1. Pengertian Monitoring dan Evaluasi

Berdasarkan Suharto (2010) monitoring merupakan aktivitas pemantauan yang dilakukan terhadap suatu program yang sedang berlangsung, sedangkan evaluasi ialah aktivitas pemantauan yang dilakukan terhadap suatu acara yang sudah selesai atau minimal telah berjalan selama tiga bulan. Definisikan monitoring merupakan suatu proses buat mengatasi konflik yang ditemui selesainya informasi dikumpulkan dan dianalisis berasal penerapan acara yang sudah dilaksanakan (Nalahudin, 2010).

Sementara itu evaluasi artinya aktivitas buat mengetahui efektifitas program, pencapaian program serta akibat dari acara yang telah dilakukan. Hal itu diketahui berasal informasi yang telah dikumpulkan serta dianalisis sebelumnya. Monitoring menyelesaikan perseteruan menggunakan data dasar yang tersedia, sedangkan evaluasi dapat dilakukan selesainya memperoleh yang akan terjadi asal monitoring yang kemudian akan pada bandingkan antara data yang satu menggunakan data yang lainnya. oleh karena itu antara evaluasi serta monitoring tidak boleh dipisahkan (Widiarto, 2012).

2. Tujuan Monev

Tujuan monev menurut Suharto adalah untuk mengetahui apakah program yang telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan mengetahui saran yang baik untuk digunakan. Sedangkan tujuan evaluasi adalah untuk mengetahui sejauh mana program sudah tercapai dan akibat atau dampak yang ditimbulkan dari program yang telah dilakukan (Suharto, 2010).

3. Sasaran Monev

Mengetahui apa saja yang menjadi sasaran monev merupakan hal yang paling penting dalam melakukan monev. Menurut (Own dan Rogers dalam Suharto, 2010) terdapat 5 sasaran monev yaitu sebagai berikut:

- a. Program, untuk mencapai perubahan diperlukan kegiatan atau aktivitas yang dikenal dengan kata program.
- b. Kebijakan, sesuatu yang telah tetap berisi prinsip-prinsip dan digunakan untuk mengarahkan pada pencapaian tujuan.
- c. Organisasi, wadah yang menjadi tempat perkumpulan orang yang ingin mencapai tujuan baru.
- d. Produk atau hasil, hasil yang diperoleh dari kegiatan/program tertentu bisa baik bisa buruk.
- e. Individu, orang atau manusia yang berada didalam suatu wadah yang disebut organisasi.

4. Sistem Monev

Keberagaman sistem monitoring dan evaluasi menjadikan masing-masing pendekatan memiliki indikator yang bersifat subsistem, indikator tersebut menurut (Suharto, 2010) yaitu:

- a. Masukan (input), hal yang diperlukan dalam pelaksanaan monitoring dan evaluasi agar menghasilkan sesuatu yang sesuai harapan.
- b. Proses (process), kegiatan pengolahan setelah adanya input dan sebelum menjadi hasil/output.

- c. Keluaran (output), hal yang diperoleh setelah dilakukan kegiatan monitoring dan evaluasi baik fisik maupun nonfisik.
- d. Hasil (outcome), hasil yang telah memberi kesan bahwa hasil yang diperoleh telah berhasil/ berfungsi.
- e. Dampak (impact), hal yang ditimbulkan atau menjadi akibat dari tiap indikator baik yang bersifat positif ataupun negatif.

5. Proses Monev

Kegiatan monev akan berlangsung dengan teratur apabila dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang tepat. Adapun langkah melakukan monitoring dan evaluasi menyesuaikan keadaan yang ada. Terdapat 10 langkah yang dapat menjadi patokan menjalankan monitoring dan evaluasi menurut Suharto (2010) yaitu:

- a. Menentukan ruang lingkup hal yang akan dievaluasi, apakah program yang akan dievaluasi hanya ada satu atau ada beberapa program yang saling berkaitan yang akan dievaluasi.
- b. Menguraikan latar belakang dan sejarah program yang akan dievaluasi secara singkat.
- c. Menggali sumber informasi baik primer maupun sekunder.
- d. Menetapkan tujuan monitoring dan evaluasi (monev).
- e. Membuat pertanyaan-pertanyaan.
- f. Menetapkan teknik yang akan digunakan.

- g. Tetapkan peranan tim pelaksana monitoring dan evaluasi.
- h. Mengkaji jadwal dan prosedur money
- i. Menguraikan sumber dana akan diarahkan ke mana dan untuk apa saja.
- j. Mengumpulkan data dan menyiapkan pelaporan. Setelah semua telah dipersiapkan maka money dapat dilakukan.

Evaluasi pemberdayaan merupakan satu konsep, teknik, temuan yang digunakan untuk mendorong terhadap perbaikan dan penentuan tentang nasib diri sendiri (Kasmel & Pernille, 2011). Pada masa pandemi, Pemerintah di setiap negara menjakankan program yang berdasarkan untuk kebijakan publik karena aturan-aturan yang keluar disesuaikan dengan apa yang sedang terjadi di setiap wilayah. Kebijakan publik dapat bersifat regional, nasional, maupun lokal seperti undang- undang, peraturan pemerintah, peraturan presiden, peraturan menteri, peraturan pemerintah daerah/provinsi, keputusan gubernur, peraturan daerah kabupaten/kota dan keputusan bupati/walikota (Winarno, 2014)

Kebijakan publik itu harus dibedakan dengan bentuk-bentuk kebijakan yang lain misalnya kebijakan swasta. Hal ini dipengaruhi oleh keterlibatan faktor-faktor bukan pemerintah. Robert Eyestone (Eyestone,1971) sebagaimana dikutip mendefinisikan kebijakan publik sebagai “hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya”. Banyak pihak beranggapan bahwa definisi tersebut masih terlalu luas untuk dipahami, karena apa yang dimaksud dengan kebijakan publik dapat mencakup banyak hal (Eyeston, 1971). Dalam evaluasi

kebijakan publik sering hanya terpaku pada evaluasi proyek yang begitu renik dan banyak berbicara tentang efisiensi anggaran dan efektivitas proyek. Padahal tidak semua evaluasi kebijakan publik berbicara pada tingkatan itu mengenai hakekat evaluasi, dapat disimak akan adanya tiga tipe evaluasi menurut Abidin, Said Zainal, (Abidin, 2012), yakni:

- a. Evaluasi awal (*ex-ante evaluation*), yakni melakukan penilaian atas konsep rencana dengan tujuan menyempurnakan konsep.
- b. Monitoring, yakni melakukan evaluasi dalam proses pelaksanaan dengan tujuan menyempurnakan pelaksanaan.
- c. Evaluasi akhir (*ex-post evaluation*), dilakukan setelah selesai proses pelaksanaan kebijakan, disebut juga evaluasi kinerja, yakni melakukan penilaian secara menyeluruh dengan tujuan menyempurnakan kebijakan secara menyeluruh untuk waktu yang akan datang.

COVID-19 ialah wabah coronavirus, awalnya muncul di Wuhan, wilayah Hubei, China, bulan Desember 2019, tetapi telah berkembang menjadi pandemi yang menyebar dengan cepat ke seluruh dunia. Pada 18 Maret 2020, jumlah total 194.909 kasus COVID-19 telah dilaporkan, termasuk 7876 kematian, yang sebagian besar telah dilaporkan di China (3242) dan Italia (2505) (Vardavas & Nikitara, 2020). Selain itu, pada awal data epidemiologi, menunjukkan 66% pasien berkaitan atau terpapar dengan satu pasar seafood atau live market di Wuhan. Sampel isolate dari pasien diteliti dengan hasil menunjukkan adanya infeksi coronavirus, jenis betacoronavirus tipe

baru, diberi nama 2019 novel Coronavirus (2019-nCov).

Pada tanggal 11 Februari 2020, World Health Organization (WHO) memberi nama virus baru tersebut Severe acute respiratory syndrome coronavirus-2 (SARS-CoV-2) dan nama penyakitnya sebagai Coronavirus disease 2019 (COVID-19). Awalnya transmisi virus ini belum dapat ditentukan apakah dapat melalui antara manusia-manusia. Jumlah kasus tersebut bertambah seiring dengan waktu. Selain itu, terdapat kasus 15 petugas medis terinfeksi oleh satu pasien. Salah satu pasien tersebut dicurigai kasus “Super Spreader”. Akhirnya dikonfirmasi bahwa transmisi virus ini dapat menular dari manusia ke manusia. Sampai saat ini virus ini dengan cepat menyebar ke berbagai daerah hingga penelitiannya masih terus berlangsung (Yuliana, 2020).

Berdasarkan data sampai dengan 2 Maret 2020, angka mortalitas di seluruh dunia 2,3% sedangkan khusus di kota Wuhan adalah 4,9% dan provinsi Hubei 3,1%. Angka tersebut di provinsi lain di Tiongkok adalah 0,16%. Berdasarkan penelitian terhadap 41 pasien pertama di Wuhan terdapat 6 orang yang meninggal, 5 orang pasien di ICU dan 1 orang pasien non-ICU. Kasus kematian banyak pada orang tua dan dengan penyakit penyerta. Kasus kematian pertama pasien laki-laki usia 61 tahun dengan penyakit penyerta tumor intraabdomen dan kelainan di liver.

Kejadian luar biasa oleh COVID-19 bukanlah merupakan kejadian pertama kali. Pada tahun 2002, Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) disebabkan oleh SARS-coronavirus (SARS-CoV) dan penyakit Middle East Respiratory Syndrome (MERS) pada tahun 2012 disebabkan oleh MERS-Coronavirus (MERS-CoV) dengan total akumulatif kasus sekitar 10.000 (1000-an kasus

MERS dan 8000-an kasus SARS). Mortalitas akibat SARS sekitar 10%, sedangkan MERS lebih tinggi yaitu sekitar 40% (Yuliana, 2020).

Berdasarkan situs Infeksi Emerging Kementerian Kesehatan, jumlah Orang dalam Pemantauan (ODP) virus corona (COVID-19) di Indonesia mencapai 165.549 orang. Sementara Pasien dalam Pengawasan sebanyak 11.165 orang. Pemerintah telah melakukan 33.001 spesimen tes per 15 April 2020. Hasilnya, sebanyak 27.865 orang dinyatakan negatif dan 5.136 positif (Dwi Hadya Jayani & Fitra, 2020). Sebagai informasi, ODP adalah orang dengan gejala demam ($>38^{\circ}\text{C}$) atau memiliki riwayat demam/ISPA tanpa Pneumonia. Selain itu, ODP memiliki Riwayat perjalanan di negara/wilayah yang melaporkan transmisi lokal. Sementara PDP merupakan orang dengan gejala demam ($>38^{\circ}\text{C}$), ISPA dan Peneumonia ringan hingga berat. PDP juga memiliki Riwayat perjalanan ke negara terjangkit atau kontak dengan pasien positif COVID-19 selama 14 hari terakhir.

Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) adalah sebuah gugus tugas yang dibentuk pemerintah Indonesia untuk mengkoordinasikan kegiatan antarlembaga dalam upaya mencegah dan menanggulangi dampak penyakit koronavirus baru di Indonesia. Gugus tugas ini dibentuk pada 13 Maret 2020 berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan berada di bawah serta bertanggung jawab langsung pada presiden Indonesia. Gugus tugas ini berada dalam lingkup Badan Nasional Penanggulangan Bencana, dengan melibatkan kementerian, lembaga, dan unit pemerintahan lain seperti Kementerian Kesehatan, Kepolisian Negara Republik

Indonesia, Tentara Nasional Indonesia, dan pemerintah di daerah. Gugus tugas ini dibentuk tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di tingkat provinsi dan kabupaten/kota.

Permasalahan awal tanggal 31 Desember 2019 yang dilaporkan dalam wabah COVID-19 terjadi di Wuhan, China. Permasalahan awal selain di China, dilaporkan juga di Thailand tanggal 13 Januari 2020. Semenjak itu, wabah yang lagi berlangsung saat ini sudah menyebar ke lebih dari 50 negara. World Health Organization (WHO) mendeklarasikan wabah COVID-19 selaku Emergency Health Public of International Concern (PHEIC) pada tanggal 30 Januari 2020. Terdapat lebih dari 76.000 permasalahan COVID-19 terkonfirmasi di segala dunia pada 20 Februari (Binti Hamzah et al., 2020; Vardavas & Nikitara, 2020; Vellingiri et al., 2020).

Wabah penyakit menular merupakan terjadinya penyakit yang biasanya tidak diharapkan dalam komunitas tertentu, wilayah geografis, atau pada periode waktu tertentu. Biasanya, peningkatan penyakit menular melibatkan penyebaran yang cepat, membahayakan kesehatan sejumlah besar orang. Dengan demikian, memerlukan tindakan segera untuk mencegah penyebaran penyakit di tingkat masyarakat. COVID-19 disebabkan oleh tipe baru coronavirus yang sebelumnya dinamai 2019-nCoV oleh Organisasi Kesehatan Dunia. Itu merupakan anggota ketujuh dari keluarga coronavirus, bersama dengan MERS-nCoV dan SARS-nCoV, yang dapat menyebar ke manusia. Tanda-tanda terjangkit virus seperti demam, batuk, sesak nafas, serta diare. Dalam permasalahan yang lebih parah, COVID-19 bisa menimbulkan pneumonia dan juga kematian. Masa inkubasi COVID-19 bisa berlangsung sepanjang 2 minggu atau lebih lama. Sepanjang periode

terjangkit virus tersebut, penyakit ini masih bisa meluas. Wabah ini dapat menjangkiti setiap manusia lewat tetesan respirasi serta kontak dekat (Gautret et al., 2020).

Penyebaran informasi dan komunikasi selama pandemi yang muncul menghadirkan media edukasi kesehatan masyarakat yang sesuai. Masyarakat harus diberi tahu tentang ancaman virus terhadap kesehatan mendatang. Namun, mungkin ada kesulitan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai wabah pada tahap awal. Hal ini terutama terkait dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi tentang rute penularan yang tepat, pengobatan infeksi, dan proses pemulihan dalam wabah. Semua negara perlu menyiapkan jaringan komunikasi terhadap kesehatan masyarakat, media dan staf keterlibatan masyarakat yang ada untuk kasus yang mungkin terjadi di negara mereka, serta untuk tanggapan yang sesuai jika itu terjadi. Pemerintah harus mengkoordinasikan komunikasi dengan setiap organisasi dan melibatkan masyarakat dalam operasi tersebut. WHO siap berkoordinasi dengan para mitra untuk mendukung setiap negara dalam komunikasi dan tanggapan mereka terhadap keterlibatan masyarakat (Dietz et al., 2020).

Dalam memastikan tanggapan orang tentang COVID-19, kelompok organisasi global yang berkembang seperti UNICEF dan IFRC sedang mengkoordinasikan upaya dengan WHO untuk menerapkan rekomendasi biomedis di tingkat masyarakat. Organisasi-organisasi ini aktif di tingkat global, regional dan negara untuk memastikan bahwa populasi yang terkena dampak memiliki suara dan merupakan bagian dari respon. Memastikan bahwa rekomendasi dan komunikasi global diuji dan disesuaikan dengan konteks lokal akan membantu setiap negara untuk mendapatkan kontrol yang lebih baik atas

wabah COVID-19 (Borges do Nascimento et al., 2020).

Tanggapan masyarakat terhadap informasi berita tentang penyebaran penyakit menular kemungkinan akan menyebabkan peningkatan kecemasan dan persepsi risiko. Jaringan media sosial telah berfungsi sebagai sarana yang dapat memberikan informasi terkait penyakit selama wabah virus COVID-19. Platform ini juga memungkinkan berbagi informasi yang sederhana dan cepat dengan keluarga, teman, dan tetangga secara real time. Misalnya, Kementerian Kesehatan di Malaysia telah mengunggah posting terkait COVID-19 untuk mendidik masyarakat sejak 19 Januari dan Direktur Jenderal Kesehatan mereka juga aktif di halaman Facebook-nya sendiri untuk menghapus kecemasan dan keraguan bagi publik. Ini penting ketika bentuk media tradisional tidak dapat menyediakan informasi yang sesuai dan tepat waktu ke publik. Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi utama yang cepat. Pertanyaan yang harus diangkat adalah bagaimana penggunaan media sosial dapat memicu emosi publik atau respons nonkognitif, mempengaruhi persepsi risiko, dan perilaku preventif (Dietz et al., 2020).

Data yang bersumber dari media terpercaya (valid), media sosial, dan portal berita juga memberikan informasi yang cukup banyak dan luas mengenai COVID-19. Melihat hal ini, kami mengusulkan untuk mengembangkan Sistem Monitoring Penyebaran COVID-19 di Indonesia. Data diambil langsung dari Application Programming Interface (API) Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), hal ini ditujukan untuk menyampaikan seputar informasi yang baik, edukatif, real time dan berbasis realitas fakta kala memandang informasi seputar COVID-19 dari hari ke hari. Informasi yang baik disini yang dimaksud adalah informasi yang positif berdasarkan sumber terpercaya (valid) dan

bukan hoaks tentang persebaran COVID-19. Harapannya dengan informasi yang baik, masyarakat dan stakeholder mendapatkan informasi yang proporsinya sesuai untuk bereaksi dalam mengambil langkah-langkah penting, baik untuk pencegahan dan kewaspadaan kedepannya.



Chapter 10

STUDI KASUS MANAJEMEN INFORMASI COVID-19 DI DIY

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi yang mengalami dampak pandemi Covid-19. Terdapat lonjakan yang signifikan sehingga membuat provinsi DIY menjalankan pembatasan pergerakan masyarakat untuk memutus rantai pandemi Covid-19 di Yogyakarta. Banyaknya masyarakat yang berada di rumah untuk tidak melakukan aktivitas diluar membuat pusat informasi masyarakat menjadi bergeser dengan menggunakan media elektronik seperti televisi, radio dan media baru yaitu internet. Setiap lembaga dan organisasi memiliki prosedur atau tata cara dalam menjalankan proses penanganan bencana. Salah satunya adalah Badan Nasional Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD).



Gambar 10. 1 Logo BNPB

Indonesia yang merupakan negara dengan catatan bencana alam yang banyak. Hal itu karena Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi bencana yang berbeda-beda tergantung kondisi geografis, geologis hidrologis, dan demografis. Wilayah Indonesia memiliki 129 gunung api aktif dan dikenal sebagai *ring of fire*, yang berada dalam wilayah pertemuan tiga lempeng tektonik aktif dunia yaitu Lempeng Indo-Australia, Eurasia, dan Pasifik. Selain itu Indonesia juga dikenal memiliki Cincin Api Pasifik yang berada di pertemuan tiga lempeng tektonik menempatkan negara kepulauan ini berpotensi terhadap ancaman bencana alam, posisi Indonesia yang berada di daerah dengan iklim tropis serta kondisi hidrologis yang dapat berpotensi terkena bencana alam lainnya. Berdasarkan adanya potensi-potensi bencana yang ada di Indonesia membuat perlunya adanya lembaga yang melakukan penanggulangan

benana seperti menghadapi ancaman bencana. Pada proses ini Pemerintah Indoensia berperan penting dalam membangun sistem penanggulangan bencana di wilayah Indonesia.

Lembaga ini telah hadir sejak kemerdekaan dideklarasikan pada tahun 1945 dan perkembangan lembaga penyelenggara penanggulangan bencana dapat terbagi berdasarkan periode waktu sebagai berikut: Pemerintah Indonesia membentuk Badan Penolong Keluarga Korban Perang (BPKKP). Badan yang didirikan pada 20 Agustus 1945 ini berfokus pada kondisi situasi perang pasca kemerdekaan Indonesia. Badan ini bertugas untuk menolong para korban perang dan keluarga korban semasa perang kemerdekaan.

Pemerintah membentuk Badan Pertimbangan Penanggulangan Bencana Alam Pusat (BP2BAP) melalui Keputusan Presiden Nomor 256 Tahun 1966. Penanggung jawab untuk lembaga ini adalah Menteri Sosial. Aktivitas BP2BAP berperan pada penanggulangan tanggap darurat dan bantuan korban pada bencana. Melalui keputusan ini, paradigma penanggulangan bencana berkembang tidak hanya berfokus pada bencana yang disebabkan manusia tetapi juga bencana alam. Frekuensi kejadian bencana alam terus meningkat. Penanganan bencana secara serius dan terkoordinasi sangat dibutuhkan. Oleh karena itu, pada tahun 1967 Presidium Kabinet mengeluarkan Keputusan Nomor 14/U/KEP/I/1967 yang bertujuan untuk membentuk Tim Koordinasi Nasional Penanggulangan Bencana Alam (TKP2BA).

Pada periode ini Tim Koordinasi Nasional Penanggulangan Bencana Alam (TKP2BA) ditingkatkan menjadi Badan Koordinasi Nasional Penanggulangan Bencana Alam (Bakornas PBA) yang diketuai oleh

Menkokesra dan dibentuk dengan Keputusan Presiden Nomor 28 tahun 1979. Aktivitas manajemen bencana mencakup pada tahap pencegahan, penanganan darurat, dan rehabilitasi. Sebagai penjabaran operasional dari Keputusan Presiden tersebut, Menteri Dalam Negeri dengan instruksi Nomor 27 tahun 1979 membentuk Satuan Koordinasi Pelaksanaan Penanggulangan Bencana Alam (Satkorlak PBA) untuk setiap provinsi. Bencana tidak hanya disebabkan karena alam tetapi juga non alam serta sosial. Bencana non alam seperti kecelakaan transportasi, kegagalan teknologi, dan konflik sosial mewarnai pemikiran penanggulangan bencana pada periode ini.

Hal tersebut yang melatarbelakangi penyempurnaan Badan Koordinasi Nasional Penanggulangan Bencana Alam menjadi Badan Koordinasi Nasional Penanggulangan Bencana (Bakornas PB). Melalui Keputusan Presiden Nomor 43 Tahun 1990, lingkup tugas dari Bakornas PB diperluas dan tidak hanya berfokus pada bencana alam tetapi juga non alam dan sosial. Hal ini ditegaskan kembali dengan Keputusan Presiden Nomor 106 Tahun 1999. Penanggulangan bencana memerlukan penanganan lintas sektor, lintas pelaku, dan lintas disiplin yang terkoordinasi.

Indonesia mengalami krisis multidimensi sebelum periode ini. Bencana sosial yang terjadi di beberapa tempat kemudian memunculkan permasalahan baru. Permasalahan tersebut membutuhkan penanganan khusus karena terkait dengan pengungsian. Oleh karena itu, Bakornas PB kemudian dikembangkan menjadi Badan Koordinasi Nasional Penanggulangan Bencana dan Penanganan Pengungsi (Bakornas PBP). Kebijakan tersebut tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 3 Tahun 2001 yang kemudian diperbaharui dengan Keputusan Presiden Nomor 111 Tahun 2001. Tragedi gempa bumi dan tsunami

yang melanda Aceh dan sekitarnya pada tahun 2004 telah mendorong perhatian serius Pemerintah Indonesia dan dunia internasional dalam manajemen penanggulangan bencana.

Menindaklanjuti situasi saat itu, Pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2005 tentang Badan Koordinasi Nasional Penanganan Bencana (Bakornas PB). Badan ini memiliki fungsi koordinasi yang didukung oleh pelaksana harian sebagai unsur pelaksana penanggulangan bencana. Sejalan dengan itu, pendekatan paradigma pengurangan risiko bencana menjadi perhatian utama. Dalam merespon sistem penanggulangan bencana saat itu, Pemerintah Indonesia sangat serius membangun legalisasi, lembaga, maupun budgeting. Setelah dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 Tentang Penanggulangan Bencana, pemerintah kemudian mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2008 tentang Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). BNPB terdiri atas kepala, unsur pengarah penanggulangan bencana, dan unsur pelaksana penanggulangan bencana. BNPB memiliki fungsi pengkoordinasian pelaksanaan kegiatan penanggulangan bencana secara terencana, terpadu, dan menyeluruh.

BPBD merupakan satuan kerja yang dibentuk oleh Pemerintah yang bertugas untuk 1) Memberikan panduan atau pedoman yang mengarahkan untuk usaha-usaha mengatasi bencana yang meliputi pencegahan, penanganan pada saat bencana darurat, proses rehabilitasi setelah bencana dan rekontruksi yang adil dan setara. 2) Memberikan penetapan tentang acuan atau standar dalam memberikan kebutuhan penyelenggaraan proses mengatasi keadaan darurat akibat bencana

yang menggunakan dasar peraturan perundang-perundangan. 3) Memberikan pesan atau informasi yang valid mengenai kegiatan penanggulangan bencana yang disiarkan untuk masyarakat. 4) Menyampaikan hasil laporan penyelenggaraan penanggulangan bencana kepada Presiden secara rutin setiap bulan sekali dalam keadaan normal (tidak ada bencana) dan setiap saat dalam keadaan ada bencana. 5) menggunakan dan mempertanggungjawabkan selagi pemasukan dalam bentuk sumbangan/bantuan nasional dan internasional. 6) Mempertanggungjawabkan penggunaan anggaran yang diterima dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara. 7) Menyelenggarakan tugas wajib sesuai dengan peraturan perundang-undangan. 8) Menyusun pedoman pembentukan Badan Penanggulangan Bencana Daerah.

VISI

Ketangguhan bangsa dalam menghadapi bencana

MISI

1. Melindungi bangsa dari ancaman bencana dengan membangun budaya pengurangan risiko bencana dan kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana menjadi bagian yang terintegrasi dalam pembangunan nasional;
2. Membangun sistem penanganan darurat bencana secara cepat, efektif dan efisien;
3. Menyelenggarakan pemulihan wilayah dan masyarakat pascabencana melalui rehabilitasi dan rekonstruksi yang lebih baik yang terkoordinasi dan berdimensi pengurangan risiko bencana;
4. Menyelenggarakan dukungan dan tata kelola logistik dan peralatan penanggulangan bencana;

5. Menyelenggarakan penanggulangan bencana secara transparan dengan prinsip *good governance*.

Selanjutnya BNPB juga memiliki fungsi sebagai berikut; 1) Perumusan dan penetapan kebijakan penanggulangan bencana dan penanganan pengungsi dengan bertindak cepat dan tepat serta efektif dan efisien. 2) Pengoordinasian pelaksanaan kegiatan penanggulangan bencana secara terencana, terpadu, dan menyeluruh. Pada dasarnya BNPB merupakan lembaga milik pemerintah yang ditugaskan untuk membantu masyarakat dalam mengatasi segala dampak bencana dan membantu masyarakat untuk melakukan pencegahan bencana yang berpotensi terjadi di Indonesia.

Proses penanganan pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Provinsi Yogyakarta. Secara umum BPBD Yogyakarta juga memiliki tugas pokok dan fungsi yang sama dengan yang ada di Pusat. Berdasarkan Peraturan Daerah Istimewa Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2018 tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (Lembaran Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2018 Nomor 7, Tambahan Lembaran Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 7) dan Peraturan Gubernur Nomor 80 Tahun 2018 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Badan Penanggulangan Bencana Daerah, maka BPBD DIY mempunyai tugas melaksanakan fungsi penunjang di bidang penanggulangan bencana.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 Peraturan Gubernur Nomor 80 Tahun 2018, BPBD DIY mempunyai fungsi: 1. Penyusunan program kerja Badan; 2. Perumusan, penetapan pedoman dan pengarahan

penyelenggaraan kebijakan teknis urusan penanggulangan bencana di daerah; 3. Penetapan standarisasi kebutuhan penyelenggaraan penanggulangan bencana di daerah; 4. Fasilitasi dan koordinasi penyelenggaraan penanggulangan bencana di daerah; 5. Penyusunan, penetapan, penginformasian peta risiko bencana dan prosedur tetap penanganan bencana; 6. Pengintegrasian pengurangan risiko bencana dalam pembangunan; 7. Pelaksanaan komando penanganan darurat bencana; 8. Pengendalian pengumpulan dan penyaluran bantuan bencana di daerah; 9. Pemberian rekomendasi tingkatan dan status bencana; 10. Pemantauan, pengevaluasian, dan pelaporan pelaksanaan kebijakan bidang penanggulangan bencana; 11. Pelaksanaan koordinasi pembinaan dan pengawasan urusan pemerintahan bidang penanggulangan bencana kabupaten/kota; 12. Pelaksanaan dekonsentrasi dan tugas pembantuan; 13. Penyusunan laporan pelaksanaan tugas Badan; dan 14. Pelaksanaan kewajiban lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.



Gambar 10. 2 Logo BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta

Sumber: www.bpbd.jogjaprov.go.id

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai daerah yang tingkat kerawanan bencana cukup tinggi khususnya bencana alam seperti: gempa bumi, tsunami, letusan gunung berapi, banjir, kekeringan, longsor, dan angin puting beliung memerlukan penanganan secara efektif. Pada Tanggal 26 April 2007 telah diterbitkan UU tentang Penanggulangan bencana bahwa tanggungjawab atas penyelenggaraan penanggulangan bencana diampu oleh pemerintah pusat dan daerah. Pemerintah pusat dalam hal ini direpresentasikan dengan BNPB. Sehingga Pemerintah Daerah DIY menindaklanjuti arahan tersebut dengan membentuk bidang Penanggulangan Bencana di Kesatuan Bangsa dan Masyarakat (Kesbanglinmas).

Tahun 2010 atas inisiatif masyarakat, DPR dan pemerintah sepakat mengundang-undangan Perda DIY No 8 Tahun 2010 tentang Penanggulangan Bencana. Perda tersebut mengamanatkan untuk penyelenggaraan PB dilaksanakan di Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), sehingga dibuat Perda No. 10 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Penanggulangan Daerah. Pemerintah Daerah DIY membentuk BPBD DIY dan mengisi dengan personilnya. Pelantikan pejabatnya dilaksanakan 16 Februari 2011. Dengan adanya Perda pembentukan BPBD dan pejabat dan stafnya. Pada bulan Februari 2011 disepakati berdirinya BPBD DIY.

BPBD DIY dipimpin oleh Unsur Pengarah yaitu Kepala BPBD secara *ex-officio* dijabat oleh Sekretaris Daerah, untuk Unsur Pelaksana dipimpin oleh Kepala Pelaksana. Kepala pelaksana BPBD pertama adalah bapak Budi Antono. Setelah itu kemudian dijabat oleh Bapak Gatot Saptadi, Gusti Yudhoningrat, Krido, plt Gusti Yudho, kemudian bapak Drs. Biwara Yuswantana, M.Si (2018- Sekarang). Untuk menjalankan tugasnya, BPBD

DIY mempunyai 3 bidang, yaitu Bidang Pencegahan dan Kesiapsiagaan, Kedaruratan dan Logistik, Rehabilitasi dan Rekonstruksi. Pada tahun 2018 ada restrukturisasi Badan dan lembaga di daerah, termasuk di BPBD yang dulunya 3 bidang ditambah 1 bidang lagi menjadi 4 bidang menjadi Bidang Pencegahan dan Kesiapsiagaan, Penanganan Darurat, Logistik dan Peralatan, dan Rehabilitasi dan Rekonstruksi. Dikarenakan kebutuhan penanganan di lapangan sehingga dibuat sebagaimana kelembagaan di BNPB, namun sekarang struktur organisasi BNPB telah berubah.

Pembentukan Badan Penanggulangan Bencana Daerah dengan demikian menemukan relevansinya. Pertama, merupakan bentuk tanggungjawab Pemerintah Provinsi dalam penyelenggaraan penanggulangan bencana sesuai amanat Undang-undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana. Kedua, penanganan bencana baik bencana alam, bencana sosial, maupun bencana non alam secara terencana, antisipatif, terpadu, menyeluruh, cepat tepat, transparan dan akuntabel dapat terselenggara dengan baik. Berdasarkan pertimbangan sebagaimana tersebut di atas perlu ditetapkan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tentang Organisasi dan Tatakerja Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Mengacu pada tujuan, sasaran, dan arah kebijakan pembangunan daerah yang tertuang dalam RPJMD DIY 2017-2022, maka selanjutnya BPBD DIY menetapkan tujuan dan sasaran pembangunan perangkat daerah selama lima tahun sesuai dengan ketugasan dan fungsi yang diemban BPBD DIY selaku Perangkat Daerah. BPBD DIY 2017-2022 dalam rangka mendorong tercapainya mencapai visi dan misi pembangunan DIY, terutama

Misi Pertama, Meningkatkan Kualitas Hidup, Kehidupan Dan Penghidupan Masyarakat Yang Berkeadilan dan Berkeadaban, merumuskan dan menetapkan:

Tujuan BPBD DIY adalah Menurunkan risiko bencana. Ketercapaian tujuan tersebut diukur dengan menggunakan indicator berupa angka Indeks Risiko Bencana, yang mempunyai Formula Penghitungan: Risiko merupakan Fungsi dari Ancaman x Kerentanan x 1/ Kapasitas. Sasaran pada BPBD DIY dalam perencanaan strategis tahun 2017-2022, yaitu: Meningkatnya ketahanan daerah menghadapi bencana. Indikator dari sasaran BPBD DIY adalah Indeks Ketahanan Daerah. Nilai indeks ketahanan daerah di dapat melalui kajian atau pengukuran yang berpedoman pada Perka BNPB Nomor 3 Tahun 2012 tentang Panduan Penilaian Kapasitas Daerah Dalam Penanggulangan Bencana.

Strategi yang menjadi prioritas BPBD DIY dalam penanggulangan bencana selaras dengan upaya pencapaian target Misi I Sasaran 5 RPJMD, yaitu pada strategi nomor 4, yaitu Pengurangan Risiko Bencana yang menjaditujuan PD, yaitu: Menurunkan Risiko Bencana, dengan target penurunan pada angka indeks risiko bencana di DIY.

Mencegah timbulnya dan mengurangi risiko bencana di kawasan rawan bencana di DIY

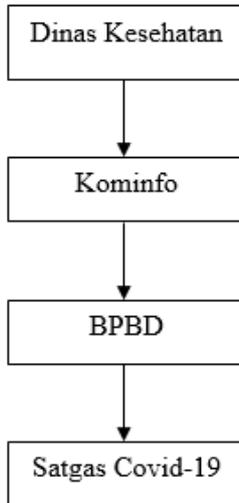
Mencegah & menurunkan keterpaparan dan kerentanan masyarakat

Meningkatkan resiliensi melalui peningkatan kesiapsiagaan, respon kedaruratan, dan pemulihan pasca-bencana

Secara prosedur dan tahapan yang dilakukan oleh BNPB DIY proses penanggulangan dilakukan secara kolektif dengan melakukan koordinasi dengan lembaga

lain yang terkait. Pokok permasalahan utama pada tahun 2020-2022 saat ini masih berfokus pada penanggulangan pandemi Covid-19. Terdapat tiga prosedur penanggannya yaitu 1) Pencegahan, 2) Respon, dan 3) Pemulihan. Proses pencegahan dikarenakan hingga saat ini pandemi Covid-19 masih belum bisa diprediksi akan berakhir sampai kapan. Hal itu yang menyebabkan proses pencegahan selalu diupayakan oleh BNPB. Kemudian pada proses penyebaran informasi, BNPB memiliki tantangan dalam melakukan manajemen informasi karena banyaknya informasi bias yang tersebar di masyarakat dan harus dilakukan konfirmasi tentang kebenaran dari setiap informasi yang tersebar. Banyaknya informasi yang simpang siur juga menyebabkan masyarakat menjadi acuh dalam setiap informasi karena merasa informasi yang didapatkan terlalu banyak dan terkadang berbeda. Hal itu juga termasuk dalam tantangan yang dihadapi oleh BPBD dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Proses penyebaran informasi yang dilakukan oleh BPBD bukan hanya dilakukan kepada masyarakat, tetapi juga adanya tukar informasi antar lembaga untuk mendapatkan informasi tambahan yang dapat digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan, kebijakan dan lainnya. Pada BPBD Daerah Istimewa Yogyakarta, ruang lingkup sumber informasinya bersumber dari tingkat pusat atau nasional. Digambarkan sebagai berikut:



Tabel 9.1 Alur Informasi Penanganan Pandemi Covid-19

Sejak masa pandemi, semua dinas mulai adaptasi dengan digitalisasi untuk mempermudah koordinasi antar lembaga secara internal maupun eksternal. Pada kasus di Yogyakarta, sudah banyak lembaga yang sudah menerapkan digitalisasi dan membuat ekosistem digitalisasi baik di sektor pariwisata maupun di tingkat UMKM (Wawancara Marlina, Sekretaris BPBD Yogyakarta). Namun masih ada kendala dalam proses pertukaran informasi terutama pada pembentukan sinergi antar lembaga yang secara umum harus dikoordinasi oleh Kominfo. Hal itu dikarenakan server atau pusat aplikasi yang digunakan oleh Pemerintah Daerah Yogyakarta harus mendapatkan rekomendasi dari Kominfo terlebih dahulu.

Menurut Anas yang merupakan penanggungjawab Media Center BPBD Yogyakarta, segala penyebaran

informasi harus berkoordinasi dengan Kominfo. Sumber yang diberikan oleh Dinas Kesehatan akan diunggah di media Humas Pemda. Intinya segala informasi yang didapatkan harus bersumber dari lembaga terkait. Seperti misalnya informasi tentang kesehatan harus dari Dinkes, informasi tentang pariwisata harus dari Dinas Pariwisata, dan sebagainya. Pada website resmi BPBD Yogyakarta, segala informasi berasal dari Dinkes, Kominfo, Polda, dan berbagai instansi nasional dan harus selalu diperbaharui secara cepat.

Semua media elektronik sudah dimanfaatkan oleh BPBD untuk memberikan edukasi tentang penanganan Covid-19 seperti melalui Radio, Televisi lokal, Website, Media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook juga dimanfaatkan oleh BPBD agar mendapatkan perhatian dari masyarakat secara luas. Semua media yang digunakan oleh BPBD juga digunakan untuk memberikan informasi tentang program Vaksinasi.

Kegiatan vaksinasi Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta dipercepat untuk pencegahan terjadinya penyebaran lebih banyak lagi. Sentral tempat vaksinasi Covid-19 juga telah ditambahkan di beberapa titik. Pemerintah Kota Yogyakarta mempunyai target sebesar 300.000 orang akan divaksinasi di masa darurat Covid-19 ini. Hal ini merupakan usaha untuk mendapatkan angka kecukupan imunitas sebesar 70%.

Dengan strategi yang dilakukan oleh humas serta dukungan dari berbagai pihak Pemerintah Kota Yogyakarta bisa menembus 3000 orang divaksin perhari. Hambatan yang terjadi adalah SDM yang masih sangat terbatas (Kesbang, 2021a). Sumber daya manusia tersebut adalah petugas vaksinator, screening, petugas pendaftar, dan pengawas pasca vaksinasi. Oleh karena itu Pemerintah

Kota Yogyakarta membuka relawan yang terdiri dari masyarakat umum dan lain sebagainya.

Berbagai strategi yang telah dilakukan merupakan terobosan dari Pemkot Yogyakarta dalam membangun kondisi masyarakat agar tetap kondusif, aman dan nyaman walaupun ditengah pandemi Covid-19. Sampai saat ini Pemkot Yogyakarta telah melakukan *refocusing* anggaran hingga 6 kali selama pandemi Covid-19 ini (Kesbang, 2021a). Selain itu, peran humas dalam pencegahan Covid-19 begitu besar, terlebih mengenai kebijakan vaksinasi Covid-19. Dengan begitu banyak tantangan, pemerintah harus selalu memberikan sosialisasi, edukasi dan pendekatan yang persuasif dengan setiap lapisan masyarakat. Masyarakat juga harus berperan aktif, disiplin menerapkan protokol kesehatan serta solidaritas antara masyarakat harus ditingkatkan agar bisa memutus penyebaran Covid-19.



Chapter 11

SISTEM MANAJEMEN INFORMASI COVID-19

Sistem artinya suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yg saling bekerjasama, berkumpul bersamasama buat melakukan suatu kegiatan atau menuntaskan suatu target tertentu, sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan aktivitas seni manajemen asal suatu organisasi yang menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Jogiyanto, 2005). Mendefinisikan sistem secara awam menjadi gugusan asal elemen-elemen yang berinteraksi buat mencapai suatu tujuan tertentu menjadi satu kesatuan. (Mulyanto, 2009). Sistem informasi selalu menggambarkan, merancang, mengimplementasikan dengan memakai proses perkembangan sistematis serta merancang sistem isu berdasarkan analisa kebutuhan (Syachbana, 2011).

Sistem dari McLeod yang dikutip (2010) dalam bukunya yang berjudul “Management Information System”

adalah sekelompok elemen-elemen yang terintegrasi dengan maksud yang sama buat mencapai tujuan. menurut Satzinger, Jackson, dan Burd (2010) sistem ialah sekumpulan komponen yang saling bekerjasama dan bekerja bersama buat mencapai suatu tujuan. Berdasarkan kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian sebuah sistem ialah sekumpulan elemen yang terintegasi serta bekerja beserta guna mencapai suatu tujuan tertentu.

Suatu sistem mempunyai beberapa ciri, yaitu komponen atau elemen (component), batas sistem (boundary), lingkungan luar sistem (environment), penghubung (interface), masukan (input), pengolah (process), keluaran (output), target (objective), atau tujuan (goal). menggunakan demikian pengertian sistem bisa disimpulkan sebagai suatu prosedur atau elemen yang saling berafiliasi satu sama lain dimana dalam sebuah sistem ada suatu masukan, proses dan keluaran, buat mencapai tujuan yang dibutuhkan (Mulyanto, 2009).

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat perusahaan sektor ekonomi baik industri juga jasa bersaing pada kecanggihan sistem yang dimiliki, terlebih pada peningkatan kinerja perusahaan. Kecanggihan sistem yang dipergunakan pada pengolahan data serta informasi menjadi salah satu faktor penunjang aman serta akuratnya informasi yang ada. Proses kinerja di perusahaan sektor ekonomi ketika ini sudah banyak yang diambil alih oleh sistem, banyaknya sistem terbaru yang digunakan perusahaan saling terhubung, baik menggunakan jaringan kabel juga nirkabel, saling mendukung buat meringankan tugas kinerja insan, kecepatan pengaksesan data asal tiap sistem serta keakuratan data yang lebih terjamin.

Dari McLeod dan Schell (2008) Sistem informasi manajemen ialah suatu sistem berbasis personal komputer yang menyediakan info bagi beberapa pemakai kebutuhan yang serupa. isu tersebut tersedia dalam bentuk laporan periodik, laporan spesifik, serta output dari simulasi info yang ada. Para pemakai biasanya membentuk suatu entitas organisasi formal instansi atau sub-unit pada bawahnya. berita dipergunakan oleh pengelola maupun staf lainnya pada ketika mereka membentuk keputusan untuk memecahkan persoalan.

Berdasarkan O'Brien yang diterjemahkan oleh Fitriyani serta Kwary (2010) mengemukakan bahwa sistem informasi manajemen merupakan jenis awal asal sistem informasi yang dikembangkan untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial. Sistem informasi menghasilkan produk berita yang mendukung banyak kebutuhan pengambilan keputusan harian dari para manajer serta praktisi usaha. Laporan, tampilan, serta respon yang didapatkan oleh sistem isu manajemen menyediakan informasi yang telah ditetapkan oleh para pengambil keputusan buat mencukupi kebutuhan berita. berdasarkan McLeod serta Schell (2008) SIM membuat informasi yang dapat dikelompokkan menjadi terdapat beberapa karakteristik sistem dalam SIM, seperti: memiliki elemen-elemen (elements), mempunyai suatu batass (boundary), memiliki lingkungan luar (environment), mempunyai penghubung (interface), memiliki masukan (input), memiliki keluaran (hasil), memiliki pengolahan suatu proses (process), serta mempunyai objek dan tujuan yang jelas (objectives and goals).

Pemerintah Indonesia mulai mempercayai covid 19 dan mulai melakukan sebuah tindakan saat munculnya kasus covid pertama di Indonesia yaitu pada tanggal 2 Maret

2020. Pemerintah mulai menjalankan komunikasi krisis dan menyebarkan informasi tentang covid 19 melalui media-media termasuk televisi. Pesan yang disampaikan yaitu terkait dengan virus covid 19, cara penyebaran, cara mengatasi, dan juga imbauan pemerintah untuk masyarakat tetap tenang dan tidak panik menghadapi covid 19. Kasus covid 19 diberitakan secara berkala dan selalu di update jumlah orang yang telah terkena virus covid 19. Pesan disampaikan oleh beberapa pihak seperti juru bicara, tokoh masyarakat, dan juga kementerian kesehatan. Pesan yang disampaikan oleh pemerintah tersebut sebagai penanda adanya perubahan yang dilakukan oleh pemerintah yang sebelumnya komunikasi krisis yang dijalankan dinilai buruk oleh masyarakat pada awal munculnya virus covid 19 tetapi mulai ada perubahan penanganan covid 19 yang baik. (Novita et al., 2021)

Proses pengelompokan informasi pada masa pandemi Covid-19 sangatlah berhati-hati. Karena tingkat sensitivitas masyarakat akibat ketakutan akan bahasa Covid-19 harus disampaikan secara baik agar tidak meningkatkan keresahan di tingkat masyarakat umum. Pemerintah Indonesia melalui Presiden telah memberikan satuan khusus yang disebut sebagai Satgas Covid-19 yang bertanggungjawab untuk melaksanakan penanganan pandemi Covid-19. Proses pengumpulan informasi dilakukan melalui tingkat bawah dengan cara pendataan dari pusat kesehatan seperti rumah sakit dan terdapat relawan yang turut serta melihat kondisi lapangan.

Informasi yang didapatkan haruslah akurat karena hal tersebut yang akan mempengaruhi keputusan pusat dalam menentukan langkah selanjutnya dalam proses penanganan pandemi Covid-19. Sistem manajemen informasi seperti yang dilakukan oleh BPBD, proses

pengumpulan informasi dilakukan dari instansi yang memang bertanggungjawab dalam hal tersebut agar informasi yang diberikan memiliki tingkat kredibilitas tinggi.

Sedangkan proses penyebaran informasi Covid-19 yang dilakukan di Indonesia seringkali harus melalui lembaga pemerintah atau yang ditunjuk oleh pemerintah. Hal itu dilakukan untuk mengurangi potensi salah informasi dan untuk menangkal pemberitaan bohong yang sumbernya tidak dapat dipertanggungjawabkan asalnya. Oleh sebab itu kampanye anti Hoax selalu digaungkan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat agar tidak mudah terpengaruh dengan informasi yang tidak akurat. Kemudian pada beberapa kasus, di Indonesia telah mengatur hukuman bagi para penyebar informasi bohong dan pemahaman tentang adanya hukum yang mengatur selalu diinformasikan oleh Pemerintah agar para penyebar hoax dapat menghentikan kegiatannya sebelum ditangkap oleh kepolisian negara Indonesia.

Sistem manajemen informasi yang digunakan sudah memenuhi berbagai macam teori yang membahas tentang sistem manajemen informasi seperti mengumpulkan data, mengelola data, menganalisis data hingga mempublikasikan hasil data yang telah diperoleh. Pengelompokan data menggunakan berbagai macam sumber dari internet maupun tatap muka langsung untuk mendapatkan data informasi yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- AK, L. (2020). Literasi Digital Sebagai Penangkal Infodemi Covid-19 : Sebuah Literature Review. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Antaranews. (2021). *Vaksin Sinovac mengandung boraks dan “hanya untuk kelinci percobaan”? Cek faktanya!* Antara News.
- Arifin, M. (2021). *Tak Hanya Raffi Ahmad, Ini Deretan Publik Figur yang Dapat Jatah Vaksin Duluan*. <https://m.merdeka.com/jabar/tak-hanya-raffi-ahmad-ini-deretan-figur-publik-yang-dapat-jatah-vaksin-duluan.html>
- Atika, E., Rifai, M., & Poerana, A. F. (2021). Peranan Public Relations dalam Mensosialisasikan Program Vaksin Covid-19 Di Kota Bekasi. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10), 4983. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i10.4350>

- Bafadhal, O. M., & Santoso, A. D. (2020). Memetakan Pesan Hoaks Berita Covid-19 Di Indonesia Lintas Kategori, Sumber, Dan Jenis Disinformasi. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 235. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2148>
- Bahri, S., & Sosial, M. (2021). Literasi Digital Menangkal Hoaks Covid-19 Di Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 16–28.
- BBC News. (2020). *Covid-19: Disinformasi dan teori konspirasi soal virus corona yang menelan korban jiwa*. BBC News Indonesia.
- BPS. (2020). *Analisis Pertumbuhan dan Perubahan Struktur Perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta sebelum dan Selama Masa Pandemi Covid-19 : pendekatan 54 Kategori dan sub Kategori Usaha*.
- Bramasta, D. B. (2021). *Bagaimana Upaya Pemerintah Yakinkan Masyarakat agar Mau Divaksin Covid-19?* <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/15/091200765/bagaimana-upaya-pemerintah-yakinkan-masyarakat-agar-mau-divaksin-covid-19-?page=all>
- CNNIndonesia. (2021). *Jokowi Terima Suntikan Dosis Pertama Vaksin Covid-19 Sinovac*. CNN Indonesia.
- Cuan-Baltazar, J. Y., Muñoz-Perez, M. J., Robledo-Vega, C., Pérez-Zepeda, M. F., & Soto-Vega, E. (2020). Misinformation of COVID-19 on the Internet: Infodemiology Study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6. <https://doi.org/http://doi.org/10.2196/18444>

- Detikcom, T. (2022). *Pesan “Vaksin COVID Bisa Dihilangkan Pakai Garam” Hoax!, Ini Faktanya.* Detikjateng.
- Dewi, S. A. E. (2021). Komunikasi Publik Terkait Vaksinasi Covid 19. *Health Care : Jurnal Kesehatan*, 10(1), 162–167. <https://doi.org/10.36763/healthcare.v10i1.119>
- Dubois, S. (2015). The Strategic Opinion Leader : Personal Influence and Political Networks in a Hybrid Media System. *Ethos.Bl.Uk*. <https://ethos.bl.uk/OrderDetails.d%0Ao?uin=uk.bl.ethos.712000>
- Fakhruroji, M., Tresnawaty, B., Sumadiria, A. S. H., & Risdayah, E. (2020). *Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 di Indonesia: Perspektif Sosiologi Komunikasi Massa dan Agama*. 1(1), 1–11.
- Gasti, D. R. (2018). *Efektivitas New Media*. <https://binus.ac.id/malang/2018/06/efektivitas-new-media/>
- Grace, R. (2020). COVID-19 prompts the spread of disinformation across MENA. *Middle East Institute*.
- Hidayat, M. (2017). *ICT Watch Luncurkan “Kerangka Literasi Digital Indonesia.”* Liputan 6.
- Ika, A. (2018). Survei Nielsen: Media Digital dan Media Konvensional Saling Melengkapi. In *Kompas.com*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/15/093533926/survei-nielsen-media-digital-dan-media-konvensional-saling-melengkapi?page=all>
- Irwan, Mopangga, A., & Mokodompis, Y. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Sikap Terhadap Perilaku 5M (Memakai Masker, Mencuci Tangan, Menjaga Jarak,

Menjauhi Kerumunan, Mengurangi Mobilitas) Selama Pandemi Covid-19. *Journal Health and Science ; Gorontalo Journal Health and Science Community*, 5(2), 302–312.

Juditha, C. (2020). People Behavior Related To The Spread Of Covid-19's Hoax. *Journal Pekommas*, 5(2), 105. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050201>

Kemenkes. (2020). *PEDOMAN PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN CORONAVIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*.

Kemenkeu. (2021). *Indonesia Kedatangan Lagi 5 Juta Dosis Vaksin Sinovac*. Kementerian Keuangan RI.

Kesbang, A. (2021). *ORMAS DAN MERDEKA VAKSIN KOTA YOGYAKARTA*. In *Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Yogyakarta*. <https://kesbang.jogjakota.go.id/detail/index/16799>

Kominfo.Id. (2020). *Ancaman Infodemik Dapat Memperburuk Pandemi COVID-19*. Kominfo.Id.

Kominfo. (2020a). *[HOAKS] Virus Corona Sudah Masuk UNY, 1 Orang Positif*. Kominfo.Id.

Kominfo. (2020b). *Laporan Isu Hoaks*.

Kominfo. (2021a). *Laporan Isu Hoaks Desember 2021*.

Kominfo. (2021b). *laporan Isu Hoaks Januari 2021*.

Kominfo. (2021c). *Penanganan Sebaran Konten Hoaks Covid-19*. Kominfo.Id.

Kurniawan, D., & Sutan, A. J. (2021). Penggunaan Sosial Media Dalam Menyebarkan Program Vaksinasi Covid-19 Di Indonesia. *Kebijakan Publik*, 12(1), 27–34.

- Latifah, S., & Nataly, F. (2021). Peran Humas Polres Metro Depok dalam Mensosilisasikan Physical Distansing di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 13(02), 24. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v13i02.158>
- Liputan6.com. (2020a). *Cek Fakta: Hoaks soal Pesan Berantai yang Klaim Yogyakarta Tutup Akibat Covid-19*. Liputan.6.
- Liputan6.com. (2020b). *Upaya Mitigasi Bencana Menghadapi Pandemi Covid-19*. Liputan.6.
- Liputan6.com. (2021a). *Kemkominfo: Infodemik Turut Memperburuk Situasi Pandemi Covid-19*.
- Liputan6.com. (2021b). *Simak, Penjelasan Misinformasi dan Disinformasi Serta Cara Mengenalinya di Dunia Maya*. Liputan.6.
- Madri Bafadhal, O dan Dwi Santoso, A. (2020). Mapping Hoax Messages of COVID-19 in Indonesia Accros Categories, Sources, and Types of Disinformation. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 2.
- Meiliani, M. (2021). Foto: Presiden Jokowi Orang Pertama di Indonesia yang Divaksin Corona. In *Kumparan News*. <https://kumparan.com/kumparannews/foto-presiden-jokowi-orang-pertama-di-indonesia-yang-divaksin-corona-1uy9nMfSBQy/full/gallery/2>
- Muchamad Zaenuri, Fadhil, R. M. (2021). Strategi Recovery Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Pada Masa New Normal. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 2, 60–71.
- Nahar, L. (2020). KOMUNIKASI KRISIS PEMERINTAH INDONESIA MENGHADAPI PANDEMI

- COVID-19. *Jurnal Syntax Admiration*, 5 No.1. <https://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/84/135>
- Pulido Rodríguez, C., Villarejo Carballido, B., Redondo-Sama, G., Guo, M., Ramis, M., & Flecha, R. (2020). False news around COVID-19 circulated less on Sina Weibo than on Twitter. How to overcome false information? *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.17583/rimcis.2020.5386>
- Radecki, R. P., & Spiegel, R. S. (2020). Avoiding Disinformation Traps in COVID-19. *Annals of Emergency Medicine*. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.annemergmed.2020.05.002>
- Rina. (2021). *Simulasi Bencana Pandemi Covid-19 KTB Rintisan Tempel Wirogunan*. <https://bpbd.jogjakota.go.id/detail/index/17218>
- Sekretariat Daerah DIY. (2021). *Surat Keputusan Gubernur DIY No 3 Tahun 2021*. http://birohukum.jogjaprov.go.id/storage/16113_skgub3-2021.pdf
- Setra, B., Razaq, A., & Arifin, M. (2021). Strategi Komunikasi Publik Gugus Tugas Covid-19 (Studi Komunikasi Publik Pada Program Larangan Mudik Lebaran Tahun 2021). *Jurnal Al-Hikmah*, 19(2), 169–182. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v19i2.74>
- Shereen, M. A., Khan, S., Kazmi, A., B., & N., & Siddique, R. (2020). COVID-19 infection: Origin, transmission, and characteristics of human coronaviruses. *Journal of Advanced Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jare.2020.03.005>

- Sigit, A. (2021). *DIY Makin Cakap Digital bersama Literasi Digital Netizen Fair 2021*.
- Silalahi, R. R., & Sevilla, V. (2020). Rekontruksi Makna Hoaks di Tengah Arus Informasi Digital. *Global Komunika*, 1(1), 8–17.
- Slemankab. (2021). Laporan Isu Hoaks 17 Juni 2021. In *slemankab*.
- Subhanie, D. (2020). 8 Tokoh yang Kerap Mengkritik Pemerintah. <https://nasional.sindonews.com/read/90122/12/8-tokoh-yang-kerap-mengkritik-pemerintah-1593828438>
- Sulistyanto, A., & Jamil, A. (2021). Narasi Kritis Opinion Leader Dalam Kebijakan Vaksin Covid 19. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 12(1). <https://doi.org/10.31506/jrk.v12i1.11601>
- Sutisna, I. P. G. (2020). Gerakan Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *STILISTIKA: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Seni*, 8(2), 268–283. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3884420>
- Syahrin, Y. (2021). *PERAN HUMAS KABUPATEN PADANG PARIAMAN UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK DALAM PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN COVID-19*.
- Syaripudin, A., Ahmad, D., Ningrum, D. W., Banyumurti, I., & Magdalena, M. (n.d.). *Kerangka Literasi Digital Indonesia*. Gerakan Literasi Nasional Kemendikbud.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Unisb, T. D. F. K. (2020). *Kopid Pedia Bunga Rampai Artikel Penyakit Virus Korona (COVID-19)* (Titik Respati dan Hilmi Sula iman Rathomi (ed.)). Pusat Penerbitan Universitas (P2U) Unisba ©.

Utara, R. U. S. (n.d.). *No Title*.

Vidi, A. (2021). *Simak, Penjelasan Misinformasi dan Disinformasi Serta Cara Mengenalinya di Dunia Maya*.

Wicaksono, A. (2020). New Normal pariwisata Yogyakarta. *Kepariwisataan:Jurnal Ilmiah*, 14(3), 139–150.

Yogyakarta, portal pemerintah kota. (2021). *Kolaborasi Pemerintah dan Masyarakat Bantu Penanganan Covid-19*. Portal Pemerintah Kota Yogyakarta.

PERATURAN WALIKOTA YOGYAKARTA NOMOR 51 TAHUN 2020 TENTANG PEDOMAN PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN CORONA VIRUS DISEASE-19 PADA MASA TATANAN NORMAL BARU DI KOTA YOGYAKARTA, (2020).

