

Pendahuluan

Pandemi yang disebabkan Covid-19 telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ranah komunikasi. Virus yang berasal dari sebuah kota Wuhan di China ini mulanya menyebabkan kelumpuhan perekonomian China dan menimbulkan banyak korban dengan sangat cepat. Selanjutnya, virus ini menyebar ke seluruh dunia. Munculnya wabah Covid-19 ini membuat pemerintah melakukan berbagai kebijakan terkait pencegahan Covid-19, diantaranya: himbauan untuk *social distancing*, *physical distancing*, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dan himbauan #dirumahaja. Kebijakan ini merupakan langkah awal yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi jumlah penularan virus tersebut.

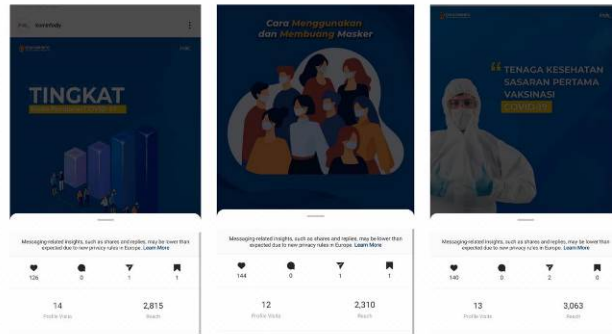
Dampak yang besar juga dirasakan di Indonesia, dalam berbagai bidang tetapi banyaknya berita yang simpang siur, bahkan tidak merujuk kepada informasi yang lengkap membuat masyarakat merasa bingung untuk mengikuti berbagai aturan yang dilakukan (Indasari & Anggriani, 2020). Krisis komunikasi bahkan terjadi di tingkat organisasi kesehatan internasional WHO. Penelitian Feri Indrasari dan Ida Anggraini menyebutkan bahwa berdasarkan pemahaman mengenai komunikasi krisis maka krisis terhadap perbedaan informasi yang disampaikan oleh WHO mengenai penyebaran virus korona melalui udara merupakan krisis informasi yang terjadi karena *human error*, dimana WHO dianggap lalai dalam mengkaji setiap informasi sebelum disampaikan kemasyarakat. Berdasarkan (Indasari & Anggriani, 2020). Semua harus dapat membiasakan diri dengan belajar dan bekerja dirumah, segala macam bentuk aktivitas yang dikerjakan hanya dirumah saja. Sampai situasi ini berakhir, dan bisa beraktivitas seperti sebelumnya (Nurohmah et al., 2020).

Pandemi ini bukan hanya mengubah bagaimana orang menjaga kesehatan dalam kegiatan sehari-hari, namun juga bagaimana cara mereka menghibur diri. Adanya pandemi ini masyarakat dihimbau untuk berkegiatan di dalam rumah, termasuk untuk bekerja atau biasanya disebut dengan *work from home*. Cara masyarakat untuk mengalihkan kebutuhan hiburan mereka saat ini dengan menikmati konten melalui *platform* digital. *Platform* digital saat ini sudah menjadi pilihan untuk menikmati maupun menyajikan hiburan maupun karya karena bisa dilakukan dari tempat kreator berada, sementara penikmat tidak perlu keluar rumah.

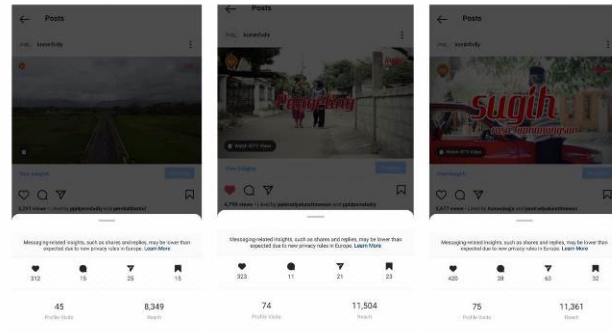
Penelitian terdahulu dari Rita Komalasari menyebutkan bahwa inovasi-inovasi teknologi ini, yang telah lama ditandai sebagai hal sepele, tidak penting, atau bahkan berbahaya selama masa tenang kini menjadi sangat diperlukan dalam menghadapi pandemi Covid-19. Sekarang telah ada berbagai teknologi digital yang dapat digunakan untuk menambah dan meningkatkan strategi pekerjaan, pembelajaran dan kesehatan masyarakat. Selama pandemi Covid-19, teknologi memainkan peran penting dalam menjaga kegiatan masyarakat tetap berfungsi pada saat Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Komalasari, 2020).

Masa pandemi yang masih berlangsung hingga saat ini membuat semua pihak harus berpikir kreatif. Salah satunya para *content creator* di Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (Diskominfo DIY). Sebagai sarana dan tempat untuk memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat khususnya warga Yogyakarta. Selama pandemi, Kominfo DIY memberikan konsep baru dalam pembuatan konten yang berfungsi untuk sosialisasi dan edukasi tentang Covid-19.

Konsep baru tersebut berupa konten infografis, data harian Covid-19, dan video tentang Ikatan Layanan Masyarakat (ILM) terkait penyuluhan Covid-19 selama pandemi. Media internet menjadi pilihan utama bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang Covid-19. Penelitian dari Fajar Junaedi dan Filosa Gita Sukmono (2020) yang memfokuskan pada mahasiswa di Yogyakarta menunjukkan bahwa mahasiswa memilih menggunakan internet, baik dalam bentuk berita maupun media sosial untuk mendapatkan informasi tentang Covid-19 (Junaedi & Sukmono, 2020).



Gambar 1. Postingan Infografis pada Akun Instagram @Kominfodiy



Gambar 2. Postingan Video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) pada Akun Instagram @Kominfodiy

Produksi konten yang dilakukan oleh Kominfo DIY ditujukan untuk mengisi di media digital. Dalam melaksanakan program untuk pembuatan konten, Kominfo DIY selalu menerapkan protokol kesehatan di setiap kegiatan yang berkaitan dengan banyak orang seperti pembuatan video Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Video tersebut yang menjadi konten unggulan di semua media sosial Kominfo DIY, hal itu bisa dilihat dari jumlah *viewers* atau penonton yang ada di akun tersebut.

Produksi konten oleh Kominfo DIY merupakan bagian dari mitigasi bencana pandemi Covid-19. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana menimbulkan perubahan paradigma penanggulangan bencana yang sangat mendasar. Kegiatan penanggulangan bencana dilaksanakan melalui penetapan kebijakan pembangunan yang beresiko timbulnya bencana, kegiatan pencegahan bencana, tanggap darurat, dan rehabilitasi. Pembangunan dilaksanakan seiring dengan upaya untuk mengurangi resiko bencana. Komponen penting manajemen bencana adalah mitigasi. Pasal 1 angka 9 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana mendefinisikan mitigasi adalah serangkaian upaya untuk mengurangi resiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana (Suhardjo, 2015).

Di masa pandemi ini, kegiatan produksi pembuatan video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) merupakan hal yang cukup sulit dilakukan dengan protokol jaga jarak dan penggunaan masker untuk *talent* yang sedang akting, bahkan tidak semua lokasi menerima kegiatan produksi tersebut karena dianggap sebagai kegiatan berkumpul dengan banyak *crew* dan pemain. Hal lain yang harus diperhatikan untuk memulai kegiatan produksi video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) di masa adaptasi kebiasaan baru ini adalah kegiatan dalam menjaga lokasi syuting agar tetap steril dan beberapa alat produksi yang harus bersih.

Berdasarkan pendahuluan yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini rumusan masalahnya adalah, bagaimana model manajemen produksi konten digital tentang Covid-19 oleh Dinas Kominfo Daerah Istimewa Yogyakarta di masa pandemi?

