

**PUSARAN KOMUNIKASI
DI TENGAH BADAI COVID-19**

deepublish / publisher

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PUSARAN KOMUNIKASI DI TENGAH BADAI COVID-19

Lasmery RM Girsang ♦ Cosmas Gatot Haryono ♦
Ilona Vicenovie Oisina Situmeang ♦ Henilia Yulita ♦
Yohanes Probo Dwi Sasongko ♦ Grace Anika Susilowati
S.I.Kom., M.I.Kom. ♦ Koerniawan Hidajat ♦ Lim Yudhi ♦
Kho, Gerson Ralph Manuel ♦ Teguh Hidayatul Rachmad

PUSARAN KOMUNIKASI DI TENGAH BADAI COVID-19

Lasmery RM Girsang, dkk.

Editor :

Teguh Hidayatul Rachmad

Desain Cover :

Priyo Wicaksono

Sumber :

<https://www.unsplash.com>

Tata Letak :

Titis Yuliyanti

Proofreader :

Avinda Yuda Wati

Ukuran :

x, 200 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :

No ISBN

Cetakan Pertama :

Bulan 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2020 by Deepublish Publisher

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH

(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

KATA PENGANTAR

Tahun 2020 masyarakat di seluruh Dunia menghadapi ujian yang sangat berat dengan menyebarnya wabah virus corona dan kemudian WHO pada akhir Januari 2020 menyatakan dunia telah dilanda pandemi *Corona Virus Disease 2019* atau Covid-19. Berawal dari ditemukannya virus ini dari Provinsi Hubei di Cina dalam waktu yang singkat virus ini mampu menyebar dengan pesat di beberapa negara lainnya, seperti Korea, Iran, Jepang, Italia, Amerika Serikat, dll dan menjadi episentrum baru dengan jumlah penderita maupun jumlah meninggal mencapai ribuan jiwa.

Demikian pula di Indonesia, pada awal pemberitaan tentang pandemi COVID-19, informasi dan pemberitaan yang beredar simpang-siur dengan berbagai versi. Banyak hal yang perlu diketahui dari adanya pandemi ini, bukan hanya cara pengobatannya, vaksin apa yang bisa menangkal virus namun juga hal-hal non medis yang perlu diketahui oleh masyarakat.

Akademisi bidang komunikasi yang berada di Perguruan Tinggi mempunyai peran yang sangat strategis dalam berkontribusi kepada masyarakat dalam situasi pandemi ini. Khususnya memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai informasi pengelolaan pandemi yang banyak beredar dan bersifat hoaks. Buku ini memberikan kepada kita beragam perspektif dalam pengelolaan komunikasi dalam situasi pandemi dan krisis, tentu dengan harapan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi kita semua dalam menghadapi situasi pandemi dan krisis di masa mendatang.

Terima kasih kepada Universitas Bunda Mulia yang telah mendorong akademisinya untuk berkontribusi secara nyata dalam bidangnya masing-masing dan selamat membaca.

Salam,

Deddy Irwandy

PROLOG

Ragam Kajian Komunikasi di Era Pandemi

Media sosial yang menjadi medium antara komunikator dan komunikan menjadi aspek yang sangat penting untuk dibedah dan dianalisis, terlebih lagi dampak media yang akan mempengaruhi aspek ekonomi, sosial, psikologi, budaya dan politik yang berkembang di Indonesia. Proses komunikasi yang terjadi mulai dari sender hingga resipien pasti akan memunculkan banyak persepsi di antara masyarakat dengan berbagai *background* yang berbeda-beda. Hal inilah yang akan menjadi fokus kajian dari buku bunga rampai dan menghasilkan 10 artikel atau karya tulis ilmiah dengan topik pembahasan ilmu komunikasi sesuai dengan bidang keilmuan masing-masing penulis.

Masa pandemi Covid-19 yang menyebabkan kondisi arus komunikasi menjadi sangat penting untuk diamati. Perpindahan dari *face to face* menjadi *medium as communication* melahirkan banyak *field research* yang akan diteliti dalam perspektif ilmu komunikasi, di antaranya: studi gender, ekonomi politik media, semiotika, komunikasi interpersonal, komunikasi pemasaran, komunikasi lintas budaya, komunikasi politik, *new media*, *discourse*, *critical communication* dan *public relation*, *broadcasting*, *advertising* serta jurnalisitik.

Perspektif ilmu komunikasi yang beragam dengan situasi pandemi Covid-19 yang tidak memperbolehkan manusia untuk berkumpul membentuk suatu *community* secara *face to face* akan menghasilkan artikel yang sangat menarik untuk dibahas, diteliti dan diperdebatkan agar menjadi bahan kajian ilmu komunikasi di masa mendatang.

Dosen-dosen ilmu komunikasi Universitas Bunda Mulia menghasilkan 10 tulisan yang sudah mewakili dari beragam perspektif ilmu komunikasi yang telah berkembang di Indonesia. Buku

yang berjudul “pusaran komunikasi di tengah badai Covid-19” adalah tonggak awal sejarah untuk melihat bahwa masyarakat Indonesia mempunyai banyak cara melawan badai Covid-19 dengan berbagai macam teknik komunikasi yang membentuk pusaran untuk menghasilkan solusi-solusi akibat dampak virus corona.

Badai Covid-19 hampir menghancurkan-leburkan sendi-sendi ekonomi, sosial, politik dan budaya di masyarakat Indonesia. Banyak lapangan pekerjaan yang tutup dan gulung tikar akibat badai Covid-19. Munculnya pengangguran yang sangat tinggi dan lemahnya pendapatan Negara. Infeksi virus Covid-19 menghantarkan Indonesia menjadi Negara dengan tingkat penyebaran Covid yang harus diwaspadai oleh dunia. Peristiwa yang seperti ini sangat jarang sekali dan dari buku ini sudah memotret banyak peristiwa akibat badai Covid-19 dalam perspektif ilmu komunikasi sesuai dengan *experience*, riset, hipotesis, dan survei para peneliti dan dosen Universitas Bunda Mulia. Semoga buku ini menjadi kontemplasi di masa mendatang bahwa masyarakat Indonesia pun bisa mengikuti perkembangan komunikasi yang semakin cepat tanpa mengenal batasan Negara, umur dan latar belakang budaya maupun politik.

Editor

Teguh H. Rachmad
Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Bunda Mulia
Jakarta

DAFTAR ISI

“PUSARAN KOMUNIKASI DI TENGAH BADAI COVID-19”

KATA PENGANTAR	v
PROLOG	vi
DAFTAR ISI	viii
PEREMPUAN DALAM PUSARAN PANDEMIK COVID-19 MELALUI KAJIAN TEORI SOSIOLOGIS FEMINIS	
Lasmery RM Girsang	1
SENSASIONALITAS DI TENGAH PANDEMI VIRUS COVID-19: LOGIKA WAKTU PENDEK <i>CONTENT CREATOR</i> SOSIAL MEDIA	
Cosmas Gatot Haryono	14
TERPAAN <i>POSTING</i>-AN KESEHATAN MENTAL MASA PANDEMI COVID-19 DAN KREDIBILITAS SUMBER TERHADAP PERUBAHAN SIKAP (Survei pada <i>Follower</i> <i>@jiemiardian</i> di Instagram)	
Ilona Vicenovie Oisina Situmeang	27
SULITNYA PENERAPAN <i>SOCIAL DISTANCING</i> DI KOTA TANGERANG (Sebuah Telaah Pemikiran Pierre Bourdieu)	
Henilia Yulita	53
MITIGASI PANDEMI COVID-19 DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL YUVAL NOAH HARARI	
Yohanes Probo Dwi Sasongko	86

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSTAC PERUSAHAAN RINTISAN DI MASA PANDEMI COVID-19 VIRUS (Studi Kasus di PT Solusi Finansialku Indonesia) Grace Anika Susilowati S.I.Kom., M.I.Kom.....	102
KETIKA PEMBELAJARAN <i>CLASSROOM</i> DIPERTARUHKAN DAN DIPERTANYAKAN <i>E-LEARNING</i> BERKEMAMPUAN MEMOTIVASI MINAT BELAJAR MAHASISWA MASA <i>SOCIAL DISTANCING</i> Koerniawan Hidajat.....	110
WAJAH PEMERINTAH INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19 MELALUI UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM PRESIDEN JOKOWI Lim Yudhi.....	130
MENJAUHLAH DARIKU, KARENA AKU SAYANG KAMU Kho, Gerson Ralph Manuel.....	163
JURUS MABUK CORONA Teguh Hidayatul Rachmad.....	173
EPILOG.....	198

deepublish / publisher

PEREMPUAN DALAM PUSARAN PANDEMIK COVID-19 MELALUI KAJIAN TEORI SOSIOLOGIS FEMINIS

Lasmery RM Girsang
lgirsang@bundamulia.ac.id
081210275990

ABSTRACT

Nowadays, the study of feminism is growing along with the presence of women in all fields of life. Included women as leaders who participate directly in solving covid-19 situation all around the world. For this reason, the author tries to approach the reality through Feminist Sociological Theories. Based on qualitative research, the author uses literature study method (like electronic news) to collect the data needed. Several findings were found. Women as one of small groups have to play double role in their lives: in family and also in work place. Related to the theory, several women leaders succeed to handle and repair the situation, even change the social world.

Keywords: *Woman, Covid-19, Feminist Sociology Theory*

1. PENDAHULUAN

Memasuki Januari 2020, virus corona (Covid-19) menjadi isu fenomenal di semua belahan dunia. Tidak ada negara mana pun yang kebal dengan isu ini. Bahkan negara adidaya seperti Amerika Serikat sekalipun, tak ayal disibukkan menangani segala hal yang terdampak dari isu global tersebut. Jika ditilik dari kemunculannya, virus corona mulai terdeteksi pertama kali di Tiongkok sejak awal Desember 2019. Bermula dari sejumlah pasien yang berdatangan ke rumah sakit di

Wuhan dengan gejala penyakit yang tak dikenal hingga semakin meluas ke manca negara. Jika ditelusuri ke belakang, dugaan asal penyebab virus yang berasal dari hewan (kelelawar) yang tidak terbukti hingga mampu terjangkit ke manusia menyebabkan dunia medis bergerak cepat untuk berupaya sekeras mungkin menemukan penangkal virus mematikan tersebut.

Hampir pertengahan tahun berlalu di 2020, setelah Tiongkok berhasil keluar dari pandemik Covid-19 dengan perjuangan keras meningkatkan infrastruktur, teknologi dan sumber daya manusia (khususnya tenaga medis), negara-negara di belahan dunia lainnya baru memulai dan tengah memerangi pandemik Covid-19. Termasuk Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat besar yang sangat memungkinkan terjadinya percepatan penyebaran virus corona. Diketahui per-Mei 2020, di Indonesia telah tercatat 13.645 kasus positif virus corona di mana 2.607 orang dinyatakan sembuh dan 959 orang dinyatakan meninggal (<https://news.detik.com/berita/d-5008363/update-kasus-corona-di-ri-13645-positif-2607-semuh-959-meninggal>). Secara singkat, data statistik yang terus menerus secara konsisten disiarkan juru bicara pemerintah Indonesia melalui siaran pers di media (televisi) secara tidak langsung memberikan harapan bagi masyarakat untuk keluar dari situasi pandemik tersebut.

Lalu, sebenarnya apa yang menarik untuk dikaji dari realitas di atas? Tulisan ini hendak menyajikan pandangan dari perspektif yang berbeda dibandingkan perspektif medis, teknologi, humanisme, keagamaan atau bahkan pandangan politis yang menyoroti isu global baru tersebut. Penulis akan mengangkat celah kecil yang turut terdampak dari krisis yang disebabkan virus Covid-19. Adalah perempuan yang merupakan kelompok kecil dibandingkan kaum mayoritas (baca: maskulin) yang terimbas dari realitas isu global yang dimaksud.

Seperti diketahui, di Indonesia sendiri sejak mulai merebaknya isu virus corona, pemerintah pusat—yang pada awalnya masih menepis kemungkinan masuknya virus corona—pada akhirnya harus bertahap menyusun strategi dan kebijakan guna mengantisipasi segala dampak yang akan/pasti terjadi. Dengan segala koordinasi yang

dilakukan, maka seluruh aparat pemerintah sigap dan bahu-membahu menyikapi segala permasalahan yang ditimbulkan. Salah satunya adalah upaya yang dikerahkan oleh pemimpin perempuan di Republik Indonesia ini.

Adalah Menteri Luar Negeri RI—Retno Marsudi—yang menegaskan bahwa perempuan memiliki peran penting dalam penanganan pandemi virus corona (Covid-19). Retno Marsudi menyampaikan beberapa data dari UNFPA (Organisasi Kependudukan PBB) dan UN Women, tentang peran perempuan dalam melawan corona ternyata sangat signifikan. Hal tersebut didapatkan berdasarkan data di mana terdapat 70% tenaga medis global adalah perempuan. Hal ini berarti perempuan berada di garda depan dalam penanganan pasien. Disampaikan juga bahwasanya jumlah pelaku UMKM perempuan di Indonesia mencapai 37 juta, sekitar 64% dari total UMKM di Indonesia. Ditambah lagi, sekitar 60% UMKM Indonesia yang memproduksi *hand sanitizer*, baju hazmat (APD) dan masker dimiliki oleh perempuan (<https://www.liputan6.com/global/read/4230608/retno-marsudi-sebut-perempuan-punya-peran-penting-lawan-corona-covid-19>)

Untuk memperkuat fakta di atas, berikut penulis sajikan dari referensi berbeda terkait keberadaan perempuan di tengah pandemik virus corona. Dengan memainkan peran ganda—baik sebagai pekerja maupun ibu rumah tangga sekaligus—sebenarnya perempuan memegang peranan penting dalam menyetop penyebaran pandemi infeksi virus corona. Mulai dari membimbing keluarga saat berada di rumah hingga menjadi garda terdepan penyembuhan covid-19 sebagai dokter dan perawat. Salah satu potret ini tercermin dari Erlina Burhan seorang dokter spesialis paru di RSUP Persahabatan (Jakarta Timur) dan dalam keseharian berperan sebagai ibu dari empat anak di rumah. Selain tenaga kesehatan, terdapat sejumlah pekerjaan lain yang juga diisi oleh para perempuan dalam rangka memberantas Covid-19. Seperti yang dikemukakan oleh Wakil Ketua MDMC—Rahmawati Husein—yang menyoroti peran perempuan yang bergerak dalam bidang UMKM yang menyediakan kebutuhan selama Covid-19. Masih banyak perempuan di masyarakat kecil yang membuat masker,

membuat *hand sanitizer*, menyediakan makanan untuk anak-anak kos yang tidak bisa pulang. Menurut Rahmawati, perempuan-perempuan ini sudah semestinya diapresiasi karena sangat berjasa di periode Covid-19. Namun, tetap saja di sisi lain, perempuan Indonesia juga masih mendapatkan sejumlah kendala. Sekretaris LPBI NU Yayah Ruchyati menjabarkan sejumlah tantangan yang dihadapi perempuan, salah satunya adalah kurangnya (jaminan) keamanan/*safety* dalam mengantisipasi tidak tercemar dari penyebaran virus selagi berkerja (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200421143955-284-495691/menengok-peran-perempuan>).

Berbanding terbalik dengan fakta yang telah tersaji, sebelumnya turut diberitakan bahwa Presiden Amerika Serikat—Donald Trump—justru menyetop anggaran kontribusi terhadap World Health Organization (WHO). Alasannya adalah WHO dianggap melakukan kesalahan dalam mengantisipasi virus corona. Selain itu, Presiden Trump berkata WHO menutup-nutupi terkait virus corona yang berimbas pada instruksi menahan pendanaan WHO. Hal tersebut dilakukan selagi meninjau peran WHO dalam buruknya mismanajemen dan menutupi penyebaran virus corona.

Berkaca pada contoh realitas di atas, terkait perempuan, senantiasa akan selalu timbul beragam pertanyaan sederhana. Secara umum, setidaknya beberapa akan mempertanyakan: *ada apa dengan perempuan; bagaimana situasi yang dihadapi perempuan; apa peran perempuan; bagaimana dapat memperbaiki dan mengubah dunia sosial; serta bagaimana dengan perbedaan di antara perempuan?* Pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi perhatian utama para peneliti feminis yang berupaya membentengi perempuan dari dominasi maskulin.

Inilah yang mendasari pemerhati/ilmuwan feminis untuk menyikapi situasi dan pengalaman perempuan dalam masyarakat. Tidak hanya sampai di sana, teori feminis—yang akan digunakan peneliti sebagai kerangka acuan—turut mengkritisi dari sudut pandang perempuan akan dunia sosial yang ada. Termasuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disajikan sebelumnya. Tidak dapat dipungkiri bahwasanya apa yang dianggap sebagai pengetahuan yang

absolut dan universal tentang kehidupan sosial ternyata adalah pengetahuan yang berasal dari pengalaman dari bagian masyarakat yang berkuasa, yakni kaum lelaki sebagai 'tuan' (Ritzer, 2014: 379).

Oleh karenanya berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis berusaha untuk mengetahui bagaimana keberadaan perempuan dalam arus pandemik Covid-19 yang diteropong melalui kajian Teori Sosiologis Feminis.

2. KAJIAN LITERATUR

Dalam tulisan ini, penulis bersandar pada Teori Sosiologi Feminis. Adapun persoalan teoretis mendasar yang perlu dibahas tentunya adalah keempat hal berikut (Ritzer, 2014: 440-441):

1. Bagaimana dengan perempuan?
2. Mengapa situasi perempuan seperti sekarang ini?
3. Bagaimana dapat mengubah dan memperbaiki dunia sosial?
4. Bagaimana dengan perbedaan di antara perempuan?

Keseluruhan jawaban yang dihasilkan dari pertanyaan-pertanyaan tersebutlah yang akan menghasilkan teori feminis.

Kemudian pada perkembangannya, teori feminis memberikan enam proposisi sebagai basis untuk revisi teori sosiologi standar. Pertama, praktik teori sosiologi harus berdasarkan sosiologi pengetahuannya yang mengakui keberpihakan dari semua pengetahuan, mengakui orang yang mengetahui (*knower*) sebagai pihak yang ditempatkan secara sosial, dan mengakui fungsi kekuasaan dalam memengaruhi apa-apa yang akan menjadi pengetahuan. Kedua, struktur sosial makro didasarkan atas proses yang dikendalikan oleh kelompok dominan yang bertindak untuk kepentingan mereka sendiri dan dilaksanakan oleh kelompok yang ditundukkan (*subordinate*) yang pekerjaannya sebagian besar dibuat menjadi tak kelihatan dan kurang bernilai, bahkan di mata mereka sendiri, oleh ideologi sosial. Jadi pihak dominan merampas dan mengontrol kerja produktif dari masyarakat, bukan hanya produksi ekonomi, tetapi juga kerja reproduksi sosial oleh perempuan. Ketiga, proses interaksi mikro dalam masyarakat membuat susunan kekuasaan dominasi-

subordinasi menjadi nyata, dan susunan ini ditafsirkan secara berbeda oleh aktor yang kuat dan aktor yang lemah (subordinat). Keempat, kondisi-kondisi ini menciptakan kesadaran yang terbelah di dalam subjektivitas perempuan di sepanjang garis kesalahan (*line of fault*) yang diciptakan oleh penjajaran (*juxtaposition*) ideologi patriarki dan pengalaman aktualitas perempuan dalam kehidupan mereka. Kelima, apa yang telah dikatakan wanita mungkin dapat diterapkan untuk semua orang yang ditundukkan dalam bentuk yang sejajar, walaupun tidak dalam bentuk yang identik. Keenam, orang harus mempertanyakan kegunaan setiap kategori yang dikembangkan oleh ilmu yang pada dasarnya didominasi lelaki, terutama kategori yang membagi antara sosiologi-mikro dan sosiologi-makro.

Untuk mencapai konsep-konsep yang dikemukakan dalam perspektif teori tersebutlah, maka tulisan ini bersandar pada metode kualitatif. Seperti diketahui, kata “kualitatif” menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur (jika memang diukur) dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas atau frekuensinya. Para peneliti kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti dan tekanan situasi yang membentuk penyelidikan. Juga, lebih mementingkan sifat penyelidikan yang sarat nilai dengan mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang menyoroti cara munculnya pengalaman sosial sekaligus perolehan maknanya (Denzin & Lincoln, 2011: 6; 595). Pun, dijelaskan ditegaskan bahwa tujuan akhir penelitian kualitatif ialah menguraikan dan menjelaskan (hingga kadar tertentu) pola relasi yang hanya dapat dilakukan dengan seperangkat kategori analitik konseptual tertentu. Berpijak dari kategori-kategori tersebut (deduktif) atau secara bertahap menuju perumusan kategori-kategori (induktif) merupakan dua pendekatan yang sangat bermanfaat.

Lebih lanjut, Salim (2006: 105) menekankan kata kunci dalam penggunaan metode kualitatif adalah adanya pergeseran yang cukup berarti dari aspek-aspek ontologi, epistemologi dan metodologi dalam ilmu pengetahuan. Alur berfikir dalam metode kualitatif bersifat

historis, interaksional dan struktural. Metode tersebut berupaya mengidentifikasi keragaman yang melekat pada setiap kajian, baik yang berbentuk pengujian terhadap masalah utama, isu personal sampai dengan masalah pribadi yang dibatasi oleh fakta historis. Secara singkat, proses tersebut memunculkan apa yang dinamakan kesadaran diri (*self-consciousness*) di mana terjadi 'tarik-menarik' antara pengalaman yang dimiliki dan sumber penelitian bagi peneliti untuk berfikir reflektif, historis dan biografis.

Pada akhirnya, penulis mencoba mengangkat topik yang disajikan melalui studi literatur. Dalam Sutopo (2006), studi literatur diklasifikasikan sebagai metode pengumpulan data non-interaktif. Selanjutnya juga disampaikan bahwa studi literatur menjadi metode pengumpulan data di mana periset mengumpulkan data dari materi verbal dan tertulis. Sehingga, dokumen yang digunakan juga bervariasi, mulai dari artikel berita daring, artikel jurnal, buku teks, laporan hingga hasil survei.

Termasuk kutipan Hart (2018) pun diungkapkan pentingnya studi literatur sebagai pekerjaan ilmiah yang menunjukkan apa yang harus dipahami dalam tubuh pengetahuan sebaik menganalisis bahkan sampai menciptakan ide baru demi pengembangan sebuah riset.

Sementara itu, Neuman (2014) menegaskan bahwasanya studi literatur dipilih untuk menunjukkan kebaruan dari apa yang disajikan di permasalahannya. Studi literatur digali berdasarkan tubuh pengetahuan yang dikumpulkan dan dibangun sehingga peneliti dapat mempelajari dari apa yang telah dipelajari orang lain. Oleh karena itu, studi literatur mempunyai tiga tujuan yakni:

1. mendemonstrasikan pengenalan akan tubuh pengetahuan dan membangun kredibilitas,
2. menunjukkan rute riset sebelumnya dan bagaimana sebuah proyek terkait,
3. mengintegrasikan dan menyimpulkan apa yang dipahami di lapangan dan akhirnya mempelajari dari pihak lain dan menstimuli konsep-konsep baru.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan telaah dari beragam literatur daring, maka penulis akan menjabarkan hasil telaah. Penulis menyoroti para pemimpin perempuan yang menonjol di tengah keterlibatan menuaikan tugas di tengah pandemik virus corona. Di masa-masa yang sulit, penting bagi pemimpin terutama para pemimpin wanita Indonesia untuk menggali potensi yang mereka miliki agar tidak hanya menjadi inspirasi bagi para wanita lainnya dalam memberi dampak yang luas, tetapi juga bersama-sama sekuat tenaga mengerahkan seluruh bentuk ketangkasan, empati dan kesiagaan untuk menjadi penggerak perubahan di lingkungan masing-masing untuk melewati pandemi dengan baik.

Di tingkat internasional, Menlu RI **Retno Marsudi** merupakan salah satu sosok yang konsisten untuk melakukan perannya dalam menyuarakan dukungan ke badan dunia dan terus menggalakkan kerja sama antar negara untuk bersatu padu dalam situasi terdampak virus corona. Berikut seperti yang dikutip:

“...ada baiknya untuk memanfaatkan energi melawan Virus Corona COVID-19. Untuk saat ini, akan lebih baik apabila kita memfokuskan energi kita guna melawa penyebaran Corona COVID-19. Saya sampaikan dalam rapat bersama 30 Menlu dari seluruh dunia untuk memberikan dukungan kepada WHO sebagai badan yang menaungi urusan kesehatan dunia. Saya ingin agar ini kaum perempuan menjadi part of solution di tengah situasi ini.”

Jika mengacu pada persoalan teoretis mendasar poin ketiga: bagaimana dapat mengubah dan memperbaiki dunia sosial, maka pernyataan berikut tentulah sejalan:

“Ada dua perspektif yang disampaikan. Pertama perlindungan wanita saat krisis corona Covid-19 terjadi yaitu dengan mencegah diskriminasi pada perempuan dalam urusan ekonomi hingga akses kesehatan. Sedangkan perspektif kedua dari sisi yang berbeda yaitu proteksi memberdayakan agar perempuan lebih maksimum memainkan perannya dalam part of solutions sebagai upaya memerangi pandemi corona Covid-19 dalam menghidupkan ekonomi.”

“Hasil pertemuan para menlu terutama yang ikut dalam AoM yang memberikan dukungan pada multilateralisme dan WHO. AoM merupakan forum negara-negara yang bersifat lepas untuk meningkatkan kerja sama untuk mengatasi berbagai permasalahan global.”

Selain cuplikan artikel di atas, sosok pemimpin perempuan lainnya dikutip dari pemberitaan berikut. Cerita keberhasilan datang dari Jerman, Taiwan, Selandia Baru, Islandia, Finlandia, Norwegia, dan Denmark. Secara kebetulan, ketujuh negara ini memiliki persamaan: Mereka memiliki pemimpin perempuan (<https://tirto.id/para-pemimpin-perempuan-dunia-ini-sadar-menghadapi-pandemi-covid-19-ePFn>).

(1) Kanselir Jerman **Angela Merkel** mengantisipasi bahaya virus corona sebagai ancaman serius. Tidak menyangkal, tapi menerima bahwa dunia memang tidak sedang baik-baik saja, termasuk negara yang dipimpinya. Jerman tidak melewati fase penyangkalan atau pun menutup-nutupi informasi seperti yang diperlihatkan negara lain. Merkel langsung melakukan uji tes swab sejak awal secara masif. Upaya tersebut berhasil menekan angka kematian akibat covid-19 di Jerman dengan 4.586 kasus meninggal dunia dari 145.184 kasus positif per 19 April. Angka tersebut jauh di bawah negara-negara Eropa lain seperti Perancis, Italia, dan Spanyol. Selain itu, alih-alih melempar guyonan *pseudo-science* seperti “*corona menyingkir karena doa qunut*” atau melempar kebijakan kontradiktif dengan situasi seperti “menggenjot sektor pariwisata”, Merkel lebih mendengarkan sains. Mengutip The Guardian, Merkel menjelaskan secara saintifik bagaimana kebijakan *physical distancing*—kendati sangat rapuh—dapat membantu “melandaikan kurva” atau menghambat penyebaran virus. Dijelaskan juga bahwa dengan menggunakan observasi model, jika dengan asumsi satu orang menjangkiti 1,1 orang lain, Jerman akan melewati kapasitas sistem kesehatan pada Oktober. Sementara jika asumsi itu dinaikkan hingga 1,2 orang atau lebih dari 20 persen, Jerman akan kewalahan pada Juli. Jika mencapai 1,3 orang, kita akan melewati batas kapasitas medis pada Juni. Maka dari itu, Merkel memutuskan memperpanjang

kebijakan jaga jarak hingga 3 Mei. Meski begitu, Merkel meyakinkan toko-toko diperbolehkan kembali buka pada pekan depan.

Sementara Taiwan secara mengejutkan hanya melaporkan jauh lebih sedikit kasus ketimbang negara tetangganya. Per 19 April 2020, tercatat 420 kasus dengan enam kasus kematian di Taiwan. Kewaspadaan tinggi dan gerak cepat jadi langkah jitu pemerintah Taiwan di bawah kepemimpinan Presiden Tsai Ing-wen dalam mengontrol penyebaran liar pandemi COVID-19. Mengutip TIME, Taiwan “siap ketika wabah di Wuhan terjadi” karena belajar dari “pengalaman SARS pada 2003”. Apa yang dilakukan pemerintah Taiwan setelah SARS mereda adalah mendirikan *National Health Command Center* (NHCC) dengan segala sistem dan sumber daya yang dipersiapkan secara matang. Lembaga inilah berperan besar mengatasi persebaran liar COVID-19. Di lembaga ini pula Pusat Pengendalian Wabah Terpadu (CECC), yang diaktifkan kembali pada 20 Januari 2020. CECC yang dipandu Menteri Kesehatan **Shih-cung** telah mengimplementasikan 124 tindakan dalam lima minggu pertama saat wabah. Tindakan tersebut di antaranya mengeluarkan larangan perjalanan, mengalokasikan sumber daya untuk produksi 4 juta masker wajah per hari, dan meringkus penyebaran informasi keliru yang disengaja (hoaks dan disinformasi).

Di Selandia Baru, Perdana Menteri **Jacinda Ardern** menerapkan karantina wilayah sejak dini dan meningkatkan kewaspadaan maksimum. Ardern mewajibkan isolasi mandiri kepada warga maupun pendatang yang tiba di Selandia Baru ketika negara itu mencatat enam kasus positif COVID-19. Setelahnya, dilakukan blokade akses pendatang luar negeri ke Selandia Baru. Dari upaya-upaya itu, Selandia Baru memiliki 1.431 kasus positif per 19 April 2020 dengan 12 kasus meninggal atau tingkat kematiannya 0,8 persen.

Sementara Islandia dan Finlandia memakai pendekatan teknologi dalam menanggulangi COVID-19. Perdana Menteri Islandia **Katrín Jakobsdóttir** memberikan layanan tes corona gratis kepada seluruh warga. Data yang dihimpun dari hasil tes itu digunakan untuk mengetahui penyebaran dan tingkat fatalitas virus secara faktual. Langkah ini menjadi sangat mungkin dilakukan mengingat jumlah

penduduk Islandia hanya 364.134 jiwa. Jakobsdóttir bahkan tak perlu repot-repot memberlakukan karantina wilayah lantaran memiliki sistem pelacakan menyeluruh terhadap seluruh warga.

Perdana Menteri Finlandia **Sanna Marin** secara lebih sederhana dalam memanfaatkan teknologi, merangkul *influencer milenial* untuk menyebarkan edukasi mengenai penyebaran COVID-19 dengan mempertimbangkan tak semua warga menonton televisi atau media massa lain.

Di Norwegia, Perdana Menteri **Erna Solberg** memanfaatkan televisi untuk berbicara langsung kepada anak-anak di seluruh negeri; perihal yang sudah dilakukan oleh Perdana Menteri Denmark Mette Frederiksen sebelumnya. Kendati tak semua upaya-upaya itu dapat diadopsi, setidaknya pemerintah Indonesia dapat belajar dari para pemimpin perempuan itu untuk mulai lebih serius menghadapi pandemi COVID-19, alih-alih menutup-nutupi, menyuarakan optimisme palsu, atau saling melempar pernyataan kontradiktif satu sama lain, atau membuat kebijakan birokratis seakan-akan situasinya normal.

Dari keseluruhan figur pemimpin perempuan yang berperan besar, penulis menyoroti bagaimana dengan perempuan terkait situasi perempuan seperti sekarang ini namun tetap dapat mengubah dan memperbaiki dunia sosial.

4. KESIMPULAN

Teori Sosiologi Feminis berkembang dari teori feminis pada umumnya, sebuah cabang ilmu baru tentang wanita yang mencoba menyediakan sistem gagasan mengenai kehidupan manusia yang melukiskan wanita sebagai objek dan subjek, sebagai pelaku dan yang mengetahui.

Terkait profil para pemimpin perempuan yang tersaji, penulis mengidentifikasi bahwasanya para perempuan mampu berperan penuh (kendati di situasi berbeda di dunia kerja maupun domestik) untuk mengubah dan memperbaiki dunia sosial sehingga meniadakan perbedaan di antara perempuan itu sendiri demi kepentingan yang lebih besar.

5. REFERENSI

Buku:

- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih Di antara Lima Pendekatan)*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Denzin, Norman K., and Lincoln, Yvonna S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Hart, C. (2018). *Doing A Literature Review: Releasing The Social Science Research Imagination*. 2nd Edition. London, UK: Sage Publications
- Miller, Katherine. (2005). *Communication Theories. Perspectives, processes and Contexts*. Second edition. Singapore: McGraw Hill
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th edition). Essex: Pearson Education Limited.
- Ritzer, George. (2014). *Teori Sosiologi Modern*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Ritzer, George., and Goodman, Douglas J. (2010). *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George., and Smart, Barry (ed.). (2003). *Handbook of Social Theory*. London: Sage Publications
- Sadli, Saporinah. (2010). *Berbeda Tetapi Setara. Pemikiran tentang Kajian Perempuan*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Salim, Agus. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Sutopo, HB. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. <https://doi.org/10.1192/bjp.205.1.76a>
- Watloly, Aholiab. (2013). *Sosio-epistemologi. Membangun Pengetahuan Berwatak Sosial*. Yogyakarta: Kanisius.

Sumber daring:

<https://cirebonpos.com/2020/05/05/perempuan-dalam-pusaran-covid-19/>

<https://nasional.tempo.co/read/1333818/ini-10-perempuan-yang-paling-banyak-diberitakan-saat-covid-19>

<https://news.detik.com/berita/d-4966701/asal-usul-virus-corona-berasal-dari-mana-sebenarnya>

<https://news.detik.com/berita/d-5008363/update-kasus-corona-di-ri-13645-positif-2607-sembuh-959-meninggal>

<https://papua.antaraneews.com/berita/542380/menlu-retno-marsudi-kedepankan-peran-perempuan-dalam-penanganan-covid-19>

<https://tirto.id/para-pemimpin-perempuan-dunia-ini-sadar-menghadapi-pandemi-covid-19-ePFn>

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200421143955-284-495691/menengok-peran-perempuan>

<https://www.liputan6.com/global/read/4230608/retno-marsudi-sebut-perempuan-punya-peran-penting-lawan-corona-covid-19>

deepublish

SENSASIONALITAS DI TENGAH PANDEMI VIRUS COVID-19: LOGIKA WAKTU PENDEK *CONTENT* CREATOR SOSIAL MEDIA

Cosmas Gatot Haryono
cgharyono@gmail.com

Abstract

In the midst of the Covid-19 pandemic, there are still many social media content creators who pursue sensationality in posting their content. To catch up on clicks, viewers, and subscribers, they justify ways to stay popular. They never think about the possible impact arising from the content they make. This is the most real form of short-time logic; where people become very obsessed with everything that is instant, short-term. They like to spread sensation through information that is not important and sometimes incorrect data or low truth level for their popularity.

Key Words: *Short time logic, Content creator, covid-19, social media, and ethics*

1. PENDAHULUAN

Kalau beberapa waktu lalu banyak studi media telah menggambarkan bahwa jurnalisme *online* di dunia (termasuk Indonesia) cenderung mengikuti struktur logika jangka pendek, yaitu Logika menempatkan praktik pemberitaan yang ringkas, berkelanjutan, sensasional, dan hanya mementingkan banyaknya jumlah *clickers* dan *viewers*. Di tengah pandemi Virus Covid-19 ini, hal tersebut juga terjadi pada konten-konten social media di dunia, termasuk Indonesia.

Saat ini social media menjadi media yang begitu banyak menyebarkan informasi kepada masyarakat dan menjadi media favorit bagi masyarakat. Namun sayangnya, media sosial tidak dilengkapi dengan skema editorial yang memungkinkan mereka melakukan verifikasi terhadap informasi yang disebarkan. Melalui social media, semua orang bisa menjadi “wartawan”; siapa saja bisa menjadi pembuat, penyebar dan *endorser* berita. Namun tidak ada mekanisme atau proses filterisasi terhadap informasi yang disampaikan. Akibatnya, bisa ditebak, banyak masyarakat yang dirugikan.

Salah satu contoh kerugian yang diterima masyarakat untuk menggambarkan hal tersebut adalah tragedi minum alkohol di Iran. Beberapa waktu yang lalu, dunia dihebohkan oleh tewasnya 44 orang Khuzestan dan Alborz, Iran karena meminum alkohol setelah mereka melihat sebuah konten social media yang mengatakan bahwa alkohol mampu membunuh virus. Mereka meminum alkohol yang berasal dari industri biasa, yang digunakan sebagai *sanitizer*. Tanpa verifikasi dan pendalaman informasi yang cukup, konten kreator memberikan klaim “minum alkohol bisa membunuh virus Corona”. Meskipun WHO telah menyatakan bahwa klaim itu tidak benar, tetap saja orang percaya dengan klaim-klaim semacam itu.

Belum lagi maraknya tips-tips di media sosial untuk menangani virus Covid-19 yang terkesan mudah dan murah, namun tidak didasarkan pada penelitian ilmiah. Tips-tips tersebut kadang tidak masuk akal dan bertentangan dengan logika medis. Akibatnya, justru berpotensi membahayakan atau meningkatkan risiko tertular. Hal ini sangat disayangkan terjadi, karena keberadaan social media yang seharusnya ikut menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk hidup sehat, justru membahayakan masyarakat.

2. SOSIAL MEDIA: DUNIA TANPA FILTER DAN GATEKEEPER

Perkembangan media sosial dari awal memang sudah memunculkan kekhawatiran; terutama terkait dengan ketiadaan filter yang membuat informasi secara bebas menerpa semua orang yang mengaksesnya. Setiap orang dengan bebas memberikan opini,

testimoni, kesaksian, komentar, keluh kesah, informasi, fakta, berita, harapan, perkiraan, hingga isu, gosip dan kecurigaan-kecurigaan tanpa ada proses filterisasi.

Dengan sendirinya, informasi dalam social media menjadi campur aduk antara berita dan gosip; antara fakta dan isu; antara realitas dan isu-isu; sehingga tidak mudah dipilah-pilah lagi. Muncul berbagai berita palsu yang menceritakan cerita-cerita palsu dengan mencoba menyamarkan diri mereka sebagai konten otentik, sehingga bisa mempengaruhi pengguna media sosial lainnya (Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., *et al.* 2020: 86).

Harus diakui, social media memberikan sesuatu yang baru dalam dunia social kita, yaitu bentuk interaktivitas yang paling real melalui media (Morris and Ogan 1996). Interaktivitas sendiri memberikan kontrol audiens secara lebih luas dan memungkinkan melakukan komunikasi secara cepat (Zakaria & Razak, 2018: 35; Kang, I., 2016). Melalui social media kita bisa berhubungan dengan siapa saja, di mana saja, membicarakan apa saja, tanpa ada sekat atau halangan.

Media sosial menerobos segala sekat komunikasi yang selama ini ada dalam kehidupan social kita. Keberadaannya juga mendobrak penguasaan informasi oleh segelintir orang melalui media *mainstream* yang mereka kuasai. Kemunculan media sosial dan internet memberikan sentuhan kuantitas informasi dan alternatif informasi kepada publik (Schroter, J. 2016: 139).

Namun sayangnya, kuantitas informasi yang tersaji tidak berbanding lurus dengan kualitasnya. Perkembangan media sosial di Indonesia faktanya menimbulkan persoalan dalam praktik penyebaran informasi. Media sosial yang mempunyai keunggulan dalam hal kecepatan, memberikan kesempatan kepada siapa pun untuk menceritakan apapun yang dialami, didengar, dilihat, bahkan digosipkan kepada publik. Namun akurasi, objektivitas, dan keterpercayaannya sangat rendah (Agarwal N. & Yiliyasi, 2020).

Minimnya proses *gatekeeping*, membuat setiap orang bisa mengabarkan apa saja, kepada siapa saja; tanpa bekal pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan. Dengan mudahnya seseorang

mem-*posting* melalui media sosial mereka apapun yang mereka mau tanpa mempertimbangkan siapa yang akan menonton dan apa dampaknya. Memasuki social media, seperti memasuki sebuah dunia “kebebasan” informasi di mana informasi secara leluasa bisa disebar dan diakses tanpa penyaringan dan proses *gatekeeping*.

Di negara-negara maju, telah banyak studi yang membahas tentang sisi negatif dari media sosial terkait dengan perkembangan psikologi manusia terutama pada anak dan remaja. Di Amerika Serikat misalnya, beberapa penelitian baru-baru ini juga menemukan hubungan negatif penggunaan media sosial dengan berbagai indikator kesehatan mental di kalangan remaja dan dewasa muda, seperti impulsif, gelisah dan depresi (Bekalu, McCloud, & Viswanath, 2019: 70s).

Inilah salah satu kelemahan yang paling utama media sosial dalam menyajikan informasi dibandingkan karya jurnalistik. Bagaimanapun juga, media sosial tidak mampu menampilkan kualitas yang setara dengan karya jurnalisme yang menerapkan standar, prinsip, dan etika jurnalistik. Informasi yang disajikan di media sosial tidak melalui proses *gatekeeping* dan filterisasi, yang umumnya dijalankan dalam praktik jurnalisme melalui proses redaksional.

Meskipun *gatekeeper* sendiri bisa berpotensi bahaya karena dapat menyebabkan penyalahgunaan kekuasaan dengan memutuskan informasi apa yang akan dibuang dan apa yang harus dilewati (Shabir G. & Safdar, G., 2015: 293). Namun membiarkan informasi melenggang bebas tanpa proses verifikasi dan penyuntingan tidak kalah bahayanya karena dalam dunia social media yang begitu bebasnya, siapa pun atau organisasi mana pun dapat mempublikasikan apa pun yang mereka inginkan. Oleh karena itu, peran proses filterisasi dan *gatekeeping* tetap sangat diperlukan dan memegang peranan penting dalam perencanaan komunikasi. Proses *gatekeeping* tidak bisa dihindari dan dalam beberapa keadaan, hal itu bisa bermanfaat.

Sebagaimana diketahui bersama, para aktivis di media sosial juga sangat jarang (kalau tidak mau dikatakan tidak sama sekali) melakukan verifikasi terhadap data yang mereka peroleh. Demi

“kehebohan” dan kecepatan, mereka tidak peduli dengan ketepatan data dan etika social. Maka seringkali muncul saling tuntutan-menuntut di meja hijau terkait dengan *posting-an* seseorang di social media. Hal ini jarang ditemukan (bukan berarti tidak ada) di dalam praktik jurnalisme karena seorang jurnalis yang baik harus disiplin dalam melakukan verifikasi data (Kovach & Rosenstiel, 2001: 85-115; Ciptadi & Armando, 2018).

Jurnalistik *online* sendiri akhir-akhir ini juga seringkali mengabaikan prinsip dan etika jurnalistik. Sebagaimana kita ketahui, banyak portal berita *online* yang bekerja layaknya social media, bekerja dengan mengabaikan verifikasi data untuk mengejar kecepatan sehingga muncul berita-berita yang kemudian dianulir, direvisi, atau muncul polemik pemberitaan yang berkepanjangan. Tuntutan kecepatan dan kompetisi membuat produk jurnalistik daring “abai” terhadap prinsip dan etika jurnalistik. Persoalan akurasi merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian lebih pada beberapa literatur dan kajian ilmiah terhadap jurnalisme daring.

3. LOGIKA WAKTU PENDEK

Sosial media secara tidak langsung telah membawa *content creator* social media pada “perlombaan kecepatan” dalam memproduksi konten. Dalam waktu singkat, mereka harus saling bersaing untuk menyajikan konten yang disukai oleh sebanyak mungkin audiens. Akibatnya, mereka sering mengedepankan hal-hal yang bersifat sensasionalitas, tanpa mempertimbangkan etika dan keakuratan data yang mereka gunakan. Mereka seperti kehilangan tanggung jawab sosial terkait konten yang mereka produksi.

Cara berfikir yang seperti ini sangat dekat dengan cara berfikir kaum kapitalis yang terjerat dalam persaingan industri yang sangat ketat di zaman revolusi industri. Dalam persaingan industri, mereka dituntut untuk berpikir dan bekerja serba cepat demi memenangkan persaingan. Dalam era sekarang, para *content creator* sudah berubah menjadi “kapitalis kecil” yang menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan di social media. Mereka memanfaatkan hal-

hal yang sifatnya sensasional, dan memandang rendah pertimbangan etik, akurasi data, dan dampak bagi masyarakat.

Apa yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa para *content creator* social media saat ini sudah terjebak dalam logika jangka pendek. Dalam perspektif Richard Sennett (2006), budaya kapitalisme baru menuntut berpikir dan bekerja serba cepat demi tuntutan persaingan dalam industri. Perkembangan kapitalisme memunculkan dua implikasi penting: *pertama*, munculnya budaya kapitalisme baru di akhir abad ke-20 (sebagian besar di Amerika Serikat) yang ditandai dengan bergesernya kekuatan peran manajerial kepada kekuatan pemegang saham atau modal (*share holder power*). Perubahan ini ikut berpengaruh pada keberadaan sistem manajerial kapitalis lama yang sangat identik dengan hierarki militer.

Sebagaimana diketahui, dalam kapitalisme lama, manajer dan direktur bertindak seperti seorang jenderal sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan tertinggi di perusahaan. Umumnya, hierarki perusahaan digambarkan dalam bentuk piramida yang makin mengerucut ke atas. Semakin ke atas jenjang jabatannya, semakin sedikit jumlah orang yang mendudukinya. Sebaliknya, semakin kebawah, para pekerja yang menduduki posisi jumlahnya semakin banyak (Sennett, 2006: 27-36).

Perubahan budaya kapitalis baru ini (kemunculan kekuatan baru di tangan beberapa investor/pemegang saham dan sistem penjualan saham), semakin meminggirkan aspek sosial dalam tubuh kapitalisme. Sistem kapitalis lama yang mirip dengan hierarki militer (adanya jenjang jabatan dan spesialisasi jelas) dan cenderung birokratik mulai ditinggalkan. Peran direktur direduksi karena pemilik modal dapat mengambil kebijakan dan mengubah sistem manajemen secara langsung. Kondisi tersebut menimbulkan sejumlah implikasi terhadap pola manajemen perusahaan. Seperti dikatakan Sennett (2006: 39): "*The managers were soon disabused. Investors became active judges; a turning point in such participation occurred when pension funds, controlling vast quantities of capital, began actively pressuring management*".

Kedua, besarnya kekuatan pemilik modal di atas menggiring kapitalisme baru untuk selalu mendapatkan hasil dalam jangka pendek ketimbang jangka panjang. Sennett (2006) menggunakan istilah yang diungkapkan oleh Bennett Harrison (1994: 214) yaitu kapital tidak sabar (*impatient capital*). Kapitalis selalu tidak sabar dan menginginkan hasil dalam jangka pendek.

Hal itu tidak lepas dari keberadaan sistem saham yang harganya fluktuatif dan berubah dengan cepat. Maka hasil dari pekerjaan sepenuhnya diukur berdasarkan harga saham. Perubahan pasar dan harga saham yang mengalami perubahan setiap saat membuat mereka beranggapan bahwa stabilitas adalah suatu bentuk. Sennett mengatakan: *"They had to reengineer, reinvent themselves continually or falter in the markets"* (Sennett, 2006:42). Maka perusahaan dituntut keluar dari segala bentuk stabilitas, terus berinovasi dan mencari berbagai macam peluang untuk memenangkan persaingan.

Sistem penjualan saham yang membuat kondisi pasar tidak stabil, membuat kapitalis lebih fokus pada hasil jangka pendek dan mengabaikan hasil jangka panjang. Mereka tidak lagi melihat hasil jangka panjang sebagai sesuatu yang penting karena membuang energi dan tidak fokus dengan persaingan. Akibatnya perusahaan bisa kalah saing dan "terhempas" dari kompetisi industri.

4. BISNIS CITRA NIHIL ETIKA

Determinasi teknologi dan ekonomi rupanya telah membuat *content creator* media sosial berlomba-lomba mendapat jumlah *viewer*, *like* dan *subscribe* sebanyak mungkin agar bisa dipertukarkan dengan iklan. Maka, tidak mengherankan bila banyak informasi-informasi di *social media* yang seringkali menyesatkan. Banyak *content creator* yang memburu sensasionalitas untuk menaikkan *rating viewer* mereka tanpa melihat penting tidaknya atau bahkan akurasi data yang digunakan. Semua dikonstruksikan hanya untuk kepentingan para *content creator* saja.

Informasi-informasi tentang covid-19, tips-tips menghindari covid-19 atau video-video yang terkait dengan itu muncul secara cepat di media sosial seringkali dibuat secara asal dan tidak didasarkan

pada riset yang memadai. Bahkan beberapa dibuat dengan “mendaur ulang” konten lama sehingga menjadi lebih menarik dan terasa kekinian. Perkembangan teknologi memudahkan proses produksi dan penyebaran konten-konten tersebut melalui media sosial maupun aplikasi-aplikasi pada ponsel pintar.

Berkaca dari pemikiran Richard Sennett tentang logika waktu pendek kapitalisme modern tersebut, kita bisa melihat bahwa dunia social media saat ini pun dipenuhi dengan logika waktu pendek. Di era teknologi modern ini, di mana manusia begitu memuja kecepatan dan mengharamkan kelambanan, keberhasilan jangka panjang menjadi tidak penting. Sebaliknya keberhasilan jangka pendek (instan) sangat dipuja dan menjadi impian. Tersedianya informasi yang instan membuat orang tidak lagi menghargai penantian dan kelambanan (Haryatmoko, 2005).

Kecenderungan semacam ini berujung pada kebiasaan “mengagung-agungkan” sesuatu, tanpa memikirkan dampak yang mungkin muncul (Lee, 2015). Alih-alih mengedepankan etika dan disiplin verifikasi data, para *content creator* social media justru terjebak pada pragmatisme ekonomi yang membuat mereka selalu berfikir untuk menjadi yang terpopuler, terspektakuler, terhebat, dan seterusnya. Maka ukuran *viewer*, *like*, *share* dan *subscribe* menjadi simbol-simbol yang kemudian “diperdagangkan” demi citra. Sudah menjadi rahasia umum, saat ini semua anggota masyarakat (mulai dari artis, tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh politik, tokoh pendidikan, penguasa hingga rakyat jelata), terobsesi membangun citra mereka melalui social media.

Demi memperoleh citra yang bagus dengan jutaan *follower*, banyak di antara *content creator social media* yang membangun cerita-cerita yang penuh dengan dramatisasi dan sensasionalitas (Kilgo, D. K., *et al.*, 2018). Konten yang dikomunikasikan oleh para *content creator* ataupun *influencer* dengan teknik komunikasi yang mengarah kepada propaganda dan memperbanyak pembangunan citra tubuh (Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. 2019). Semua dikombinasikan melalui narasi-narasi penuh keindahan sehingga tidak disadari sebagai sebuah upaya

mengonstruksi citra diri. Padahal, pencitraan pada dasarnya merupakan proses mendiskualifikasikan kategorisasi kebenaran sehingga manusia tidak lagi bisa menilai secara pasti, mana realitas, representasi, simulasi, kepalsuan, dan *hyperrealitas* (Baudrillard, 1981: 17).

Di tengah pandemi wabah virus Covid-19, banyak *content creator* yang tidak peduli dengan dampak yang muncul dari *posting-an-posting-an* mereka di social media. Tidak ada pertimbangan tanggung jawab social ataupun pegangan etik yang bisa menahan mereka untuk tidak membawa masyarakat kepada “kesesatan” berfikir bersama. Mereka hanya peduli dengan citra yang begitu “agung” sebagai selebgram, youtuber populer, dan lain-lain. Karena dengan status tersebut, keuntungan ekonomis akan selalu menyertai. Maka muncullah ribuan hoaks dan gosip yang tiada henti tiap hari.

Padahal, sebagai orang yang mempunyai “pengaruh” terhadap orang lain (minimal para *viewer* dan *follower*-nya), seharusnya mereka tetap menyandarkan diri pada etika yang seharusnya menjadi pegangan dalam bertindak. Etika sendiri adalah refleksi tentang standar atau norma yang menentukan baik-buruk, benar-salah perilaku seseorang (Haryatmoko, 2015: 13). Dengan berpegangan pada etika, harusnya obsesi mengejar citra melalui penyebaran hal-hal yang sekadar mengejar sensasi, bisa dihindarkan.

Para *content creator* media sosial mempunyai kecenderungan untuk menempatkan diri mereka sebagai pusat perhatian dan seolah menjadi satu-satunya orang yang paling super hebat, super tahu, super pintar, dan super-super yang lainnya. Setiap hari menubar sensasi melalui informasi-informasi yang tidak penting dan kadang salah data atau tingkat kebenarannya rendah. Akibatnya, karena terlalu asik dengan posisi mereka yang dipuja-puji ratusan ribu bahkan jutaan *follower*, mereka lupa bahwa ada kewajiban moral yang harus dilakukan untuk tetap memegang etika dalam menyampaikan informasi. Minimal, tentang kebenaran informasi yang mereka sampaikan. Jangan sampai ketika berita sudah menyebar, baru mereka meminta maaf karena beritanya ternyata salah hoaks.

Kita bisa lihat, selama masa pandemi Covid-19 ini, berapa banyak *public figure* ataupun seleb di media media sosial yang memunculkan kontroversi. Berapa banyak yang membuat pernyataan-pernyataan yang “menyesatkan” dan akhirnya minta maaf karena dihujat sana-sini. Ini menunjukkan masih lemahnya kesadaran para seleb media sosial kita tentang etika social.

Pada akhirnya, social media hanya menjadi bisnis citra yang tidak memperdulikan etika. Para *content creator* ini tidak lebih dari sekadar “kapitalis kecil” yang menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan di social media. Mereka tidak pernah berfikir dampak yang mereka *posting* melalui akun media sosial mereka. Mereka lebih peduli pada tebalnya dompet di saku mereka, karena apa yang mereka lakukan semata-mata dipahami sebagai ladang pencarian uang yang harus terus dijaga.

5. TANTANGAN TIDAK RINGAN

Perkembangan teknologi saat ini, telah menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, data dan sebagainya (Preston, 2001). Oleh karena itu, perlu disadari bahwa setiap komponen masyarakat berperan dalam menjamin “sehatnya” konten di media sosial bagi masyarakat. Semua orang yang berkecimpung dalam dunia media sosial (terutama para *content creator*) harus menyadari pentingnya verifikasi data dan memegang teguh etika dalam memberikan informasi kepada publik.

Tantangan berikutnya adalah terkait dengan persoalan psikologi manusia. Harus diakui bahwa menjadi terkenal adalah obsesi setiap manusia. Hampir semua orang ingin menjadi populer dan mempunyai jutaan penggemar. Sangat sedikit yang tidak menginginkannya. Social media memberikan peluang untuk mewujudkannya. Menjadi seleb di media sosial dengan segala keglamorannya bisa menjadi pemicu bagi setiap orang yang ingin sukses dengan cara instan.

Dengan besarnya peluang orang untuk menjadi populer atau artis dadakan, maka persaingan menjadi sangat sengit. Di sinilah peluang untuk memanfaatkan sensasionalitas terbuka lebar karena

pengiklan umumnya hanya akan melihat mereka yang populer untuk mengendorse produk mereka. Oleh karena itu, seringkali *content creator* “menghalalkan segala cara” untuk menjaga popularitas mereka.

Dari sisi penyelenggara media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, dll.), harus juga memberikan ruang yang cukup besar untuk melakukan moderasi unggahan konten para penggunanya. Tentu ini menjadi tantangan yang tidak ringan. Mengingat, di tengah mewabahnya virus Corona Covid-19 ini, platform-platform media sosial juga harus merumahkan para moderator konten untuk menahan penyebaran virus. Mereka harus bisa memaksimalkan teknologi kecerdasan buatan yang menggantikan moderator-moderator tersebut dalam mendeteksi konten yang melanggar ketentuan.

6. KESIMPULAN

Kecenderungan umum *content creator* sosial media untuk *posting* hal-hal yang sensasional dan melepaskan diri dari etika social, tidak bisa dilepaskan dari fakta bahwa mereka menggunakan logika waktu pendek. Mereka sangat teobsesi dengan keberhasilan jangka pendek (*instant*). Mereka gemar menebar sensasi melalui informasi-informasi yang tidak penting dan kadang salah data atau tingkat kebenarannya rendah demi popularitas mereka.

Social media hanya dipahami sebagai bisnis citra yang tidak memperdulikan etika. Para *content creator* ini tidak lebih dari sekadar “kapitalis kecil” yang menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan di social media. Mereka tidak pernah berfikir dampak yang mereka *posting* melalui akun media sosial mereka. Mereka lebih peduli pada tebalnya dompet di saku mereka yang mereka peroleh melalui iklan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean. (1981). *Simulacres et Simulation*. Paris: Galilee.
- Berkman, R I. & Shumway, C.A. (2003). *Digital Dilemmas: Ethical Issues for Online Media Professional*. New York: Iowa State Press

- Harrison, B. (1994). *Lean and Mean*. New York, London: The Guilford Press.
- Haryatmoko. (2005). Logika Waktu Pendek media. *Harian Kompas*, Rabu 13 Juli 2005, hal. 6, kol. 3-6
- Haryatmoko. (2015). *Etika Publik*. Yogyakarta: Kanisius
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2001). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Penerjemah Yusi A. Pareanom. Jakarta: Pantau.
- Preston, Pascal. (2001). *Reshaping Communication, Technology, Information and Social Change*. London: Sage Publication
- Schröter, Jens. (2015). The Internet and “Frictionless Capitalism”. Dalam Christian Fuchs & Vincent Mosco (Eds.). *Marx in the Age of Digital Capitalism*, Leiden & Boston: Brill
- Sennett, R. (2006). *The Culture of The New Capitalism*. New Haven: Yale University Press.

8. JURNAL

- Agarwal, N. & Yiliyasi, Y. (2010) Information quality challenges in social media. *The 15th International Conference on Information Quality*. 1 (1).
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R. et al. (2020). The future of social media in marketing. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 48, 79–95
- Bekalu, Mesfin A. Rachel F. McCloud, and K. Viswanath. (2019). Association of Social Media Use With Social Well-Being, Positive Mental Health, and Self-Rated Health: Disentangling Routine Use From Emotional Connection to Use. *Health Education & Behavior*, Vol. 46 (2): 69S-80S
- Ciptadi, Suluh Gembyeng & Ade Armando. (2018). Upaya Agensi Melawan Logika Jangka Pendek Jurnalisme Daring: Studi Kasus Tirto.id. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol. VII No.1: 62-72
- Kang, I. (2016). Web 2.0, UGC, and citizen journalism: Revisiting South Korea’s OhmyNews model in the age of social media. *Telematics and Informatics*, 33(2), 546–556.

- Kilgo, D. K., Harlow, S., García-Perdomo, V., & Salaverría, R. (2018). A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in *online* news publications. *Journalism*, Vol. 19 (11): 1497–1516.
- Lee, Jayeon. (2015). The Double-Edged Sword: The Effects of Journalists' Social Media Activities on Audience Perceptions of Journalists and Their News Products. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20: 312–329
- Morris, M., & Ogan, C. (1996). The Internet as a Mass Medium. *Journal of Communication*, 46, 39-50.
- Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. *BMC public health*, Vol. 19 (1): 1054.
- Shabir,G., Safdar, G., et al. (2015). Process of Gate Keeping in Media: From Old Trend to New. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (1): 588-593

TERPAAN *POSTING*-AN KESEHATAN MENTAL MASA PANDEMI COVID-19 DAN KREDIBILITAS SUMBER TERHADAP PERUBAHAN SIKAP (Survei pada *Follower @jiemiardian* di Instagram)

Ilona Vicenovie Oisina Situmeang

ilonaoisina@yahoo.com

081511617896

Abstract

During the Covid-19 epidemic, there were many reports and posts that provided factual information and hoaxes that had various impacts on the community. In this research, we focused on the Instagram media account of @jiemiardian where in every post it always provides motivation in living the days of this pandemic so that mental health is not disrupted. In this study using the theory of source credibility and information merging theory. This research uses positivism paradigm, qualitative approach, explanative nature and uses survei method. The population in this study were followers of @jiemiardian with a sample of 70 followers. The results obtained in linear correlation with the level of weak relationship between Instagram posts jiemmiardian with a change in attitude of 0.392. The linear correlation with the level of credibility between source credibility with attitude change was 0.301, and the multiple correlation between Instagram posts and source credibility toward attitude change was 0.387. The hypothesis is that H_a is accepted and H_o is rejected. There is an influence of Instagram posting and source credibility on follower attitude changes

Keyword: Instagram Posting, Source Credibility, Attitude Change, Mental Health, Covid-19 Pandemiv.

1. PENDAHULUAN

Penyakit yang sangat ditakutkan manusia di dunia saat ini adalah penyakit karena infeksi virus yang menyerang sistem pernafasan atau dikenal dengan Virus Corona-19 (COVID-19). Virus ini menyerang sistem pernafasan, pneumonia akut sampai pada kematian. Virus ini pertama kali menyerang manusia di Wuhan dengan sangat cepat menyebar hingga ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Sejak kasus pertama pasien positif Covid-19 di Indonesia diumumkan tanggal 2 Maret 2020 oleh Presiden Joko Widodo, seakan masyarakat Indonesia mengalami ketakutan yang sama dirasakan masyarakat dunia. Berbagai berita tentang Covid-19 bermunculan di media konvensional dan berbagai media *online*. Setiap hari jumlah pasien positif Covid-19 mulai bertambah sampai akhirnya pemerintah mengimbau sekolah dan universitas harus melakukan pembelajaran jarak jauh secara *online*, aktivitas kantor dipindah dengan system *online* (Work From Home), menutup sementara tempat-tempat rekreasi dan larangan untuk mudik menjelang Hari Raya Idul Fitri (Situmeang, 2020)¹.

Berbagai imbauan dan larangan yang diterapkan oleh pemerintah pasti mengundang pro dan kontra di masyarakat. Media konvensional dan media *online* pun seolah menjadi pro dan kontra dalam menyampaikan informasi ke masyarakat terkait dengan imbauan dan larangan dari pihak pemerintah. Masyarakat yang mampu mengelola informasi akan tetap nyaman dengan berbagai pemberitaan namun sebaliknya masyarakat yang tidak mampu mengelola informasi yang didapatkan melalui media konvensional dan media *online* akan mengalami rasa ketakutan yang berlebihan. Kondisi mental dan jiwa yang sehat pada tiap individu tidaklah dapat disamaratakan, banyak faktor yang mempengaruhi akan hal itu.

Pemberitaan melalui media konvensional dan media-media *online* tentang Covid-19 sangat beragam. Setiap orang harus mampu memilih informasi yang benar dan akurat sehingga tidak menyebabkan rasa kecemasan dan ketakutan yang tinggi selama masa pandemi ini. Masyarakat dibebaskan untuk menentukan media konvensional maupun media *online* sesuai dengan kebutuhan akan

informasi. Penyajian informasi media konvensional dan media *online* juga mengalami perbedaan. Dikarenakan banyaknya pengguna media sosial, maka media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi namun juga banyak menggunakan media sosial sebagai media untuk memperoleh informasi.

Media *online* merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat dinikmati oleh masyarakat di mana dan kapan saja. Terpaan media *online* berbeda-beda bagi setiap individu. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pola pikir, sifat yang berdampak pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari-hari, perbedaan pendidikan dan perbedaan budaya. Perubahan sosial di masyarakat berorientasi pada upaya pembentukan unsur baru, serta berorientasi pada nilai-nilai yang telah ada pada masa lampau. Tanpa sadar media *online* telah membawa masyarakat masuk kepada pola budaya baru dan mulai menentukan pola pikir serta perilaku masyarakat (Situmeang, 2020)².

Kehadiran media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Line, WhatsApp dan berbagai media sosial lainnya juga turut memberikan informasi tentang Covid-19 dengan gaya dan versinya masing-masing. Banyak pemberitaan melalui media *online* yang dibuat oleh sembarangan orang bisa menyebabkan orang lain trauma bisa menimbulkan trauma yang sangat merugikan bahkan hingga berpotensi timbulkan persoalan psikologis (Timesindonesia, 2020)³. Kehadiran Covid-19 ini berdampak pada seluruh aspek manusia terutama adalah aspek psikologis dan Kesehatan mental masyarakat dalam menerima informasi melalui berbagai media.

Pemberitaan yang terus menerus akan kemungkinan besar memiliki efek lain yang lebih berbahaya bagi psikologi pengguna media. Dampak psikologis dan sosial langsung dan tidak langsung dari Covid-19 merebak dan dapat mempengaruhi Kesehatan mental sekarang dan di masa yang mendatang. Survei populasi umum yang dilakukan oleh Ipsos MORI mengungkapkan kekuatiran yang meluas tentang efek Covid-19 mengenai isolasi social atau jarak social pada kesejahteraan, peningkatan kecemasan, depresi, stres, dan perasaan

negatif lainnya dan kekuatiran tentang implikasi praktis dari respons termasuk kesulitan keuangan (Fifyn, 2020)⁴.

Pengguna media sosial banyak yang mencari informasi melalui media sosial. Pengguna media sosial di Indonesia termasuk paling banyak di dunia. Menurut Tagar.id Indonesia memiliki jumlah pengguna Instagram terbesar keempat di dunia. Berdasarkan data statista.com per Oktober 2019 jumlah pengguna Instagram Indonesia sebesar 60 juta, tiga peringkat di bawah pengguna Instagram Amerika Serikat sebesar 116 juta. Untuk Indonesia, pengguna Instagram menempati posisi ke-4 media sosial paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (websindo.com)⁵. Hal ini didukung juga oleh Tagar.id, menurut Tagar.id, hampir seperempat populasi penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial Instagram⁶.

Perusahaan analisis *social media marketing* yang berbasis di Warsawa, Polandia, NapoleonCat mencatat dengan jumlah pengguna Instagram Indonesia per November 2019 yakni sebanyak 61.610.000. Instagram dipandang sebagai media sosial memiliki efek yang luar biasa dan menjanjikan. Pemanfaatan Instagram sebagai media hiburan, sebagai media jualan dan media *branding* yang dapat diandalkan untuk tujuan komersial ataupun nonkomersial. Instagram merupakan salah satu *public sphere* yang ada. *Public sphere* atau ruang publik adalah konsep kemerdekaan berpendapat yang ditawarkan oleh Jurgen Habermas, ruang publik berfungsi sebagai wadah alternatif bagi masyarakat dalam berpendapat di samping media massa yang ada. Ada berbagai identitas virtual yang dapat dipresentasikan dalam dunia virtual, yaitu *anonymity*, *pseudonymity*, dan *real life identity*. Salah satu keuntungan mengapa pengguna internet dapat merepresentasikan diri mereka dengan peran dan identitas yang beragam adalah agar pengguna dapat melihat segala sesuatu yang ada di media *online* dalam sudut pandang yang berbeda-beda.

Namun yang perlu diperhatikan adalah tingkat kredibilitas dari sumber yang menyampaikan informasi tersebut. Isu sekarang ini beredar tentang kurangnya kredibilitas pemberitaan, khususnya di

media *online* karena jurnalis sebagai seorang profesional semakin melenceng dari etika keprofesionalannya. Kuat dugaan terjadinya hal-hal seperti itu karena pemenuhan terhadap kebutuhan khalayak akan kecepatan pemberitaan, sehingga jurnalis *online* berasumsi bahwa kecepatan berita merupakan hal yang paling utama dalam media *online*. Namun jurnalis justru mengabaikan kualitas berita dan kredibilitas berita, serta kurangnya tanggung jawab jurnalis terhadap isi berita sebagai produk jurnalistik (Ode, 2014)⁷.

Setiap orang bebas mengunggah apa saja yang ia inginkan di Instagram (*public sphere*), dan bersedia menjadi konsumsi public terhadap unggahannya. Namun hendaknya dalam setiap *posting-an* dan pemberitaan harusnya memikirkan dampak yang terjadi. Stigma memperparah gangguan mental, di masa pandemi Covid-19 tidak hanya mempengaruhi Kesehatan mental masyarakat umum. Kebijakan pembatasan fisik membuat banyak orang harus beraktivitas tidak seperti biasanya yang mengakibatkan penurunan kognitif/demensia, menjadikan mereka lebih mudah cemas, marah, stres dan gelisah. Tekanan psikis masyarakat semakin berat Ketika negara memutuskan melakukan karantina wilayah (Putri, 2020)⁸.

Sama halnya dengan berbagai *posting-an* yang dibagikan seringkali mengabaikan dampak *posting-an* terhadap si pembaca. Salah satu media sosial yang terbanyak digunakan di Indonesia adalah Instagram, Instagram merupakan salah satu sosial media di mana penggunanya dapat berbagi foto maupun video kepada orang lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan media sosial Instagram salah seorang dokter yang aktif mem-*posting* tulisan yang berupa motivasi orang lain terutama pada masa pandemi seperti ini, yaitu akun Instagram dokter Jiemi Ardian.



Gambar 1.1 Akun Instagram Jiemiardian
Sumber: Data Peneliti

Dokter Jiemi Ardian dalam *posting*-annya pada masa Covid-19 sedikit berbeda dengan banyak *posting*-an lainnya yang dilakukan oleh pengguna Instagram dan media sosial lainnya. Jiemi Ardian memberikan berbagai motivasi bagi masyarakat agar tetap optimis dalam menjalani masa sulit seperti sekarang ini. Karena banyak pemberitaan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan menyampaikan berita yang menakutkan sehingga muncul rasa takut yang berlebihan di masyarakat. Hal-hal yang seperti ini berpengaruh terhadap Kesehatan mental masyarakat. Bahkan banyak informasi yang kita dapatkan melalui media karena terganggunya Kesehatan mental seseorang sehingga mengakibatkan mudahnya seseorang mengalami stres.

Hal ini yang seharusnya dihindari sehingga dengan keadaan seperti ini tidak mengakibatkan tingkat Kesehatan mental masyarakat

terganggu. *Posting*-an yang dapat memotivasi orang lain sangat dibutuhkan saat ini. Mungkin secara materi tidak semua orang dapat membantu orang lain namun ada hal yang lebih penting dari sekadar membantu materi namun juga membantu memberikan semangat dan motivasi kepada orang lain. Hal ini dilakukan oleh dr Jiemi Ardian di mana dalam setiap *posting*-an yang dibagikan berupa motivasi untuk menguatkan dan menjaga Kesehatan mental bagi pembaca *posting*-annya.

Selain dari *posting*-annya yang berupa motivasi bagi pembaca juga memberikan masukan bahwa informasi yang disampaikan melalui *posting*-an yang dibagikan dapat memberikan informasi untuk lebih peduli dengan Kesehatan mental, Menumbuhkan rasa kemanusiaan yang tinggi dan saling membantu, mengubah pola makan yang sehat dan rajin berdoa. Sehingga dengan *posting*-an yang positif ini akan menghindari penyakit Kesehatan mental yang membaca dari setiap *posting*-annya.

Posting-an @jiemiardian ini merupakan informasi yang dibutuhkan masyarakat pada masa sulit seperti ini. Dan didukung oleh latar belakang Pendidikan dari Jiemiardian sebagai psikoterapis yang biasa menangani masalah Kesehatan mental. Seperti *posting*-annya @jiemiardian di bawah ini tentang mengajarkan berempati dengan saling memahami. Terkadang banyak sekali *posting*-an maupun pemberitaan yang dibagikan ke banyak orang seperti saling menghakimi, menasehati, menyarani orang lain yang mungkin saja kita sendiri tidak cocok untuk melakukan itu, namun dalam *posting*-an Jiemiardian mengingatkan kita untuk saling berempati dan saling memahami.

Dalam keadaan seperti ini memunculkan rasa empati bagi sesama sangat dibutuhkan. Karena jika saling berempati dan saling memahami akan menimbulkan dampak yang positif. Dari *posting*-an @jiemiardian di bawah ini diperoleh banyak *like* dan komentar yang disampaikan oleh *followers*-nya. Karena *posting*-an yang disampaikan dapat memotivasi pembacanya agar saling memahami dengan keadaan seperti ini bukan menyalahkan atau juga menyudutkan pihak mana pun.



jiemiardian



5.272 suka

jiemiardian Berempati itu sederhananya, seperti menggunakan sepatu orang lain. Kita mencoba berdiri, berjalan, merasa, berpikir seperti orang lain. Bukan sebagai orang yang mau berkomentar tentang hidup orang lain, tapi sebagai manusia yang merasakan dan berjalan dengan sepatu orang lain.

Itu mengapa dalam empati tidak ada penghakiman, karena yang ada adalah pengertian. Berempati itu ketrampilan aktif, perlu diusahakan segera disengaja untuk memahami.

Sebelum berusaha memberi saran, sebelum menasihati, sebelum usaha kita untuk menyelesaikan masalah orang lain, mari kita berusaha untuk sama-sama memahami.

Yuk sama-sama belajar memahami.

Teman-teman apa ada pengalaman menarik tentang dipahami dan memahami? Siapa tau kita bisa belajar sama sama #belajarmemahami #belajarempati #emphaty #listening #acceptance

Lihat semua 55 komentar

Gambar 1.2 Posting-an Akun Instagram Jiemiardian
Sumber: Data Peneliti

Media sosial memang erat kaitannya dengan aktualitas dan akurasi, yang merupakan kategori kredibilitas *posting-an* yang dibagikan sehingga *posting-an* bisa dikatakan kredibel karena sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Hal ini terbukti dengan berbagai *posting-an* Jiemiardian yang memberikan ketenangan dan motivasi yang akan berdampak pada Kesehatan mental yang membaca. Kesalahan dalam penyuguhan *posting-an* yang dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sebagai koreksi dari pemberitaan dan kesalahan *posting-an* dan ketidaktahuan yang mem-*posting* tentu saja dapat membingungkan pembacanya dan memiliki dampak bagi pembacanya.

Jika diperhatikan salah satu *posting-an* Jiemiardian menunjukkan bahwa *posting-an*nya yang berkaitan dengan Kesehatan mental sesuai dengan *skill* yang dimilikinya. Salah satu *posting-an*nya memperlihatkan Jiemiardian menjadi narasumber tentang: Kiat Kelola Stres saat Covid-19. Informasi ini sangat dibutuhkan saat sekarang ini, sehingga setiap pembaca atau pendengar dari informasi mendapatkan motivasi yang positif agar tidak mudah stres saat kondisi seperti ini.



Gambar 1.3 Posting-an Akun Instagram Jiemiardian
Sumber: Data Peneliti

Dari *posting*-annya memperlihatkan bahwa setiap *posting*-an Jiemiardian sesuai dengan bidangnya. Jiemiardian merupakan orang yang kredibel di bidang Kesehatan mental sesuai dengan *posting*-an yang dibagikan. Kredibilitas Jiemiardian sebagai komunikator tidak diragukan. Kredibilitas sumber menentukan efektivitas komunikasi. Kredibilitas sumber sebagai hal pengidentifikasian suatu sumber informasi agar dianggap sebagai kredibel pembaca (Metzger and Flanagin, dalam Soenarno, dkk., 2015)⁹.

Diharapkan dengan adanya *posting*-an yang positif yang dapat memotivasi pembaca dalam menimbulkan dampak maupun efek yang positif bagi perubahan perilaku yang terjadi di masyarakat. *Posting*-an yang positif akan memberikan dampak yang positif juga namun sebaliknya. Ketika mem-*posting* sesuatu yang salah ataupun tidak akurat akan mengubah pemaknaan terhadap isi *posting*-an, sehingga *posting*-an akan menjadi bermanfaat dan harus memiliki unsur-unsur kredibilitas di dalamnya, seperti informasi harus dipercaya (*believability*) dan disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas yang sesuai sehingga mampu untuk mempengaruhi perilaku pembaca.

Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh dari *posting*-an yang terdapat di akun @jiemiardian di Instagramnya dan kredibilitas Jiemiardian sebagai psikoterapis terhadap perilaku masyarakat di masa Covid-19 yang sedang dialami seluruh masyarakat, Adapun penelitian ini dilakukan ingin melihat apakah ada pengaruh *posting*-an melalui media Instagram dan kredibilitas sumber dapat mempengaruhi perilaku *followers* mengingat banyaknya pemberitaan dan *posting*-an yang seringkali saling menjatuhkan saling menyalahkan bahkan membuat masyarakat menjadi tidak nyaman dan menimbulkan rasa takut yang berlebihan. Hal ini akan menimbulkan dampak yang tidak baik pada kesehatan mental seseorang. Dan diharapkan pada masa sekarang ini rasa saling membantu, berempati dan memotivasi sangat dibutuhkan untuk menghindari penyakit mental yang dapat dirasakan setelah membaca berita dan *posting*-an dari media *online* dan media sosial.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan *posting-an* @jiemiardian tentang Kesehatan mental masa pandemi terhadap perubahan sikap (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas sumber terhadap perubahan sikap (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan *posting-an* @jiemiardian tentang Kesehatan mental masa pandemi terhadap perubahan sikap (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).

2. KAJIAN LITERATUR

Teori kredibilitas sumber (*source of credibility theory*) merupakan teori yang dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelley dalam bukunya *Communication and Persuasion*. Adapun yang menjadi asumsi dari teori ini menyatakan bahwa orang akan lebih mungkin dipersuasi ketika komunikator atau orang yang menyampaikan pesan komunikasi menunjukkan dirinya sebagai orang yang kredibel atau dengan kata lain sumber komunikasi yang memiliki kredibilitas tinggi akan lebih efektif dalam mengubah opini seseorang dibandingkan dengan sumber komunikasi yang sumber kredibilitasnya rendah (Winoto, 2015)¹⁰. Dalam bentuk proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *source of credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang pekerjaannya serta dapat tidaknya dipercaya.

Adapun faktor penting dalam komunikator pada saat melakukan kegiatan komunikasi adalah sumber daya tarik (*source attractiveness*), dan sumber kepercayaan (*source credibility*), yaitu sebagai berikut:

1. Sumber daya tarik: seorang komunikator akan berhasil dalam berkomunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika

komunikasikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan komunikator.

2. Sumber kepercayaan: Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikasikan kepada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator (Winoto, 2015).

Teori penggabungan informasi, merupakan pendekatan penggabungan informasi (*information integration*) bagi pelaku komunikasi berpusat pada cara mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa objek. Pendekatan ini merupakan salah satu model paling populer yang menawarkan untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Model ini bermula dengan konsep kognisi yang digambarkan sebagai kekuatan sistem interaksi. Informasi adalah salah satu dari kekuatan tersebut dan berpotensi untuk memengaruhi sebuah sistem kepercayaan atau sikap individu. Sebuah sikap dianggap sebagai akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi atau pengalaman (Littlejohn, 2011)¹¹.

Littlejohn mengemukakan bahwa informasi mempunyai kekuatan potensial yang dapat mempengaruhi orang untuk memiliki sikap tertentu. Besar tidaknya pengaruh tersebut tergantung pada Valensi dan Bobot penilaiannya, dengan penjelasan berikut:

1. Valensi atau tujuan: menjelaskan sejauh mana suatu informasi mendukung apa yang sudah menjadi kepercayaan seseorang. Informasi dapat dikatakan positif apabila informasi yang didapat individu mendukung kepercayaan yang telah ada dalam diri individu begitu sebaliknya.
2. Bobot Penilaian: berkaitan dengan tingkat kredibilitas informasi tersebut. Apabila seseorang individu melihat informasi tersebut sebagai suatu kebenaran, maka orang tersebut akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap informasi tersebut.

Terpaan menurut Ardianto (2014)¹², dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan media *online*.

Proses komunikasi massa dalam terpaan media akan menimbulkan efek tertentu. Ada tiga efek utama yang dapat ditimbulkan oleh proses komunikasi massa dalam terpaan media. Efek-efek tersebut antara lain efek kognitif, afektif dan behavioral. Selain itu menurut Rosengren dalam Rakhmat (2009)¹³, terpaan media juga dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti berikut: 1) Frekuensi, yaitu meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media 2) Durasi, yaitu meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media 3) Atensi, yaitu tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media.

Terpaan informasi yang dilakukan di sebuah media mampu untuk:

1. Mendorong kesadaran simbolik, kemudian kesadaran simbolik menimbulkan.
2. Kesadaran konsumtif, dan kesadaran konsumtif menggiring konsumen pada,
3. Kesadaran aktual (perilaku) (Widyatama,2009 dalam Rizky dan Pangestuti)¹⁴.

Media Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger. Tujuan umum dari Instagram itu sendiri salah satunya yakni sebagai

sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat ataupun dirinya sendiri kedalam bentuk foto. Hal tersebut menjadi menarik jika dikaitkan dengan konsep eksistensi remaja dalam Instagram, apakah menggunakannya sebagai ajang pameran (Mahendra, 2017)¹⁵.

Instagram tidak jarang menjadi sarana untuk mendorong masyarakat menciptakan suatu tren yang tanpa disadari dapat mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama sesuai dengan yang dilihat. Unggahan pengguna Instagram tentang suatu objek maupun *posting*-an yang sedang viral saat ini seringkali dijadikan sebuah rujukan untuk memutuskan pilihan atau mengikuti *posting*-annya tersebut. Dengan Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan *followers*-nya. Tidak ada batasan dan privasi dalam Instagram, apapun yang kita bagikan dan orang lain bagikan dapat kita lihat.

Dampak yang muncul dari penggunaan media sosial Instagram adalah adanya budaya berbagi yang berlebihan di dunia maya (Yulianto, 2018)¹⁶. Media Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten, seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat dari pengguna Instagram tersebut. Instagram memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikasi tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi tersebut terkandung dua hal: pertama kredibilitas merupakan persepsi khalayak, jadi tidak inheren dalam diri komunikator, kedua kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator yang selanjutnya disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas (Rakhmat, 2005)¹⁷. Kredibilitas komunikator ditentukan oleh keahliannya dan dapat tidaknya dipercaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan yang besar akan dapat meningkatkan daya perubahan sikap, sedangkan kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan. Kredibilitas adalah kualitas, kapabilitas atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan, atau juga merupakan seperangkat

persepsi komunikasi tentang sifat-sifat komunikator (Widiyanti, 2012)¹⁷.

Perubahan sikap terjadi karena informasi baru yang muncul dalam keyakinan, menyebabkan adanya perubahan dalam sikap atau karena informasi yang baru mengubah bobot atau valensi pada sebarang informasi. Jadi valensi memengaruhi bagaimana informasi memengaruhi sistem keyakinan dan bobot memengaruhi seberapa banyak pengaruh itu bekerja (Littlejohn, 2011). Komponen sikap terdiri dari tiga komponen, yaitu komponen kognitif, afektif dan konatif (Azwar, 2016)

1. Komponen Kognitif adalah sebuah kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap, sebagaimana contohnya isu mengenai lokasi seks bebas pada remaja sebagai suatu objek sikap.
2. Komponen Afektif adalah sebuah kepercayaan menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Sebagaimana contoh dua orang yang mempunyai sikap negatif terhadap seks bebas pada remaja misalnya yang seorang tidak menyukai pornografi dan ketidaksukaannya ini berkaitan dengan ketakutan akan akibat perbuatan seks bebas, sedangkan orang lain mewujudkan ketidaksukaannya dalam bentuk rasa benci dan malu dengan yang menyangkut seks bebas.
3. Komponen Konatif adalah komponen tindakan dalam struktur tindakan dalam struktur sikap menunjukkan kecenderungan yang ada dalam diri seseorang berkaitan kepercayaan dan perasaan dan perasaan seseorang individu (Azwar, 2016).

Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

Ha1 : Terdapat pengaruh terpaan *posting-an* @jiemiardian tentang Kesehatan mental masa pandemi terhadap perubahan perilaku. (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).

- Ho1 : Tidak terdapat pengaruh terpaan *posting*-an @jiemiardian tentang Kesehatan mental masa pandemi terhadap perubahan perilaku. (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).
- Ha2 : Terdapat pengaruh kredibilitas sumber terhadap perubahan perilaku (Survei Pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).
- Ho2 : Tidak terdapat pengaruh kredibilitas sumber terhadap perubahan perilaku. (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram)
- Ha3 : Terdapat pengaruh terpaan *posting*-an @jiemiardian tentang Kesehatan mental masa pandemi terhadap perubahan perilaku (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).
- H03 : Tidak terdapat pengaruh terpaan *posting*-an @jiemiardian tentang Kesehatan mental masa pandemi terhadap perubahan perilaku (Survei pada *Follower* @jiemiardian di Instagram).

Dalam penelitian ini menggunakan tradisi penelitian sosiopsikologis, paradigma positivisme dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sifat penelitian eksplanatif dan metode penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* dari akun Jiemmiardian dengan sampel sebanyak 70 *followers* yang diambil dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sering *me-like* dan merespons *posting*-annya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan ke 70 *follower* dari Instagram Jiemiardian didapatkan hasil dari pengujian korelasi antara lain:

Uji Korelasi Sederhana

Tabel: Hasil Uji Korelasi Sederhana

Correlations				
		Posting-an di Instagram (X1)	Kredibilitas Sumber (X2)	Perubahan Sikap (Y)
Posting-an di Instagram (X1)	Pearson Correlation	1	,299**	,392**
	Sig. (2-tailed)		,005	,000
	N	70	70	70
Kredibilitas Sumber (X2)	Pearson Correlation	,299**	1	,301**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000
	N	70	70	70
Perubahan Sikap (Y)	Pearson Correlation	,392**	,301**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	70	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Kuesioner Diolah SPSS versi 25

Hasil uji korelasi antara *posting-an* di Instagram terhadap Perubahan Sikap, yaitu:

1. Terdapat hubungan antara variabel X1 dan Y, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig yang menunjukkan nilai 0,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.
2. Hubungan antara 2 variabel tersebut adalah hubungan yang positif, yang artinya apabila terdapat peningkatan pada variabel *posting-an* di Instagram maka Perubahan Sikap *followers @jiemmiardian* dalam membaca *posting-an* yang bersifat motivasi untuk Kesehatan mental akan mengalami peningkatan.
3. Nilai koefisien korelasi *Pearson Correlation* sebesar 0,392. Tingkat hubungan antara kedua variabel termasuk dalam korelasi rendah, karena berada dalam interval 0,20-0,399 dengan tingkat hubungan rendah.

Hasil uji korelasi antara Kredibilitas Sumber terhadap Perubahan Sikap, yaitu:

1. Terdapat hubungan antara variabel X2 dan Y, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig yang menunjukkan nilai 0,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.
2. Hubungan antara 2 variabel tersebut adalah hubungan yang positif, yang artinya apabila terdapat peningkatan pada variabel Kredibilitas Sumber maka Perubahan Sikap *followers @jiemmiardian* juga mengalami peningkatan.

Nilai koefisien korelasi *Pearson Correlation* sebesar 0,301. Tingkat hubungan antara kedua variabel termasuk dalam korelasi rendah, karena berada dalam interval 0,20-0,399 dengan tingkat hubungan rendah.

Korelasi Berganda

Tabel: Hasil Uji Korelasi Berganda

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.387 ^a	.298	.283	4.81514	.298	20.564	2	67	.000
a. Predictors: (Constant) Kredibilitas Sumber, <i>Posting-an</i> Instagram									
b. Dependent Variable: Perubahan Sikap									

Sumber: Data Kuesioner Diolah SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil tabel tersebut, diperoleh nilai koefisien (R) sebesar 0,387 Koefisien korelasi tersebut memiliki hubungan yang positif dengan tingkat hubungan yang termasuk dalam korelasi rendah, karena berada dalam interval 0,200-0,399 dengan tingkat hubungan yang rendah. Ini berarti terdapat hubungan positif yang lemah antara *posting-an* Instagram dan kredibilitas sumber maka Perubahan sikap akan mengalami peningkatan.

Uji Regresi Berganda

Tabel: Hasil Uji Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.573	4.625		.349	.728
	SKOR_PI	.245	.228	.152	1.452	.150
	SKOR_KS	.447	.126	.442	4.216	.000

a. Dependent Variable: SKOR_PS

Sumber: Data Kuisioner Diolah SPSS Versi 25

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,573 + 0,245X_1 + 0,447X_2$$

Hasil dari tabel, terlihat jika variabel *posting-an* Instagram @Jiemmiardian tentang Kesehatan mental dianggap konstan, maka nilai *brand image* sebesar 1,573 satuan. Apabila nilai *posting-an* Instagram @jiemmiardian mengikat satuan-satuan dan nilai kredibilitas sumber adalah konstan, maka nilai perubahan sikap *followers* akan meningkat 0,245 satuan. Apabila nilai kredibilitas sumber meningkat satuan-satuan dan nilai *posting-an* Instagram @jiemmiardian adalah konstan, maka nilai perubahan sikap *followers* akan meningkat 0,447 satuan.

Uji T

Tabel: Hasil Uji Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.573	4.625		.349	.728
	SKOR_PI	.245	.228	.152	1.299	.145
	SKOR_KS	.447	.126	.442	4.003	.000

a. Dependent Variable: SKOR_PS

Sumber: Data Kuesioner Diolah SPSS Versi 25

T tabel: $(\alpha/2 ; df) = (0,1/2 ; 67) = (0,05 ; 67) = 1,593$

Tabel menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel: *posting-an* Instagram @jiemmiardian, didapat nilai sebesar 1,299 dan nilai sig 0,145. Berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil uji olah data SPSS Versi 25, menunjukkan t hitung lebih kecil dari t tabel yang sebesar 1,593 dan nilai sig tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti variabel independen *posting-an* Instagram tidak mempengaruhi variabel dependen perubahan sikap. Untuk t hitung pada variabel kredibilitas sumber nilai sebesar 4,003 dan nilai sig 0,000. Dari hasil ini menunjukkan jika t hitung lebih besar dari t tabel yang sebesar 1,593 dan nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05. Ini berarti variabel independen kredibilitas sumber mempengaruhi variabel dependen perubahan sikap.

Uji F

Tabel: Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	832.618	2	476.794	18,752	.000 ^a
	Residual	2249.002	68	23.186		
	Total	3202.590	70			

a. Predictors: (Constant), SKOR PI, KS

b. Dependent Variable: SKOR_PS

Sumber: Data Kuisioner Diolah SPSS versi 25

$$F \text{ tabel: } (k ; n-k) = (2 ; 70-2) = (2 ; 68) = 2,89$$

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan jika hasil signifikansi dari hasil uji F yang menunjukkan nilai f hitung sebesar 18,752 dan nilai sig sebesar 0,000. Maka diketahui bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel (2,89) dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *posting-an* Instagram @jiemmiardian tentang Kesehatan mental dan kredibilitas sumber terhadap perubahan sikap *followers*.

Pembahasan

Teori kredibilitas sumber yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan dua variabel independen yaitu *posting-an* Instagram @jiemmiardian dan kredibilitas sumber, dan pengumpulan informasi yang mendeskripsikan variabel dependen yaitu perubahan sikap. Pemilihan media sosial Instagram @jiemmiardian dikarenakan setiap *posting-an* berupa informasi dan motivasi agar tetap menjaga Kesehatan mental dalam menerima informasi melalui media.

Dalam membagikan *posting-an* @jiemmiardian menyampaikan pesan melalui konten foto maupun video yang di-*posting* oleh Jiemmiardian bertujuan untuk memberikan informasi mengenai Kesehatan mental pada masa pandemi Covid-19. Tidak hanya dari *posting-an* motivasi dan Kesehatan mental saja, namun informasi yang lebih akurat dan lengkap dalam mengelola kesehatan mental dan berdiskusi tentang kesehatan mental yang seringkali terganggu saat menerima pesan terkait dengan Covid-19. *Follower* merasa nyaman dalam berdiskusi karena @jiemmiardian merupakan ahli Kesehatan mental yang sesuai antara *posting-an* dengan kredibilitas yang dimilikinya. *Posting-an* @jiemmiardian dan kredibilitas sumber memberikan informasi yang kredibel dan sesuai dengan keahlian yang dimiliki oleh penyampai pesan.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini terdapat hubungan yang lemah antara *posting-an* Instagram @jiemmiardian terhadap perubahan sikap dan hubungan yang lemah antara kredibilitas sumber terhadap perubahan sikap. Terdapat hubungan yang lemah antara *posting-an* Instagram @jiemmiardian dan kredibilitas sumber terhadap perubahan sikap. Uji regresi berganda dan didapatkan hasil bahwa variabel independen terhadap dependen memiliki nilai yang positif. Tanda yang positif menyatakan arah hubungan yang searah di mana kenaikan atau penurunan variabel independen secara simultan akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan pada variabel dependen.

Uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (uji t) dan uji signifikan simultan (uji F). Uji t dilakukan pada variabel X1 terhadap Y dan variabel X2 terhadap Y. Pada variabel X1 dan Y, nilai signifikansi 0,000 dan t hitung sebesar 1,299. Berarti variabel *posting-an* Instagram @jiemmiardian mempengaruhi variabel perubahan sikap *follower* karena nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung > dari t tabel. Sedangkan uji t pada variabel X2 dan Y memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 4,003. Berarti variabel kredibilitas sumber mempengaruhi variabel perubahan sikap *followers* karena nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung > dari t tabel.

Hal ini membuktikan bahwa teori kredibilitas sumber dapat mempengaruhi perubahan sikap *follower* dalam menerima informasi. Menurut teori kredibilitas sumber yang dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah untuk dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya memiliki kredibilitas yang cukup dalam hal ini Jiemmiardian merupakan orang yang kredibel dalam menyampaikan informasi melalui *posting*-annya di Instagram yang terkait dengan kesehatan mental. Dari hasil penelitian variabel *posting*-an Instagram @jiemmiardian dan kredibilitas sumber menunjukkan adanya pengaruh terhadap perubahan sikap *followers*-nya.

Pengujian yang dilakukan melalui uji F, secara simultan menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki nilai f hitung sebesar 18,752 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Yang berarti nilai f hitung > f tabel (2,89) dan nilai signifikansi < 0,05. Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menjelaskan adanya pengaruh variabel *posting*-an Instagram @jiemmiardian dan kredibilitas sumber secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel perubahan sikap *follower*. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa *posting*-an Instagram @jiemmiardian dan kredibilitas sumber memiliki pengaruh terhadap perubahan sikap *followers*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti dapat menarik kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil dari pengujian korelasi linear dan korelasi berganda adanya hubungan yang lemah antar variabel, untuk nilai koefisien (R) sebesar 0,546, yang artinya secara stimulan antara variabel *posting*-an Instagram @jiemmiardian dan kredibilitas sumber terhadap perubahan sikap *followers*.
2. Terdapat pengaruh yang positif berdasarkan hasil uji regresi yang sudah dilakukan oleh peneliti. Jika *posting*-an Instagram naik maka perubahan sikap *follower* akan naik pula, demikian juga dengan kenaikan kredibilitas sumber akan meningkatkan perubahan sikap *followers*.

3. Jika H_0 di tolak, dan H_a diterima berdasarkan hasil uji T dan Uji F yang telah dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan uji T dan Uji F secara simultan menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai F hitung sebesar 18,752 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menjelaskan adanya pengaruh variabel independen secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Situmeang, Ilona Vivenovie Oisina. (2020). *Menyoal Pro Dan Kontra Penanganan Korona*. <http://m.kontan.co.id/news/menyoal-pro-dan-kontra-penanganan-korona> 24 Maret 2020.
- [2] Situmeang, Ilona Vivenovie Oisina. (2020). Pengaruh besar pengaruh terpaan pemberitaan di media *online* dan *word of mouth communications* terhadap keputusan masyarakat dalam mengurangi penggunaan plastik saat berbelanja. *Jurnal Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol III No 1 Februari 2020 Hal 1-11.
- [3] Timesindonesia, Jakarta0041. (2020). *Dampak Covid Terhadap Kesehatan Mental*. <http://www.timesindonesia>. Terhubung berkala 30 April 2020
- [4] Fifyn Srimulya Ningrum. (2020). *Pusat Jakarta. Potensi Dampak Kesehatan Mental dari Covid-19*. <https://pusat.jakarta.go.id/?beritaa=ketika.COVID.19.Memberikan.Dampak.Positif&mod=fuIImain§ion=info&action=news&id=0000006238>
- [5] <http://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> terhubung berkala tanggal 30 April 2020.
- [6] <http://www.tagar.id/pengguna-Instagram-di-indonesia-terbesar-ke4-dunia>. Terhubung berkala tanggal 30 April 2020
- [7] Ode, Canggih Araliya Aprianti. (2014). *Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.Com (Suatu Studi Analisis Isi)*. UIN Alauddin Makassar.

- [8] Putri, Adtya Widya. (2020). *Ancaman Gangguan Mental di Tengah Wabah Covid-19*. <https://tirto.id/ancaman-gangguan-mental-di-tengah-wabah-covid-19-ejvi>. 31 Maret 2020
- [9] Metzger, Miriam J. and Andrew J. Flanagin. (2013). Credibility and Trust of Information in Online Environments: The Use of Cognitive Heuristics. *Journal of Pragmatics*. Diakses pada tanggal 26 September 2014 dari [http://www.comm.ucsb.edu/faculty/flanagin/CV/Metzger&Flanagin,2013\(JoP\).pdf](http://www.comm.ucsb.edu/faculty/flanagin/CV/Metzger&Flanagin,2013(JoP).pdf) Nonaka.
- [10] Winoto. (2015). *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source Of Credibility) dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan*. EDULID Vol 5 No 2 Hal 1-14.
- [11] Littlejohn. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [12] Ardianto, Elvinaro dkk. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [13] Rakhmat Jalaluddin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- [14] Rizki, Maharani Amalia dan Pangestuti, Edriana. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol. 49 No. 2 Agustus 2017.
- [15] Mahendra. B. (2017). Eksistensi Sosial remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi* Volume 16.
- [16] Yulianto., B. C. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas. *Jurnal Interaksi Online* Volume 5 No 2 Hal 1-14.
- [17] Rakhmat Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remadja Rosdakarya.
- [18] Widiyanti. (2012). Pengaruh Kredibilitas Dan Kepribadian Dosen dalam Mengajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa

Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri SyekhNurjati Cirebon. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. Vol 9 No 2 Hal 54-58.

- [19] Azwar, Saifuddin. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

SULITNYA PENERAPAN *SOCIAL DISTANCING* DI KOTA TANGERANG (Sebuah Telaah Pemikiran Pierre Bourdieu)

Henilia Yulita¹⁾,
email: hyulita@bundamulia.ac.id
Handphone: 08971785184

Abstract

Even though people already know this pandemic and its dangers for humans, the application of social distancing seems not to apply to suburban communities. Tangerang City is one of them. In Tangerang City, almost every evening until late at night, young people gather in the area, just for meeting, chatting, or joking. How could this happen? Bourdieu has the answer. Bourdieu understands social reality as a result of dialectical relation between habitus, capital, and the arena.

Habitus is a product of history as a legacy from the past which is influenced by the existing structure. Habitus of Tangerang City is structured by Sundanese, Javanese, Betawi, Chinese, Arabic and European ethnicities. Capital is the something that allows us to get opportunities in life. Bourdieu expanded it into social, economic, cultural and simbolic capital. Field is an area of battle and struggle. The culinary area such as Pasar Lama Chinatown, is still the most populous culinary tourist destination in the city of Tangerang. The educational and the religious arena are also having very deep authority in Tangerang City. Conclusion, (Habitus x Capital) + Field = Practice. There are practices of power struggle between the ruling parties such as government and traditional leaders who are followed by the community. So, even though there has been an encouragement from the Government to conduct social distancing, but the habitual practice that has been built for a long time is still stronger.

Keywords: *Habitus, Capital, Field*

1. PENDAHULUAN

Pada Minggu (15/3), Presiden Joko Widodo telah mengimbau masyarakat Indonesia untuk melakukan *social distancing*. Beliau menganjurkan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah serta melakukan keseharian seperti bekerja, belajar, dan beribadah dari rumah.

Di Indonesia, pembatasan sosial masih bersifat imbauan sehingga masih banyak institusi yang tidak mengikutinya. Meski ada sekolah dan kampus yang menjalankan metode pembelajaran jarak jauh, dan sistem kerja dari rumah diberlakukan, masih saja ada warga yang malah menganggap penerapan *social distancing* sama dengan waktu liburan.

Di berbagai media diberitakan banyaknya warga Jakarta yang pelesiran ke Pantai Anyer dan Carita, Banten serta Puncak, Jawa Barat. Alih-alih menghindari kontak dengan orang banyak, justru mereka menceburkan diri dalam situasi rentan tertular penyakit yang bisa saja tidak terlalu kentara gejalanya ini (Wiryono, 2020).

Di samping itu, karena hanya imbauan, sebagian perusahaan masih meminta karyawannya datang ke kantor demi efektivitas kerja. Sementara masih ada warga yang diminta ke kantor, pemerintah provinsi Jakarta, demi mengurangi potensi penyebaran virus lewat kontak, sempat memberlakukan pembatasan penumpang transportasi publik serta jadwal keberangkatan armadanya. Ini berimbas pada panjangnya antrean penumpang bus Trans Jakarta dan MRT pada Senin, 16 Maret 2020. (Kirnandita, 2020)

Social distancing atau pembatasan sosial sudah diberlakukan di negara ini. Orang-orang diminta menghindari tempat-tempat keramaian atau membatasi interaksi sosial untuk mencegah atau memperlambat penyebaran virus Corona (COVID-19).

Keterbatasan fasilitas, kekurangsiapan menghadapi kasus COVID-19 di berbagai rumah sakit, dan kurangnya koordinasi antara pemerintah pusat dan daerah membuat pemberlakuan *social distancing* kurang efektif menurut Koalisi Masyarakat Sipil tentang Penanganan Covid-19 di Indonesia. Dalam siaran pers, mereka menyatakan bahwa ada sikap menganggap enteng masalah COVID-19

dari menteri kesehatan sehingga tidak ada kewaspadaan sejak beberapa bulan lalu ketika awal kasus positif Covid-19 mengemuka di media-media. (Kirnandita, 2020)

Pada Senin (23/3/2020) World Health Organization (WHO) merespons makna *social distancing* di masyarakat. WHO menyarankan menggunakan *physical distancing* sebagai frasa untuk megedukasi masyarakat. Saran ini diberikan dengan dasar *physical distancing* memiliki makna jarak fisik bukan jarak sosial dengan orang-orang terdekat kita. (Kartono, 2020)

Seorang ahli kesehatan dari Kanada, Jeff Kwong, mengatakan bahwa dalam menghindari perkembangan Covid-19, sesungguhnya yang diperlukan adalah *physical distancing* atau menjaga jarak aman antar individu dalam interaksi sosial. Sementara itu, di Indonesia menggunakan istilah *social distancing*. (Erdiansyah, 2020)

Pada kenyataan memang *physical distancing* tidak sepenuhnya dapat dipisahkan dengan *social distancing*. Dalam *social distancing* terdapat dimensi relasi sosial dan emosional. Oleh sebab itu, kebijakan *social distancing* kelihatannya belum sepenuhnya dipahami secara baik oleh masyarakat sebagai strategi pencegahan penyebaran Covid-19. Tujuan Pemerintah Indonesia dan di beberapa negara untuk menerapkan *social distancing* dalam kehidupan sehari-hari adalah untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 ini.

Terlepas dari istilah tersebut, di situasi saat ini yang paling penting adalah memberikan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat untuk menjaga jarak satu dengan yang lain. Dengan demikian penularan virus ini bisa terputus.

Namun hingga saat ini, imbauan tersebut belum dilakukan secara optimal. Walaupun, beberapa upaya telah dilakukan, seperti mengurangi jadwal dan operasional transportasi umum.

Karena, sekalipun Covid-19 sangat meresahkan masyarakat terkait dengan kesehatan dan keselamatan diri, namun ikatan relasi sosial masih lebih kuat dalam perspektif masyarakat. Peran dari perspektif interaksionis simbolik dalam *social distancing* dapat dilihat pada perilaku masyarakat, di mana penggunaan istilah *social distancing* menjadi dilema dalam penerapannya.

Social distancing sesungguhnya memiliki makna untuk memisahkan individu dari kerumunan, sehingga yang tadinya berkelompok mereka akan terpisah-pisah menjadi individu-individu. Indonesia dengan latar belakang budaya yang kuat membuat kebijakan *social distancing* sedikit sulit untuk diberlakukan.

Mendengar berita Corona di kota Jakarta sepertinya menegangkan juga. Namun bagi mereka yang tinggal di pinggiran kota, tidaklah seheboh yang di kota Jakarta. Penerapan *social distancing* ini seakan tidak berlaku bagi masyarakat pinggiran kota, walaupun mereka sudah tahu pandemi ini dan bahayanya bagi manusia. Salah satunya adalah Kota Tangerang.

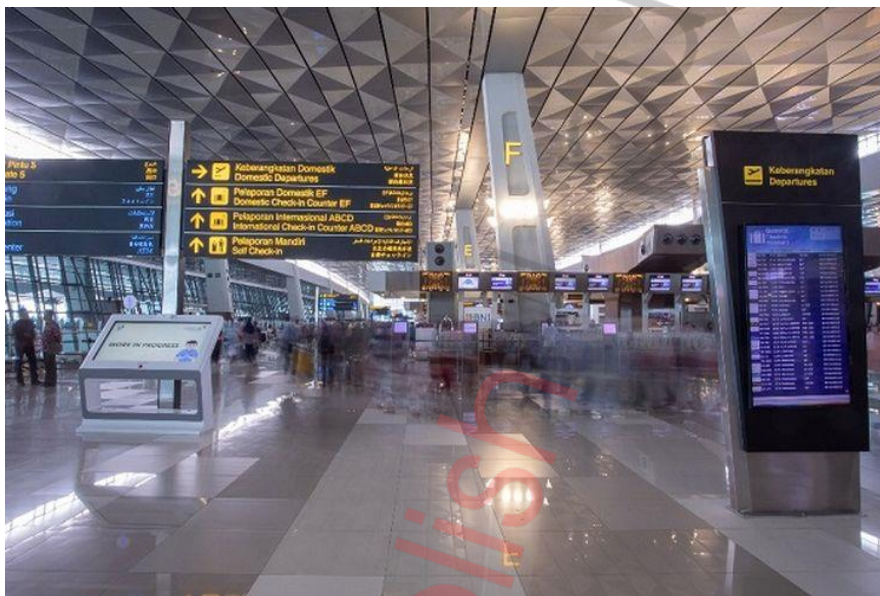


Gambar 1. Geografis Kota Tangerang
Sumber: (<https://tangerangkab.go.id>, 2020)

Kota Tangerang terletak pada posisi 106 36 - 106 42 Bujur Timur (BT) dan 6 6 - 6 Lintang Selatan (LS) membuat Kota Tangerang sangat strategis karena berada di antara Ibukota Negara DKI Jakarta dan Kabupaten Kota Tangerang. Sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 13 Tahun 1976 tentang Pengembangan Jabotabek (Jakarta,

Bogor, Kota Tangerang, Bekasi), Kota Tangerang merupakan salah satu daerah penyangga Ibukota Negara DKI Jakarta. (<https://biropemerintahan.bantenprov.go.id>, 2020)

Dengan posisi yang sangat strategis tersebut menjadikan pertumbuhan Kota Tangerang maju pesat. Pada satu sisi wilayah Kota Tangerang menjadi daerah limpahan berbagai kegiatan di Ibukota Negara DKI Jakarta, di sisi lain Kota Tangerang dapat menjadi daerah kolektor pengembangan wilayah Kabupaten Kota Tangerang sebagai daerah dengan sumber daya alam yang produktif.



Gambar 2. Bandara Internasional Soekarno- Hatta
Sumber: (<https://soekarnohatta-airport.co.id>, 2020)

Pesatnya pertumbuhan Kota Tangerang dipercepat pula dengan keberadaan Bandara Internasional Soekarno-Hatta yang sebagian arealnya termasuk ke dalam wilayah administrasi Kota Tangerang. Gerbang perhubungan udara Indonesia tersebut telah membuka peluang bagi pengembangan kegiatan perdagangan dan jasa secara luas di Kota Tangerang.

Di saat pemerintah meliburkan sekolah dan melarang berbagai kegiatan yang menimbulkan keramaian, masih banyak masyarakat, khususnya anak-anak muda yang belum memahami, bahwa itu merupakan salah satu cara untuk memutus mata rantai penyebaran virus corona (Covid-19) yang kian merebak.

Dengan banyaknya UMKM di Kota Tangerang, membangun kebiasaan/*habitus* untuk berkumpul di pusat-pusat keramaian seperti pertokoan, pasar, *supermarket*, pabrik-pabrik, sehingga ketika diumumkan *social distancing* di Kota Tangerang masih ditemukan warga yang tetap menjalankan aktivitasnya seperti biasanya.

Warga pun masih tetap pergi ke tempat kerja, masih berlama-lama di pasar, masih tetap bertamu ke tetangga, masih tetap berjualan sehingga terjadi kerumunan antara penjual dan pembeli, bahkan masih ada warga yang ditemui di tempat-tempat umum, seperti kerumunan warga, nongkrong di kafe, warung kopi dan lainnya. (Melani, 2020)

Seperti yang terjadi di beberapa titik di Kota Tangerang, di antaranya kawasan Green Lake City, depan Perumahan Puri 11, kecamatan Karang Tengah dan Jalan Pajajaran, sekitar *pool* bus AJA, Kelurahan Cibodas Baru, Kecamatan Cibodas, Kota Tangerang, Banten. Hampir setiap sore hingga larut malam, muda-mudi berkumpul di wilayah tersebut, hanya untuk ngobrol dan bersenda gurau. (Raharjo, 2020)

Hal senada juga terjadi di Jalan Pajajaran, sekitar *pool* bus AJA, Kelurahan Cibodas Baru, Kecamatan Cibodas, Kota Tangerang, Banten. Semenjak pemerintah meliburkan sekolah, lokasi tersebut ramai didatangi anak-anak muda hanya untuk nongkrong. Bahkan tidak jarang di lokasi tersebut, sering terjadi percekocokan dan perkelahian antara mereka. Akibatnya, warga sekitar resah lantaran imbauan mereka juga tidak didengar (Handoyo, 2020).

Hal yang lebih menggejutkan, di tengah wabah virus tersebut, dua pantai yang terkenal pasir putih dan ombak landai itu dibanjiri wisatawan yang mayoritas dari Jakarta dan Kota Tangerang. Wabah Covid-19 yang melanda sejumlah daerah di Indonesia tidak

menyurutkan niat wisatawan untuk mengunjungi Pantai Carita dan Anyer di Pandeglang, Banten. Para wisatawan memilih untuk berwisata ke Carita dan Anyer karena daerah ini tidak jauh dari tempat tinggal mereka. Apalagi beberapa objek wisata di Jakarta dan Kota Tangerang sudah ditutup. (Nasution, 2020).

Artikel ini akan menjelaskan bagaimana mengapa *social distancing* sulit dilakukan di Kota Tangerang berdasarkan pemikiran Pierre Bourdieu mengenai habitus, kapital, dan arena.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Pierre Bourdieu-Sosiologi Kultural

Pierre Bourdieu (1930-2002) adalah seorang intelektual Prancis dalam ilmu sosiologi dan filsafat. Ia mendapat pengaruh dari Aristoteles, Thomas Aquinas, Hegel, Marx, Durkheim, Ferdinand de Saussure, Levi Strauss, Wittgenstein, Heidegger (Lubis, 2015, p. 92). Pengaruh kuat berasal dari Karl Marx dan Max Weber.



Gambar 3. Pierre Bourdieu
Sumber: Setiawan (2016)

Bourdieu meramu pemikiran beberapa pemikir tersebut menjadi bentuk pemikiran baru yang menekankan peran aktor atau subjektivitas yakni yang dikenal dengan metode strukturalisme-konstruktif. Bourdieu dikenal dengan pengembangan kajian sosiologi kultural dan sosiologi reflektif atau metasosiologi (Budiono, 2016).

Pemikiran Marx Weber memberikannya kesadaran tentang pentingnya dominasi dan sistem simbolik dalam kehidupan sosial, serta gagasan tatanan sosial. Pemikiran tersebut dalam Bourdieu bertransformasi menjadi teori arena (*fields*), tindakan bermakna, yaitu tindakan terkait dengan reaksi atau perilaku orang lain. Penjelasan sosial harus selalu memperhitungkan dimensi simbolis yang berkaitan dengan legitimasi kekuasaan (tradisional, karismatik, legal-rasional. (Fashri, 2014)

Dalam kehidupan sosial, perlu adanya pemahaman terhadap interaksi di antara manusia, begitu pun dalam menerangkan kejadian atau fenomena sosial, untuk melihat apa yang dikatakan atau yang tengah terjadi. Butuh memeriksa *ruang/ranah sosial (social space)*, tempat interaksi, transaksi, dan peristiwa berlangsung.

Inti teori sosiologi kultural Bourdieu adalah “teori tentang praktik manusia” yang memadukan teori yang berpusat pada agen atau aktor (*agent centred*) dengan penjelasan objektivisme yang menekankan dimensi struktur dalam membentuk kehidupan sosial. Dasar pembentukan teorinya tak lepas dari pengalaman Bourdieu sendiri yang kemudian mempengaruhi bangunan teorinya dalam karya-karyanya, yakni pengalamannya selama di Aljiers, Aljazair yang melakukan penelitian di masyarakat Aljiers sambil menjadi asisten dosen, setelah ia lulus dari sekolah filsafat terkemuka di Paris, Prancis, yakni Lycée Louis le Griaud dan École Normale Supérieure pada tahun 1951. (Budiono, 2016).

2.2. Konsep Dasar Bourdieu

Bourdieu memahami realitas sosial sebagai relasi dialektika antara individu (agen, struktur subjektif) dengan struktur objektif yakni struktur itu sendiri. relasi dialektika ini melibatkan unsur-unsur subjektif seperti mental individual, struktur pengalaman individual, struktur kognitif, dsb yang berdialektika dengan struktur objektif. Dialektika ini menghasilkan “praktik”. Dan dalam relasi dialektika ini, Bourdieu memunculkan konsep-konsep untuk menjelaskan *habitus*, kapital, dan arena.

A. *Habitus*

Habitus menurut Pierre Bourdieu merupakan produk sejarah sebagai warisan dari masa lalu yang dipengaruhi oleh struktur yang ada. *Habitus* diperoleh sebagai akibat dari ditempatinya posisi di dunia sosial dalam waktu yang panjang. Bourdieu juga mengatakan bahwa, *Habitus* bukanlah hasil dari kehendak bebas, atau ditentukan oleh struktur, tapi diciptakan oleh semacam interaksi antar waktu: disposisi yang keduanya dibentuk oleh peristiwa masa lalu dan struktur, bentuk praktik dan struktur saat ini, serta persepsi saat ini. Dalam hal *Habitus* dibuat dan direproduksi oleh penguasa serta diterapkan pada orang yang dikuasai secara tidak sadar. (Adib, 2012)

Bourdieu merumuskan konsep *Habitus* sebagai analisis sosiologis dan filsafati atas perilaku manusia. Dalam arti ini, *Habitus* adalah nilai-nilai sosial yang dihayati oleh manusia, dan tercipta melalui proses sosialisasi nilai-nilai yang berlangsung lama, sehingga mengendap menjadi cara berpikir dan pola perilaku yang menetap di dalam diri manusia tersebut. *Habitus* seseorang begitu kuat, sampai mempengaruhi tubuh fisiknya. *Habitus* yang sudah begitu kuat tertanam serta mengendap menjadi perilaku fisik disebutnya sebagai Hexis (Wattimena, 2012).

Bourdieu juga menyatakan bahwa *Habitus* secara erat berhubungan dengan modal (kapital), karena sebagian *Habitus* tersebut berperan sebagai pengganda berbagai jenis modal yakni kapital sosial, kapital ekonomi, kapital budaya dan kapital simbolik.

B. Kapital/Modal

Kapital menurut Bourdieu adalah sebuah pendasaran tentang konsep masyarakat sebagai kelas, di mana jumlah modal yang dimiliki oleh masyarakat menentukan keanggotaannya di kelas sosial. Kapital merupakan modal yang memungkinkan kita untuk mendapatkan kesempatan-kesempatan di dalam hidup. Kapital bisa diperoleh, jika orang memiliki *Habitus* yang tepat dalam hidupnya. Walaupun terpengaruh oleh Marx, Bourdieu memiliki konsep yang berbeda dalam memahami kapital yang tidak sebatas ekonomi saja. Bourdieu

memperluasnya menjadi kapital sosial, ekonomi, budaya, dan simbolik. (Fashri, 2014)

Bourdieu menjelaskan modal sebagai “kerja yang terakumulasi (dalam bentuk terbendakan atau menubuh) yang, jika dimiliki eksklusif, oleh agen atau sekelompok agen, memungkinkan mereka memiliki energi sosial dalam bentuk kerja yang direifikasi maupun yang hidup” (Richardson, 1986). Modal ini tidak bisa hanya dimengerti sebagai modal ekonomi saja. Untuk mengetahui struktur dari dunia sosial dan mekanisme kerjanya, modal yang ada dalam struktur atau ranah harus dimengerti dalam berbagai bentuknya. Dengan menguasai modal dalam berbagai bentuknya, seseorang dapat menentukan posisinya sebagai penguasa struktur ranah (Fashri, 2014).

- **Kapital Sosial**

Kapital sosial merupakan jaringan hubungan sebagai sumber daya untuk penentuan kedudukan sosial. Hal ini juga mampu menjembatani disiplin-disiplin ilmu sosial walaupun mengalami banyak perubahan perspektif terhadap konsep “kapital” ini. Sementara itu, kapital simbolik menghasilkan kekuasaan simbolik. Kekuasaan simbolik sering membutuhkan simbol-simbol kekuasaan seperti jabatan, mobil mewah, kantor prestise, gelar, status tinggi, nama keluarga ternama. Kapital simbolik adalah semua bentuk pengakuan oleh kelompok baik secara institusional atau tidak. Jadi, kapital sosial merupakan segala ikatan sosial yang dapat digerakkan untuk kemajuan orang, misalnya jaringan kerja, jaringan bisnis, dll (Ningtyas, 2015)

- **Kapital Ekonomi**

Kapital ekonomi merupakan sumber daya yang bisa menjadi sarana produksi dan sarana finansial. Kapital budaya bisa berupa ijazah, pengetahuan, kode budaya, cara berbicara, kemampuan menulis, cara pembawaan, cara bergaul yang berperan dalam penentuan kedudukan sosial. Kapital ekonomi merupakan modal ekonomis yang melukiskan sumber daya finansial. (Riley, 2009)

- **Kapital Budaya**

Kapital budaya merupakan dimensi habitus yang lebih luas, dengan demikian mencerminkan lokasi sosial pemiliknya. Dalam bukunya *Distinction*, Bourdieu menyerang gagasan filosofis bahwa penilaian estetis dapat dibentuk atas dasar kriteria universal dan objektif tentang citarasa baik dan buruk. Menurutnya, citarasa ditentukan secara sosial. Riset empiriknya terhadap kelas sosial tertentu, seperti buruh, akademisi, teknisi, dalam kaitan cita rasanya terhadap musik, seni, makanan, dan sebagainya, menunjukkan modal budaya yang dibentuk oleh lokasi sosial. Modal budaya memerlukan waktu yang lama untuk memperolehnya dan menyatu di dalam pengertian diri masyarakat. Modal sosial dan ekonomi dapat dipertukarkan satu sama lain, demikian pula modal budaya. (Riley, 2009)

- **Kapital Simbolik**

Kapital simbolik merupakan modal yang dapat ditukar dan membawa posisi yang dapat memunculkan kekuasaan, yakni kekuasaan untuk merepresentasikan dunia sosial yang legitimit atau kekuasaan simbolik http://wkwk.lecture.ub.ac.id/2016/01/pemikiran-pierre-bourdieu-dalam-memahami-realitas-sosial/-_ftn12. Bourdieu juga mencatat, mereka yang menguasai keempat modal tersebut dalam jumlah yang besar akan memperoleh kekuasaan yang besar pula. Dengan demikian, modal harus ada dalam sebuah ranah (arena) agar ranah memiliki daya-daya yang memberikan arti. Kuasa simbolik Bourdieu hadir dalam arena dari relasi dialektiknya dengan *Habitus* dan modal (kapital), terutama kapital simbolik. Seseorang yang menguasai kapital dengan *Habitus* yang memadai akan menguasai arena dan memenangkan pertarungan sosial karena di dalam arena selalu terjadi pertarungan sosial. (Fashri, 2014).

C. Arena (Ranah/Field)

Arena menurut Bourdieu merupakan sebuah area pertarungan dan perjuangan, di mana setiap arena pasti memiliki aturan main dan

logikanya sendiri-sendiri serta semua arena dapat membangkitkan keyakinan bagi para aktor mengenai sesuatu yang dipertaruhkan. Ia menggunakan konsep *field*, yakni arena sosial di mana orang berstrategi dan berjuang untuk mendapatkan sumber daya yang diinginkan. Arena disebut juga sebagai sistem dari kedudukan sosial yang terstruktur secara internal dalam hubungan kekuasaan. Arena mempunyai otonomi, dan semakin kompleks suatu masyarakat, maka semakin banyak arena yang terdapat di dalamnya (Fashri, 2014).

3. PEMBAHASAN

3.1. *Habitus* Kota Tangerang

Sejarah mencatat lahirnya Kota Tangerang bermula dari sebutan kepada sebuah bangunan tugu berbahan dasar bambu yang didirikan oleh Pangerang Soegiri, putra Sultan Ageng Tirtayasa dari Kesultanan Banten. Tugu tersebut terletak di bagian Barat Sungai Cisadane yang diyakini saat ini berada di wilayah kampung Gerendeng. Oleh masyarakat sekitar, bangunan tugu tersebut disebut “tengger” atau “tetengger” yang dalam bahasa sunda berarti tanda atau penanda.



Gambar 4. Sejarah Kota Tangerang
Sumber: <https://tangerangkab.go.id> (2020)

Sejarah berdirinya Kota Tangerang tidak lepas dari sejarah perjuangan Kesultanan Banten melawan Kolonialisme Belanda. Nama “Kota Tangerang” yang menunjuk kepada suatu daerah yang berada di bantaran sungai Cisadane, yang dahulu dikenal dengan nama Untung Jawa, lahir dari beberapa kejadian pada masa lampau hingga akhirnya resmi disebut “KOTA TANGERANG”. (www.pdamtirtabenteng.co.id, 2020)

Secara garis besar komposisi penduduk di Kota Tangerang pada awalnya, terdiri atas etnik Sunda, Jawa, Betawi, Cina, Arab dan Eropa. Pada masa itu kelompok etnik Sunda sebagian besar menempati daerah Kota Tangerang Selatan dan Kota Tangerang Tengah yang meliputi wilayah kecamatan Kota Tangerang, Cikupa, Serpong, Curug, Tigaraksa dan Legok.

Kelompok etnik Sunda masa itu pada umumnya mempunyai mata pencaharian sebagai petani dan mengusahakan barang-barang kerajinan. Mereka umumnya penganut agama Islam yang taat. Kelompok etnik Betawi sebagian besar menempati wilayah sepanjang perbatasan Batavia seperti wilayah kecamatan Teluknaga, Batuceper, Ciledug dan Ciputat. Pada masa itu mereka hidup sebagai petani yang sekaligus juga pedagang. Barang dagangan yang mereka jual terutama buah-buahan dan sayur-sayuran. Wilayah mereka relatif dekat dengan Batavia sehingga memungkinkan mereka menjual hasil pertanian ke Batavia. (<https://indonesia.go.id>, 2019)

Menurut kronik sejarah Banten, kedatangan orang Sunda di Kota Tangerang berawal dari keikutsertaan orang-orang Priangan menyerbu Batavia bersama pasukan Mataram, namun setelah usai perang mereka tidak kembali ke daerahnya melainkan minta izin tetap tinggal di Kota Tangerang. Rombongan warga Tionghoa mendarat di muara sungai Cisadane dengan menggunakan perahu sederhana. Mereka datang untuk bekerja sebagai buruh, petani dan pedagang. Mereka hidup pas-pasan dan melakukan kerja sama dengan pemerintah kolonial Belanda yang kala itu menduduki Tangerang. (<https://pesona.travel>, 2020).



Gambar 5. Sungai Cisadane, Tangerang
Sumber: (<https://pesona.travel>, 2020)

Menurut catatan sejarah abad 16, banyak kapal dagang kecil memasuki muara Cisadane di pesisir Laut Jawa untuk berlabuh ke Tangerang. Kala itu daerah Mauk, Kedaung, Sewan, Kampung Melayu, dan Teluk Naga, masih berupa rawa-rawa, sehingga muara Cisadane masih berada di dekat Tangerang. Rombongan pertama inilah yang menjadi cikal bakal warga Cina Benteng Tangerang yang dikenal saat ini. (<https://KotaTangerangkab.go.id>, 2020).



Gambar 6. Pakaian adat Cina Benteng
Sumber: Nursalam (2011)

Akulturası budaya Nusantara kental terhadap masyarakat Cina Benteng (Ciben) sebutan untuk warga Tionghoa asli Kota Tangerang. Cina Benteng merupakan sebutan bagi warga keturunan Tionghoa yang tinggal di daerah Kota Tangerang, Banten. Benteng sendiri merupakan sebutan bagi Kota Tangerang pada masa lampau. Hal ini berkaitan dengan adanya benteng yang dibangun oleh pemerintah Belanda sebagai benteng pertahanan dari serangan pasukan kesultanan Banten. (<https://pesona.travel>, 2020)

Kehidupan masyarakat Etnik Cina yang dikenal dengan istilah Cina Benteng (Ciben) dimulai dari pendaratan nenek moyang di Teluk Naga pada 1407 oleh Chen Ci Lung. Kelompok Etnik Cina ini diperkirakan datang bersamaan dengan Belanda yang menduduki dan membangun Batavia. Pembangunan Kota Batavia pada waktu itu membutuhkan sejumlah tenaga tukang sehingga perlu didatangkan imigran-imigran Cina ke Batavia. Selain itu ada pula orang-orang Cina yang telah tinggal di sini sebelum Belanda datang.



Gambar 7. Pasar Lama, Tangerang
Sumber: www.idntimes.com (2020)

Kawasan pecinan Kota Tangerang berlokasi di Pasar Lama, Benteng Makassar, Kapling, Karawaci dan Poris. Orang-orang dapat menemukan makanan dan barang-barang berkhas China. Lippo Village adalah lokasi permukiman baru. Kebanyakan penduduknya adalah pendatang, bukan asli Cina Benteng. Secara sosial dan agama,

warga Cina Benteng dan masyarakat Pribumi asli Tangerang, hidup berdampingan. Keharmonisan sesama antar suku, etnis, agama, budaya, dan seni menjadi satu. Terlihat dari kerukunan agama yang terjalin, keserasian dalam bertetangga dan kerja sama saling menguntungkan tercipta sejak ratusan tahun lalu. (<https://biropemerintahan.bantenprov.go.id>, 2020).



Gambar 8. Kelenteng Boen Tek Bio
Sumber: Khairunnisa (2019)

Di kawasan Cina Benteng Kota Tangerang juga terdapat kelenteng tertua, yaitu Boen Tek Bio. Kelenteng ini menjadi saksi sejarah akulturasi budaya masyarakat Tionghoa di Kota Tangerang. Klenteng tua ini digunakan sebagai tempat ibadah tiga agama, yaitu Konghucu, Tao dan Budha. Selain Boen Tek Bio, di Kota Tangerang terdapat dua kelenteng tua lainnya, yaitu Boen Hay Bio dan Boen San Bio. (www.idntimes.com, 2020)

Selain itu, di Kota Tangerang terdapat Museum Benteng Heritage yang merupakan museum peranakan Cina Benteng satu-satunya di Indonesia. Museum ini berdiri pada 2011 lalu, menempati sebuah rumah tua yang dibangun sejak abad ke 17. Di dalam museum itu, dapat ditemukan beragam koleksi yang menggambarkan sejarah Cina Benteng di Tangerang.



Gambar 9. Museum Benteng Heritage
Sumber: <https://travel.kompas.com> (2019)

Museum yang dikelola oleh Udaya Salim, tokoh Budayawan Cina Benteng ini memajang foto yang mengisahkan toleransi antar orang Cina Benteng dengan penduduk pribumi yang sudah terjalin sejak zaman dahulu kala.



Gambar 10. Museum Benteng Heritage
Sumber: <https://www.liputan6.com> (2014)

Kaum Cina Benteng yang tinggal di kawasan Pasar Lama kemudian berakulturasi dengan masyarakat Muslim yang ada di sana. Akulturasi tersebut menghasilkan hubungan yang rukun antara keduanya dan meninggalkan banyak artefak bersejarah. Sampai saat

ini toleransi tersebut dapat dilihat di Pasar Lama, dari hal paling mudah makanan peranakan yang disajikan halal dan rumah ibadah yang berdekatan.



Gambar 11. Masjid Jami Kalipasir
Sumber: <https://travel.kompas.com> (2019)

Masjid Agung ini merupakan salah satu masjid tertua di Kota Tangerang. Konon masjid ini telah ada sejak abad ke-16. Masjid Jami Kalipasir yang berada di bantaran Sungai Cisadane dan di sisi kawasan padat penduduk Kalipasir memang memiliki nilai sejarah yang tinggi. Masjid ini juga menggambarkan kerukunan antar umat beragama yang ada di kawasan Pasar Lama. Pasalnya, masjid ini memiliki menara yang menyerupai pagoda yang biasa ditemukan di wihara (<https://travel.kompas.com>, 2019).

3.2. Kapital Kota Tangerang

- **Kapital Sosial**

Kota Tangerang memiliki jumlah komunitas Tionghoa yang cukup signifikan, banyak dari mereka adalah campuran Cina Benteng. Secara sosial dan agama, warga Cina Benteng dan masyarakat Pribumi asli Kota Tangerang, hidup berdampingan.

Dalam perjalanan kurun waktu 12 Tahun Kota Administratif Kota Tangerang menunjukkan perkembangan dan pertumbuhan yang sangat pesat di segala bidang, baik dalam penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan dan pembinaan kemasyarakatan.

Kota Tangerang juga terkenal dengan kuliner tradisionalnya, yaitu Laksa, atau yang lebih dikenal dengan Mie Laksa. Mie Laksa adalah salah satu dari sekian banyak makanan tradisional ternama yang tercipta lewat perpaduan antara Tionghoa dengan Melayu. Sesuai dengan namanya, “Laksa” berasal dari bahasa sanskerta yang berarti *banyak*. Kata banyak sendiri merujuk pada pembuatan Mi Laksa yang menggunakan racikan dari banyak macam bumbu dapur. (<https://indonesia.go.id>, 2019)



Gambar 12. Laksa Tangerang
Sumber: <https://indonesia.go.id> (2019)

Seiring dengan berjalannya waktu, kepopuleran Laksa Kota Tangerang tidak hanya sebatas kalangan masyarakat sekitar saja, tetapi juga sudah terkenal di Jakarta, hingga ke Bogor. Berkat kepopulerannya, makanan ini mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah setempat.

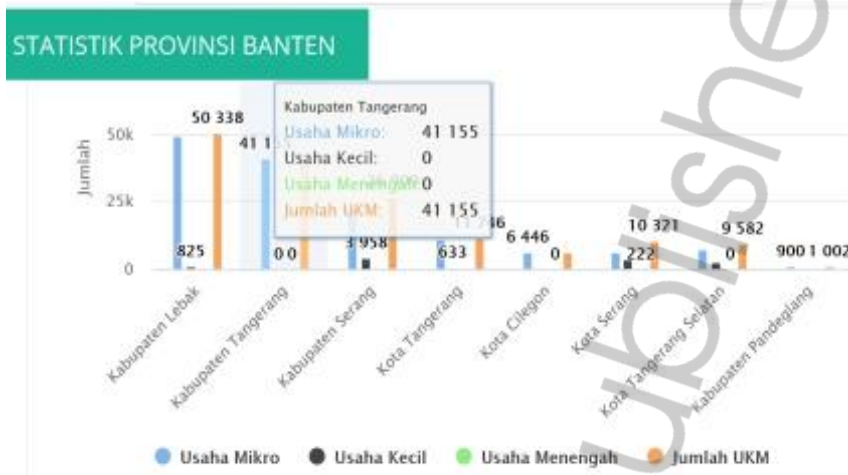


Gambar 13. Kawasan Kuliner Laksa
Sumber: Permana (2018)

Pemerintah Kota Tangerang memfasilitasi penjual laksa dengan menyediakan bangunan pondok yang terbuat dari bambu dan beratap jerami. Tepatnya berlokasi di Jalan Mohamad Yamin, Kota Tangerang. Wisata kuliner Laksa Kota Tangerang kini siap menyajikan kenikmatan kuliner dengan tempat yang nyaman nan asri. (<https://indonesia.go.id>, 2019).

- **Kapital Ekonomi**

Kota Tangerang dikenal dengan julukan Kota Seribu Industri, Sejuta Jasa. Kota Tangerang tidak hanya menjadi pusat industri tetapi juga menjadi kota bisnis, perdagangan dan jasa. Hal ini merupakan potensi tersendiri untuk masyarakat Kota Tangerang. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap mampu menyejahterakan masyarakat. Berbagai produk yang dihasilkan diharapkan dapat membantu perekonomian.



Gambar 14. Jumlah UMKM Banten 2018

Sumber: <https://statistik.bantenprov.go.id>

Berdasarkan data statistik Provinsi Banten, jumlah industri di Kabupaten Kota Tangerang berjumlah 41.155 yang semuanya adalah UMKM. UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di suatu daerah. Bahkan, ketika perekonomian nasional sedang mengalami pelambatan dan daya beli masyarakat menurun, UMKM tumbuh pesat dan mampu membuka peluang kerja baru bagi masyarakat kreatif dan inovatif. Terobosan terbaru di mana produk usaha mikro Kabupaten Kota Tangerang masuk mal (<https://KotaTangerangkab.go.id>, 2019).

Dinamika kehidupan perekonomian kota ditandai dengan berkembangnya unit-unit usaha dan perdagangan termasuk pertumbuhan jumlah penduduk yang mencapai 921.848 jiwa, dengan laju pertumbuhan mencapai 8,27 % yang diakibatkan derasnya arus urbanisasi yang pada akhirnya berpengaruh bagi kehidupan sosial-politik, budaya dan perekonomian masyarakat. (Erdiansyah, 2020).

- **Kapital Budaya**

Budaya kehidupan masyarakat Tionghoa Tangerang sangat erat dengan pekuburan kelas atas yaitu Tanah Gocap dan Tanah Cepe.

Keduanya merupakan sebuah tempat yang berisikan kuburan-kuburan berukuran besar. Pemakaman di Tanah Cepe yang dikelola oleh perkumpulan dan keagamaan sosial Boen Tek Bio biasanya pada waktu tertentu, khususnya setiap April, diadakan tradisi Cheng Beng yaitu sembahyang kubur khususnya bagi orang Tionghoa.

Ceng Beng berasal dari bahasa Hokkien yang berarti terang dan cerah. Tradisi yang sudah turun-temurun diadakan sejak zaman Dinasti Ming itu dimaksudkan untuk menghormati para leluhur dan sanak keluarga yang sudah meninggal dunia. Keharmonisan sesama antar suku, etnis, agama, budaya, dan seni menjadi satu. Banyak makam Tionghoa yang berlokasi di Kota Tangerang. (www.bacatangerang.com, 2019)

Hal yang cukup mengejutkan adalah adanya makam seorang muslim di Tanah Gocap tersebut tidak bisa dijelaskan, sebab makam tersebut sudah ada sejak jaman kolonial Belanda. Namun alasan jelas di era penjajahan Belanda para pejuang di Tangerang yang bertempur, sebagian ada yang gugur dan segera dimakamkan di Tanah Gocap. Sehingga dapat ditarik asumsi bahwa para pejuang dahulu tidak mengenal perbedaan agama, sangat mengedepankan toleransi. Semua demi mengutuhkan pengorbanan dan kemerdekaan di tanah Tangerang.



Gambar 15. Kuburan Tanah Gocap
Sumber: www.bacatangerang.com (2019)

Kebudayaan yang ada di masyarakat Tionghoa Benteng (Kota Tangerang) saat ini beberapa merupakan hasil akulturasi dengan kebudayaan Sunda dan Betawi. Salah satu bentuk akulturasi budaya yang dapat ditemukan pada masyarakat keturunan Tionghoa Benteng adalah dari bentuk pakaian adat mereka. Ragam budaya yang ada misalnya: Lenggang Cisadane, Gambang Kromong, Lenong, Barongsai. Dan Silat Beksi.

- **Kapital Simbolik**

Tangerang sebagai kota kecil *metropolitan*, bila dirunut pada benang merahnya tentu tidak lepas peranan dari sisi sejarah. Kota yang terbangun dengan sangat indah sekarang ini juga memiliki sisi historis yang sangat kental akan simbol budaya dan kehidupan masyarakatnya. Bahkan, sejak jaman kompeni saja masyarakat Tangerang sudah memegang teguh rasa persaudaraan.

Kapital simbolik yang dimiliki Kota Tangerang mengejawantah melalui Kampung-kampung tematik yang dibangun di Kota Tangerang. Dalam pelaksanaan di lapangan, seluruh warga bergotong royong dengan dana sendiri, membangun, membersihkan, maupun menata kampung. Kampung Anggur, Kampung Talas, Kampung Pingli, dan Kampung Markisa merupakan kampung yang dibangun sebagai penerapan nilai-nilai gotong royong.



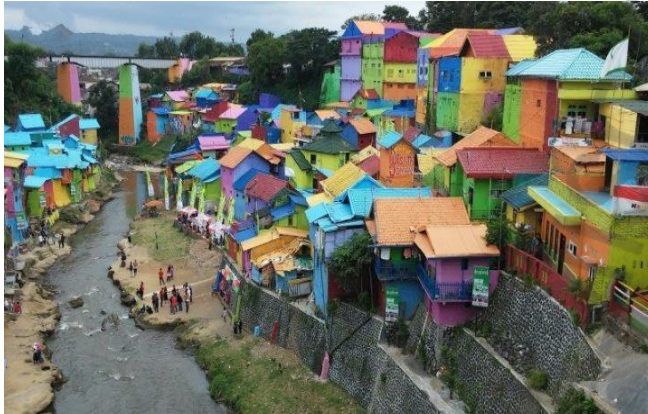
Gambar 16. Kampung Anggur
Sumber: www.dimensinews.co.id (2020)

Kampung Anggur ini tercipta tanpa bantuan dari pemerintah setempat, melainkan timbul dari kesadaran masyarakat. Selama kondisi mewabahnya Covid-19 ini, pejabat bersama-sama masyarakat bergotong royong dalam pembuatan masker dan sudah didistribusikan secara gratis kepada masyarakat sekitar lebih dari 5000 lembar masker (www.dimensinews.co.id, 2020).



Gambar 17. Kampung Talas
Sumber: <https://tangerangnews.com> (2019)

Kampung Talas (tertib berlalu lintas) terletak di RW 04, Asrama Polri, Pasar Baru, Kota Tangerang. Kampung ini dikembangkan menjadi destinasi Kampung wisata edukasi berupa tertib aturan lalu lintas, yang diberikan oleh Pihak Kepolisian diperuntukan kepada masyarakat. Kampung Talas kemudian didukung Satlantas Polres Metro Tangerang Kota sehingga kampung ini telah difasilitasi APIL (alat peraga Lalu lintas), taman bermain, marka jalan, rambu-rambu lalu lintas, *traffic light* (<https://tangerangnews.com>, 2019).



Gambar 18. Kampung Pingli
Sumber: www.sinarbanten.com (2019)

Kampung Pingli (pinggir kali) Cisadane ini terletak di RT 03 RW 04 Kelurahan Pasar Baru, Tangerang. Kampung Pingli ini mengembangkan pusat edukasi perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS). Kampung Pingli pun terus berbenah menjadi kampung tematik yang layak huni dan layak dikunjungi, dengan penataan sampah, kehadiran tanaman di setiap rumah sampai spot *selfie* di sudut lingkungan.



Gambar 19. Kampung Markisa
Sumber: <http://abouttng.com> (2019)

Kampung Markisa adalah kependekan dari Kampung Mari Kita Sadar yang berlokasi di Ks. Tubun No. 17, Pasar Baru, Kecamatan Karwaci, Kota Tangerang. Kampung yang dulunya kumuh disulap menjadi permukiman penuh warna dan asri. Kampung ini dibentuk dalam rangka Asian Games 2018, guna mengoptimalkan kunjungan wisata ke kota Tangerang. Kampung Markisa menawarkan destinasi wisata edukasi yang cukup lengkap. Ada wisata kuliner khas Kampung Markisa seperti Miredagi (Mie Rebus Dan Ginseng), melihat berbagai mural bertemakan Asian Games 2018, dan rumah warga yang dicat warna-warni yang tentunya sangat *instragramable*. (<http://abouttng.com>, 2019).

3.3. Ranah/Arena Pertarungan

Konsep ranah atau arena atau *field* merupakan ruang atau semesta sosial tertentu sebagai tempat para agen/aktor sosial saling bersaing. Di dalam ranah/arena para agen bersaing untuk mendapatkan berbagai sumber maupun kekuatan simbolis.

Ranah merupakan kekuatan yang secara parsial bersifat otonom dan di dalamnya berlangsung perjuangan posisi-posisi. Posisi-posisi itu ditentukan oleh pembagian modal. Di dalam ranah, para agen/aktor bersaing untuk mendapatkan berbagai bentuk sumber daya materiil maupun simbolik. Tujuannya adalah untuk memastikan perbedaan yang akan menjamin status aktor sosial.

Seiring berjalannya waktu, daerah Kota Tangerang yang kala itu berbentuk Kabupaten Daerah Tingkat II mengalami perkembangan yang sangat pesat. Letaknya yang berbatasan langsung dengan Ibu Kota menjadikan beberapa kecamatan yang berbatasan langsung menjadi pusat segala kegiatan baik pemerintah, ekonomi, industri dan perdagangan, politik, sosial budaya.



Gambar 20. Wisata Kuliner Pasar Lama
Sumber: <http://abouttng.com> (2019)

Arena wisata kuliner Kota Tangerang seperti daerah Pecinan Pasar Lama misalnya, tetap saja merupakan tujuan wisata kuliner terpadat di Kota Tangerang. Para pemilik toko kelontong, pemilik minimarket ataupun pemilik usaha kuliner merupakan agen/aktor sosial yang bersaing untuk mendapatkan kekuasaan melalui kapital ekonomi dan kapital budaya. Hal ini menyebabkan sekalipun ada himbauan *social distancing* dari Pemerintah, warga tetap mendatangi daerah Pasar Lama untuk wisata kuliner (<http://abouttng.com>, 2019).



Gambar 21. Kampus di Tangerang
Sumber: www.bacatangerang.com (2018)

Arena Pendidikan turut berperan membentuk habitus warga Kota Tangerang. Pesatnya perkembangan Pendidikan di Kota Tangerang khususnya Kota Tangerang Selatan membentuk habitus baru yang cukup membedakan daerah Kota Tangerang Selatan dengan daerah lainnya di Kota Tangerang.

Arena keagamaan pun sangat kental dalam Kota Tangerang. Sebagai contohnya, warga Kota Tangerang memiliki tradisi unik untuk merayakan Peringatan hari lahir Nabi Muhammad SAW atau Maulid Nabi Muhammad di Sungai Cisadane.

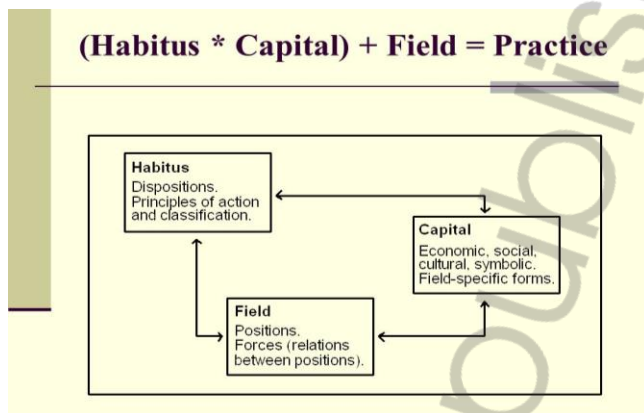


Gambar 22. Tradisi unik warga RW 02
Sumber: (<https://tangerangkab.go.id> (2018))

Warga RW 02, Kelurahan Babakan, Kecamatan Kota Tangerang tampak duduk di anak tangga sungai Cisadane mengitari berbagai jenis buah-buahan seperti salak, jeruk hingga kue tradisional dan kembang. Warga pun tampak khidmat berdoa. Tradisi yang digelar di bantaran sungai tersebut memberikan makna tersendiri. Tasyakuran ini digelar bertujuan untuk mensyukuri nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT. Perayaan tersebut merupakan tradisi turun temurun dan telah menjadi adat istiadat yang diwariskan leluhur daerah setempat yang hingga kini masih dipertahankan. (<https://tangerangkab.go.id>, 2020)

4. KESIMPULAN

(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik



Gambar 23. Teori Boudieu

Sumber: Adib (2012)

Teori praktik yang dikumandangkan oleh Pierre-Felix Bourdieu sangat berpengaruh dalam perkembangan sosial. Dalam teorinya Bourdieu menempatkan tiga kata kunci yang berlaku dalam praktik kehidupan masing-masing aktor yaitu, *habitus*, modal dan ranah.

Dengan mengetahui *habitus*, kapital dan arena yang dimiliki Kota Tangerang, maka terciptalah praktik yang berperan dalam kebudayaan. Selama masih ada agen-agen sosial yang memiliki *habitus* dan *capital* budaya yang sama, yang diwariskan oleh leluhur dan dipatuhi tanpa dipertanyakan oleh generasi-generasi berikutnya, maka praktik tersebut akan terus bereproduksi selama masih ada agen yang menggunakannya.

Bourdieu menyatakan ada beragam aturan yang tidak terucap dalam setiap arena/*field*. Dalam setiap arena memiliki kekuatan-kekuatan yang dinamis di mana beragam potensi dimungkinkan hadir di dalamnya. Pertarungan dalam setiap arena tersebut dapat mentransformasi atau mempertahankan posisi kekuatan dari penguasa yang sudah berkuasa sejak lama.

Habitus kebersamaan masyarakat Tangerang yang sudah dibangun sejak lama, didukung kapital yang dimiliki untuk bertarung di arena masing-masing, menciptakan praktik pengabaian, sehingga meskipun sudah ada himbuan dari Pemerintah untuk melakukan *social distancing*, namun tetap saja masyarakat Tangerang berkumpul dan membangun komunitas secara fisik. Hal ini yang menyebabkan sulitnya penerapan *social distancing* di Tangerang.

5. REFERENSI

- Abdullah, F. (2020, April 10). Retrieved from <https://bantenhits.com/2020/04/10/umkm-di-lebak-mulai-berguguran-terimbas-corona/>
- Adib, M. (2012). Agen dan Struktur dalam Pandangan Pierre Bourdieu. *Jurnal BioKultur, Vol 1, No. 2, Juli-Desember*, 91-110.
- Azis, I. (2020, Maret 25). Retrieved from <https://tirto.id/japelidi-edukasi-warga-cegah-virus-corona-dalam-42-bahasa-daerah-eHzl>
- Erdiansyah, R. (2020, Maret 30). Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/30/142329065/social-distancing-dan-hambatannya-dalam-sosio-kultural-indonesia>.
- Fashri, F. (2014). *Pierre Bourdieu Mengungkap Kuasa Simbol*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fauzi, A. I. (2020, April 9). Retrieved from <https://tangerangnews.com/kota-tangerang/read/30916/Dampak-Corona-Ratusan-UMKM-di-Kota-Tangerang-Terancam-Gulung-Tikar>
- Handoyo, A. (2020, Maret 29). Retrieved from <https://www.redaksi24.com/titik-keramaian-saat-diberlakukan-social-distancing-di-kota-tangerang-masih-banyak-ditemui/>
- Iqbal, M. (2020, Maret 11). Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/muhammad-iqbal-15/cina-benteng-dan-kisah-tjen-tji-lung-bersama-9-gadis-yang-terdampar-nasional/5>

- Irfan, A. (2018, November 20). Retrieved from <http://www.tangerangnews.com/kota-tangerang/read/25374/Melihat-Tradisi-Unik-Warga-Tangerang-di-Sungai-Cisadane-Rayakan-Maulid-Nabi>
- Kartono, D. T. (2020, Maret 25). Retrieved from <https://www.inews.id/news/nasional/pentingnya-solidaritas-untuk-mendukung-social-distancing>
- Khairunnisa, S. N. (2019, November 25). Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2019/11/25/093000627/asal-usul-pasar-lama-tangerang-yang-erat-kaitan-dengan-cina-benteng?page=all>
- Kirnandita, P. (2020, Maret 19). Retrieved from <https://magdalene.co/story/penerapan-social-distancing-tak-merata-masih-dipandang-sebelah-mata>
- Melani, A. (2020, April 16). Retrieved from <https://surabaya.liputan6.com/read/4228788/pentingnya-disiplin-jaga-jarak-fisik-demi-lawan-corona-covid-19>
- Nasution, I. (2020, Maret 16). Retrieved from <https://regional.inews.id/berita/korona-mewabah-pantai-carita-anyer-banten-dibanjiri-wisatawan-jakarta>
- Ningtyas, E. (2015). Perre Bourdieu, Language and Symbolic Power. *Jurnal Poetika Vol. III No. 2, Desember*, 154-157.
- Nursalam. (2011, Juli 05). Retrieved from <https://nursalam.wordpress.com/2011/07/05/kenapa-cina-tangerang-disebut-cina-benteng/>
- Permana, D. E. (2018, Oktober 06). Retrieved from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3656235/cari-laksa-tangerang-yang-buka-24-jam-di-sini-tempatnya>
- Raharjo, F. (2020, Maret 18). Retrieved from <https://www.brilio.net/creator/pemkot-tangerang-serukan-social-distancing-6a7da6.html#>
- Richardson, J. G. (1986). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. USA: Greenwood Publishing Group,

- Incorporated. Retrieved from Pierre Bourdieu. "The Forms of Capital". terj. dari bahasa Jerman oleh Richard Nice dalam J. G. Richardson (Ed.). (New York: Greenwood Press 1986) 241
- Riley, P. S. (2009). *Cultural Theory: An Introduction, 2nd edition*. Oxford: Blackwell Publishing. Retrieved from <https://falsafahkita.wordpress.com/budaya-struktur-dan-agensi-dalam-pemikiran-pierre-bourdieu/>
- Setiawan, I. (2016, Maret 22). Retrieved from <https://matatimoer.or.id/2016/03/22/habitus-modal-simbolik-dan-dominasi-pengantar-singkat-menuju-pemikiran-pierre-bourdieu/>
- Sofiana, S. (2020, Maret 28). Retrieved from <https://surabaya.tribunnews.com/2020/03/28/japelidi-kampanye-lawan-hoaks-di-tengah-wabah-covid-19-dalam-42-bahasa-daerah>.
- Wattimena, R. (2012, April 24). Retrieved from <http://rumahfilsafat.com/2012/04/14/sosiologi-kritis-dan-sosiologi-reflektif-pemikiran-pierre-bourdieu>
- Wiryono, S. (2020, April 15). Retrieved from <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/15/09494311/dilema-operasi-industri-di-tangerang-perusahaan-dibayangi-kebangkrutan?page=2>.

Website Pendukung

- <https://soekarnohatta-airport.co.id>. (2020, Januari 20). Retrieved from https://soekarnohatta-airport.co.id/peta_bandara
- <https://tangerangkab.go.id>. (2020, Oktober 28). Retrieved from <https://tangerangkab.go.id/koperasi/detail-konten-skpd/show-berita-skpd/2190/47>
- <https://tangerangnews.com>. (2019, Agustus 14). Retrieved from <https://tangerangnews.com/kota-tangerang/read/28080/Kampung-Talas-di-Kota-Tangerang-Jadi-Tempat-Edukasi-Lalu-Lintas>

<https://travel.kompas.com>. (2019, Desember 04). Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2019/12/04/120100627/3-tempat-wisata-bersejarah-di-pasar-lama-tangerang?page=all>

<https://www.bacatangerang.com>. (2018, Mei 06). Retrieved from <https://www.bacatangerang.com/5-kampus-terkenal-di-tangerang/>

<https://www.liputan6.com>. (2014, Juni 09). Retrieved from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2060423/menelusuri-sejarah-cina-benteng-lewat-museum-cina-benteng>

<https://www.sinarbanten.com>. (2019, Juli 08). Retrieved from <https://www.sinarbanten.com/2019/07/08/warga-pinggirkali-cisadane-terapkan-hidup-bersih-dan-sehat/>

www.bacatangerang.com. (2019, Januari 18). Retrieved from <https://www.bacatangerang.com/tanah-gocap-dan-tanah-cepe/>

www.idntimes.com. (2020, Februari 12). Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/muhammad-iqbal-15/cina-benteng-dan-kisah-tjen-tji-lung-bersama-9-gadis-yang-terdampar-nasional/5>

<https://indonesia.go.id>. (2019, April 09). Retrieved from <https://indonesia.go.id/ragam/kuliner/ekonomi/mie-laksa-kuliner-khas-tangerang-buah-kebudayaan-peranakan>

<http://abouttng.com>. (2019, September 29). Retrieved from <http://abouttng.com/kampung-markisa/>

www.dimensinews.co.id. (2020, April 16). Retrieved from <https://www.dimensinews.co.id/66476/kampung-anggur-jadi-kampung-tematik-unggulan-di-kota-tangerang.html>

<https://biropemerintahan.bantenprov.go.id>. (2020, April 18). Retrieved from <https://biropemerintahan.bantenprov.go.id/profil-kota-tangerang>

<https://pesona.travel>. (2020, April 18). Retrieved from <https://pesona.travel/keajaiban/4315/melihat-dari-dekat-sejarah-cina-benteng-di-tangerang>

MITIGASI PANDEMI COVID-19 DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL YUVAL NOAH HARARI

Oleh:

Yohanes Probo Dwi Sasongko

yprobo@bundamuiia.ac.id

081808385884

PENDAHULUAN

“Umat manusia dihadapkan pada dua pilihan yang penting dalam upaya penanganan pandemi. Pertama, antara pengawasan totaliter dan pemberdayaan warga negara. Kedua, antara nasionalisme yang terisolasi dan solidaritas global.”

Yuval Noah Harari

Data rasional yang terpapar di media sosial menunjukkan, hampir di lebih dari 190 negara, termasuk Indonesia. Saat ini tengah bereskalasi, pada semakin menjamurnya badai pandemik makhluk renik tersebut (kompas.com). Di abad 21, di tengah gencar dan derasny arus komunikasi dan informasi saat ini. Kita tengah di terpa krisis global yang terjadi karena beberapa wabah penyakit yang tengah menjangkit. Pandemi yang tengah merebak tersebut, di antaranya, wabah Hantavirus, wabah Demam Berdarah, dan wabah Corona Covid-19 (suara.com).

Menyikapi kondisi yang seperti itu, penulis sekaligus sejarawan kebangsaan Israel, Yuval Noah Harari, dalam pemaparan argumentasinya, ia berpendapat bahwa seluruh penerapan aturan kebijakan yang diambil oleh setiap individu dalam menyikapi hal ini dan seluruh penentuan peraturan pemerintahan dalam melindungi

dan mengatur kehidupan warga negaranya, dapat berimbas pada perubahan tata kehidupan dunia selanjutnya (Kompas.com).

Lebih jauh, terkait konteks yang dimaksud oleh Yuval, secara implisit menggarisbawahi bahwa saat ini kita tengah dihadapkan pada adanya revolusi ilmiah dalam kehidupan manusia. Ketika kita berbicara mengenai mitigasi virus Covid-19, dengan segala daya dan upaya. Secara langsung, mau tidak mau, kita juga berhadapan dengan perubahan cepat dengan segala kemungkinan dan risiko, serta segala aspek yang meliputinya. Dalam hal ini juga, berarti kita juga berbicara tentang suatu yang kompleks. Sesuatu yang multidimensi dan berhubungan erat satu dengan yang lainnya.

Persoalan mendesak sekaligus mendasar yang harus diperhatikan, *Pertama*, membangun komunikasi Bersama dengan semua pihak. Baik oleh pemerintah dan aparatur negara. Oleh pemerintah dan masyarakat. Kita juga mesti berdiskusi, tentang bagaimana kita harus bersikap dan berkomunikasi dengan diri sendiri. Dalam hal ini dapat ditegaskan, pentingnya peran diri sendiri dalam mendisiplinkan segala perbuatan dan tingkah laku. *Kedua*, membangun komunikasi yang dilakukan secara menyeluruh dan transparan. Hal ini mengacu pada, pentingnya sikap kita sebagai pribadi untuk dapat berkomunikasi dengan sesama, orang lain di sekitar kita. Bagaimana cara yang dapat dilakukan oleh kita sebagai individu untuk melihat wabah Covid-19 ini secara menyeluruh berhadapan dengan orang di lingkungan sosial kita. Sikap dan tindakan yang dapat kita ambil bersama, untuk berbuat dan bertindak bersama- sama sebagai bagian integral dalam kelompok masyarakat.

Hal yang menjadi keutamaan dalam kecemasan terhadap wabah ini, bahwa efek Covid-19 ini dapat berdampak pada hilangnya tingkat kesadaran diri dan ketakutan serta kecemasan yang luar biasa pada diri sendiri, sehingga efek domino yang dihasilkannya beragam. Hal lain juga dapat mengakibatkan kita lekas mengambil jalan pintas, yakni bunuh diri. Serta melakukan tindakan diluar nalar manusia. Hal inilah sebenarnya yang menjadi persoalan serius kita saat ini.

Sebagai contoh, mungkin kita dapat melihat mengenai tindakan yang dilakukan diluar nalar manusia. Menteri keuangan di negara

bagian Hesse di Jerman, Thomas Schaefer, melakukan tindakan bunuh diri (kompas.com). Ia memilih mengakhiri hidupnya, di duga karena stres. Ia tidak dapat secara proporsional membangun komunikasi yang baik dengan dirinya. Bisa diasumsikan, bahwa ia tidak dapat membangun komunikasi yang baik dan melampaui komunikasi terhadap dirinya dalam suara hatinya, emosional dirinya, hasratnya, dan ketakutannya.

Contoh lain yang beragam. Kita dapat menemukan mengenai ditembak matinya Wali Kota Meksiko, Obed Duron Gomez oleh anggota Geng kriminal. Penembakan tersebut diduga, karena pemerintah setempat menerapkan *lockdown*, sehingga mengunci dan membatasi beberapa kegiatan dan aktivitas warga. Dan hal ini bagi kelompok masyarakat dinilai menghalangi usaha dan pekerjaan mereka (kompas.com).

Sementara itu, dalam skala global terkait hubungan kita dalam berelasi dengan sesama. Grafik perkembangan pandemi Covid-19, dapat berimbas secara makro terhadap kebijakan publik terkait situasi politik ditanah air. Hilangnya rasa percaya terhadap orang lain. Terdapatnya ketidakstabilan ekonomi dalam negeri akibat lemahnya nilai mata uang negara kita terhadap mata uang asing. Hilangnya para investor asing dalam upaya penanaman modal di negara kita. Semakin tingginya angka pengangguran akibat banyak wirausahawan yang mungkin tidak memiliki penghasilan yang tetap karena pengaturan dan pemberhentian kegiatan di lembaga pendidikan, sosial dan sebagainya (rumahfilsafat.com).

Hal yang menjadi ketakutan kita adalah bahwa efek wabah Corona tersebut dapat membuka luka global yang lebih jauh, yakni semakin marak dan berkembangnya berita palsu atau hoaks yang berorientasi pada hadirnya ketakutan, kebodohan secara teologis, serta semakin mendalamnya jurang rasisme yang ada ditanah air dan belahan dunia lainnya (rumahfilsafat.com).

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan karya ilmiah ini, metode yang dipakai, dengan menggunakan metode kualitatif. Dengan perspektif pendekatan

memakai teori revolusi ilmiah, milik Yuval Noah Harari (kompas.com). Kajian penulisan ini menggunakan metode literatur, terutama terkait dengan analisis pustaka serta dokumen- dokumen yang diperlukan dalam menunjang penulisan ini (Fensi,2018). Hal- hal yang meliputi di dalam analisis dokumen, yakni analisis otobiografi, memoar, catatan-catatan lepas harian, surat- surat pribadi, berita di harian, artikel di dalam majalah, catatan dan berkas dipengadilan, brosur, bulletin, foto-foto dan lain sebagainya (Deddy Mulyana, 2013:195).

Analisis kritis yang dapat digunakan lebih dalam dan menyeluruh. Untuk mengulas dan mengupas mengenai artikel- artikel yang ada di harian, majalah dan sumber- sumber literatur yang tersedia dan memadai (Martha, 2018).

Beberapa catatan dan temuan akan dibahas dan diperuncing dalam konteks yang disesuaikan dengan tema yang diangkat oleh penulis. Kemudian, keseluruhan kajian nantinya akan dikonektivitaskan secara diametral dengan mengambil jarak yang berbeda (Kajianpustaka.com), dengan pemahaman masyarakat atau mereka yang melihat sisi yang tampak dalam tema yang diangkat dan dibahas tersebut.

Dalam proses selanjutnya, kemudian dirancang dalam sistem polarisasi sebuah jembatan yang menghubungkan sebuah tindakan yang dapat melahirkan pemahaman yang komprehensif. Di samping itu juga, untuk mengatasi sekaligus menemukan solusi melalui ide- ide terbaru. Sehingga pada akhirnya, kita dapat melihat sekaligus menelisik tindakan, serta perbuatan yang dapat dilakukan untuk melampaui pandemi Covid-19 ini dengan sikap dan tindakan komunikasi secara interpersonal (Strauss,2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam buku yang ditulis oleh Yuval Noah Harari, dengan judul *Homo Deus: A History History of Tomorrow*. Secara lugas, karya ilmiah tersebut menerangkan tentang pola pemikirannya. Menurut ia, secara garis besar, segala hal yang dihadapi manusia dalam kehidupannya. Dapat membawa perubahan terhadap diri sendiri, serta komunitas yang ditinggalinya. Manusia di dalam kehidupannya kerap mengalami

revolusi (kompas.com). Hal inilah yang secara garis besar dapat memberikan masukan, menyadarkan dan sekaligus memperluas cakrawala pengetahuan kita tentang bagaimana umat manusia dapat berubah di masa depan. Inilah yang menurut gagasannya merupakan sebuah revolusi yang harus diperhatikan oleh manusia, bila ingin terus mengembangkan dan mempertahankan diri dalam lingkungan dan komunitasnya.

Hasil Temuan

Kita boleh saja merasa bangga dengan pencapaian terkini, bahwa kita sudah sampai pada era revolusi teknologi dan industri 4.0. Pada masa kini, kemajuan dan perkembangan teknologi dan industri sudah semakin modern dan menunjang kehidupan manusia dengan segala intensitas kebutuhannya. Teknologi otomatisasi dengan teknologi *cyber* dan digitalisasi, adalah sebuah keniscayaan perkembangan kemajuan peradaban manusia saat ini. Hal ini merupakan tren otomatisasi sekaligus pergeseran budaya dan pola hidup manusia (mobnasesemka.com).

Manusia sebagai *Homo Sapiens*, telah mendominasi seluruh tempat dan ruang gerak yang ada di dunia. Bahwa tidak ada informasi yang tidak dapat diketahui dengan cepat. Tidak ada perkembangan terkini yang tidak dapat diunduh oleh manusia. Namun kita perlu sadar dan paham, bahwa diluar kemajuan dan perkembangan teknologi terkini saat ini. Sejatinya, kita belum bisa secara personal, sungguh- sungguh mengenal diri sendiri. Kita belum sepenuhnya tahu tentang siapa kita. Kita tidak mengerti sejatinya diri kita dalam mengelola dengan baik komunikasi di dalam cakupan intrapersonal dan interpersonal. Lebih tegasnya lagi kita belum sadar diri sendiri berhadapan dengan alam dan sesama (kompas.com). Wabah Covid-19 ini, telah membuka dan memperlihatkan kepada kita penyakit manusia yang sebenarnya.

Kebodohan Secara Teologis

Kita dapat menemukan dan mendapatkan sejumlah fakta, bahwa di tengah badai pandemi covid-19 ini, masih saja ada sejumlah

tokoh dan pemimpin agama yang memahami hal tersebut sebagai sebuah tindakan yang dapat dianggap sebuah kebodohan secara teologis. Belum lama ini, Pendeta sekaligus penyiar tayangan End Times asal Amerika Serikat Rick Wiles, menuturkan bahwa virus corona yang mewabah di Wuhan, Tiongkok dan menjalar secara luas ke berbagai belahan dunia. Penyebaran virus tersebut dianggap sebagai hukuman dari Tuhan (jawaban.com). Pendeta tersebut menuturkan bahwa melalui penyebaran virus Covid-19, Tuhan tengah menghukum dan memberi peringatan kepada orang-orang yang dianggapnya telah melanggar dan berbuat dosa.

Lebih jauh, Wiles menyatakan bahwa Tuhan hendak menghukum anak-anak muda, transgender dan sampah-sampah yang muncul di layar TV. Ujarnya *"Virus corona adalah hukuman Tuhan kepada anak-anak muda, transgender dan sampah yang muncul di layar TV"* kata Wiles dalam channel Youtube TruNews (jawaban.com). dalam pernyataan yang senada, Wiles mengungkapkan bahwa Tuhan ingin membersihkan manusia-manusia yang sudah rusak akibat dosa yang diperbuatnya. Ia mengatakan *"Tuhan akan menyucikan planet ini dari banyak dosa. Lihatlah Amerika Serikat, lihatlah pemberontakan rohani di negara ini: kebencian terhadap Tuhan, kebencian terhadap Alkitab, kebencian akan kebenaran. Lihatlah pemerkosaan, amoralitas seksual, dan sampah yang ditayangkan di film dan TV. Malaikat maut, mungkin sekarang bergerak di planet ini. Inilah saatnya membangun hubungan dengan Tuhan,"* tuturnya (jawaban.com). Oleh karena itu, dia menghimbau agar semua orang yang menentang dan melawan Tuhan. Manusia yang mengejek dan menyerang hamba-hambanya untuk bertobat jika tidak ingin diserang oleh malaikat maut (jawaban.com).

Hal senada juga dilakukan oleh pemimpin gereja Megachurch Revival International Ministries and The River di Tampa Bay Church, Florida- Amerika Serikat. Pemimpin keagamaan tersebut, kabarnya ditangkap dengan tuduhan pelanggaran hukum dan perintah darurat kesehatan masyarakat (jawaban.com).

Pendeta Howard-Browne menilai tindakan itu sebagai pelanggaran terhadap amandemen pemerintahan setempat. Namun

menurut ia, hal yang paling utama adalah adanya pelayanan gereja yang tidak boleh dikesampingkan dalam kondisi apapun (jawaban.com). Seperti dipahami sebelumnya, pemerintah Florida sendiri telah mengeluarkan himbauan kepada seluruh masyarakat untuk menghentikan sementara aktivitas yang melibatkan keagamaan, khususnya kegiatan yang dilakukan dengan kerumunan jemaat, serta aktivitas warga yang dilakukan dalam keramaian sejak 20 Maret 2020 lalu. Tindakan ini diambil, sebagai langkah untuk mencegah penyebaran virus Corona (jawaban.com). Aktivitas yang dilarang meliputi pertemuan publik atau pribadi termasuk komunitas, kelompok, rekreasi publik, acara berbasis agama, acara olahraga, konser dan acara yang melibatkan lebih dari 10 orang dalam satu ruangan (jawaban.com).

Karena pemahaman agama yang kurang dan tidak melihat hal tersebut secara menyeluruh, berdasarkan kondisi yang tengah terjadi. Tuhan kemudian dianggap sebagai penyebab kekacauan ini. Segala hal selalu dikaitkan dan dihubungkan dengan Tuhan. Sementara bila kita mampu berpikir jernih dengan kemampuan komunikasi interpersonal kita yang cakap, manusia diberi kemampuan untuk berpikir dengan rasio serta kebebasan untuk dapat berbuat dalam menyikapi secara konkret dan Bersama-sama mengenai kondisi yang sedang kita alami (rumahfilsafat.com).

Ketidakmampuan memahami dan mengelola komunikasi interpersonal secara individu dengan baik, berhadapan dengan realita yang ada di lapangan, dapat menghasilkan kedangkalan dalam tafsir-tafsir hidup keagamaan. Hal tersebut dapat membawa dan melahirkan sikap fanatik dan kebencian buta kita terhadap hidup keagamaan orang lain. Di generasi abad 21 ini, agama dengan tafsir yang dangkal dapat melahirkan berbagai bidang dalam kehidupan secara global (rumahfilsafat.com).

Hoaks Global

Hadir dan berkembangnya berita bohong atau hoaks, juga menjadi penyakit lama manusia. Tidak sedikit, kita kerap

mendapatkan dan memperoleh berita- berita yang belum terbukti kebenarannya dan bisa dipertanggungjawabkan.

Sebagai informasi, Badan Kementerian Telekomunikasi dan Informatika (Kominfo) menemukan sebanyak sekitar 177 jenis sebaran informasi palsu atau hoaks terkait virus korona di Indonesia. Informasi palsu tersebut secara tidak langsung dapat menambah keresahan di tengah gejolak pandemik Covid-19 saat ini.

Lebih jauh, Kepala Direktur Jenderal Aplikasi Informatika (APTIKA) Kominfo Samuel Abriyani Pangerapan, menegaskan dan mengakui bahwa ragam jenis hoaks yang beredar di tengah masyarakat cukup bervariasi. Berita hoaks tersebut, di antaranya terkait *suspect* korban positif korona, cara penanggulangan Corona dan cara pencegahan penyebaran virus tersebut. Dalam penjelasannya, beliau mengatakan “Ada juga hoaks korban meninggal karena korona di Indonesia dan disinformasi soal penyebab virus korona,” tuturnya saat berada di Gedung Anantakupa Kominfo, Jakarta Pusat, Senin 9 Maret 2020 (medcom.id).

Informasi sensasional dan menghebohkan memang menarik untuk di sebar, apalagi berita tersebut terkait dengan apa yang tengah menjadi kebutuhan dan perhatian masyarakat inilah realitas manusia dalam media sosial. Bagaimana kita mengemas dan menyajikan sebuah informasi yang berimbang dan memadai. Inilah kebenaran yang kita hadapi dalam dunia pers, baik dalam skala nasional maupun internasional. Jika tidak ada berita yang jelek, maka spekulasi yang sensasional dilahirkan.

Jika ada wabah Covid-19 yang tengah melanda, maka kabar tentang berita ini harus diliput dan kemas segepar mungkin. Peliput sebuah berita atau informan atas sebuah kabar harus dapat menciptakan rasa ngeri dan takut yang tidak sewajarnya (rumahfilsafat.com). Kabar bohong adalah sebuah keniscayaan dari lemahnya mentalitas kita terhadap hubungan relasi dengan sesama, dan kurangnya kepedulian kita terhadap sesama dalam hubungan interpersonal. Hoaks yang diciptakan, diharapkan dapat memberikan manfaat yang menguntungkan bagi mereka yang memberitahukan

informasi tersebut. ia dapat menimbulkan ketakutan secara fakta bagi personal dan orang lain.

Hal tersebut, selanjutnya patut dicermati dengan bijak oleh setiap individu atau kelompok masyarakat yang mendapatkan kabar bohong tersebut. Agar nantinya efek dan dampak yang dihasilkan oleh berita palsu ini dapat diredam dan seyogianya, tidak membawa pada dampak yang lebih luas, yakni hadirnya perpecahan ditanah air.

Penyebaran Informasi palsu tersebut, tentu dapat mengacaukan hubungan kita dengan sesama dalam lingkungan. Memancing keresahan warga, serta dapat memporandakan keadaan politik, ekonomi, sosial secara menyeluruh. Menghidupkan dan menghadirkan sikap curiga dengan orang lain.

Lebih jauh lagi, dalam tataran yang lebih tinggi, hadirnya kabar hoaks dapat menyulutkan api kebencian kita dengan orang lain. ketidakjujuran dapat menimbulkan kebencian, dan sikap benci dapat meretakkan dan memecah-belah masyarakat kedalam kelompok dan golongan fiktif. Tindak kekerasan dan intimidasi serta kematian adalah hasil yang nanti kita rasakan (rumahfilsafat.com).

Jurang Rasisme yang Melebar

Seperti diketahui, virus Covid-19 tersebut berasal dari Wuhan, Cina. Dari konteks ini, maka bukan tidak mungkin masyarakat atau mereka yang terjangkit wabah ini akan menyalahkan bangsa Cina sebagai biang keladi kekacauan dan kesusahan di negara- negara yang terjangkit.

Rasisme dipahami sebagai adanya kebencian, ketidaksukaan terhadap ras lain. dasarnya beragam, mulai dari ekonomi, sosial, sejarah sampai politik. Bisa saja, negara Cina menjadi sasaran kebencian dan diskriminasi dari negara- negara yang tidak suka terhadap Cina, sehingga keberadaan bencana virus Covid-19 dipakai sebagai cara untuk melumpuhkan stabilitas perekonomian negara dengan populasi penduduk terbesar tersebut (rumahfilsafat.com).

Di samping itu pula, adanya rasa kebencian yang ada dapat ditujukan kepada mereka yang mengalami korban virus, karena dianggap sebagai penyebab korban juga tertular karena dari mereka

yang sudah terpapar dan menjalin kontak. Tak hanya menderita sakit yang luar biasa secara fisik. Mereka yang dianggap sebagai penyebar virus, dapat menjadi korban kesesatan berpikir. Mereka pun menjadi tumbal atas ketakutan dan kebodohan dalam membangun komunikasi interpersonal antar masyarakat. Sikap dan tindakan hidup, serta perilaku menghormati sesama dalam toleransi berbudaya yang tinggi, semakin tunduk lemah dan tak berdaya ditawan oleh rasa takut dan kebodohan komunikasi interpersonal dengan sesamanya (rumahfilsafat.com).

Pembahasan

Setelah mengulas beberapa hal yang perlu diperhatikan dengan berbagai acuan yang dapat dijadikan sumber pijakan dalam menyikapi wabah Covid-19 ini. Maka tindakan selanjutnya, perlu diperhatikan sungguh-sungguh beberapa hal di bawah ini.

Mendidik Individu dan Masyarakat

Tindakan nyata dan komprehensif yang perlu menjadi perhatian bersama, untuk mereduksi penyebaran virus Covid-19 ini adalah dengan membangun kesadaran penuh setiap warga negara, baik secara individu maupun kolektif. Kesadaran ini menitikberatkan pada keadaan yang kita ketahui, bahwa kita tengah berada pada situasi di mana kita harus mengambil sikap dan tindakan pada lingkungan sekitar kita. Perbuatan yang harus kita lakukan untuk berbuat sesuatu dalam membenahi apa yang terjadi. Hal ini di sadari sungguh sebagai sebuah keutamaan primer untuk dapat mengatasi penyebaran virus Covid-19.

Merebaknya virus Covid-19 sesungguhnya mengetengahkan kembali penyakit manusia yang selama ini tidak terobati, sebagai makhluk secara individu dan sosial dalam masyarakat. Kita kerap hidup dalam kenyamanan semu terhadap apa yang kita rasakan. Bila karena faktor Covid-19 kita menjadi orang yang egois dan merasa perlu untuk menyelamatkan diri sendiri, dan tidak memperhatikan orang lain. Maka, sebenarnya kita

adalah pribadi yang tidak berguna. Kita adalah pribadi yang harus belajar lagi untuk berkomunikasi mengenal diri sendiri lebih jauh. Mengetahui kelemahan dan kelebihan kita, mengetahui keinginan dan kehendak yang mau kita capai, dan sebagainya. Karena, bisa jadi selama ini, sebelum virus ini merebak. Kita hanya memikirkan keamanan bagi diri kita saja.

Lebih jauh lagi, bisa saja karena virus ini, kita malah menjadi orang yang membenci, curiga dan menaruh dendam, serta tidak mau berbagi kebutuhan dengan sesama kita diluar diri kita. Kita tidak mau menolong keluarga dekat kita dalam masyarakat, tetangga dan komunitas kita. Inilah wabah dan bencana yang sebenarnya harus kita sikapi.

Wabah Covid-19 mengajak kita bercermin tentang diri kita sebagai pribadi dan sosial di masyarakat. Maka, melalui hadirnya pandemik Covid-19 ini, kita disapa oleh wabah ini untuk saling merangkul satu sama lain sebagai sesama manusia yang sama kebutuhannya di hadapan alam. Sebagai manusia yang sederajat dalam upaya saling melengkapi.

Adanya bencana pandemi makhluk renik ini menjemput kita untuk berkaca tentang kebodohan teologis yang sudah lama karat dan karam. Sudah akut mengendap dalam kehidupan keagamaan kita. Virus Corona membuka hati dan pikiran kita untuk berani menolak dalam memberitakan dan menyebarkan berita bohong dan tak berguna. Hal yang juga perlu disikapi dengan sungguh adalah, keberanian dari kita untuk bersikap terbuka dan berani mendidik perasaan benci terhadap orang lain yang berbeda dengan kita (rumahfilsafat.com).

Keberadaan virus Covid-19 ini, mengajak kita untuk berani berpikir kritis sebagai pribadi yang peka dan tanggap terhadap lingkungan sekitar. Berani untuk bertindak secara rasional, dan bertanggung jawab terhadap tindakan yang diperbuat dalam menanggapi peristiwa wabah ini.

Kehadiran virus dari negeri Tirai Bambu, di tengah kehidupan kita, telah mengantar kesadaran kita, untuk peka dan realistis terhadap kehidupan keagamaan kita. Mendidik dan

menyadarkan kita, bahwa Allah yang kita imani, dalam agama yang kita peluk, adalah Allah yang tidak terbatas pada ruang, waktu dan tempat. Allah yang selalu ada dan hadir dalam hati setiap manusia. Dalam keadaan seperti inilah, kiranya kita perlu untuk lebih mendekatkan diri kepada Allah dalam wujud doa-doa dan permohonan yang dapat kita bawa. Agar kita bersama orang-orang yang kita kasihi, di jauhkan dari wabah ini.

Peran aktif dengan sesama, juga diperlukan untuk menjawab problematik penanganan Covid-19 ini. Seyogianya sebagai umat beragama dan para pemimpinnya lebih terbuka secara teologis dan spiritual, sehingga mampu memberikan kontribusi secara nyata dan tidak memperburuk situasi. Konsekuensi logisnya, umat beragama perlu menafsirkan kembali paham teologis serta spiritualitas kedalam pribadi masing-masing umat beragama (kompas.com).

Di sisi yang lain, keberadaan bencana Corona yang telah melumpuhkan sendi-sendi kehidupan. Mengantar kita untuk dapat bersikap kritis terhadap media. Di bidang jurnalistik, sebagai individu dan makhluk sosial yang kerap bersentuhan dan berhubungan dengan orang lain dalam membangun relasi dan komunikasi. harus dapat menghadirkan informasi yang benar dan transparan. Media yang di pakai sebagai alat komunikasi harus dapat menghadirkan berita yang sehat, berimbang dan mencerahkan. Kita bisa menjadi agen perubahan, bersama dengan sesama kita untuk bahu-membahu, belajar dari bencana ini, kemudian menjadi pribadi yang bijak karenanya, asal kita bersedia (rumahfilsafat.com).

Melampaui Covid-19

Argumentasi yang digagas oleh Yuval, kiranya dapat dijadikan pijakan dan jalan tengah untuk dapat mengatasi wabah ini. Dalam *Financial Times*, edisi 20 Maret 2020, mengenai artikel beliau yang berjudul "Yuval Noah Harari: The World After Coronavirus". Artikel ini, berisi tentang pandangan beliau soal

masa depan dunia pascapandemi. Di sana dikatakan bahwa secara garis besar ada dua hal mendasar yang primer dalam tindakan penanggulangan wabah ini, *Pertama*, kita harus memberikan kepercayaan penuh terhadap ilmu pengetahuan dalam menyelamatkan umat manusia (rumahfilsafat.com). Berikan dukungan dan apresiasi penuh terhadap pemerintah dan tenaga medis dalam bertindak dan mengambil kebijakan.

Penerapan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah pada 10 April 2020, dalam melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dalam mereduksi angka terjangkitnya manusia terhadap virus ini juga patut diperhatikan dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh. Inilah pentingnya kita membangun komunikasi interpersonal dengan sesama kita dalam lingkup masyarakat. Menjaga dalam komunikasi yang patuh dan menerapkan setiap kebijakan yang dicanangkan oleh pemerintah. Mematuhi anjuran dokter dengan rajin membasuh tangan setiap kali menyentuh benda- benda juga dapat dikatakan sebagai wujud komunikasi disiplin kita terhadap hubungan interpersonal kita dengan mereka yang bekerja sebagai garda terdepan dalam memerangi penyebaran Covid-19 ini.

Kedua, Kita perlu duduk bersama- sama untuk melakukan kerja global (rumahfilsafat.com). Dalam konteks ini, tindak pencegahan dan pemutusan rantai penyebaran Covid-19 tidak dapat dikerjakan oleh individu saja. Tindakan pencegahan ini perlu kesadaran dan peran aktif kita bersama untuk berjabat tangan saling menolong dan membantu. Perlu sikap kita sebagai pribadi secara disiplin memakai masker, mencuci tangan serta menjaga jarak atau *social distancing* serta menjaga kebersihan diri.

Membiasakan mencuci tangan, membersihkan tempat-tempat yang lembap, dan atau memakai cairan *sanitizer* sebagai sikap antisipasi kita terhadap pencegahan virus ini. Di samping itu juga, perlu adanya komunikasi interpersonal kita dengan sesama dalam lingkungan masyarakat agar dapat saling

membantu dalam menjaga kebersamaan. Disiplin untuk tidak melakukan dan mengadakan kegiatan dalam kerumunan bersama. Tidak bepergian jauh bila tidak dimungkinkan dan saling mengingatkan dalam menjaga kebersihan dengan melakukan tindakan penyemprotan pada lingkup masyarakat merupakan upaya nyata bersama dalam meminimalisir penyebaran virus ini.

PENUTUP

Bencana global virus Covid-19 yang tengah bereskalasi di Indonesia dan dunia saat ini mengajarkan kepada kita betapa kita perlu meningkatkan dan menjaga komunikasi interpersonal dalam disiplin solidaritas global. Wabah ini menyerang siapa saja, dan tidak melihat latar belakang kita. Siapa saja bisa tertular dan terjangkit penyakit yang mematikan ini.

Seraya terus bergerak mencari formula penawar dalam virus ini, guna menemukan solusi dalam menghadapi gempuran ini, kita digugah kembali untuk sadar diri, bahwa sebenarnya hidup kita bergantung dari orang lain. Melalui penerapan kebijakan seperti *lockdown*, *stay at home*, dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang diwacanakan pemerintah untuk menekan sekaligus memutus penyebaran virus Covid-19. Penerapan- penerapan kebijakan ini, dalam “pengisolasian diri”, menegaskan kembali kepada kita akan pentingnya komunikasi dalam kebersamaan sebagai manusia dalam merawat kehidupan.

Argumentasi Harari memiliki kebenaran logis yang mendasar, bahwa melalui pandemi Covid -19 ini, akan menunjukkan karakter dasar manusia. Orang seperti apakah kita di hadapan sesama dan lingkungan kita (kompas.com). Mungkin Anda sepakat dengan apa yang dikatakan oleh Yuval dalam sebuah wawancara yang dilakukan oleh CNN belum lama ini, bahwa pandemi yang saat ini kita hadapi, merupakan wabah terburuk sejak setidaknya 100 tahun terakhir (kompas.com). Akan tetapi, mungkin juga Anda akan sependapat, bahwa yang terpenting dan patut diperhatikan

dalam upaya mitigasi bencana Covid-19 ini, tidak hanya pada upaya pemutusan rantai penyebaran virus ini. Akan tetapi tindakan dan upaya komunikasi interpersonal lebih menyeluruh yang digagas oleh Yuval ini dapat menjadi benang merah dan solusi alternatif dalam mengatasi dan melampaui wabah makhluk yang berasal dari Wuhan tersebut.

Kunci utama untuk mengatasi hal ini, terletak pada adanya harapan. Harapan yang kita bawa untuk duduk bersama melewati kasus ini. Dan harapan itu berarti peduli dan disiplin. Dengan harapan inilah, kita dapat melampaui pandemi Covid-19 dengan aman dan selamat. Di sisi lain, dengan sungguh mengenal diri sendiri dan memahami orang lain dalam komunikasi yang baik, kita dapat melampaui perbedaan dan permusuhan dengan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh. Bila ini diterapkan dan terjadi, maka sudah seyogianya kita berterima kasih terhadap virus Covid-19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosda Karya.
- Strauss, Anselm. (2015). *Dasar- Dasar Penelitian Kualitatif- Tata langkah dan Teknik- Teknik Teorisi Data*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Jurnal:

- Fensi, Fabianus. (2018). Fenomena Hoax: Tantangan Terhadap Idealisme Media dan Etika Bermedia. *Bricolage-Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*. Vol 4. No.2 September 2018. 133-148.
- Martha, Rustono Farady. (2018). Ekspresi Identitas Melalui Relasi Ayah dan Anak Pada Iklan Youtube Grab Official. *Bricolage-Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*. Vol 4.No.2 September 2018. Hal.127.

Internet:

- Hardiman, F Budi. *Melalui Pandemi Covid-19*. Diunduh pada Kompas.com, edisi 27 Maret. Tanggal 5 April 2020. Pukul 10.20 WIB.
- Jawaban.com. *Tetap Lakukan Ibadah Minggu di tengah Corona, Pendeta Megacruch Ini Akhirnya Ditangkap*. Diunduh pada 11 april 2020. Pukul 15.24 WIB.
- _____. *Pendeta Amerika Serikat ini virus Corona Hukuman Tuhan*. Diunduh pada 11 april 2020. Pukul 18.27 WIB.
- Kompas.com. *Khawatir dampak ekonomi Corona, Menteri Jerman ini Bunuh Diri*. Diunduh pada 7 April 2020. Pukul 13.24 WIB.
- _____. *Walikota Meksiko di Tembak Mati*. Diunduh pada 9 April 2020. Pukul 17.26 WIB.
- Mobnasesemka.com. *Apa itu Industri 4.0? Dan Elemen Apa Saja yang Harus Ada*. Diunduh pada 8 April 2020. Pukul 16.14 WIB.
- Prasetyantoko, A. *Pandemi, Resensi dan Mitigasi*. Diunduh pada kompas.com, edisi 31 Maret. Tanggal 6 April 2020. Pukul 09.15 WIB.
- Suyadi, Adrianus. *Peran Agama Hadapi Covid-19*. Diunduh pada kompas.com, edisi 26 Maret. Tanggal 8 April 2020. Pukul 08.25 WIB.
- Suara.com. *Selain Corona Covid-19, ini 5 Kasus Pandemi Paling Parah Sepanjang Sejarah*. Diunduh pada 9 April 2020. Pukul 09.35 WIB.
- Watimena, Antonius Reza. "Jiayou, Andrà tutto bene", Ketika Bencana Melanda. Diunduh pada rumahfilsafat.com, edisi 23 Maret 2020.
- _____. *Korona Mengajak Kita Berkaca*. Diunduh pada rumahfilsafat.com, edisi 17 Maret 2020.
- _____. *Zen dalam Bencana, dalam "Kehidupan"*. Diunduh pada rumahfilsafat.com, edisi 13 Maret 2020.

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SOSTAC PERUSAHAAN RINTISAN DI MASA PANDEMI COVID-19 VIRUS (Studi Kasus di PT Solusi Finansialku Indonesia)

Penulis: Grace Anika Susilowati S.I.Kom., M.I.Kom.

Email: Graceanika27@gmail.com

No. Handphone: 08159895994

Abstract

In this pandemic era many aspects impacted such as the economy, education, tourism, business, and so on. All the sector need to be flexible to adjust so that the business still running and sustain. SOSTAC as marketing communications strategy will useable for company to run the business even in pandemic of Covid-19 Virus.

Keywords: Marketing Communication, Strategic Marketing Communication, Covid-19 Virus, Start-Up Business

1. Pendahuluan

Covid-19 virus atau biasa dikenal sebagai virus Korona adalah keluarga virus yang menyebabkan penyakit mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti sindrom pernafasan akut yang parah (SARS) dan sindrom pernafasan Timur Tengah (MERS) (WHO, 2020). *Covid1-19 virus* pertama kali menyerang Kota Wuhan di China pada Desember 2019 (The Guardian, 2020). *Covid-19 Virus* menyerang sistem pernafasan. Penyakit ini dapat diidentifikasi dengan jika penderita mengalami demam, batuk dan sesak nafas. Terdapat hewan-hewan yang diduga sebagai transmisi penyebaran virus korona yaitu unta, kelelawar, ular dan musang (IDN Times, 2020). Virus korona

berasal dari bahasa Latin *corona* yang berarti sebuah mahkota atau berbentuk seperti halo. Jika dilihat menggunakan *microscope* virus ini terlihat seperti solar corona atau inti matahari (Aljazeera, 2020). Virus ini dapat menular dari manusia ke manusia (Aljazeera, 2020). Menurut World Health Organization (WHO) per tanggal 1 April 2020 wabah Covid-19 sudah menyebar ke 213 negara dengan 1,524,161 kasus dengan jumlah kematian 92,941 orang (WHO, 2020). Dari tingginya jumlah kasus dan jumlah kematian sehingga WHO menyatakan bahwa wabah ini adalah krisis pandemi (Aljazeera, 2020). Krisis pandemi adalah wabah penyakit global atau suatu wabah penyakit menular yang menyebar ke seluruh dunia (WHO, 2020).

Dengan adanya wabah pandemi ini, banyak Negara memutuskan untuk melakukan *lockdown*. Maksud dari *lockdown* adalah suatu daerah atau Negara menutup akses masuk maupun keluar. Sehingga masyarakat di rumah dan tidak melakukan aktivitas diluar rumah (Alodokter, 2020). Selain itu, pencegahan penularan juga dilakukan dengan cara melakukan jaga jarak sosial, menjauhi kerumunan, cuci tangan, memperhatikan asupan gizi dan menggunakan masker setiap kali keluar rumah. Bapak Presiden RI Joko Widodo menghimbau kepada seluruh masyarakat Indonesia untuk belajar dari rumah, bekerja dari rumah, dan beribadah dari rumah (Liputan6.com, 2020). Keputusan pemerintah untuk tidak beraktivitas diluar rumah berdampak pada berjalannya sebuah bisnis. Banyak bisnis terganggu akibat wabah *covid-19 virus*. Bahkan banyak bisnis yang terpaksa merumahkan seluruh karyawan karena tidak ada *cashflow* masuk untuk membayar gaji karyawan dan kegiatan operasional. Hal ini, membawa para pebisnis untuk memutar otak. Para pebisnis dipaksa untuk kembali menyusun strategi agar bisnis yang dijalankan tetap berjalan di masa pandemi seperti saat ini. Dalam artikel ini, penulis akan membahas **Strategi Komunikasi Pemasaran SOSTAC Perusahaan Rintisan di Masa Pandemi Covid-19 Virus.**

2. Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan untuk

memperkenalkan, menjalin maupun menciptakan interaksi antara perusahaan dengan mitra usaha maupun dengan konsumen tentang perusahaan tersebut maupun sebuah produk yang ditawarkan (Soemanagara, 2009). Komunikasi pemasaran adalah sebuah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan pada konsumen dengan menggunakan berbagai media, dengan harapan agar komunikasi dapat menghasilkan tiga tahap perubahan sikap yaitu perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan perubahan tindakan yang dikehendaki (Kusniadji, 2016). Strategi komunikasi pemasaran SOSTAC merupakan sebuah istilah yang biasa digunakan untuk merancang strategi pemasaran. Menurut Smith dan Ze Zook SOSTAC adalah strategi atau perencanaan komunikasi pemasaran untuk mengingat komponen-komponen penting yang harus diperhatikan dalam proses perencanaan (Smith & Zook, 2011). SOSTAC adalah akronim dari *Situation Analysis, Objectives, Strategics, Tactics, Actions*, dan *Control*. Strategi pertama adalah *situation analysis* atau analisis situasi. *Situation Analysis* adalah strategi pertama yang dilakukan untuk menganalisis sebuah situasi lingkungan. Analisis ini mencakup kelebihan, kekurangan, peluang tantangan organisasi maupun produk barang atau jasa yang ditawarkan kepada khalayak. Kedua adalah *objectives*. *Objectives* adalah sebuah perusahaan atau organisasi menentukan tujuan. Tujuan yang ditentukan harus bersifat realistis agar lebih mudah untuk dicapai. Ketiga adalah *strategic*. *Strategic* adalah sebuah cara yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan. Keempat adalah *tactics*. *Tactics* adalah hal-hal yang tidak dijelaskan dalam strategi. Taktik digunakan juga untuk mencapai sebuah tujuan yang telah disusun. Kelima adalah *actions*. *Actions* adalah penerapan dari strategi dan taktik yang sudah disusun. Terakhir adalah *control*. *Control* adalah pengendalian yang dibutuhkan untuk memastikan seluruh perencanaan yang disusun berjalan sesuai dengan alurnya juga berguna untuk menghindari atau memperkecil peluang kegagalan.

Perusahaan rintisan atau biasa dikenal sebagai *start-up company* adalah perusahaan yang belum lama beroperasi atau perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan. Bisnis *start-up*

identik dengan perusahaan teknologi, web, internet, digital atau sesuatu yang berhubungan dengan empat usur yang telah disebutkan. Bisnis *start-up* mulai berkembang pada tahun 2000 (Techinasia.com, 2015). Menurut Ries, perusahaan *start-up* adalah institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa di tengah ketidakpastian yang ekstrem (Ries, 2011). Selain itu perusahaan *start-up* juga adalah perusahaan digital yang mengutamakan kecepatan dan ketepatan dalam berbisnis (Ries, 2011). Menurut Syauqi (Syauqi, 2016) karakteristik perusahaan *start-up* adalah sebagai berikut: (1) usia perusahaan kurang dari 3 tahun, (2) jumlah pegawai kurang dari 20 orang, (3) belum banyak keuntungan yang didapat karena masih membutuhkan biaya pengembangan, (4) bergerak dalam bidang teknologi atau penggunaan aplikasi, (5) produk yang dibuat dalam bentuk aplikasi, (6) biaya beroperasi melalui website dan social media. Di Indonesia terdapat berbagai macam perusahaan *start-up* yaitu Gojek, Grab adalah *start-up* yang bergerak dalam penyediaan transportasi *online*. Halodoc dan Alodoc adalah *start-up* yang menyediakan aplikasi pelayanan kesehatan, Tanihub dan Sayurbox adalah *start-up* yang menawarkan produk sayur-mayur menggunakan aplikasi. Ovo, Danain, LinkAja, Gopay, Koinworks dan Finansialku.com adalah perusahaan yang menawarkan produk keuangan berbasis digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Dengan menggunakan strategi pemasaran SOSTAC hal pertama yang dilakukan adalah:

- a. *Situation analysis*: Perusahaan rintisan seperti Finansialku.com menganalisis situasi yang sedang terjadi. Situasi yang sedang terjadi adalah wabah pandemi virus Covid-19 dan himbauan pemerintah Indonesia untuk belajar, bekerja dan beribadah di rumah sehingga banyak masyarakat menghabiskan waktu di rumah untuk bekerja dan belajar.
- b. *Obejective* atau tujuan. Tujuannya adalah agar masyarakat tetap mengenal sebuah *brand* dari perusahaan tersebut dan dapat merebah perilaku konsumen. Dari sebelumnya konsumen tidak

mengenal sebuah merek, barang atau jasa menjadi tahu dan diharapkan ketika konsumen sudah mengenal dapat menentukan keputusan pembelian.

- c. *Strategy*. Perusahaan rintisan membuat strategi daring agar tetap terhubung dengan konsumen. Misalnya adalah mengadakan *online class*, *online forum*, bincang *online* dengan mengundang nara sumber yang kredibel guna mendukung penyampaian informasi yang terpercaya dan akurat.
- d. *Tactic*. Selain memiliki strategi, perusahaan rintisan ini memiliki taktik untuk menyebarkan edukasi seluas mungkin dengan cara berkolaborasi atau bekerja sama dengan institusi atau perusahaan lain. Kolaborasi yang dilakukan hampir setiap hari di *prime time* atau jam-jam tertentu sesuai dengan target *audience*. Kolaborasi ini diadakan dalam bentuk seminar *online* melalui *platform* Instagram Live dan Youtube Live. Selain itu untuk *mini class* perusahaan ini membuat *online workshop* melalui *platform* Zoom. Dan penyampaian informasi terkini melalui website, Instagram dan YouTube resmi dari PT Solusi Finansialku Indonesia.
- e. *Control*. Tentunya setiap perencanaan komunikasi pemasaran memerlukan kendali agar rencana yang disusun dapat berjalan dengan baik dan mampu mencapai sebuah tujuan. Oleh sebab itu, perusahaan rintisan seperti PT Solusi Finansialku Indonesia melakukan evaluasi setiap kali selesai *online class*, *online forum*, bincang *online* dan *online workshop* berakhir. Hal ini dilakukan untuk tetap menjaga kualitas. Perbaikan juga dibutuhkan untuk pengembangan sebuah *brand*.

Situasi yang sedang terjadi adalah wabah pandemi virus Covid-19 dan himbauan pemerintah Indonesia untuk belajar, bekerja dan beribadah di rumah (Wartaekonomi.com, 2020). Selama masa pandemi, pengguna internet melonjak signifikan sebesar 30-40% pada bulan Maret 2020 dan 20% lonjakan pada jam kantor (CNN Indonesia, 2020). Pandemi virus Corona dan gerakan yang dihasilkan di seluruh dunia untuk bekerja dari rumah telah mendorong ledakan

penggunaan *game online*, *streaming*, dan komunikasi. Lonjakan pengguna yang menggunakan aplikasi *online* selama *social distancing* terjadi sebesar 31% pada bulan Maret 2020 (Wartaekonomi.com, 2020).

Dari data di atas menunjukkan bahwa di masa pandemi seperti saat ini, perilaku konsumen (*consumer behavior*) pun berubah. Banyak konsumen menghabiskan waktu di rumah mengonsumsi internet untuk hiburan *online* seperti YouTube, Netflix, ada juga yang menggunakan internet untuk mencari informasi melalui media *online*, konsumen juga memiliki banyak waktu sehingga banyak konsumen menggunakan internet untuk meningkatkan dan menambah pengetahuan melalui *online course*, *seminar online*, atau *online discussion*. Perusahaan rintisan PT Solusi Finansialku Indonesia berusaha untuk tetap terhubung dengan konsumen melalui media *online*.

4. Kesimpulan

Di masa pandemi seperti saat ini, seharusnya perusahaan tidak panik apalagi berpikir pendek untuk merumahkan seluruh karyawan karena terganggunya sebuah bisnis. Perusahaan seharusnya lebih *flexible* untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Adaptasi yang diperlukan adalah menyusun kembali strategi dengan menganalisis situasi yang ada dan melihat peluang baru. Dengan adanya strategi pemasaran SOSTAC, diharapkan banyak perusahaan mampu menyusun strategi dalam meminimalisir dampak buruk yang akan terjadi. Penggunaan daring sosial atau *online* saat ini cukup membantu perusahaan untuk tetap terhubung dengan pelanggan.

Referensi

WHO. (2020). Coronavirus Disease (COVID-19) Pandemic. Retrieved April 11, 2020, from World Health Organization: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

- IDN Times. (2020, Januari 30). Kenali 4 Hewan Penyebab Virus Corona yang Bisa Menular ke Manusia. Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.
- Aljazeera. (2020, Maret 30). Coronavirus: All you need to know about symptoms and risks. China.
- Liputan6.com. (2020, Maret 17). Cegah Covid-19, Jubir: Patuhi Aturan Pemerintah, Terapkan Pola Hidup Sehat. Jakarta.
- Soemanagara, R. (2009). Strategic Marketing Communications, Konsep Strategis dan Terapan. Bandung: Alfabeta.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Good. Jurnal Komunikasi, 83-98.
- Smith, P., & Zook, Z. (2011). Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media. United Kingdom: Kogan Page.
- Techinasia.com. (2015, Agustus 26). Apa Itu Bisnis Startup? Dan Bagaimana Perkembangannya? Jakarta.
- Ries, E. (2011). The Lean Start Up. New York: Crown Business.
- Wartaekonomi.com. (2020, Maret 23). Dampak Covid-19 pada Tren Konsumsi Media di Indonesia. Retrieved April 14, 2020, from Wartaekonomi.com:
<https://www.wartaekonomi.co.id/read277752/dampak-covid-19-pada-tren-konsumsi-media-di-indonesia>
- Syauqi, A. T. (2016, September 26). Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia. Yogyakarta.
- Wartaekonomi.com. (2020, April 3). Deretan Aplikasi yang Naik Daun Selama Wabah Covid-19. Retrieved April 14, 2020, from wartaekonomi.com: <https://www.wartaekonomi.co.id/read279430/deretan-aplikasi-yang-naik-daun-selama-wabah-covid-19>
- Alodokter. (2020, April 5). Memahami Istilah Lockdown yang Mencuat di Tengah Pandemi Virus Corona.

CNN Indonesia. (2020, April 9). Pengguna Internet Kala WFH Corona Meningkat 40 Persen di RI. Retrieved April 14, 2020, from cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200408124947-213-491594/pengguna-internet-kala-wfh-corona-meningkat-40-persen-di-ri>

The Guardian. (2020, April 10). Birth of a pandemic: inside the first weeks of the coronavirus outbreak in Wuhan. Wuhan, China.

deepublish / publisser

**KETIKA PEMBELAJARAN *CLASSROOM*
DIPERTARUHKAN DAN DIPERTANYAKAN
E-LEARNING BERKEMAMPUAN MEMOTIVASI
MINAT BELAJAR MAHASISWA MASA
*SOCIAL DISTANCING***

Penulis:

Koerniawan Hidajat

Koerniawanhidajat1234@gmail.com

Hp.082235501969

Abstract

Learning in the technology-era cannot be avoided. College students are in college, especially when WFH (Work From Home) Covid-19 requires learning and teaching through Online technology or e-Learning. Changing student behavior from classroom learning methods, then getting to know technology that is Online or e-Learning becomes the main alternative when social distance is applied. The purpose of writing this article is to provide a discussion about the ability of e-learning learning patterns to motivate students interest in learning about behavioral change that has been accustomed to receiving most classroom learning, with face-to-face interpersonal communication. Phenomenon studies are carried out in order to look more closely at the direct actors at the application of e-learning learning patterns.

Keywords: *classroom, e-learning, motivation, communication, phenomena*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dampak penyebaran virus covid-19 dan pemerintah Indonesia membuat kebijakan untuk melakukan *social distance* pada masyarakat, termasuk “masyarakat pendidikan” di lingkungan kampus dituntut membuat penyesuaian perubahan pola dan model pembelajaran menjadi *full e-learning* yang sebelumnya dilakukan dengan pembelajaran *classroom*. Perguruan tinggi di Indonesia sebenarnya telah menerapkan waktu tertentu untuk pembelajaran *e-learning* dalam pola pembelajaran *classroomnya*, sebagai proses pembelajaran dan pengajaran bagi dosen dan mahasiswanya. Ditunjang Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No.107/U/2001 (2 Juli 2001) tentang ‘Penyelenggaraan Program Pendidikan Tinggi Jarak Jauh’, maka perguruan tinggi tertentu yang mempunyai kapasitas menyelenggarakan pendidikan terbuka dan jarak jauh menggunakan *e-learning*, juga telah diizinkan menyelenggarakannya.

Perilaku mahasiswa dituntut untuk melakukan penyesuaian terhadap pola pembelajaran di Perguruan Tinggi dengan sistem *classroom* pada sistem *e-learning* di kondisi sekarang, Hendrastomo mengatakan tuntutan pergeseran pola perilaku mahasiswa dengan kemajuan TIK (Teknologi Informasi Komunikasi) menjadikan ekspektasi perilaku kemudahan, kegunaan dan kemanfaatan terhadap penggunaan teknologi (Hendrastomo, 2008). Ditinjau dari penggunaan TIK, mahasiswa adalah pengguna (*user*) tertinggi sebesar 89,7% dan urutan kedua pelajar dengan 69,8% berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia) sebagaimana penelitian Saifuddin, namun dikatakan lebih lanjut anehnya akses laman pendidikan masih kurang, sebuah permasalahan yang perlu disikapi oleh para pendidik dengan mengarahkan para mahasiswa/peserta didik untuk lebih menggunakan internet dalam ranah pendidikan (Saifuddin, 2018).

Penelitian tentang persepsi mahasiswa dengan model pembelajaran *e-learning* menarik untuk disimak sebagai bahan komparasi terhadap pembelajaran *classroom*, pendapat Fuad

Saifuddin (2018) memberikan penjelasan respons pelaksanaan kuliah dengan *e-learning* diperoleh data 86,3% menyatakan setuju dan 13,7% menyatakan tidak setuju.

Beberapa hasil penelitian tersebut menjadikan tantangan tersendiri penyelenggaraan pola pembelajaran bersifat *e-learning* menjadi dipertaruhkan dan dipertanyakan dalam memotivasi minat mahasiswa berperilaku untuk menyesuaikan sistem pola pembelajarannya dengan fenomena *social distance* dalam rangka mengurangi atau menanggulangi Covid-19 pada saat ini yang mengharuskan mahasiswa melakukan WFH (*Work From Home*).

Institusi yang menggunakan pembelajaran jarak jauh dengan sistem *e-learning* yang telah merasa maju selangkah atau dua langkah ke depan mampu menguasai teknologi dan menimbulkan “kesombongan” bagi institusi tersebut, di sisi lain ironis apa yang dilakukan hanya sekadar pemuas kepentingan sesaat tanpa perencanaan yang matang (Hendrastomo, 2008). Pernyataan yang menarik dari penelitian Hendrastomo ini adalah berkaitan dengan sisi psikologis mahasiswa sebagai *user*, karena merupakan bagian penting dari proses pembelajaran. Sisi psikologis itu antara lain, motivasi, disiplin diri, dan emosi, faktor ini akan mempengaruhi efektifitas proses pembelajaran *e-learning*.

Kondisi lingkungan internal dan eksternal mahasiswa berada juga mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa, pendapat ini sejalan dengan opini dari Mungkap Mangapul Siahaan, M.Pd. (Dosen Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar) dalam ulasan *online*-nya mengatakan bahwa “...indikator dampak baru akibat pembelajaran jarak jauh ini, melahirkan tambahan beban ekonomi dan psikologis sosial lainnya,” lebih jauh Mangapul membahas dan membaca Surat Edaran Nomor 420/1465/III/2020 tanggal 17 Maret 2020 dan Nomor 440/1611/III/2020 yang dikemukakan oleh Kepala Daerah Pematangsiantar di mana Mangapul berada, untuk memperpanjang pembelajaran daring dalam upaya memutus rantai penyebaran virus Corona, atau menambah masa pembelajaran daring dan belajar di rumah menjadi 21 hari, mengakibatkan tambahan pula belajar di

rumah dikeluhkan secara otomatis akan menambah pekerjaan di rumah sehingga si anak didik lebih stres ([https://www.mistar.id/opini/pendidikan-jarak-jauh-dan-dampak-sosialnya/...](https://www.mistar.id/opini/pendidikan-jarak-jauh-dan-dampak-sosialnya/)).

Pembelajaran *e-learning* dengan kondisi saat *Work From Home* sekarang ini, menjadi alternatif utama agar pembelajaran berlangsung, tantangan pola pembelajaran *e-learning* ini adalah menjawab kemampuan kebutuhan memotivasi minat belajar mahasiswa atas perubahan perilaku yang selama ini terbiasa menerima pembelajaran sebagian besar *classroom* dibanding *e-learning* yang sudah diterapkan selama ini di hampir seluruh perguruan tinggi di Indonesia. Faktor internal dan eksternal.

1.2. Tujuan

Ditinjau dari latar belakang dan fenomena yang terjadi di atas, maka tujuan dari artikel ini adalah untuk memberikan gambaran pembahasan tentang kemampuan kebutuhan pola pembelajaran *e-learning* memotivasi minat belajar mahasiswa atas perubahan perilaku yang selama ini terbiasa menerima sebagian besar pembelajaran *classroom*, dengan komunikasi interpersonal bertatap muka langsung.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Peran Pembelajaran *Classroom* dan Pembelajaran *e-learning*

Berbagai macam metode pembelajaran dilakukan dalam dunia pendidikan termasuk perguruan tinggi, salah satu metode yang tertua adalah dengan sistem pembelajaran kelas atau diistilahkan *classroom*, dan yang terjadi pergeseran maknanya sekarang sudah mengalami perubahan, dapat diartikan pembelajaran di ruang waktu tempat tertentu dan tidak terbatas, bahkan era teknologi memberikan pengertian penyediaan ruangan dalam bentuk *hosting* di situs *web* atau rumah *virtual* dunia maya untuk melakukan pendidikan dan pengajaran.

Pembelajaran itu sendiri menurut Yudianto dalam Muldiana Nugraha dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang mana suatu

kegiatan berasal atau berubah lewat reaksi suatu situasi yang dihadapi dan karakteristik-karakteristik dari perubahan aktivitas tersebut tidak dapat dijelaskan berdasarkan kecenderungan-kecenderungan reaksi asli, kematangan atau perubahan-perubahan sementara (Nugraha, 2018). Menurut Soegeng dalam Anas Rohman pembelajaran aktif adalah kegiatan-kegiatan pembelajaran yang melibatkan para pelajar dalam melakukan suatu hal dan memikirkan apa yang sedang mereka lakukan. Pembelajaran aktif itu diturunkan dari dua asumsi dasar yaitu (1) bahwa belajar pada dasarnya adalah proses yang aktif, dan (2) bahwa orang yang berbeda, belajar dalam cara yang berbeda pula. Tujuan pembelajaran di dalamnya terdapat rumusan tingkah laku dan kemampuan yang harus dicapai dan dimiliki siswa atau peserta didik setelah menyelesaikan kegiatan belajar dalam proses pengajaran. (Rohman, 2019)

Menurut Rosenberg dalam Muh Imam Rusyadi pembelajaran *e-learning* merujuk pada penggunaan teknologi internet untuk mengirimkan serangkaian solusi yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. *e-learning* dalam makna yang lebih luas dapat menjerus kepada pembelajaran formal dan informal. Penggunaan *e-learning* secara formal adalah seperti kegiatan pembelajaran yang terstruktur yaitu dengan acuan kurikulum, RPP, dan silabus, serta adanya tes sebagai tahap evaluasi yang sudah terjadwal.

Biasanya bentuk penggunaan *e-learning* dalam pembelajaran formal dilakukan di sekolah atau universitas, di mana guru atau dosen mempunyai halangan untuk mengajar di kelas secara langsung atau tumbuhnya kesadaran bahwa sistem pembelajaran di kelas bisa dialihkan ke dunia maya. (<https://geotimes.co.id/opini/nuansa-belajar-menggunakan-e-learning/>, 2018) Menurut Muh Imam Rusyadi (2018) diakui bahwa dampak yang kurang baik adalah kurangnya perhatian dari pengajar karena kurangnya pertemuan atau bertatap muka dan mengajar secara langsung di kelas, hal ini menunjukkan kesan bahwa *e-learning* seolah hanya memberi pelatihan daripada pendidikan.

Sedangkan arti pendidikan ialah suatu kebutuhan bagi siapa pun dan sampai kapan pun. Pendidikan membuat bangsa menjadi kuat dan

masyarakat cendekia. Hamalik dalam Hadi Cahyono di bukunya *Manajemen Belajar di Perguruan Tinggi Bandung* mengatakan belajar adalah proses perubahan tingkah laku pada diri seseorang berkat pengalaman dan pelatihan, di mana penyaluran dan pelatihan itu terjadi melalui interaksi antara individu dan lingkungannya, baik lingkungan alamiah maupun lingkungan sosial (Cahyono, 2019). Belajar menurut Sri Anitah, dkk. dalam Hadi Cahyono adalah proses mental dan emosional atau proses berfikir atau merasakan. selanjutnya Slameto dalam Hadi Cahyono mengungkapkan belajar adalah suatu proses usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya (Cahyono, 2019). Menurut Degeng dalam Enggal Sriwardiningsih pola belajar merupakan rutinitas pola pikir kreatif manusia. Kim dalam Enggal Sriwardiningsih menyatakan evolusi ilmu konstruktif pendidikan menekankan konsep, inovasi informasi, dan model belajar efektif sehari-hari. Momen ini mengacu pada proses belajar dalam grup, motivasi, dan kritis (Sriwardiningsih, 2014).

Transformasi dari pendidikan konvensional ke model sistem digital merupakan akibat dari perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK). Sebagai salah satu bentuk media pembelajaran, maka pemanfaatan internet sudah memiliki 4 (empat) kriteria ideal media pembelajaran, sebagaimana dikemukakan oleh Mulyanta dalam Budi Aman ialah: 1) memiliki kesesuaian atau relevansi dengan kebutuhan peserta didik; 2) memiliki kemudahan, artinya isi pembelajaran melalui media harus menjadi mudah untuk dimengerti; 3) memiliki kemenarikan, artinya media pembelajaran harus mampu menarik minat siswa untuk mengetahui lebih banyak bahan ajar yang disampaikan oleh guru; 4) memiliki kebermanfaatan yang baik, artinya media pembelajaran harus bernilai atau berguna bagi pemikiran dan perilaku siswa dalam kehidupan bermasyarakat (Budi Aman, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indra Gunawan ST berjudul *Pedagogi dan Teknologi Dalam e-Learning Studi*

Kasus: Pengembangan e-Learning di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan IAIN Randen Intan Lampung dari segi konten, materi yang disajikan secara *e-learning* masih belum sebaik materi yang disajikan melalui tatap muka, hanya 46.8% dari para responden yang mengatakan materi *online* lebih baik dari pada materi yang disajikan melalui tatap muka. Sebagian mahasiswa masih merasa bahwa pemberian materi secara tatap muka masih lebih menyenangkan ketimbang melalui *e-learning*.

Perguruan tinggi sebagai *agent of economic development* diharapkan dapat berperan dalam pembangunan ekonomi bangsa dengan menghasilkan lulusan yang berkualitas dan berdaya saing tinggi. Perguruan tinggi dalam menjalankan perannya dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat dalam berbagai hal dan perubahan yang semakin cepat dalam berbagai bidang. Upaya untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas bukan hanya membutuhkan calon mahasiswa yang berkualitas tetapi juga membutuhkan proses pembelajaran yang berkualitas (Ramli, *et al.*, 2018). Dengan menggunakan pola pengajaran *e-learning* di mana para peserta didik dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif di dalam proses belajar, merupakan salah satu kunci sukses dalam kebutuhan global masyarakat. Tantangan dalam proses belajar menentukan perubahan dalam diri seseorang mahasiswa salah satunya dari aspek internal, diungkapkan oleh Widia Hapnita, dkk. faktor-faktor yang mempengaruhi belajar internal ialah aspek psikologis, terdiri dari intelegensi, perhatian, minat, bakat, motivasi, dan kesiapan (Hapnita, *et al.*, 2017).

2.2. Tantangan Kebutuhan Pembelajaran *e-Learning* dalam Motivasi Minat Belajar Mahasiswa

Perubahan pembelajaran sistem kelas kepada pembelajaran *e-learning* memiliki tantangan dalam memotivasi minat belajar atas perubahan perilaku mahasiswa. Perubahan dari orientasi dosen sebagai pusat motivator mahasiswa kepada siswa didik (mahasiswa) untuk mandiri (*student centered learning*) melakukan proses belajar.

Dukungan perubahan pola pembelajaran *e-learning* dalam memotivasi minat belajar atas perubahan perilaku mahasiswa, didukung hasil studi Sondang R. Sianturi dan Kristina Lisum dalam *Peningkatan Motivasi Belajar melalui Evaluasi e-Learning pada Institusi Keperawatan di Jakarta dan Depok* menunjukkan bahwa, penggunaan internet pada mahasiswa secara signifikan dapat mempengaruhi motivasi mahasiswa dalam menggunakan *e-learning* dengan tingkat keyakinan 95%. (Sianturi, 2018) Pendapat itu diperkuat oleh penelitian Enggal Sriwardiningsih dalam *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Belajar Mahasiswa e-Learning* menunjukkan bahwa pertama, 80 % responden memiliki perilaku positif dalam memahami proses belajar dengan menggunakan media *website*.

Keberhasilan utama dari terselenggaranya *e-learning* di beberapa lembaga pendidikan, harus dapat menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi dalam penggunaan *e-learning*, diperoleh dari kajian beberapa literatur (Riskha Agustina, dkk., 2016): 1) manajemen/pengelola lembaga pendidikan, 2) tenaga pendidik, 3) peserta didik, 4) teknologi, 5) psikologis pengguna, 6) kultur/bahasa.

Preseence theory dikembangkan oleh *social psychologists* John Short, Ederyn Williams, and Bruce Christie dalam Ristiana, mengemukakan bahwa semakin tingginya tingkat kehadiran media dalam kehidupan sosial, maka akan berpengaruh pada tingkat interaksi sosial. Sejatinya dalam komunikasi terdapat dua macam tanggapan yaitu tanggapan secara *verbal* dan *non verbal* yang mana kedua bentuk tanggapan itu sangat penting perannya dalam mencapai komunikasi yang efektif., tantangan keberhasilan penyelenggaraan *e-learning* sebagai media, tidak menggambarkan secara jelas tanggapan *non verbal*. Hal ini yang dapat menimbulkan seseorang tidak peka terhadap lawan bicara, suasana dan lingkungan, yang mana hal ini dapat memicu adanya kesalahpahaman dan ketidaksinkronan saat berkomunikasi. Namun apabila komunikasi dilakukan secara langsung maka seseorang dapat mengamati, merespons, mendengarkan dan menanggapi segala macam tanggapan *verbal* maupun *non verbal* dengan jelas dan mudah dimengerti.(RISTIANA, 2019).

Motivasi adalah salah satu prasyarat yang amat penting dalam belajar. Dalam kata latin, kata *motivum* menunjuk pada alasan tertentu mengapa sesuatu itu bergerak. Motivasi mempunyai intensitas dan arah (*direction*). Gage dan Berliner dalam Tanjung Baralihan menyamakan motivasi seperti mesin (intensitas) dan kemudi (*direction*). Intensitas dari motivasi yang digunakan untuk satu kegiatan mungkin tergantung pada besarnya intensitas itu daripada besarnya arah. (Tanjung Baralihan, 2015) Pembelajaran dengan model *e-learning* harus menciptakan intensitas dan arah (*direction*) untuk memotivasi belajar mahasiswa. Komunikasi interpersonal antara dosen dengan mahasiswa dan antara mahasiswa dengan mahasiswa seharusnya dapat meningkatkan motivasi belajar mahasiswa. Hubungan interpersonal yang baik mampu meningkatkan intensitas komunikasi interpersonal, yang menimbulkan keakraban antara satu dengan yang lain sehingga berusaha untuk selalu saling berhubungan. Intensitas komunikasi interpersonal sangat diperlukan untuk menurunkan kendala dan hambatan dalam memotivasi minat belajar mahasiswa mengubah perilaku yang positif dalam peningkatan prestasi pada pola pembelajaran *e-learning*.

Menurut Devito (Sulaeman, 2011) untuk mengukur intensitas komunikasi interpersonal antar individu dapat ditinjau dari enam aspek, yaitu: frekuensi komunikasi, durasi yang digunakan untuk berkomunikasi, perhatian yang diberikan saat komunikasi, keteraturan dalam komunikasi, tingkat keluasan pesan dan jumlah orang yang diajak bicara, dan tingkat kedalaman pesan dalam komunikasi. (Tanjung Baralihan, 2015) Uno (2008) menjelaskan bahwa motivasi belajar adalah dorongan internal dan eksternal pada siswa yang sedang belajar untuk mengadakan perubahan tingkah laku.

Motivasi belajar adalah sebagai keseluruhan daya penggerak internal dan eksternal yang menimbulkan kegiatan belajar ditandai dengan adanya perubahan tingkah laku yang menjamin kelangsungan dan memberi arah pada kegiatan belajar sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Motivasi belajar terdiri dari beberapa aspek, seperti yang dikemukakan oleh Gottlieb (Lestari,2012) antara

lain: kesadaran, kemauan, kesenangan untuk belajar. Brophy (Uno, 2008) juga mengemukakan dua aspek dalam motivasi belajar yaitu kondisi lingkungan dan harapan berhasil. (Tanjung Baralihan, 2015) Berdasarkan pendapat kedua tokoh dapat disimpulkan bahwa aspek motivasi belajar adalah kesadaran, kemauan, kesenangan untuk belajar, kondisi lingkungan dan harapan berhasil yang muncul dari dalam dan luar untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa pola pembelajaran *e-learning* memiliki beberapa tantangan untuk menciptakan keberhasilan memotivasi minat belajar mahasiswa sekaligus mengubah pola perilaku dari semula dilakukan pola pembelajaran tatap muka beralih kepada pola pembelajaran daring dengan *e-learning*, sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: pengelola, para pendidik, peserta didik, teknologi, psikologis pengguna, kultur/Bahasa, tingginya tingkat kehadiran media dalam kehidupan pengguna, tingkat interaksi sosial, intensitas, arah (direction), komunikasi interpersonal, kesadaran, kemauan, kesenangan belajar, kondisi lingkungan dan harapan berhasil yang muncul dari dalam (internal seseorang) dan luar (eksternal dari lingkungan) untuk mencapai tujuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kenyataan Kondisi Pola Pembelajaran *e-Learning* Masa *Social Distance*

Pola pembelajaran di perguruan tinggi yang sudah melaksanakan pola pembelajaran bisa dikatakan sebagai *blended learning* (tatap muka/*face to face*, *e-learning offline* dan *online*, *mobile learning*) walaupun tidak sepenuhnya, tampaknya mengalami tantangan besar dengan situasi kondisi eksternal lingkungan sosial yang tidak menguntungkan, musibah wabah penyakit covid-19, dan keberhasilan penyelenggaraan pembelajaran di kampus. Pembelajaran di perguruan tinggi secara normal diberlakukan bagi pengelola (yayasan pendidikan tinggi), pendidik (dosen), dan peserta didik (mahasiswa) sebagai *user* dengan interaksi komunikasi yang

intensive, tetapi sejak pemerintah melaksanakan kebijakan *social distance*, terjadi perubahan perilaku.

Konsep pola pembelajaran di perguruan tinggi sebenarnya sesuai dengan kebijakan dan peraturan (contoh: Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No.107/U/2001) yang diberlakukan oleh pemerintah dengan model pembelajaran tatap muka dan *online* sebagai bagian dari perkembangan teknologi pembelajaran, penggunaan media daring sebenarnya sudah diterapkan dan berkembang pada negara lain. Perkembangan teknologi pembelajaran itu sebagai salah satu bentuk perbaikan kualitas pembelajaran dan juga sebagai sarana promosi perguruan tinggi itu sendiri, telah menerapkan pola pembelajaran yang lebih modern dengan pendidikan berbasis ICT (*Information and Comunnication Technology*).

Pesan pendidikan dan pengajaran di perguruan tinggi telah lama dilakukan dengan pola kelas sebagai lokasi untuk melakukan komunikasi interpersonal dengan dosen dan mahasiswa, agar interaksi terjalin antara mahasiswa dan dosen. Kontak sosial pendidikan disampaikan pada pola pembelajaran tatap muka (*classroom*) langsung agar intensitas pesan materi disampaikan dengan lugas, jelas dan padat, serta ada *feedback* langsung dari mahasiswa ketika menerima dan menyerap materi pembelajaran yang dilakukan di kampus. Diskusi dengar pendapat sering dilakukan secara langsung (*life*) antara mahasiswa dengan dosen pengajarnya, bahkan berkaitan dengan administrasi pembelajaran dan administrasi pembayaran juga dilakukan secara langsung bertemu, agar kepuasan memperoleh jawaban atau respons atas komunikasi terjadi dengan baik. Seringkali dosen dan mahasiswa melakukan diskusi pada saat bertemu langsung, baik itu berkaitan dengan materi pengajaran dan fenomena sosial lainnya, bahkan tidak jarang mahasiswa meminta *advice* dalam kegiatan mahasiswa seperti unit kegiatan intern di kampus, atau kegiatan organisasi diluar kampus, kegiatan usaha individu mahasiswa, persoalan ditempat bekerja mahasiswa, atau persoalan personal mahasiswa dengan keluarganya.

Ketika diberlakukan *fully* pembelajaran dengan pola *e-learning*, penyampaian pesan pendidikan dan pengajaran menghadapi

tantangan tersendiri dari sisi perubahan persepsi tentang belajar itu sendiri dan adanya teknologi informasi komunikasi (TIK). Konstruktivisme pada dasarnya telah menjawab tantangan yang pertama dengan meredefinisi belajar sebagai proses konstruktif di mana informasi diubah menjadi pengetahuan melalui proses interpretasi, korespondensi, representasi, dan elaborasi. Sementara itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat yang menawarkan berbagai kemudahan-kemudahan baru dalam pembelajaran memungkinkan terjadinya pergeseran orientasi belajar dari *outside-guided* menjadi *self-guided* dan dari *knowledge-as-possession* menjadi *knowledge-as-construction*.

Lebih dari itu, teknologi ini ternyata turut pula memainkan peran penting dalam memperbaharui konsepsi pembelajaran yang semula fokus pada pembelajaran sebagai semata-mata suatu penyajian berbagai pengetahuan menjadi pembelajaran sebagai suatu bimbingan agar mampu melakukan eksplorasi sosial budaya yang kaya akan pengetahuan. (Dwi Heri Sudaryanto, 2010) Konstruktivisme teknologi pembelajaran dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi merupakan dua hal yang sangat sejalan dan saling memperkuat.

Perangkat berbasis teknologi diharapkan dapat digunakan dalam upaya mengembangkan lingkungan belajar yang lebih produktif. Jaya Kumar C. Koran (2002), mendefinisikan *e-learning* sebagai sembarang pengajaran dan pembelajaran yang menggunakan rangkaian elektronik (LAN, WAN, atau internet) untuk menyampaikan isi pembelajaran, interaksi, atau bimbingan. Dong (dalam Kamarga, 2002) mendefinisikan *e-learning* sebagai kegiatan belajar *asynchronous* melalui perangkat elektronik komputer yang memperoleh bahan belajar yang sesuai dengan kebutuhannya. Penggunaan *e-learning* tidak bisa dilepaskan dengan peran Internet.

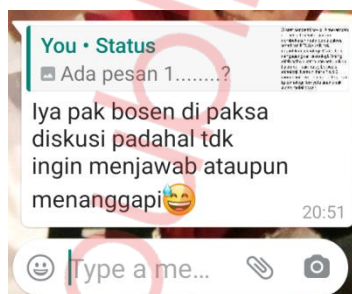
Menurut Williams (1999). *Internet adalah 'a large collection of computers in networks that are tied together so that many users can share their vast resources'*. Untuk dapat menghasilkan *e-learning* yang menarik dan diminati, Onno W. Purbo (2002) mensyaratkan tiga hal yang wajib dipenuhi dalam merancang *e-learning*, yaitu

“sederhana, personal, dan cepat”. Sistem yang sederhana akan memudahkan peserta didik dalam memanfaatkan teknologi dan menu yang ada, dengan kemudahan pada panel yang disediakan, akan mengurangi pengenalan sistem *e-learning* itu sendiri, sehingga waktu belajar peserta dapat diefisienkan untuk proses belajar itu sendiri dan bukan pada belajar menggunakan sistem *e-learning*-nya. Syarat personal berarti pengajar dapat berinteraksi dengan baik seperti layaknya seorang guru yang berkomunikasi dengan murid di depan kelas. Dengan pendekatan dan interaksi yang lebih personal, peserta didik diperhatikan kemajuannya, serta dibantu segala persoalan yang dihadapinya. Hal ini akan membuat peserta didik betah berlama-lama di depan layar komputernya. Percepatan *access* jaringan, kecepatan penanganan keluhan *user*, *maintenance server* jaringan perangkat atau alat *e-learning* akan berpengaruh pada pola pembelajaran *e-learning*. Kesiapan pengelolaan dan pengorganisasian *e-learning* harus dilakukan dengan sebaik mungkin dengan koordinasi serapi mungkin, dikarenakan penyelenggaraan *e-learning* dengan penggunaan media informasi dan teknologi terutama di Indonesia masih menjadi kendala dan hambatan tersendiri, seperti halnya pembatasan akses dan jaringan, pola kebiasaan perilaku yang belum teknologi *minded*, kesiapan mental psikologis akibat teknologi (euforia teknologi).

Pola pembelajaran *e-learning* yang diterapkan pada kondisi sekarang di mana diberlakukan WFH (*Work From Home*) dituntut kemandirian mahasiswa dalam mengubah pola perilaku yang biasa melakukan interaksi langsung dengan komunikasi interpersonal kemudian dibatasi dengan media/alat komunikasi (komputer, *handphone*, media jaringan). Eksplorasi diri secara *life* kemudian dilakukan dalam format media teknologi informasi komunikasi, yang mengharuskan kesiapan diri, psikologis, dan dukungan lingkungan, akan pentingnya pola pembelajaran demi keberlangsungan proses belajar mengajar di perguruan tinggi. Ketersediaan alat/media teknologi komputer atau perangkat *handphone* menjadi sangat krusial, bahkan penggunaan akses jaringan dituntut lebih memadai untuk proses percepatan pembelajaran *e-learning*.

Mahasiswa dan dosen sebagai *user* haruslah menerima kemudahan dan bersifat *user friendly* atas teknologi pembelajaran dengan pola *software e-learning* yang diterapkan. Konten pembelajaran dan model pembelajaran tampaknya menjadi syarat untuk menumbuhkan minat motivasi belajar mahasiswa, konten dan model pembelajaran yang menarik menjadi bagian dari keberhasilan pola pembelajaran *e-learning*. Penulis sendiri merasa bahwa pembelajaran *e-learning* itu membosankan dengan konten yang sama dan model pembelajaran yang hanya itu saja. Begitu pula mahasiswa pada taraf tertentu diuntungkan dengan model pembelajaran *e-learning* dilakukan di rumah atau lokasi tertentu, tetapi teknologi ini pun tidak berdiri sendiri artinya harus melakukan *link*, dengan seperangkat teknologi lainnya untuk bisa menjalankan pola pembelajaran *e-learning*, seperti akses induk jaringan telekomunikasi, ketersediaan alat lain penunjang akses jaringan, dan ketersediaan server dari penyedia *e-learning* itu sendiri.

Kebosanan terjadi dalam penggunaan pola pembelajaran *e-learning* yang bersifat *fully e-learning* bukan pola pembelajaran yang menjadi kultur pembelajaran di Indonesia. Walaupun ada penelitian pada aspek pelaksanaan kuliah dengan *e-learning* diperoleh data dari mahasiswa sebanyak 86,3% menyatakan setuju, dan 13,7% mahasiswa menyatakan tidak setuju terhadap pelaksanaan perkuliahan dengan menggunakan *e-learning* (Saifuddin, 2018).



Gambar 1. Keluhan pada WhatsApp akibat situasi Covid-19 dengan pola pembelajaran e-learning

Sumber: WhatsApp peneliti dengan mahasiswa, 2020

Pada Gambar 1 sangatlah menarik untuk disimak, tampaknya mahasiswa bernama Rina (nama samaran) mengeluhkan kebosanan dengan keharusan menjawab setiap diskusi yang diberikan pada portal yang disediakan oleh Universitas di Jakarta Utara. Kuliah dengan pola pembelajaran *fully e-learning* oleh mahasiswa ini dianggap sebagai bagian yang tidak harus ada interaksi dalam bentuk komunikasi yang dipaksakan untuk melakukan verbal komunikasi diterjemahkan dalam bahasa tulisan. Pola belajar “menyimak” dosen menerangkan materi sambil berpikir menerjemahkan materi kemudian mengerti dan memahami tampaknya tidak bisa dilakukan dalam pembelajaran *e-learning*. Pembelajaran *fully e-learning* yang diterapkan sekarang dengan mengharuskan mahasiswa dan dosen untuk memberikan materi rupanya menjadi beban psikologis tersendiri, mahasiswa melakukan keharusan untuk diskusi dalam pola pembelajaran *e-learning*, di tengah kondisi sosial yang selalu di-“jejal” informasi media tentang berita data wabah penyakit sangat menekan, apalagi kondisi diluar atau eksternal lingkungan mahasiswa pada saat melakukan pembelajaran *e-learning* diberlakukannya *social distance*, menjadi semakin tidak nyaman melakukan *e-learning*.

Faktor psikologis dalam model pembelajaran *e-learning* menjadi sangat krusial, apalagi didukung dengan kondisi eksternal sosial yang meningkatkan pengaruh psikologis bagi *user* dalam pembelajaran *e-learning*. Fenomena kebosanan ini tampaknya harus disikapi oleh penyelenggara pendidikan agar terlaksana walau dalam kondisi mengharuskan WFH sebagai dampak dari kebijakan pemerintah untuk pengurangan wabah penyakit. Gambar 1 berikut merupakan bukti fenomena tingkat kebosanan yang harus dicari solusinya pada situasi sekarang ini.

Menurut penulis pola pembelajaran *blended learning* sebagaimana penjelasan terdahulu, sebenarnya sudah merupakan pembelajaran yang paling baik dan tepat untuk diterapkan di perguruan tinggi agar efektivitas pembelajaran di perguruan tinggi berlangsung dengan baik. Pola pembelajaran tatap muka/*face to face* dan *e-learning* pada kondisi yang normal artinya tidak ada tekanan

kondisi eksternal seperti pemberlakuan *social distance* karena wabah penyakit bisa dilakukan dengan nyaman dan tidak menjadi beban secara psikologis.

Faktor utama yang berpengaruh pada motivasi minat belajar mahasiswa dalam sistem *e-learning* dengan kondisi sekarang diberlakukannya WFH sebagai *social distance*, secara fenomenologi menurut penulis adalah: 1) tidak mampu menjembatani komunikasi interpersonal yang intens dan secara langsung memperoleh *feedback* atas komunikasi verbal yang dilakukan baik itu komunikasi tentang belajar mengajar, personal, bahkan hanya informasi tentang fenomena sosial diluar kampus, 2) konten dalam *software e-learning* yang diterapkan tidak mampu mewadahi seluruh aspek psikologis atas penyelenggaraan pola pembelajaran *e-learning* yang hanya seperti mesin, 3) Pandangan mata, hanya tertuju pada fokus bahan/materi alat elektronik (bahan mati) yang tidak bisa mengalahkan pandangan mata bersifat *life* yang hidup bergerak), 4) Kuliah tidak setiap hari harus melakukan diskusi dalam arti terjadi komunikasi verbal dan non verbal saja, tetapi kadangkala dipengaruhi oleh *mood*, psikologis, gerak tubuh yang dinamis, 5) Kondisi Eksternal lingkungan sosial mempengaruhi psikologi minat motivasi belajar mahasiswa secara langsung dengan pemberitaan data wabah penyakit, yang setiap hari dirilis pada media elektronik, 6) Pola perilaku kebiasaan melakukan interaksi sosial atau sosialisasi antara teman bermain, teman kampus, dosen dengan mahasiswa, dan orang lain dibatasi, membuat pergaulan menjadi terbatas dan membosankan di lingkungan yang sama tanpa ada variasi, 7) Roh pembelajaran dan pengajaran hanya sebatas pada hasil atau target bahwa keberlangsungan pembelajaran menyesuaikan rencana pembelajaran yang sudah dirancang, tanpa memperhatikan filosofi pengajaran dan pembelajaran. *Transfer of knowledge* kepada mahasiswa tidak hanya perpindahan materi kepada mahasiswa, tetapi sejauh mana mendengarkan, menyimak, mengerti dan memahami akan materi yang disampaikan dan ditunjang *performance* dosen dan mahasiswa saling melakukan komunikasi interpersonal secara langsung untuk memperoleh *feedback* atas proses belajar.

Menurut Pribadi dalam Said Suhil Achmad Lima pandangan yang dominan dalam filsafat pendidikan, yaitu: (1) *Perennialisme*, yaitu filsafat pendidikan yang memiliki keyakinan bahwa pengetahuan merupakan pokok dasar bagi pendidikan. (2) *Esensialisme*, yaitu filsafat yang memandang fungsi sekolah sebagai lembaga penerus warisan budaya dan sejarah kepada generasi penerus. (3) *Progresivisme*, yaitu filsafat pendidikan yang menekankan pentingnya pemberian keterampilan dan alat kepada individu yang diperlukannya untuk berintegrasi dengan lingkungannya yang senantiasa berubah. Filsafat pendidikan ini menganut pendapat bahwa pendidikan itu adalah kehidupan itu sendiri dan bukan suatu masa persiapan untuk hidup. (4) *Rekonstruksionisme*, yaitu filsafat pendidikan yang berpandangan bahwa dalam suasana perkembangan teknologi yang amat cepat, pendidikan harus mampu melakukan rekonstruksi masyarakat dan membangun tatanan dunia baru selaras dengan perubahan teknologi itu. Pendidikan harus memandang ke masa depan. (5) *Eksistensialisme*, yaitu filsafat pendidikan yang sangat menghormati martabat manusia sebagai makhluk individu yang unik dan memperlakukan individu sebagai pribadi (Said Suhil Achmad, 2015).

4. KESIMPULAN

Pola pembelajaran *e-learning* pada masa sekarang dengan kondisi berlakunya WFH (*Work For Home*) dan *social distance* menjadi alternatif bagi sistem pengajaran dan pembelajaran di perguruan tinggi. Perilaku mahasiswa dituntut untuk melakukan penyesuaian terhadap pola pembelajaran di Perguruan Tinggi dengan sistem *classroom* kepada sistem *e-learning* dikondisi sekarang, Ekspektasi perilaku kemudahan, kegunaan dan kemanfaatan terhadap penggunaan teknologi, perlu diketahui lebih jauh akan tuntutan pergeseran pola perilaku mahasiswa dengan kemajuan TIK.

Kemampuan kebutuhan pola pembelajaran *e-learning* memotivasi minat belajar mahasiswa atas perubahan perilaku yang selama ini terbiasa menerima sebagian besar pembelajaran *classroom*,

dengan komunikasi interpersonal bertatap muka langsung, tidak bisa digantikan dengan pola pembelajaran sistem *fully e-learning*. Beberapa kendala dan hambatan dalam pelaksanaan pola pembelajaran *e-learning*, dampak yang kurang baik adalah kurangnya perhatian dari pengajar karena kurangnya pertemuan atau bertatap muka dan mengajar secara langsung di kelas, hal ini menunjukkan kesan bahwa *e-learning* seolah hanya memberi pelatihan daripada pendidikan.

Faktor yang mempengaruhi pelaksanaan pola pembelajaran *e-learning* dalam kenyataan fenomenologinya mempengaruhi motivasi minat belajar mahasiswa, dapat dikatakan antara lain: faktor psikologis, interaksi komunikasi interpersonal yang intens, konten *software e-learning* yang statis tidak dinamis, pandangan mata pada bentuk yang statis, tidak selalu dilakukan diskusi dengan komunikasi verbal yang ditulis, kondisi eksternal lingkungan sosial dengan informasi berita yang tidak mendukung seperti data wabah penyakit berpengaruh terhadap minat motivasi belajar mahasiswa, pola perilaku kebiasaan interaksi sosial yang dibatasi membosankan, roh pengajaran dan pembelajaran hanya sebatas target menyesuaikan dengan rencana pembelajaran yang sudah dirancang, tetapi tidak memperhatikan filosofi pendidikan itu sendiri.

5. REFERENSI

- Budiaman, B. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KESULITAN PENERAPAN E-LEARNING DALAM PEMBELAJARAN IPS. *Jurnal Sejarah Lontar*. <https://doi.org/10.21009/lontar.072.05>
- Cahyono, H. (2019). FAKTOR-FAKTOR KESULITAN BELAJAR SISWA MIN JANTI. *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan Pembelajaran*. <https://doi.org/10.24269/DPP.V7I1.1636>
- Dwi Heri Sudaryanto, 2010. Pemanfaatan *e-Learning* Sebagai Media Pembelajaran Mandiri. *Forum Diklat*. Vol. 6. No.4. Widyaaiswara Muda PPSDM MIGAS.
- Hapnita, W., Abdullah, R., Yualitas Gusmareta, & Rizal, F. (2017). Faktor Internal Dan Eksternal Yang Dominan Siswa Kelas Xi

- Teknik Gambar Bangunan Smk N 1 Padang Tahun 2016/2017. *Cived Jurusan Teknik Sipil*. <https://doi.org/2302-3411>
- Hendrastomo, G. (2008). Dilema dan Tantangan Pembelajaran *e-learning* 1 (The Dilemma and the Challenge of. *Majalah Ilmiah Pembelajaran*.
- Nugraha, M. (2018). MANAJEMEN KELAS DALAM MENINGKATKAN PROSES PEMBELAJARAN. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*. <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v4i01.1769>
- Ramli, N., Muljono, P., & Afendi, F. M. (2018). The influencing factors of self directed *learning* readiness and academic achievement. *Jurnal Kependidikan: Penelitian Inovasi Pembelajaran*. <https://doi.org/10.21831/jk.v2i1.15307>
- RISTIANA, U. N. (2019). HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL SISWA SMAN 1 DEPOK SLEMAN D.I YOGYAKARTA. *TRANSFORMATIF*. <https://doi.org/10.23971/tf.v2i2.964>
- Rohman, A. (2019). DAMPAK PSIKOLOGI BELAJAR DALAM PEMBELAJARAN AKTIF BAGI PESERTA DIDIK MADRASAH IBTIDAIYAH. *MAGISTRA: Media Pengembangan Ilmu Pendidikan Dasar Dan Keislaman*. <https://doi.org/10.31942/mgs.v10i1.2715>
- Saifuddin, M. F. (2018). *e-Learning* dalam Persepsi Mahasiswa. *Jurnal VARIDIKA*. <https://doi.org/10.23917/varidika.v29i2.5637>
- Said Suhil Ahmad, (2015). Tantangan Dosen dan Guru di Era ICT di Riau, *Procedding Universitas Islam Riau*.
- Sianturi, S. R. (2018). Meningkatkan Motivasi Belajar Melalui Evaluasi *e-Learning* Pada Institusi Keperawatan Di Jakarta Dan Depok. *JURNAL PENDIDIKAN KEPERAWATAN INDONESIA*. <https://doi.org/10.17509/jpki.v4i2.11563>

Sriwardiningsih, E. (2014). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Belajar Mahasiswa *e-Learning*. *Binus Business Review*. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i2.1027>

Tanjung Baralihan, (2015). *Hubungan Antara Intensitas Komunikasi Interpersonal Dengan Motivasi Belajar*. Naskah Publikasi Diajukan Kepada Fakultas Psikologi untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sumber Internet

<https://www.mistar.id/opini/pendidikan-jarak-jauh-dan-dampak-sosialnya/>. Diakses tanggal 19 April 2020.

WAJAH PEMERINTAH INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19 MELALUI UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM PRESIDEN JOKOWI

Lim Yudhi,

lyudhi@bundamulia.ac.id

082213927076

Abstract

The use of Instagram evolved from just sharing experiences or thoughts into a platform used for marketing communications, image building, campaigns, outreach, entertainment and other information. Like the use of Instagram by President Jokowi. The President of the Republic of Indonesia, Joko Widodo has an Instagram account with 31 million followers. This study aims to determine the meaning of the face of the Indonesian government during the Covid-19 pandemic through the upload of President Jokowi's Instagram account. The method used in this research is the analysis of Charles Sanders Peirce's semiotics through a qualitative approach. Data collection techniques used in this study were observation and literature study. The results of the study showed that the Indonesian government avoided information that could make people panic. In addition, the government conveys information with animated sentences and illustrations that are easy to understand and close to everyday life, so that people easily digest the information conveyed. The Indonesian government also verifies appreciation to appreciate every contribution made by the public in dealing with the Covid-19 pandemic. The face of the Indonesian government is also seen to protect the people with fatherly and motherly presence in delivering and appealing. The Indonesian government is very concerned about the condition of the public by knowing all forms of public activity in various regions. The Indonesian government always expresses caution and always applies the Pancasila ideology and unity in diversity.

Keywords: *The Face of the Indonesian Government; Covid-19 Pandemic; Instagram President; Charles Sanders Peirce's Semiotics*

1. PENDAHULUAN

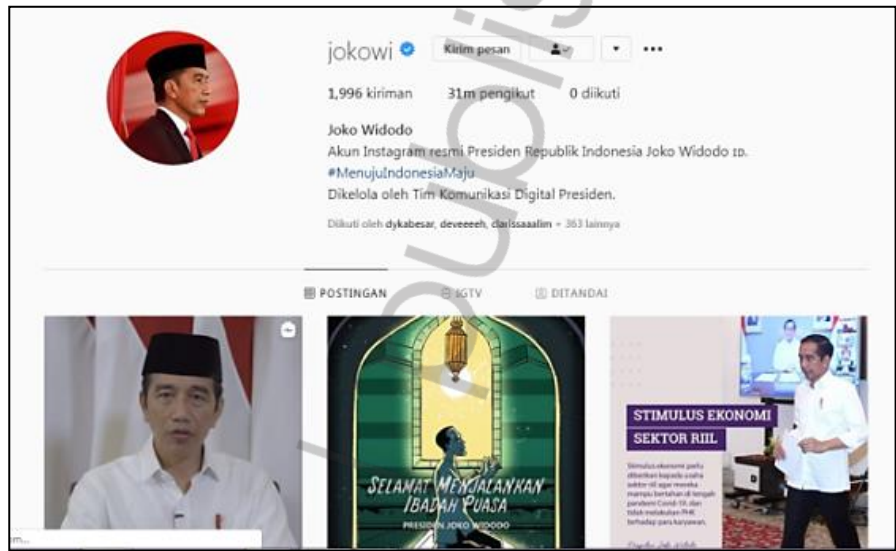
Media sosial adalah perkembangan teknologi berbasis Internet yang memungkinkan penggunanya berinteraksi secara langsung dalam beberapa bentuk (Zarella, 2010). Berbeda dengan media konvensional yang hanya bersifat searah, media sosial memungkinkan penggunanya untuk bertanya, memberikan komentar, masukan, maupun umpan balik.

Contoh bentuk media sosial tersebut antara lain adalah blog (WordPress), micro-blog (Twitter), jejaring sosial (Facebook), situs berbagi media foto/video (YouTube, Flickr), dan forum Internet. Salah satu jenis media sosial populer yang mendukung dalam mengunggah dan berbagi gambar adalah Instagram. Instagram tersusun dari dua kata yaitu "*insta*" dan "*gram*". Arti kata pertama diambil dari kata "*instant*" yaitu serba cepat atau mudah, sedangkan kata "*gram*" diambil dari "*telegram*" yang maknanya dikaitkan dengan media pengiriman informasi yang sangat cepat (Instagram, 2016).

Instagram sebagai sebuah aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto ataupun video yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Setiap pengguna Instagram harus memiliki sebuah akun. Pada akun tersebut ada sebuah laman yang menampilkan gambar dan video yang diunggah oleh pengguna. Tiap gambar/video yang diunggah dapat diberi komentar atau tanda "*Love*" oleh pengguna lainnya. Fitur lain dari Instagram adalah fitur "*Follow*" yang memungkinkan pengguna untuk mengikuti pengguna lain sehingga unggahan dari pengguna lain tersebut ditampilkan di laman yang ia miliki (*What Is Instagram*, 2016).

Penggunaan Instagram sendiri kini berkembang dari sekadar berbagi pengalaman atau pemikiran menjadi sebuah *platform* yang digunakan untuk komunikasi pemasaran, membangun citra,

kampanye, sosialisasi, hiburan dan informasi lainnya. Seperti penggunaan Instagram oleh Presiden Jokowi. Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo memiliki akun Instagram dengan jumlah pengikut sebanyak 31 juta.



Gambar 1: Akun Instagram Presiden Jokowi

Akun Instagram presiden Jokowi dikelola oleh tim komunikasi digital presiden. Isi unggahan foto ataupun video pada laman akun Instagram presiden Jokowi selalu terkait dengan kebijakan ataupun informasi terkait kinerja pemerintahan Indonesia. Kegiatan yang dilakukan oleh presiden seperti kunjungan kepresidenan atau acara keluarga pun selalu diselipkan dengan himbauan ataupun ajakan untuk mendukung kebijakan yang diambil oleh pemerintah Indonesia. Selain itu juga terdapat pesan seperti kampanye untuk menjaga persatuan ataupun melestarikan kebudayaan Indonesia.

Pada awal tahun 2020, dunia dikejutkan dengan peristiwa wabah penyakit infeksi saluran pernapasan akut yang meluas ke hampir seluruh wilayah di dunia. Peristiwa ini terjadi awal mulanya di Kota Wuhan, provinsi Hubei, China. Sejak 3 Januari, China telah secara

teratur memberi tahu WHO serta negara-negara dan wilayah terkait, Hong Kong, Makau, dan Taiwan, tentang wabah pneumonia tersebut. Perkembangan dan pelaporan secara teratur menjadi perhatian WHO. Akhirnya, lembaga kesehatan dunia tersebut mengumumkan darurat kesehatan masyarakat global pada 30 Januari 2020. Beberapa waktu kemudian, tepatnya 11 Februari 2020, WHO mengumumkan virus baru ini disebut "Covid-19".

Indonesia sudah mulai melakukan beberapa tindakan untuk mencegah masuknya virus tersebut ke wilayah Indonesia. Pemerintah Indonesia pun juga melakukan upaya evakuasi WNI yang bekerja di luar negeri agar dapat diselamatkan dan dilindungi dari wabah tersebut. Kasus Covid-19 dinyatakan sebagai pandemi karena menelan korban jiwa yang cukup banyak dengan penyebaran virus yang sangat cepat dalam perhitungan secara eksponensial. Informasi mengenai kasus positif virus Covid-19 di Indonesia sejak tanggal 3 Maret 2020, presiden sudah mengumumkan terdapat dua warga negara Indonesia yang terkonfirmasi positif mengidap virus Covid-19.

Akun Instagram presiden Jokowi setiap harinya selalu memberikan informasi terbaru terkait kebijakan yang diambil dalam rangka mencegah dan menangani kasus Covid-19 di Indonesia. Selain itu himbauan pemerintah untuk mengajak masyarakat bersatu di tengah kepanikan menghadapi pandemi Covid-19 juga sering digaungkan. Penyampaian himbauan pun juga dikemas dengan tampilan yang tidak menambah kepanikan. Pada situasi pandemi tersebut, unggahan pada laman akun Instagram presiden Jokowi menjadi sarana komunikasi untuk mempertahankan wajah pemerintah Indonesia dalam menjaga stabilitas nasional.

Demokrasi yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia juga terlihat pada laman akun Instagram presiden Jokowi yang dipenuhi dengan beragam komentar, kritik dan saran terhadap pemerintah Indonesia. Tampilan visual foto ataupun video unggahan pada akun Instagram presiden Jokowi menjadi sangat penting karena menjadi kesan pertama wajah pemerintah Indonesia dalam menghadapi situasi pandemi.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi rujukan dalam menentukan tampilan unggahan Instagram khususnya presiden sebagai wajah pemerintahan dari suatu negara. Penelitian ini juga diharapkan dapat secara teoretis menjadi rujukan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang kajian semiotika yang mempelajari tentang makna, tanda, lambang, simbol dan sejenisnya.

2. KAJIAN LITERATUR

Menurut Sumbo, dalam ilmu komunikasi dikenal dogma populer yaitu *words doesn't mean, people mean*. Artinya, sesungguhnya kata-kata tidak memiliki makna, manusialah yang merekatkan makna ke dalam kata-kata tersebut. Bagi Peirce, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda (Sumbo, 2012: 12). Tanda dapat bermakna lain bagi seseorang. Pada kondisi seperti ini, maka gambar karikatur dapat diposisikan sebagai *sign* yang memproduksi suatu makna untuk masuk ke dalam pikiran khalayak.

Menurut Indiwana Seto Wahyu Wibowo, secara etimologis istilah semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Indiwana, 2011:5). Tanda pada umumnya dimaknai sebagai sesuatu yang menunjukkan hubungan sebab-akibat. Contohnya seperti asap yang menandai adanya api, mendung yang menandai gejala akan hujan. Indiwana juga menjelaskan semiotika secara terminologis sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Jadi berdasarkan paparan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada dasarnya semiotika adalah suatu kajian yang menitikberatkan objek penelitiannya pada sebuah tanda yang pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada benda lain. Dapat dikatakan juga sebagai sesuatu yang perlu dipertanyakan lebih lanjut dari suatu objek penelitian.

Salah satu tokoh semiotika adalah Umberto Eco. Beliau menegaskan bahwa semiotika adalah teori dusta seperti dikemukakan oleh Yasraf Amir Piliang dalam buku *Hiparsemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna* (Indiwan, 2011: 19). Eco mengatakan bahwa pada prinsipnya semiotika adalah sebuah disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk berdusta. Tanda dapat digunakan untuk menyatakan kebenaran sekaligus juga untuk menyatakan suatu kebohongan. Semiotika menaruh perhatian pada apapun yang dapat dinyatakan sebagai tanda. Sebuah tanda adalah semua hal yang dapat diambil sebagai penanda yang mempunyai arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tersebut tidak perlu harus ada, atau tanda itu secara nyata ada di suatu tempat pada waktu tertentu. Dengan demikian semiotika pada prinsipnya adalah suatu disiplin yang mempelajari apapun yang dapat digunakan untuk menyatakan suatu kebohongan. Jika sesuatu itu tersebut tidak dapat digunakan untuk menyatakan kebohongan, sebaliknya tidak bisa digunakan untuk menyatakan kebenaran.

Menurut Theodorson dan Theodorson, penggunaan tanda atau simbol-simbol dalam komunikasi merupakan transisi dari informasi, ide, perilaku atau emosi dari satu individu atau kelompok kepada lainnya terutama melalui simbol (Indiwan, 2011: 133). Bisa dikatakan bahwa komunikasi dan tanda tidak bisa dipisahkan. Tanda dan makna merupakan kata kunci yang menghubungkan antara semiotika dan komunikasi. Di dalam komunikasi terdapat unsur pesan yang berbentuk tanda-tanda. Dan tanda-tanda ini mempunyai struktur tertentu yang dilatarbelakangi oleh keadaan sosiologi ataupun budaya di tempat komunikasi itu hidup sehingga untuk mempelajari bagaimana struktur pesan atau konteks di balik pesan-pesan komunikasi diperlukan studi semiotika sebagai metode analisis. Semiotika atau penyelidikan tentang simbol-simbol merupakan salah satu tradisi pemikiran dalam teori komunikasi. Tradisi semiotika berbicara tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, kenangan di luar tanda-tanda itu sendiri. Menurut Littlejohn, konsep dasar dari tradisi semiotik adalah

tanda yang didefinisikan sebagai stimulus yang menandakan atau menunjukkan beberapa kondisi lain (Littlejohn, 2009:54).

Semiotika menurut Berger memiliki dua tokoh besar yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Latar belakang keilmuan Saussure adalah linguistik, sedangkan Peirce filsafat. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya sebagai semiologi. Menurut Hidayat sebagaimana dikemukakan oleh Sumbo, semiologi didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, di belakangnya harus ada sistem perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda, di sana ada sistem (Sumbo, 2012:11). Peirce menamakan ilmu yang dibangunnya sebagai semiotika. Bagi Peirce yang merupakan ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (*sign*), berfungsinya tanda, dan produksi makna. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati atau dibuat teramati dapat disebut tanda (Sumbo, 2012: 12).

Dalam penelitian Suriyah, dkk. (2017) mencermati akun media sosial yang fokus pada pariwisata di Bali dan menganalisis bagaimana interaksi pengguna Instagram dengan muatan yang diunggah oleh akun tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analisis isi (*content analysis*) yang dilakukan terhadap sepuluh akun media sosial dengan pengikut terbanyak dan seratus unggahan terakhir masing-masing akun. Gambar, keterangan gambar, dan *hashtag* yang dipakai kemudian dibandingkan dengan memperhatikan preferensi pengguna Instagram. Sebagai uji silang, komparasi terhadap hasil *focus group discussion* dilakukan untuk meningkatkan keyakinan terhadap temuan data. Hasil riset mengungkap berbagai tipe gambar yang diunggah. Preferensi pengguna atau pengikut akun

cenderung mengarah pada gambar yang menunjukkan kesan alamiah, sederhana, serta memiliki keterangan yang informatif.

Penelitian Anwar, Hapsari, dan Sinaga (2018) menyebutkan bahwa logo merupakan identitas suatu lembaga yang merepresentasikan sejarah dan budaya lembaga tersebut, sebagai media promosi dalam memperkenalkan lembaga pada publik. Penelitian mereka mengangkat tentang Perpustakaan Nasional Republik Indonesia yang membuat logo baru sebagai bentuk representasi perpustakaan. Penelitian mereka menjelaskan makna konstruksi logo yang mencerminkan visi perpustakaan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce melalui pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo Perpustakaan Nasional Indonesia memiliki simbol bintang sebagai cahaya alam, dan buku yang terbuka sebagai kekayaan perpustakaan. Kedua simbol ini memiliki makna bahwa perpustakaan merupakan pembelajaran seumur hidup, buku menjadi jendela dunia, cahaya dalam mendidik bangsa, kedalaman pengetahuan, lembaga yang progresif dan maju, sebuah pembukaan pikiran dan pengetahuan. Simbol yang menunjukkan makna identitas Perpustakaan Nasional Indonesia adalah unsur grafis buku, bintang, warna hijau, biru, dan hitam. Simbol yang tidak menggambarkan identitas adalah unsur gradasi. Simpulan penelitian ini, makna masing-masing tanda dibangun menjadi makna tunggal bahwa Perpustakaan Nasional Indonesia sebagai lembaga yang selalu mengedepankan pelayanan publik dengan elemen grafis buku terbuka dan logo transformasi Perpustakaan Nasional Indonesia.

Pada penelitian Mazaya, Bakti dan Budiana (2019) dengan menggunakan analisis semiotika Peirce menunjukkan logo baru *ITDC* (*Indonesia Tourism Development Corporation*) terdiri dari tiga simbol, yaitu simbol *logogram* burung garuda, simbol *logotype ITDC*, dan simbol *logotype tagline*. Simbol *logogram* burung garuda memiliki makna sifat nasionalisme negara Indonesia, simbol *logotype ITDC*

memiliki makna perubahan *ITDC* yang lebih *modern*, dan simbol *logotype tagline* memiliki makna misi *ITDC* sebagai pencipta destinasi-destinasi wisata baru di Indonesia. Makna dari masing-masing simbol memiliki kaitan dengan tahapan proses *Rebranding* yang meliputi faktor *Rebranding*, proses *Rebranding*, dan hasil *Rebranding*. Saran dalam penelitian mereka ini sebaiknya menggunakan nama perusahaan yang lengkap pada simbol *logotype ITDC*, menggunakan gambar burung garuda yang lebih jelas dan nyata (*real*) pada simbol *logogram* burung garuda, dan melakukan pengkajian terhadap makna dari simbol-simbol yang terdapat pada logo baru *ITDC* dan mengaitkannya dengan tahapan *proses Rebranding*.

Oleh karena itu, penelitian ini ingin menjelaskan representasi makna wajah pemerintah yang terkandung pada unggahan laman akun Instagram presiden Jokowi selama pandemi Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk menjelaskan proses semiosis yang terbentuk melalui segitiga makna Peirce terkait tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretasi (*interpretant*). Tanda akan dikategorikan ke dalam kategori yang kemudian digunakan untuk menjelaskan hubungan *ikon*, *index*, *simbol* yang menjadi objek untuk diberikan makna melalui proses interpretasi sesuai dengan referensi atau rujukan pada realitas sosial secara kontekstual.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengumpulkan data sebanyak 69 foto dan 18 video yang diambil sejak tanggal 2 Maret 2020 hingga tanggal 20 April 2020. Kategorisasi tema unggahan pada laman akun Instagram presiden Jokowi sebagai berikut:

Tabel 1. Kategorisasi Tema Unggahan

Tema Unggahan	Jumlah
Kebijakan Karantina Kesehatan	11
Kebijakan Ekonomi	26
Kebijakan Transportasi Umum	6
Kebijakan Medis	21

Tema Unggahan	Jumlah
Kebijakan Pendidikan	2
Kebijakan Listrik dan Air	1
Pelantikan Pejabat	1
Kegiatan Rapat koordinasi dengan Negara Lain	6
Ucapan Hari Raya	3
Ucapan Apresiasi	8
Sosialisasi Cara Mencegah Penyebaran Covid-19	25

Dari total 87 unggahan pada laman akun Instagram presiden Jokowi terdapat 14 unggahan yang ditampilkan secara animasi, sedangkan sisanya merupakan potret kegiatan yang dilakukan oleh presiden Jokowi dalam melakukan koordinasi menangani pandemi Covid-19 ataupun memberikan himbauan kepada masyarakat Indonesia terkait salah satu kebijakan yang diambil selama masa pandemi. Dari hasil pengamatan, terdapat setidaknya 10 jenis tanda dalam unggahan akun Instagram presiden Jokowi.

Jenis tanda menurut Peirce antara lain *qualisign*, *iconic sinsign*, *rhematic indexical sinsign*, *dicent sinsign*, *iconic legisign*, *rhematical indexical legisign*, *dicent indexical legisign*, *rhematical simbol*, *dicent simbol*, dan *argument*. *Qualisign* merupakan tanda yang menunjukkan suatu kualitas seperti warna merah yang menunjukkan keberanian. *Iconic sinsign* adalah tanda yang menunjukkan suatu kemiripan seperti peta. *Rhematical indexical sinsign* merupakan tanda yang berkaitan dengan pengalaman langsung di mana keberadaannya disebabkan oleh suatu hal seperti tengkorak yang menandakan jalur rawan kecelakaan.

Dicent sinsign merupakan tanda yang menunjukkan informasi tentang suatu hal seperti plang pom bensin ataupun restoran. *Iconic legisign* adalah tanda yang berupa peringatan atau larangan yang erat kaitannya dengan norma atau hukum. *Rhematical indexical legisign* merupakan tanda yang merujuk pada objek tertentu seperti penentu toilet pria atau wanita. *Dicent indexical legisign* adalah tanda yang merujuk pada suatu objek atas suatu informasi tertentu seperti lampu *hazard* yang menandakan sebuah mobil sedang bermasalah.

Rhematic simbol merupakan tanda yang menunjukkan keterikatan dengan objeknya secara umum terasosiasi dan disepakati seperti gambar bentuk buah pisang yang berbentuk setengah lingkaran. *Dicent simbol (proportion)* adalah tanda yang secara langsung menghubungkan antara objek dengan penangkapan respons otak seperti perintah untuk keluar dari ruangan dengan mengacungkan jari tangan akan membuat kita segera menuruti perintah tersebut sesuai arahan jari tersebut. *Argument* merupakan tanda yang didasari atas suatu pendapat atau hasil berpikir seseorang atas sesuatu pertimbangan dan alasan tertentu seperti saat memasuki sebuah ruangan dan menilai kondisi terang atau tidaknya ruangan tersebut.

Setiap unggahan akun Instagram presiden Jokowi menuai banyak pro dan kontra dari masyarakat yang terlihat pada kolom komentar. Penelitian ini tidak memfokuskan pada komentar, tetapi memfokuskan pada tampilan utama/muka pada setiap unggahan akun Instagram presiden Jokowi selama masa pandemi Covid-19 yang bertemakan sosialisasi cara mencegah penyebaran virus Covid-19. Unggahan yang menjadi fokus penelitian sejumlah 13 (tiga belas) unggahan pada tanggal 5 Maret, 10 Maret, 11 Maret, 12 Maret, 15 Maret, 18 Maret, 19 Maret, 28 Maret, 5 April, 6 April, 10 April, 13 April, 18 April tahun 2020.

Proses interpretasi makna yang akan dibahas dalam penelitian ini dengan langkah menentukan jenis tanda dalam masing-masing muka unggahan yang kemudian akan dijabarkan ke dalam tahapan objektivasi (ikon, indeks, dan simbol) kemudian dilakukan proses signifikansi pada proses interpretasi sehingga didapatkan makna yang terkandung dalam tiap unggahan. Hasil penelitian atas setiap unggahan sebagai berikut.

Pada unggahan 5 Maret 2020, berupa video singkat yang menjelaskan bagaimana cara mencegah virus Covid-19.



Gambar 2. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 5 Maret 2020

Jenis tanda yang terdapat pada tampilan muka unggahan tersebut termasuk ke dalam jenis tanda *iconic sinsign* di mana pada unggahan tersebut menunjukkan sosok pria dengan menggunakan kemeja putih dan lencana merah putih. Hal ini menunjukkan sosok presiden Jokowi karena wajahnya dan lencana merah putih merujuk pada lencana kepresidenan. Latar yang ditampilkan merupakan jenis tanda *rhematical indexical sinsign* karena terdapat susunan bangku dan meja yang diterangi oleh lampu dan terdapat petugas kebersihan yang sedang menyapu lantai yang menunjukkan latarnya merupakan sebuah restoran.

Secara ikonik, kita dapat mengenali sosok presiden sebagai objek utama yang ditampilkan. Latar yang ditampilkan berupa restoran karena ingin menunjukkan suasana santai yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan untuk tidak panik. Secara indeks, kita dapat mengerti mengapa pemilihan latar restoran digunakan untuk menyampaikan pesan presiden untuk tidak panik. Latar restoran yang menampilkan orang-orang yang sedang asyik

bercengkrama menunjukkan upaya presiden mengemas pesan agar tidak panik ini dengan situasi yang informal. Situasi informal yang ditampilkan membuat masyarakat merasa lebih dekat dengan sosok presiden Jokowi. Pada tahapan simbol, tampilan muka unggahan ini memperlihatkan sosok presiden sebagai simbol kepala negara yang merakyat dan dekat dengan masyarakat. Dengan pakaian hanya kemeja putih dan latar restoran memberikan suasana hangat dan tidak kaku.

Interpretasi yang dapat kita ambil dari tampilan muka unggahan ini membuat masyarakat tenang dan tidak panik, seperti ketika kita mengobrol saat berada di restoran. Presiden menempatkan dirinya sejajar dengan masyarakat dan menyampaikan ajakan untuk mencegah penyebaran virus korona dengan tenang dan tidak takut secara berlebihan. Selanjutnya ajakan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19 diunggah pada tanggal 10 Maret 2020, berupa video singkat bagaimana cara mencuci tangan yang benar.



Gambar 3. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 10 Maret 2020

Jenis tanda yang terdapat pada tampilan muka unggahan tersebut termasuk ke dalam jenis tanda *iconic sinsign* dengan memperlihatkan sosok perempuan menggunakan selendang berwarna oranye dan latar yang merupakan *rhetic simbol* di mana menampilkan meja kayu dengan hiasan berupa tanaman sedap malam dan ornamen berbentuk rusa dengan gorden yang didominasi warna putih. Secara ikonik kita dapat melihat sosok ibu negara melalui wajah ibu Iriana, istri dari presiden Jokowi.

Secara indeks, kita dapat melihat pesan ini sifatnya sedikit lebih formal dibanding unggahan sebelumnya. Ajakan untuk mencuci tangan dengan benar diperlihatkan dalam keseluruhan video yang menampilkan Ibu Iriana berkunjung ke sekolah-sekolah untuk mengajarkan cara mencuci tangan yang baik dan benar. Situasi formal diperlihatkan karena latar yang ditampilkan merupakan suasana istana kepresidenan yang menunjukkan bahwa pesan ini sifatnya penting untuk mencegah penyakit dalam kasus ini virus Covid-19 dengan mencuci tangan yang benar. Objek yang ditampilkan dalam tampilan muka unggahan ini memperlihatkan simbol himbuan resmi untuk menerapkan kegiatan mencuci tangan sebagai bentuk pencegahan virus Covid-19.

Hasil interpretasi yang didapatkan adalah pada tampilan muka unggahan ini menggunakan ibu Iriana agar pesan ini bersifat tidak menggurui tetapi lebih seperti sosok ibu yang sedang memberikan nasehat. Pesan jadi terasa informal tetapi penting karena disampaikan dengan cara keibuan yang lebih mengayomi dibanding menggurui atau perintah. Pesan terasa menjadi semiformal karena penyebutan ibu negara pada kolom *caption* unggahan tersebut. kemudian pada tanggal 11 Maret 2020, tampilan muka unggahan berbentuk animasi dengan judul “bersama mencegah penyebaran korona”.



Gambar 4. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 11 Maret 2020

Unggahan pada tanggal 11 Maret 2020, memperlihatkan 6 hal tentang virus korona. Jenis tanda pada unggahan ini seluruhnya adalah *iconic sinsign* di mana seluruh animasi mewakili objek yang sesungguhnya di dunia nyata. Terdapat gambaran sosok presiden Jokowi dengan pakaian yang menjadi ciri khas yaitu kemeja putih dan lencana merah putih yang sedang mengantre untuk mencuci tangan dengan sabun dan air yang mengalir.

Secara ikonik, kita dapat melihat sosok yang diperlihatkan dari pak presiden Jokowi, keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan anak.

Kegiatan mencuci tangan dengan menggunakan sabun dan air yang mengalir, terdapat juga sosok nenek yang sedang membaca selebaran dengan tulisan cara mencegah korona. Secara indeks, kita dapat melihat kegiatan mencuci tangan ini disebabkan karena untuk mencegah penyebaran korona. Secara simbolik, kegiatan mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir dinilai oleh pemerintah sebagai salah satu cara yang paling efektif dalam mencegah penyebaran virus Covid-19.

Hasil interpretasi pada unggahan ini adalah presiden Jokowi mengajak seluruh lapisan masyarakat Indonesia dari berbagai rentang usia untuk mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir sebagai langkah bersama untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Orang tua dapat mengajarkan dan menularkan kebiasaan mencuci tangan yang benar ini kepada anak-anaknya. Dan untuk para orang tua agar dapat mencari tahu hal tentang virus Covid-19 ini supaya mengetahui cara mencegahnya.

Kegiatan mencuci tangan dengan benar menggunakan sabun dan air mengalir mulai diterapkan oleh warga Indonesia dan mulai diterapkan prosedur mencuci tangan sebelum masuk ke daerah perumahan di hampir seluruh wilayah Indonesia. Setelah itu, kondisi penyebaran virus Covid-19 semakin meluas. Pada tanggal 12 Maret 2020, tampilan muka unggahan memperlihatkan sosok presiden Jokowi yang sedang melakukan pertemuan dengan sekumpulan orang dan melakukan salam dengan menyatukan kedua telapak tangan diletakkan di depan dada. Unggahan ini dilengkapi dengan *caption* yang berisi tentang menyesuaikan kebiasaan-kebiasaan baru seperti tetap menyapa dengan menjaga jarak.

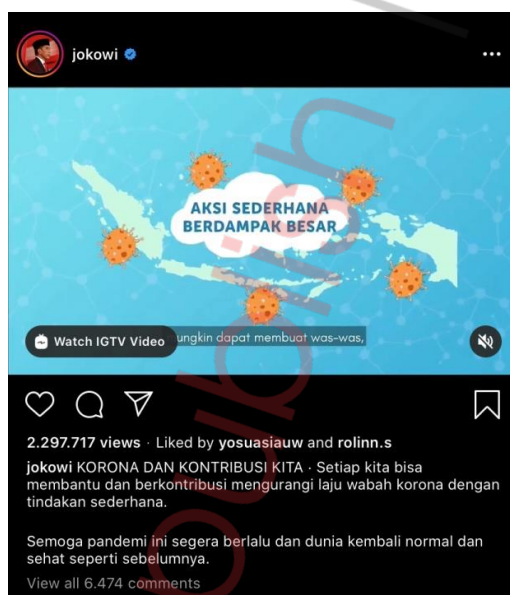


Gambar 5. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 12 Maret 2020

Jenis tanda yang ditampilkan pada tampilan muka unggahan ini adalah jenis tanda *iconic sinsign* karena merupakan foto hasil dokumentasi atau rekaman atas peristiwa yang sesungguhnya. Latar yang ditampilkan merupakan istana kepresidenan di mana terdapat lukisan presiden republik Indonesia pertama, Ir. Soekarno. Secara ikonik objek yang ditampilkan menegaskan kegiatan saling menyapa dengan salam namaste yang populer di kalangan penganut hindu terutama di negara India. Secara indeks, salam namaste ini digunakan sebagai akibat untuk menghindari kontak fisik yang merupakan salah satu upaya pencegahan penyebaran virus Covid-19. Secara simbolik,

objek yang ditampilkan ini mengingatkan agar tetap menjaga nilai dari tali silaturahmi namun dengan mengubah kebiasaan baru saja.

Hasil interpretasi yang didapatkan adalah sosialisasi untuk tetap menjaga tali silaturahmi dengan tetap menyapa namun dengan kebiasaan yang tidak memerlukan kontak fisik sebagai bentuk saling menghargai dan melindungi dengan memutus penyebaran virus Covid-19. Penerapan menjaga jarak ini mulai menyentuh aspek interaksi sosial, di mana sebelumnya adalah upaya individu dalam mencegah penyebaran korona dengan mencuci tangan yang benar. Dan dilanjutkan dengan menjaga jarak dan menghindari kontak fisik. Selanjutnya, unggahan pada tanggal 15 Maret 2020 dan 18 Maret 2020 membahas tema yang sama berupa ajakan untuk masyarakat Indonesia secara bersama melakukan aksi sederhana yang berdampak besar untuk memutus penyebaran korona. Menjaga jarak dan mencuci tangan yang benar, penggunaan masker apabila sakit menjadi tiga poin utama yang disampaikan.



Gambar 6. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 15 Maret 2020



Gambar 7. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 18 Maret 2020

Pada unggahan tanggal 15 Maret 2020 dan 18 Maret 2020 menampilkan tampilan muka dengan peta Indonesia. jenis tanda yang digunakan merupakan *iconic sinsign* karena merupakan gambar yang menyerupai objek sesungguhnya bentuk kepulauan dari negara Indonesia. Secara ikonik, menunjukkan peta Indonesia yang mewakili masyarakat Indonesia. namun dengan latar warna yang berbeda. Latar warna biru menunjukkan wilayah Indonesia yang dikelilingi oleh perairan, kemudian terdapat lima gambar dari bentuk virus Covid-19 yang mengingatkan kita akan nilai-nilai Pancasila yang dapat diterapkan oleh masyarakat Indonesia saat menghadapi virus korona. Latar warna merah muda menunjukkan situasi yang mulai berbahaya karena gradasi dari warna merah yang biasa digunakan sebagai simbol bahaya atau darurat.

Secara indeks, menjelaskan penyebaran virus Covid-19 yang mengancam wilayah Indonesia. Secara simbolik, pemerintah

menunjukkan bahwa penyebaran virus Covid-19 bukan hanya tugas pemerintah saja tetapi juga tanggung jawab masyarakat Indonesia untuk bersama memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Penerapan *social distancing* mulai diberlakukan dengan kebijakan pemerintah yang mengatur untuk setiap masyarakat bekerja, belajar dan beribadah di rumah. Interpretasi yang didapatkan adalah pemerintah melakukan upaya yang maksimal dalam menangani pandemi Covid-19 dan meminta agar masyarakat turut serta dalam mencegah dan memutus penyebaran pandemi Covid-19 dengan mengikuti kebijakan yang telah diambil oleh pemerintah.

Pada tanggal 19 Maret 2020, tampilan muka unggahan di laman akun Instagram presiden Jokowi menampilkan sosok presiden dengan istrinya dengan menjaga jarak dan kedua tangan yang saling dipegang masing-masing. Senyuman yang terlihat pun tidak lebar. Jenis tanda yang ditampilkan pada unggahan ini adalah *iconic sinsign* yang memperlihatkan rekaman kejadian sesungguhnya di mana pak presiden Jokowi dan ibu Iriana menjalani tes pemeriksaan Covid-19 dan dinyatakan negatif. Secara ikonik, unggahan ini memperlihatkan rasa syukur dari presiden dan keluarga karena tidak terkena Covid-19. Secara indeks, unggahan ini memperlihatkan untuk tidak takut memeriksakan kondisi kesehatan apabila memang merasa terkena Covid-19 agar dapat segera diketahui dan ditangani secara langsung.



Gambar 8. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 19 Maret 2020

Secara simbolik, unggahan ini menyampaikan kepada masyarakat dengan menjaga jarak, kita melindungi orang yang kita sayangi agar tidak terkena virus Covid-19. Interpretasi yang didapat adalah pemerintah melakukan pengujian kepada seluruh kalangan tanpa memandang status agar dapat menangani pandemi Covid-19 yang telah semakin meluas di Indonesia. melalui unggahan tersebut, juga pemerintah mengajak agar masyarakat tetap tenang dan membantu memutus penyebaran Covid-19 dengan belajar, bekerja, dan beribadah di rumah untuk menerapkan *social distancing* yang

telah diambil sebagai langkah penanganan pandemi Covid-19 agar tidak semakin meluas penyebarannya.

Pada tanggal 28 Maret 2020, pemerintah kembali menerima kritikan dari masyarakat yang meminta agar kebijakan *lockdown* segera diterapkan seperti yang dilakukan di beberapa negara yang lebih dahulu terkena pandemi Covid-19. Presiden menegaskan tidak akan mengambil kebijakan *lockdown* karena didasari pertimbangan atas budaya dan pertimbangan lainnya. Tampilan muka unggahan pada akun Instagram presiden Jokowi memperlihatkan animasi yang memperlihatkan sosok pak presiden dengan menggunakan masker dan sarung tangan serta memakai kemeja putih dan celana panjang hitam memberikan salam kepada tenaga medis. Dan tenaga media tersebut membungkukkan setengah badannya ke arah pak presiden. Tenaga media ini tidak menggunakan masker, namun menggunakan sarung tangan dan jaket putih.



Gambar 9. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 28 Maret 2020

Jenis tanda yang terdapat pada tampilan utama unggahan ini adalah *iconic sinsign* dengan memperlihatkan kejadian yang menyerupai aslinya. Di mana secara indeks, memperlihatkan sosok presiden yang memberikan salam apresiasi terhadap tenaga medis yang telah berjuang dalam menangani pasien positif Covid-19. Tenaga medis yang tidak menggunakan masker juga memperlihatkan situasi di mana tenaga medis kekurangan APD (Alat Perlindungan Diri) seperti masker karena masih ada oknum masyarakat yang menimbun masker. Secara simbolik, unggahan ini memperlihatkan apresiasi pemerintah terhadap tenaga medis yang di tengah segala keterbatasannya tetap memberikan upaya yang terbaik dalam menangani pasien Covid-19 sehingga pemerintah mengajak masyarakat agar tidak semakin mempersulit keadaan dengan mematuhi kebijakan yang telah diambil dan tidak melakukan perbuatan yang merugikan seperti menimbun APD ataupun *panic buying*.

Pada 5 April 2020, unggahan akun Instagram presiden Jokowi memperlihatkan peta dunia dengan bagian wilayah negara Tiongkok yang berbeda warna sendiri. Isi dari unggahan ini memberikan tips agar masyarakat tidak bosan di rumah selama kebijakan *physical distancing* dilakukan.



Gambar 10. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 5 April 2020

Tanda yang diperlihatkan pada unggahan ini merupakan *iconic sinsign* karena memperlihatkan peta dunia. Secara ikonik, pemerintah ingin menyampaikan bahwa pandemi yang dirasakan bukan hanya di Indonesia saja, seluruh dunia sedang bersama menghadapi pandemi Covid-19. Secara indeks memperlihatkan pandemi ini terjadi dari suatu wilayah asal yang kemudian menyebar luas karena tidak dilakukannya *physical distancing*. Oleh karena itu, unggahan ini memberikan peringatan kepada masyarakat bahwa hal kecil yang tidak mereka lakukan akan berdampak terhadap pandemi ini secara global. Secara simbolik, unggahan ini memperlihatkan bahwa pemerintah memahami rasa bosan masyarakat diam di rumah dan memberikan apresiasi terhadap masyarakat yang sudah berpartisipasi dalam memutus rantai penyebaran Covid-19 dengan diam di rumah.

Interpretasi yang dapat diambil adalah pemerintah Indonesia memperlihatkan bahwa mereka memahami masyarakatnya dan sangat memperhatikan kondisi masyarakat. Apa yang dirasakan oleh masyarakat Indonesia juga dirasakan oleh masyarakat di berbagai belahan dunia yang terkena dampak Covid-19. Kemudian WHO mengeluarkan aturan untuk menggunakan masker jika harus beraktivitas di luar rumah.



Gambar 11. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 6 April 2020

Pada tanggal 6 April 2020, unggahan pada laman akun Instagram presiden Jokowi memperlihatkan potret presiden Jokowi yang menggunakan rompi, helm proyek, dan masker berjalan bersama dengan sekumpulan orang dengan atribut yang sama namun berjauhan. Unggahan tersebut dilengkapi dengan tulisan “Sakit atau tidak sakit, pakai masker di luar rumah”. Tanda yang diperlihatkan dalam unggahan ini adalah *iconic sinsign* yang memperlihatkan kejadian asli dalam bentuk foto.

Secara ikonik, memperlihatkan bahwa pemerintah memahami ada beberapa orang yang karena urusan pekerjaan atau urusan penting lainnya mengharuskan keluar rumah, oleh karena itu, pemerintah memberikan gambaran untuk tetap menggunakan masker saat di luar rumah. Secara indeks memperlihatkan penggunaan masker dan menjaga jarak sebagai akibat dari usaha untuk memutus penyebaran Covid-19. Hal ini dilakukan karena masih terdapat OTG (orang Tanpa Gejala) di mana orang tersebut masih sehat walaupun mengidap Covid-19. Risiko penularan menjadi sangat tinggi bagi orang yang rentan dan memiliki kekebalan tubuh yang lemah. Secara simbolik, unggahan ini memperlihatkan persatuan Indonesia yang tetap harus dijaga dengan mengikuti segala arahan dan kebijakan agar pandemi ini dapat dihadapi bersama dengan peran serta masyarakat.

Interpretasi yang didapat dari unggahan ini adalah pemerintah tidak sembarangan mengeluarkan kebijakan dan tidak plin-plan seperti yang dikritisi oleh masyarakat sebelumnya. Penggunaan masker saat sakit ataupun tidak adalah arahan dari WHO yang memang menjadi rujukan bagi seluruh dunia dalam menghadapi pandemi. Unggahan ini juga dipertegas dengan menggunakan warna tulisan ungu yang sesuai dengan warna rompi yang dipakai oleh presiden serta penulisan nama presiden Joko Widodo sebagai bentuk pesan langsung dari presiden untuk masyarakat agar mengikuti arahan tersebut karena pesan ini bersifat formal. Hal ini juga didukung dengan tindakan aparat hukum yang mulai menegur masyarakat yang masih keluar rumah tanpa alasan yang jelas dan tidak menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah. Meskipun tidak dituangkan

dalam bentuk peraturan resmi, namun himbuan ini bersifat formal karena menggunakan nama presiden Joko Widodo secara langsung.

Pada tanggal 10 April 2020, tampilan muka unggahan akun Instagram presiden Jokowi memperlihatkan pak presiden yang sedang melakukan pidato. Presiden Jokowi menyampaikan bahwa seluruh lapisan masyarakat Indonesia memiliki peran penting dalam mencegah dan menghadapi pandemi Covid-19. Jenis tanda yang terdapat pada unggahan ini adalah *iconic sinsign* yang langsung menampilkan objek sesungguhnya.



Gambar 12. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 10 April 2020

Secara ikonik, unggahan ini memperlihatkan sosok presiden dengan wajah serius yang menandakan pesan ini bersifat formal. Secara indeks, pidato yang dilakukan oleh presiden menandakan adanya situasi yang genting sehingga presiden menyampaikan pesan secara formal melalui pidato langsung tanpa melalui juru bicara. Secara simbolik, unggahan ini memperlihatkan presiden serius dalam menangani pandemi Covid-19 dan tidak main-main. Interpretasi yang didapat adalah situasi yang semakin genting dalam masa pandemi memerlukan kerja sama seluruh masyarakat Indonesia. Interpretasi yang dapat diambil adalah pemerintah Indonesia serius dalam menghadapi situasi pandemi Covid-19 dan mengucapkan apresiasi terhadap seluruh masyarakat Indonesia yang telah menuruti arahan dan mematuhi kebijakan yang telah dilakukan. Pemerintah memperhatikan keadaan rakyatnya dan berupaya semaksimal mungkin dalam menyejahterakan masyarakat.

Unggahan pada tanggal 13 April 2020, memperlihatkan foto presiden Jokowi yang sedang duduk di meja kerjanya dan disertai dengan tulisan “ada tetangga yang positif Covid-19 dan menjalani isolasi mandiri? Mari gotong royong membantu. Bukan malah mengucilkan.” Jenis tanda dalam unggahan ini merupakan *iconic sign* yang merupakan rekaman kegiatan yang dilakukan presiden pada saat berbicara di meja kerjanya.



Gambar 13. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 13 April 2020

Secara ikonik, tampilan unggahan ini memperlihatkan presiden yang sedang bekerja di meja kerjanya. Secara indeks memperlihatkan pesan yang disampaikan penting karena memperlihatkan meja kerja presiden dengan papan nama bertuliskan presiden RI. Secara simbolik, unggahan ini memperlihatkan presiden yang sangat memperhatikan kondisi masyarakatnya, di mana presiden mendengar informasi dari berbagai daerah. Interpretasi yang dapat diambil adalah presiden sangat bangga dengan tindakan masyarakat yang positif dan menghimbau agar masyarakat tidak mengucilkan tetangga yang terkena positif Covid-19 dan sedang melakukan isolasi mandiri.

Menjelang bulan Ramadan, pemerintah menghimbau agar tidak melakukan mudik untuk mengurangi risiko penyebaran Covid-19, terutama menularkan kepada ayah dan ibu yang sudah usia lanjut karena rentan dengan Covid-19. Jenis tanda yang terdapat dalam unggahan ini merupakan argumen karena berupa animasi yang disertai dengan narasi yang memberikan penjelasan agar tidak mudik. Karakter yang digambarkan tidak asli tetapi mewakili keadaan kehidupan masyarakat Indonesia.



Gambar 14. Tampilan Muka Unggahan Laman Akun Instagram Presiden Jokowi 18 April 2020

Secara ikonik, unggahan ini mewakili pemikiran masyarakat yang ingin mudik pada saat bulan Ramadhan. Secara indeks, unggahan ini merupakan pesan yang sifatnya informal karena menggunakan animasi dan berisi informasi yang cukup sensitif. Secara simbolik, unggahan ini menyimbolkan kepedulian untuk tidak mudik karena dapat menularkan Covid-19 kepada orang yang memiliki usia lanjut. Interpretasi yang didapat adalah pemerintah khawatir dengan potensi penyebaran Covid-19 melalui aktivitas mudik, sehingga pemerintah memberikan himbauan agar tidak melakukan mudik pada saat bulan Ramadhan.

4. KESIMPULAN

Interpretasi yang diperoleh melalui metode analisa semiotika Charles Sanders Peirce menghasilkan makna representasi Wajah pemerintah Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid-19 atau korona ini memperlihatkan bahwa pemerintah Indonesia menghindari informasi yang dapat membuat masyarakat panik. Selain itu, pemerintah menyampaikan informasi dengan kalimat dan ilustrasi animasi yang mudah dimengerti dan dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga masyarakat mudah mencerna informasi yang disampaikan. Pemerintah Indonesia juga memberikan apresiasi untuk menghargai setiap kontribusi yang dilakukan masyarakat dalam menghadapi pandemi Covid-19. Wajah pemerintah Indonesia juga terlihat mengayomi dengan kehadiran sosok pak presiden dan ibu negara yang keibapakan dan keibuan dalam menyampaikan dan memberikan himbauan. Pemerintah Indonesia sangat memperhatikan kondisi masyarakat dengan mengetahui segala bentuk aktivitas masyarakatnya di berbagai daerah.

Pemerintah Indonesia selalu menyampaikan dengan hati-hati dan selalu menerapkan ideologi Pancasila dan kebhinekaan. Berdasarkan hal ini, untuk penelitian selanjutnya dapat dianalisis kembali mengenai efektivitas Instagram presiden Jokowi di masyarakat dalam menyampaikan informasi kebijakan dan sosialisasi ataupun himbauan. Hal ini bisa dianalisis mengenai pengaruh

unggahan di laman akun Instagram presiden Jokowi dalam sosialisasi kebijakan ataupun penyampaian himbauan kepada masyarakat.

5. REFERENSI

- Anwar, dkk. (2018). Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce mengenai Logo Baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan* Vol. 6 No. 2 edisi Desember 2018. hal. 123-138.
- Barthes, Roland. (2012), *Elemen-elemen Semiologi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Berger, Arthur Asa. (2010). *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Eco, Umberto. (2011). *Teori Semiotika*. Bantul: Kreasi Wacana.
- <https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/> diakses pada tanggal 20 April 2020, pk.20.00 WIB.
- <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/Instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya> diakses pada tanggal 20 April 2020, pk.19.00 WIB.
- Mazaya, dkk. (2019). Makna Logo Baru Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) sebagai Corporate Rebranding (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce mengenai Makna Logo Baru Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) Sebagai Corporate Rebranding). *Jurnal Promedia* Vol. 5 No. 1 edisi Juni 2019. hal 75-118
- Sobur, Alex. (2001). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Surijah, dkk. (2017). Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali. *Jurnal Psikologi Ilmiah* Vol. 9 No.1. edisi Maret 2017. hal 1-17.
- Tinarbuko, Sumbo. (2012). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

What is Instagram? (2016). Retrieved July 28,2016 from <http://webtrends.about.com/od/prof4/a/What-Is-Instagram-Wiki.html>.

Wibowo, I.S.W. (2011). *Semiotika Komunikasi-Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media Inc.

MENJAUHLAH DARIKU, KARENA AKU SAYANG KAMU

Kho, Gerson Ralph Manuel,
Email: khogerson21@gmail.com
+6282299686869

Abstract

With the stipulation of covid-19 as a global pandemic, and the outbreak of covid-19 in the city of DKI Jakarta; the DKI Jakarta city government established a large-scale social limitation regulation (PSBB). With this regulation, it is expected that the community can maintain a distance of at least two meters between individuals, and the temporary cessation of all social and cultural activities. But the fact is, there are still many people who violate it. In this article, I will analyze why this phenomenon occurs, according to the perspective of communication studies, especially non-verbal studies with a focus on proxemics. The results of the analysis show that, the urge of humans to interact and the way humans interpret the distance in interaction becomes a part of humans to break PSBB regulations

Keywords: covid-19, PSBB, non-verbal, proxemics

1. Aturan untuk Menjauh

Pada tanggal 10 April 2020, peraturan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) diterapkan di ibu kota Republik Indonesia, DKI Jakarta (Defianti, 2020). Dalam PSBB, pemerintah menganjurkan masyarakat untuk berkumpul, dan melarang adanya perkumpulan sekelompok orang yang berjumlah lebih dari lima orang. Peraturan ini secara spesifik menganjurkan setiap orang yang berada di wilayah DKI Jakarta, wajib menjaga jarak atau tidak berdekatan antara satu dan yang lainnya.

Kendati demikian, nampaknya sangatlah sulit bagi masyarakat untuk mengikuti peraturan ini. Dilansir dari Merdeka.com (Nugroho, 2020), masih saja ada masyarakat yang berkumpul dan tidak mengindahkan peraturan tersebut; dalam hal ini polisi menetapkan 10 warga Kota Bekasi menjadi tersangka karena tetap berkumpul di sebuah kafe.

Menurut Simon N. Young (Young, 2008) manusia secara genetik telah mewarisi sifat sosial. Ia (Young, 2008) juga menambahkan bahwa, adalah hal yang mustahil bagi manusia untuk hidup secara individu, tanpa adanya interaksi sosial. Oleh karena itu, interaksi menurut Young adalah hal yang harus ada di dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial.

Dalam pengertian komunikasi sebagai interaksi, maka komunikasi adalah hal yang vital dalam kehidupan manusia. Menurut beberapa ahli (Devito, 2008; Wood, *Communication in Our Lives*, 2008; Young, 2008), komunikasi memiliki fungsi yang sangat vital bagi kesehatan mental manusia. Tidak hanya mental namun juga kesehatan fisik (Berkman & Syme, 1979). Studi dari Lisa F. Berkman dan S. Leonard Syme terhadap tujuh ribu orang, dimulai sejak tahun 1965. Studi mereka (Berkman & Syme, 1979) menunjukkan bahwa orang yang tidak berinteraksi atau memutus hubungan sosial, memiliki risiko kematian tiga kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang aktif secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa, interaksi dengan orang lain menjadi hal yang sangat vital bagi kehidupan manusia.

Melihat pentingnya interaksi dalam kehidupan manusia, peraturan PSBB yang diterapkan di ibu kota Republik Indonesia, DKI Jakarta menjadi fenomena yang menarik untuk dilihat dari sisi kajian ilmu komunikasi. Dalam artikel ini, saya akan mencoba untuk melihat dan menjelaskan fenomena masyarakat yang melanggar PSBB tersebut, menggunakan perspektif ilmu komunikasi. Secara spesifik, paper ini akan mencoba untuk memberikan penjelasan mengapa PSBB sulit untuk dilakukan.

2. Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Di dalam ilmu komunikasi, terdapat dua jenis komunikasi yakni; verbal dan non-verbal. Komunikasi verbal adalah interaksi yang dilakukan menggunakan simbol huruf dan kata; atau yang biasa kita kenal dengan bahasa (Devito, 2008; Wood, 2008). Simbol bahasa sendiri digunakan dengan cara dituliskan, ataupun diucapkan.

Sedangkan komunikasi non-verbal, adalah interaksi yang dilakukan dengan simbol selain dari simbol bahasa (Devito, 2008; Matsumoto, Frank, & Hwang, 2013; Wood, 2008; Wood, 2011; Knapp, 1972). Komunikasi non-verbal menaungi begitu banyak simbol yang ada seperti: bau, pakaian, perhiasan yang dikenakan, gaya rambut, cara duduk, dialek, intonasi, tempat dan waktu berinteraksi, raut wajah, jarak saat berinteraksi, berapa jumlah dan siapa saja yang berinteraksi, posisi tangan saat berinteraksi, dll.

Meskipun demikian, komunikasi verbal dan non-verbal masih menyisakan ruang perdebatan. Secara natural, komunikasi verbal diajarkan oleh lingkungan sekitar setiap individu sehingga seorang individu mampu menggunakan simbol bahasa secara efektif. Sedangkan menurut Matsumoto dan Willingham (Matsumoto & Willingham, 2009), komunikasi non-verbal khususnya ekspresi wajah diwariskan secara genetik sehingga setiap individu dapat menggunakan ekspresi untuk mengomunikasikan emosi secara naluriah, dan bukan imitasi dari lingkungan sekitar.

Dalam hal ini, secara natur, komunikasi verbal dan non-verbal dilihat sebagai dua hal yang berbeda, namun saling terkait dan tidak dapat dipisahkan keadaannya dalam sebuah interaksi (Knapp, 1972). Knapp (Knapp, 1972) menambahkan, bahwa dalam beberapa kasus seperti bahasa isyarat, maka komunikasi non-verbal digunakan untuk menggambarkan atau menyampaikan pesan verbal. Sehingga adalah hal yang "mustahil untuk memisahkan komunikasi verbal sepenuhnya dengan non-verbal.

2.1. *Proxemics*

Pernahkah Anda memperhatikan seberapa dekat jarak Anda dengan lawan bicara anda? Apakah Anda selalu memiliki jarak yang sama, dengan siapa pun lawan bicara anda? Dalam kajian komunikasi non-verbal, salah satu elemen non-verbal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah jarak. Di tahun 1963, Edward T. Hall mengembangkan sebuah kajian ilmu yang mempelajari ruang dan bagaimana kita sebagai seorang individu memanipulasi keadaan sekeliling kita; sehingga kita merasa nyaman; yang disebut dengan *proxemics* (Hall, 1963).

Hall (Hall, 1963) berargumen bahwa, dalam komunikasi interpersonal; individu memanfaatkan ruang yang ada dalam membuat dirinya nyaman. Hall (Hall, 1963) menambahkan, bahwa dalam memanfaatkan ruang, secara tidak sadar individu akan memberikan jarak dengan lawan bicara mereka. Jarak tersebut bisa berbeda-beda tergantung dengan kedekatan antar individu.

Moore (Moore, 2010) menjelaskan bahwa *proxemics* yang dipelopori oleh Hall, adalah cabang dari kajian komunikasi non-verbal yang dalam melihat jarak; memfokuskan analisa dalam sentuhan, bahasa tubuh, *paralanguage*, dan struktur waktu. Dengan kata lain, dalam melihat jarak antar individu saat berinteraksi, *proxemics* berusaha untuk menganalisa sentuhan, Bahasa tubuh, *paralanguage*, dan struktur waktu; untuk menganalisis interaksi yang terjadi.

Hall (Hall, 1963) membagi jarak interaksi menjadi 4 bagian yaitu:

1. Teritori Publik

Teritori publik menurut adalah teritori di mana setiap orang dapat masuk, tanpa membuat individu merasa tidak nyaman. Teritori ini berjarak sekitar 7.5 meter hingga 3.6 meter.

2. Teritori Sosial

Teritori sosial menunjukkan adanya kedekatan, antar individu yang terlibat dalam interaksi. Seperti namanya, teritori ini dapat dimasuki oleh sekelompok orang yang tergabung dalam lingkungan sosial individu seperti rekan kerja, dll. Teritori ini berjarak sekitar 3.6 meter hingga 1.2 meter.

3. Teritori Personal

Teritori personal hanya dapat diakses oleh orang-orang yang memiliki kedekatan personal. Seperti keluarga, teman, dll. Teritori ini berjarak sekitar 1.2 meter hingga 30 sentimeter.

4. Teritori Intim

Teritori intim menunjukkan kedekatan interpersonal yang mendalam dan keterbukaan seluruhnya. Dalam teritori ini, akan terdapat banyak sentuhan yang terjadi dalam interaksi yang ada. Teritori ini hanya terbuka bagi orang yang sangat dekat seperti pasangan suami-istri. Teritori ini berjarak kurang dari 30 sentimeter.

Meskipun demikian, jarak dalam *proxemics* sangat dipengaruhi oleh keadaan lingkungan sekitar. Sorolwska, *et al.* (Sorokowska, *et al.*, 2017) menjelaskan bahwa, budaya sangat mempengaruhi jarak nyaman setiap orang.

Hal lain yang mempengaruhi jarak adalah keadaan yang memaksa seperti di dalam kendaraan umum, ataupun di dalam lift. Menurut Robert Sommer (Sommer, 1969) setiap individu akan melakukan hal yang disebut *dehumanization* dalam keadaan yang memaksa. Individu akan menganggap individu di sekelilingnya yang menginvasi teritori personal mereka sebagai objek bergerak. Dengan demikian individu tidak merasa teritori personalnya terinvasi oleh individu lain. Berbeda dengan Sommer, Tony Alessandra (Alessandra, 2000) berargumen bahwa seseorang akan menjauhkan diri atau menarik dirinya keluar untuk mempertahankan teritorinya. Contohnya saat seseorang yang tidak dikenal duduk di samping Anda, secara reflek Anda akan menjauhkan diri dari orang tersebut. Meskipun dengan demikian, pihak yang satu akan merasakan adanya penolakan.

3. **Gagal Move-on**

Dalam menyikapi peraturan PSBB pemerintah ibu kota DKI Jakarta yang berhubungan dengan proses interaksi, saya membagi menjadi dua pokok peraturan yang akan dilihat yakni:

1. Pembatasan jarak orang yakni 2 meter.
2. Pembatasan/pembubaran kegiatan sosial dan budaya.

Dilihat dari kajian komunikasi, dapat dilihat beberapa alasan yang membuat pembatasan atau pembubaran kegiatan sosial berpotensi sulit untuk dilakukan.

Yang pertama mengingat secara naluriah manusia adalah makhluk social dan telah mewarisi sifat sosial seperti yang dikatakan oleh Young (Young, 2008). Hal ini menyebabkan peraturan pembatasan kegiatan atau interaksi secara kelompok, menentang sifat hakiki manusia. Dorongan manusia untuk berinteraksi secara social menyebabkan, tanpa adanya yang bersifat kolektif atau bersama menjadi hal yang mengekang.

Selain dari pada sifat hakiki manusia untuk berinteraksi secara berkelompok, interaksi adalah hal yang sangat vital dalam kehidupan manusia. Seperti yang dikatakan oleh para ahli (Devito, 2008; Wood, 2008; Young, 2008), interaksi berpengaruh besar bagi kesehatan mental individu sebagai manusia. Tanpa adanya interaksi, maka individu dapat mengalami gangguan mental; bahkan mempercepat kematian.

Tidak dapat dipungkiri bahwa ibu kota Republik Indonesia DKI Jakarta, adalah kota yang sangat padat. Terdapat 11.063.324 jiwa di DKI Jakarta, dengan kepadatan penduduk 16.882 jiwa/km² (Akbar, 2020). Hal ini menyebabkan interaksi sosial adalah hal yang sangat sering terjadi, dan keheningan adalah hal yang berharga di DKI Jakarta. Meskipun demikian, bukan berarti interaksi dapat dihilangkan dari kehidupan penduduk DKI Jakarta. Dorongan untuk berinteraksi menjadi batu sandungan tersendiri dalam melaksanakan PSBB di DKI Jakarta.

Poin kedua peraturan yang akan dibahas dalam artikel ini adalah peraturan mengenai jarak antar individu sejauh 2 meter. Dalam melaksanakan hal ini, maka setiap individu dianjurkan untuk memberi jarak minimal 2 meter saat berinteraksi dengan orang lain.

Jika kita melihat kembali pada jarak yang ditetapkan oleh Hall, maka 2 meter berada dalam teritori sosial. Teritori sosial dapat

diinvasi oleh orang-orang yang berada dalam kategori rekan kerja, orang-orang yang dikenal namun tidak terlalu dekat.

Mengingat peraturan PSBB yang mengharuskan perkantoran, sekolah, dll untuk menghentikan kegiatan sementara waktu; maka interaksi yang terjadi sehari-hari dilakukan dengan keluarga dan teman dekat. Jika kita melihat dengan teori *proxemics* Hall; maka jarak yang seharusnya diberikan untuk orang-orang dalam kategori tersebut berada di teritori personal.

Teritori personal berjarak dimulai dari 1.2 meter. Di saat interaksi yang ada berada diluar teritori, maka respons yang diberikan bagi setiap individu adalah rasa penolakan. Hal ini terjadi saat kita menjauh dari seseorang yang tidak dikenal menginvasi teritori personal. Rasa penolakan akan interaksi ini, juga berakibat pada penurunan efektifitas interaksi, dan menurunnya kemungkinan interaksi di masa mendatang. Terlebih lagi, rasa penolakan yang ada meningkatkan kemungkinan terjadinya *psychological noise* dalam interaksi yang ada.

4. Menjauhlah Dariku, Karena Aku Sayang Kamu

Kegagalan untuk menjalankan peraturan PSBB bukanlah tanpa sebab. Sifat hakiki manusia sebagai makhluk sosial dan pentingnya interaksi menjadi salah satu penyebab sulitnya membatasi interaksi kita dengan orang lain. Alasan yang kedua adalah kebiasaan manusia yang memanfaatkan jarak dalam interaksi, menyebabkan pembatasan jarak secara tidak sadar diartikan sebagai bentuk penolakan. Meskipun seseorang mengerti bahwa menjaga jarak bukan karena lawan bicaranya menolak untuk berinteraksi dengannya, namun rasa penolakan muncul secara tidak sadar dan tidak dapat untuk dihilangkan.

Meskipun peraturan PSBB sulit untuk dilakukan karena bertentangan dengan sifat hakiki manusia secara sudut pandang kajian ilmu komunikasi. Namun, peraturan tersebut harus dilakukan mengingat wabah covid-19 yang sedang melanda seluruh dunia khususnya kota DKI Jakarta. Sebagai penutup, artikel ini dibuat

dengan tujuan untuk mengingatkan bahwa manusia dapat menyampaikan pesan dengan berbagai cara, bahasa, ekspresi wajah, pakaian, dll. Jarak hanyalah satu dari sekian banyak cara untuk menyampaikan pesan. Jangan mengabaikan banyak pesan lain yang disampaikan hanya untuk satu pesan (jarak). Dalam keadaan pandemi Covid-19 sedang melanda, menjaga jarak adalah hal yang penting. Oleh karena itu saya akan menutup artikel ini dengan sebuah kesimpulan dan pesan “menjauhlah dariku, karena aku sayang kamu”.

Referensi

- Akbar, A. (2020, March 6). Kependudukan. (H. Dinawati, Editor) Retrieved from Portal Statistik Sektor Provinsi DKI Jakarta: <http://statistik.jakarta.go.id/berapa-kepadatan-penduduk-dki-jakarta-saat-ini/>
- Alessandra, T. (2000). *Charisma: Seven Keys to Developing the Magnetism that Leads to Success*. Business Plus.
- Aljazeera. (2020, Maret 30). Coronavirus: All you need to know about symptoms and risks. China.
- Alodokter. (2020, April 5). Memahami Istilah Lockdown yang Mencuat di Tengah Pandemi Virus Corona.
- Berkman, L. F., & Syme, S. L. (1979). Social Networks, Host Resistance, And Mortality: A Nine-Year Follow-Up Study Of Alameda County Residents. *American Journal of Epidemiology*, 109 (2), 186–204.
- CNN Indonesia. (2020, April 9). Pengguna Internet Kala WFH Corona Meningkat 40 Persen di RI. Retrieved April 14, 2020, from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200408124947-213-491594/pengguna-internet-kala-wfh-corona-meningkat-40-persen-di-ri](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200408124947-213-491594/pengguna-internet-kala-wfh-corona-meningkat-40-persen-di-ri)
- Defianti, I. (2020, April 8). HEADLINE: Jakarta Terapkan PSBB Corona 10 April, Bagaimana Penerapannya? Jakarta, DKI Jakarta, Republic of Indonesia.

- Devito, J. A. (2008). *Essentials of Human Communication*. Pearson Education Inc.
- Hall, E. T. (1963). A System for the Notation of Proxemic Behavior. *American Anthropologist*, 65 (5), 1003-1026.
- IDN Times. (2020, Januari 30). Kenali 4 Hewan Penyebab Virus Corona yang Bisa Menular ke Manusia. Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.
- Knapp, M. L. (1972). Toward an understanding of nonverbal communication. *The Journal of Communication*, 22 (4), 339-352.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Good. *Jurnal Komunikasi*, 83-98.
- Liputan6.com. (2020, Maret 17). Cegah Covid-19, Jubir: Patuhi Aturan Pemerintah, Terapkan Pola Hidup Sehat. Jakarta.
- Matsumoto, D., & Willingham, B. (2009). Spontaneous Facial Expressions of Emotion of Congenitally and Noncongenitally Blind Individuals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96 (1), 1-10.
- Matsumoto, D., Frank, M. G., & Hwang, H. C. (2013). *Nonverbal Communication Science and Applications*. California: Sage Publication, Inc.
- Moore, N. (2010). *Nonverbal Communication: Studies and Applications*. New York: Oxford University Press.
- Nugroho, A. (2020, April 8). Nongkrong di Tengah Pandemi Corona, 10 Warga Bekasi Jadi Tersangka. Bekasi, West Java, Republic of Indonesia.
- Ries, E. (2011). *The Lean Start Up*. New York: Crown Business.
- Smith, P., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*. United Kingdom: Kogan Page.
- Soemanagara, R. (2009). *Strategic Marketing Communications, Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.

- Sommer. (1969). *Personal Space: The Behavioral Basis of Design*. Prentice Hall Direct.
- Sorokowska, Agnieszka, Sorokowski, Piotr, Hilpert, Peter, et al. (2017). Preferred Interpersonal Distances: A Global Comparison. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 48 (4), 577–592.
- Syauqi, A. T. (2016, September 26). *Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yogyakarta.
- Techinasia.com. (2015, Agustus 26). *Apa Itu bisnis Startup? Dan Bagaimana Perkembangannya?* Jakarta.
- The Guardian. (2020, April 10). *Birth of a pandemic: inside the first weeks of the coronavirus outbreak in Wuhan. Wuhan, China*.
- Wartaekonomi.com. (2020, April 3). *Deretan Aplikasi yang Naik Daun Selama Wabah Covid-19*. Retrieved April 14, 2020, from wartaekonomi.com:
<https://www.wartaekonomi.co.id/read279430/deretan-aplikasi-yang-naik-daun-selama-wabah-covid-19>
- Wartaekonomi.com. (2020, Maret 23). *Dampak Covid-19 pada Tren Konsumsi Media di Indonesia*. Retrieved April 14, 2020, from Wartaekonomi.com:
<https://www.wartaekonomi.co.id/read277752/dampak-covid-19-pada-tren-konsumsi-media-di-indonesia>
- WHO. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) Pandemic*. Retrieved April 11, 2020, from World Health Organization:
<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- Wood, J. T. (2008). *Communication in Our Lives* (5th ed.). Boston: Lachina Publishing Services.
- _____. (2011). *Communication Mosaics: An Introduction to the Field of Communication* (6th ed.). Boston: Nelson Education, Ltd.
- Young, S. N. (2008). The neurobiology of human social behaviour: an important but neglected topic. *J Psychiatry Neurosci*, 33 (5), 391–392.

JURUS MABUK CORONA

Teguh Hidayatul Rachmad

trachmad@bundamulia.ac.id

085649090189

Abstract

Information about the spread of the corona virus (Covid-19) causes noise in Indonesian society. All levels of society from the lower, middle, and upper classes felt the impact of Covid-19, which was so unsettling for Indonesians. The message delivered by Covid-19 is like a drunken stance that attacks everyone but knows no friend or foe. The impact of the message delivered by the Covid Acceleration Task Force 19 produced a society that was dependent on the media, but some were apathetic to the media. From the covid pandemic 19, innovations emerged that gave birth to cybercommunity among Indonesians. The application that tries to analyze the direction of Covid-19 deployment has changed the behavior of Indonesian people from outside the network into the network.

Keywords: Covid-19 message impact, diffusion of innovation, digital world

1. Pendahuluan

Dunia telah dibuat kacau oleh satu virus yang masih belum bisa ditemukan vaksinnnya. Virus yang mulai muncul di Kota Wuhan, China berdampak sangat serius bagi masyarakat di setiap Negara, bahkan di dunia. Kasus pertama kali Corona muncul terdapat di Kota Wuhan, China. Berawal dari pusat pembelian hewan dan ikan yang terkenal di Wuhan, yaitu di pasar tradisional ikan Huanan, Kota Wuhan, China. Pasar tradisional ikan dan hewan di Huanan-Wuhan Negeri Tiongkok

sangat berbeda dengan pasar pada umumnya. Berbagai macam jenis hewan yang tidak biasanya dijual di pasar pada umumnya, di sana diperjual-belikan dengan bebas, yaitu: kelelawar, unta, ular, tikus, landak, dan masih banyak lagi hewan-hewan liar lainnya.

Virus Corona muncul pertama kali di China pada bulan Desember 2019 dengan ditandai adanya pasien yang mengeluh batuk disertai dengan demam di atas 38.5 derajat celcius dan dilanjutkan dengan gejala pneumonia (penyakit paru-paru berbahaya). Orang dengan gejala tersebut dibawa ke salah satu rumah sakit yang ada di Wuhan-China. Perdebatan dan perselisihan pasien pertama yang terkena virus Corona masih belum ada keputusan secara resmi dari Negara China maupun WHO (World Health Organization). Ada beberapa berita di China yang mengklaim pasien pertama kali ditemukan sebelum bulan desember, yaitu bulan November. Namun, hal tersebut dibantah atau banyak yang mengkritik bahwa pasien pertama kali ada di bulan desember 2019. Klaim dan kritik yang diberikan oleh tenaga kesehatan yang ada di China merepresentasikan bahwa media massa di China masih berada pada fungsi informasi (Mc Quail), yaitu menyajikan pesan kepada khalayak sesuai dengan narasumber profesional dengan topik berita yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat yang akhirnya pesan tersebut akan disosialisasikan dan disebarakan ke masyarakat. Efek yang ditimbulkan oleh berita dari fungsi informasi tersebut masih belum sampai dalam tahapan fungsi informasi ini. Setiap media massa di China akhirnya mempunyai pendapat atau pesan sendiri yang menurut narasumber terkait sama-sama benar argumentasinya. Ada banyak pesan yang ada di media massa dan akan menimbulkan dampak multi-persepsi dari masyarakat. peristiwa seperti ini kalau dibiarkan secara terus menerus akan mengakibatkan *untrust* media massa oleh masyarakat ke pemberitaan-pemberitaan tentang virus Corona. Media massa seharusnya sudah masuk ke dalam tahapan fungsi pengawasan (*surveillance*) (Wright) yaitu media massa berperan mengawasi kejadian atau suatu peristiwa (dalam konteks ini adalah virus Corona) yang terjadi di masyarakat dan melaporkan atau mengkonfirmasi ke

lembaga atau institusi terkait (*cover both side*), sehingga pesan yang disampaikan akurat, adil, dan tidak membawa kepentingan politik, ekonomi atau sosial. Kurangnya fungsi pengawasan media massa di China mengakibatkan berita tersebut menjadi simpang siur di persepsi semua Negara.

Simpang siur berita yang ada di China terkait siapa pasien pertama kali yang terkena virus Corona menjadi polemik dan misteri di Negara tiongkok tersebut, bahkan juga di dunia. Virus Corona setelah awal tahun 2020 menjadi pandemi di berbagai Negara. Seperti yang telah dikutip dari laman kompas.com bahwa Negara setelah China yang terkena virus Corona adalah India, Filipina, Italia, Uni Emirat Arab, Malaysia, Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Thailand, Australia, Singapura, United State of Amerika, Nepal, Kamboja, Kanada, Perancis, Sri Lanka, Vietnam, Jerman, dan Finlandia. Dua puluh satu Negara yang terinfeksi virus Corona terjadi pada bulan yang sama, yaitu Januari. Mayoritas penularan virus Corona bersumber dari orang yang setelah pergi dari Wuhan-China ke 21 negara tersebut.

Penyebaran virus Corona ke berbagai Negara membawa dampak yang signifikan terhadap cara hidup manusia. Penularan virus corona ke manusia melalui *droplets* (cairan yang menempel pada permukaan benda yang berasal dari batuk, bersin atau ingus orang yang terkena virus Corona) membuat setiap Negara akhirnya kebingungan menghadapi pandemi Covid-19. VIRUS Corona yang tidak terlihat oleh mata sudah sangat mengkhawatirkan penularannya. Ditambah lagi ada orang yang terkena virus Corona yang tidak ada gejalanya (*carrier*), namun dapat menularkan virus tersebut ke semua orang. Menurut sumber berita dari laman CNN Indonesia.com, kata *carrier* pertama kali muncul pada 1880 saat seorang tukang masak di Amerika Serikat tampak sehat tapi menderita tifoid.

“Ada perempuan bernama Mary Mallon dia membawa kuman tifoid tapi tidak sakit dan bisa menularkan,” kata Zubairi (ketua Satgas Covid-19 ikatan dokter Indonesia).

Dari situlah pemakaian kata “*carrier*” mulai digunakan dan diimplementasikan untuk orang yang terkena virus Corona, namun tidak menunjukkan gejala-gejala orang yang terkena virus Corona pada umumnya.

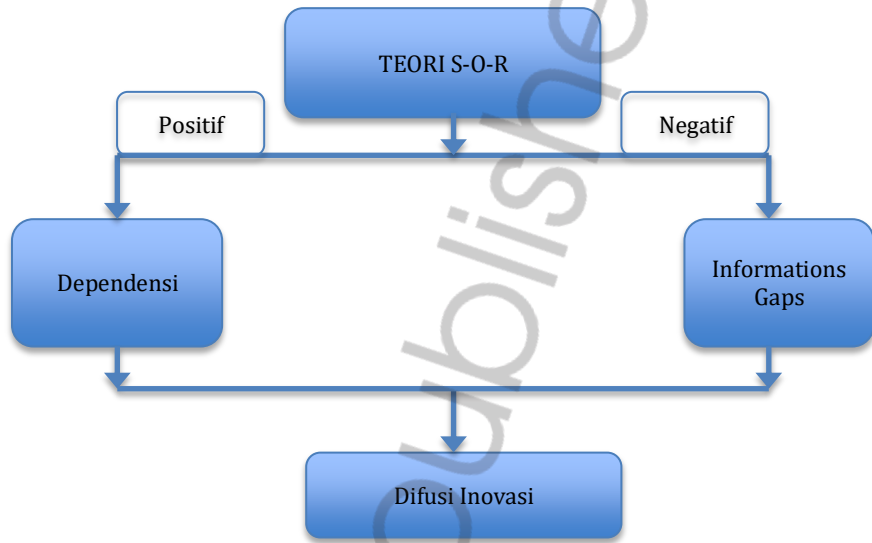
Beberapa orang di suatu Negara pasti terkena virus Corona. Tidak ada Negara yang kebal dalam penularan virus Corona. Negara adikuasa sekelas amerika serikat pun terkena virus Corona. Data yang dihimpun oleh international-kontan.co.id yang dilansir dari BBC mengatakan bahwa menurut Johns Hopkins University, AS memiliki 1,5 juta kasus virus Corona dan hampir 92.000 kasus kematian. Di tempat kedua adalah Rusia, dengan hampir 300.000 kasus dikonfirmasi. Negara India yang tingkat populasinya cukup tinggi sejumlah 1.3 miliar penduduk berada pada urutan kedua Negara paling padat setelah China juga mengalami pandemi Corona.

Tidak hanya di Negara maju dan berkembang yang terkena virus Corona, namun Negara dengan ekonomi yang rendah seperti Ethiopia juga mengalami pandemi Covid-19. Seperti yang dikutip dari laman jawapos.com bahwa Negara dengan 110 juta jiwa dengan perdana menteri Abiy Ahmed mengumumkan *lockdown* dan status Negara menjadi keadaan darurat karena rakyatnya sudah ada yang terkena virus Corona. Penyebaran virus Corona yang tidak kenal status sosial, budaya, ekonomi maupun politik mengakibatkan masyarakat di seluruh Negara menjadi panik. Virus Corona seperti halnya orang mabuk yang menyerang semua individu baik yang jauh maupun yang dekat dengan orang tersebut. Terlebih lagi kalau orang mabuk tersebut sudah menggunakan kemampuan mabuknya sebagai jurus silat atau kungfu mabuk yang akan membasmi musuh atau lawan yang ada di depannya. Virus Corona yang sampai sekarang masih belum ada obat penawarnya sudah menyerang manusia dengan angka kematian yang cukup tinggi di setiap Negara di tahun 2020. Situasi tersebut hampir sama seperti melawan jurus mabuk yang menyerang orang tanpa sadar dan mengakibatkan korban tanpa diketahui bagaimana cara melawan jurus mabuk tersebut. alhasil semua negara di dunia bersatu dan menyatakan perang melawan virus Corona. Dapatkah

negara-negara di dunia, terutama Indonesia mengalahkan virus Corona atau malah menyerah terhadap pandemi global ini? Bagaimanakah strategi informasi Indonesia untuk melawan virus Corona di tengah-tengah budaya Indonesia yang majemuk dan heterogenitas? Dua pertanyaan tersebut menjadi dasar untuk dibahas sesuai dengan disiplin ilmu komunikasi sehingga mendapatkan rekomendasi yang solutif untuk melawan virus Corona di tengah pandemi, terutama di Negara Indonesia.

2. Kajian Literatur

Artikel tentang Covid-19 membuat skema atau bagan literatur teori yang akan mempermudah pembaca untuk memahami alur kajian teori yang akan dibahas. Pembuatan skema atau bagan bertujuan untuk menganalisa teori yang akan dipakai menjadi tiga tahapan, yaitu: *grand* teori, meso teori dan mikro teori. Teori S-O-R menjadi *grand* teori yang akan digunakan untuk menganalisis objek pembahasan, dikarenakan kajian efek media massa untuk pertama kali di bidang ilmu komunikasi berawal dari teori S-O-R. Penggunaan meso teori muncul karena ada dua asumsi atau hipotesis dari teori S-O-R antara negatif dan positif. Hal ini yang membuat meso teori mengambil dua teori sekaligus untuk menganalisa dari dua pendapat yang berbeda, yaitu: teori dependensi efek komunikasi dan *information gaps*. Dua literatur yang saling beradu konsep menghasilkan konvensi satu teori yaitu difusi inovasi. Pertentangan antara dua terminologi literatur (teori dependensi efek komunikasi dan *Information Gaps*) akan menghasilkan satu teori untuk solusi dari masa pandemi seperti ini. Adapun bagan *literature review* seperti yang ada di bawah ini:



Gambar 01. Bagan Kerangka Teori

Skema teori di atas memperlihatkan bahwa pandemi covid19 mengakibatkan media massa mem-*blow up* berita yang penuh dengan perkembangan covid19. Efek yang ditimbulkan ke masyarakat menjadi seperti orang yang menggunakan jurus mabuk. Semua masyarakat baik golongan masyarakat atas, menengah dan bawah terkena jurus mabuk informasi Covid-19. Analisis efek media akibat dari jurus mabuk Covid-19 diimplementasikan kedalam 4 teori dengan aliran struktur yang ada di Gambar 01.

Pemberitaan media massa (konvensional dan *online*) memberikan banyak dampak perubahan sosial yang terjadi di masyarakat Indonesia terutama tentang perkembangan Covid-19. Berbagai media hampir menyiarkan tentang dampak yang dihasilkan oleh Covid-19 ke berbagai sektor; ekonomi, sosial, budaya dan politik. Berbagai penjurur lapisan masyarakat Indonesia akhirnya membicarakan adanya virus Covid-19 yang membuat *hectic* umat manusia di dunia. Proses penyampaian berita sampai ke masyarakat sama halnya dengan yang dijelaskan di teori S-O-R (Stimulus-Organizm-Respons).

Sebelum membahas teori S-O-R di ranah ilmu komunikasi, sebaiknya kita melihat sejarah teori tersebut. Teori tentang S-O-R diawali dengan penelitian yang dilakukan oleh cendekiawan Rusia: Ivan Petrovich Pavlov tentang stimuli dan respons anjing terhadap makanan dan suara (Pavlov, I. P.:1928). Penelitian tersebut menghasilkan teori stimuli-respons yang akhirnya memperkaya penelitian dalam bidang kajian behaviorisme psikologi.

Teori S-O-R dalam ilmu komunikasi dipengaruhi oleh aliran behaviorisme psikologi yang nantinya akan berdampak terhadap perkembangan dari teori tersebut. Salah satu tokoh ilmu komunikasi yang mencoba untuk menjelaskan teori di atas adalah McQuail (1994: 234) menjelaskan elemen-elemen utama dari teori tersebut yaitu: pesan (stimulus), receiver (organisme), dan efek (respons). Teori tersebut sebagai proses dialektika antara pesan dan efek yang dihasilkan dan pesan tersebut apakah positif atau negatif. Banyak penelitian yang akhirnya menggunakan teori S-O-R untuk mengetahui efektivitas pesan yang telah dibuat oleh komunikator. Ketiga poin dari teori tersebut akan dijelaskan sesuai dengan bidang kajian ilmu komunikasi, seperti yang ada di bawah ini:

1. Pesan (stimulus)

Poin yang paling penting dalam transformasi informasi ke publik adalah pesan itu sendiri. Pesan merupakan pokok pemikiran yang ingin disampaikan dari komunikator menuju komunikan. Isi dari pesan yang disampaikan harus bersifat efektif, karena waktu yang disampaikan dari komunikator ke komunikan cukup terbatas. Tidak akan ada komunikasi, jika pesan itu belum ada atau tidak dibuat. Pesan akan berdampak ke *receiver* dan efek yang ditimbulkan dari pesan tersebut.

2. *Receiver* (organisme)

Penerima pesan yang sudah dibuat oleh komunikator (*source*) adalah *receiver*/komunikan/organisasi. Sikap yang diterima dalam menanggapi stimulus yang diberikan oleh pesan tersebut akan berbagai macam tergantung dari perhatian, pengertian dan penerimaan. Ketiga poin ini akan menjadi penting karena menentukan respons yang akan diberikan oleh *receiver*.

Sikap yang dimaksud adalah kecenderungan untuk mengambil tindakan, berpikir dan berpersepsi dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi lebih merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap. Oleh karena itu, tidak ada istilah sikap yang berdiri sendiri. Sikap bukan hanya ingatan masa lalu, tetapi juga menentukan apakah seseorang harus setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai dan diharapkan.

3. Efek (respons)

Respons akibat stimulus yang diberikan kepada organisme atau *receiver* dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut ditolak merepresentasikan bahwa pesan tersebut tidak efektif mempengaruhi perhatian komunikan. Akan tetapi apabila stimulus diterima oleh *receiver*, maka akan ada perhatian dari komunikan dan stimulus tersebut efektif. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari *receiver* (diterima), maka komunikan mengerti stimulus ini dan dilanjutkan ke tahapan selanjutnya. Setelah itu *receiver* mengolah stimulus tersebut, sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (*bersikap*). Alhasil dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan, maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Dampak teori S-O-R terbagi menjadi dua, yaitu positif dan negatif. Dikatakan positif karena masyarakat akan selalu mengikuti perkembangan berita Covid-19 dengan cukup antusias, hingga masyarakat merasa kecanduan akan media massa. Hal inilah yang disebut sebagai teori dependensi efek komunikasi massa atau media.

Asumsi dasar tentang media, masyarakat dan dependensi dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Jika media mempengaruhi masyarakat, hal itu karena media memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, bukan dikarenakan media menggunakan beberapa pengawasan pada setiap individu masyarakat.

2. Orang menggunakan media dalam bagian yang besar menentukan berapa banyak media akan mempengaruhi mereka, misalnya semakin individu tergantung pada informasi dari media semakin besar kemungkinan media akan mempengaruhi sikap, kepercayaan dan bahkan tingkah laku individu.
3. Karena peningkatan kompleksitas masyarakat modern kita tergantung banyak pada media untuk membantu memahami dunia kita, membantu kita membuat keputusan yang memperkenankan kita menanggulangi kehidupan yang lebih baik.
4. Individu yang memiliki kebutuhan yang lebih banyak akan informasi, pelarian atau fantasi akan lebih dipengaruhi oleh media dan mempunyai ketergantungan media yang lebih besar; Hal lainnya yang perlu dipahami berkaitan dengan apa yang dilakukan media dalam melayani berbagai fungsi informasi yaitu media menimbulkan efek-efek tertentu berupa kognitif, afektif, dan *behavior* kepada individu, kelompok dan masyarakat.

Jika dilihat dari asumsi Teori Ketergantungan Media, maka teori ini masuk pada kelompok teori komunikasi massa khususnya efek media massa. Meskipun teori ini memfokuskan pada efek media massa, namun aplikasi teori ini dapat diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi, seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi organisasi, komunikasi politik, komunikasi bisnis, komunikasi pembangunan, komunikasi kesehatan dan komunikasi antarbudaya (Efendy, 2003; 78).

Masyarakat akan menerima pesan dan menjadi ketergantungan jika pesan tersebut memang dibutuhkan, namun kalau pesan yang sudah disebarkan oleh media massa sudah mengalami kejenuhan atau stagnan, maka akan mengalami *information gaps*. Asumsi dari teori ini adalah arus informasi yang terus meningkat yang sebagian besar dilakukan oleh media massa.

Philip Tichenor (1970) yang mengawali pemikiran tentang *knowledge gaps* dengan menjelaskan bahwa ketika arus informasi

dalam suatu sistem sosial meningkat, akan melebarkan celah pengetahuan di antara sistem sosial yang berbeda di masyarakat. Asumsi tersebut didukung oleh Everett M. Rogers (1976) dengan mengatakan bahwa: informasi bukan hanya menghasilkan melebarnya *knowledge gaps*, tetapi juga *gaps* yang berkaitan dengan sikap dan perilaku.

Dari kedua teori yang bertolak belakang akibat efek pesan yang telah dikeluarkan oleh media massa menghasilkan banyak difusi inovasi yang harus diinventaris, analisis dan dibahas oleh kalangan akademisi. Difusi inovasi yang akhirnya muncul akibat pertentangan antara dua teori di atas ternyata membawa dampak perubahan sosial, budaya, ekonomi dan politik di suatu negara.

Salah satu tokoh yang mencetuskan teori difusi inovasi pertama kali adalah Everett M. Rogers (1983:165) yang mengatakan bahwa ada lima tahapan dalam proses difusi inovasi. Langkah pertama adalah pengetahuan yaitu kesadaran individu akan adanya inovasi dan adanya pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. Langkah kedua yakni persuasi yaitu individu membentuk atau memiliki sifat yang menyetujui atau tidak menyetujui inovasi tersebut. Langkah ketiga adalah keputusan yang artinya bahwa individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi inovasi tersebut. Langkah keempat yaitu pelaksanaan yakni individu melaksanakan keputusannya itu sesuai dengan pilihan-pilihannya. Langkah kelima atau terakhir adalah konfirmasi yaitu individu akan mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambilnya, namun dia dapat berubah dari keputusan yang telah diambil sebelumnya jika pesan-pesan mengenai inovasi yang diterimanya berlawanan satu dengan lainnya.

Teori difusi inovasi berkaitan dengan komunikasi massa, karena dalam berbagai situasi di mana efektivitas potensi perubahan yang berawal dari penelitian ilmiah dan kebijakan publik, dalam pelaksanaannya, sasaran dari upaya difusi inovasi umumnya petani dan anggota masyarakat pedesaan (Bungin, 2011:279).

3. Hasil dan Pembahasan

Upaya pemerintah Indonesia untuk menanggulangi Covid-19 dengan cara membentuk gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 yang didirikan pada tanggal 13 maret 2020 dengan kepala pelaksana Doni Monardo (seorang perwira tinggi TNI-AD). Setiap hari gugus tugas Covid-19 memberikan informasi terkait perkembangan penyebaran virus di setiap provinsi di Indonesia. Data yang diberikan oleh gugus tugas Covid-19 selalu memberikan angka yang meningkat untuk kategori *suspect*. Inilah yang akhirnya memberikan kesimpulan bahwa dengan jumlah angka yang begitu tinggi, Covid-19 menyerang manusia seperti orang yang menggunakan jurus mabuk, yaitu menyerang ke semua orang tanpa melihat strata atau struktur kelas di masyarakat.

A. Efek Jurus Mabuk

Mabuk merupakan kondisi manusia yang sedang tidak terkontrol akibat meminum minuman beralkohol. Saat orang mengalami mabuk maka kondisinya tidak sadar akan apa yang diperbuat. terminologi mabuk akhirnya diadaptasi menjadi suatu jurus silat yaitu jurus mabuk. Pertama kali jurus mabuk didengarkan berasal dari Negara China dengan media film yang akhirnya menyebar sampai ke beberapa Negara di dunia. Orang yang menggunakan jurus mabuk akan membawa dampak ketidaksadaran yang cukup tinggi namun kekuatan yang dikeluarkan oleh si pengguna jurus mabuk tersebut juga begitu kuat. Lawan atau musuh yang diserang oleh pengguna jurus mabuk harus berhati-hati, karena gerakan yang tidak terarah dan tidak terukur atau bisa dibilang tidak sesuai jurus-jurus silat pada umumnya yang mempunyai langkah-langkah gerakan yang terstruktur bisa melukai atau bahkan membunuh si lawan dari pengguna jurus mabuk.

Adanya kesamaan antara jurus mabuk dengan pandemi Covid-19, yaitu memberikan rasa sakit yang sulit untuk disembuhkan atau dilawan. Wabah Covid-19 yang membawa dampak penularan terhadap manusia yang sangat luas di Indonesia sampai ada korban yang meninggal dengan jumlah angka statistik yang cukup tinggi,

sedangkan jurus mabuk yang mengalahkan musuhnya hingga kesakitan bahkan meninggal. Tidak hanya objek sasaran saja yang sama antara pandemi Covid-19 dengan jurus mabuk, namun juga pada efek serangan yang bersifat anomali atau berbeda dari jurus atau virus pada umumnya. Jurus mabuk menyerang siapa pun yang mendekati pengguna jurus tersebut, sedangkan virus Corona menularkan ke semua orang tanpa melihat strata kelas (bawah, menengah, dan atas).

Efek yang cukup berbahaya dari kedua subjek di atas (jurus mabuk dan Covid-19) membuat orang harus menjauh bahkan menghindari. Efek jurus mabuk bisa dihindari dengan cara tidak mencari masalah dengan pengguna jurus mabuk, namun kalau Covid-19 sulit bagi orang-orang mengetahui pengguna atau penyebar virus Covid-19 (meskipun ada simptom bagi si penderita Covid-19) karena musuh daripada Covid-19 adalah virus yang tidak terlihat oleh mata manusia.

Efek yang sama ditimbulkan oleh jurus mabuk dan Covid-19 yang sifatnya tidak bisa diprediksi korban atau targetnya. Perbedaan dari Covid-19 dan jurus mabuk terletak pada proses pencegahan. Penanganan terhadap pandemi Covid-19 yang mempunyai sifat tak terlihat virusnya harus lebih berhati-hati, dibandingkan dengan jurus mabuk yang kelihatan gerak dan jurusnya. Pemerintah Indonesia dalam melawan virus Covid-19 melakukan tindakan menghindari bukan melawan, karena masih belum menemukan antivirus Covid-19.

Cara pemerintah Indonesia menghindari Covid-19 menggunakan strategi penyebaran informasi melalui gugus tugas percepatan penanganan Covid-19. Gugus tugas dibentuk di bawah Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNBP) karena sudah ditetapkan bahwa pandemi Covid-19 sebagai bencana nasional oleh presiden Joko Widodo. Fokus pemerintah Indonesia dalam menghindari wabah Covid-19 salah satu caranya memberikan informasi seluas-luasnya kepada masyarakat Indonesia tentang berita Covid-19, laju perkembangan Covid-19, standar kehidupan baru masa pandemi, dan protokol kesehatan fasilitas umum.

Gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 membuat pesan yang akan diinformasikan ke masyarakat Indonesia tentang

pertumbuhan pasien Covid dan penyebarannya. Pesan yang disebarakan melalui media massa, siber dan konvensional memberikan efek ke komunikasi baik secara individu dan komunal. Pesan tersebut menyerang ke semua orang yang mendengarkan, seperti layaknya jurus mabuk yang menyerang ke musuh-musuhnya yang mendekat. Tidak ada perbedaan kelas dalam menerima pesan tersebut. Semua masyarakat dari kalangan mana pun akan menerima pesan perkembangan Covid-19. Hal ini dikarenakan informasi tentang Covid-19 sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Kelompok masyarakat yang tidak melihat televisi, tidak mendengarkan radio, atau tidak memegang *handphone* untuk menonton YouTube atau platform media *online* lainnya juga akan mengetahui informasi tersebut.

Pesan yang diterima oleh masyarakat akan diperhatikan, diterima, dan dimengerti kemudian membentuk sikap perorangan atau kelompok untuk merespons informasi terkait Covid-19. Pesan tersebut akan memberikan dampak kepada masyarakat yang akan menimbulkan reaksi positif atau negatif. Dikatakan positif sewaktu pesan tersebut dijalankan dan dipahami dengan baik dan benar. Apabila efeknya negatif, maka pesan tersebut akan ditolak, ditentang dan tidak dijalankan sesuai dengan himbuan dari informasi tersebut.

B. Ledakan Corona

Covid-19 yang akhirnya datang di Indonesia mengalami peningkatan secara terus-menerus dari bulan maret 2020 sampai bulan juli 2020. Terkait data yang selalu meningkat untuk pasien Covid-19 yang dibagi menjadi 4 kategori yaitu: Orang dalam Pemantauan adalah Indikatornya seseorang punya gejala demam atau riwayat demam, batuk, pilek, nyeri tenggorokan; Orang dalam Pengawasan adalah Indikatornya seseorang punya gejala demam atau riwayat demam, batuk, pilek, nyeri tenggorokan, dan pneumonia ringan hingga berat berdasarkan kajian klinis atau gambaran radiologis. Selain itu pasien punya riwayat perjalanan ke Cina atau negara lain yang terjangkit dalam waktu 14 hari sebelum timbul gejala itu; Probabel yaitu Orang dalam Pengawasan yang diperiksa untuk

2019-nCoV tetapi tidak dapat disimpulkan, atau seseorang dengan hasil konfirmasi positif pan-coronavirus atau beta coronavirus; Kasus Konfirmasi, maksudnya seseorang yang positif terinfeksi virus Corona dengan hasil pemeriksaan laboratorium.

Data Covid-19 yang dihimpun oleh gugus tugas percepatan penanganan covid-19 menunjukkan angka 102,051 kasus yang terkonfirmasi di tanggal 27 juli 2020. Angka yang melebihi Negara China yang hanya 84.000 jiwa. Ledakan Covid-19 berdampak positif dan negatif terhadap masyarakat Indonesia. Kebijakan *new normal* yang dikeluarkan oleh beberapa provinsi yang ada di pulau jawa secara tidak langsung ikut mendorong tingginya angka kasus terkonfirmasi Covid-19. New normal merupakan kebijakan pemerintah untuk menyelamatkan perekonomian, namun berdampak terhadap tingginya angka penyebaran Covid-19.

	All	Europe	North America	Asia	South America	Africa	Oceania							
#	Country, Other	Total Cases	New Cases	Total Deaths	New Deaths	Total Recovered	Active Cases	Serious, Critical	Tot Cases/ 1M pop	Deaths/ 1M pop	Total Tests	Ti		
	Asia	2,809,463	+18,187	66,917	+287	1,830,856	811,690	19,776						
1	India	798,128	+3,286	21,654	+31	497,193	279,281	8,944	578	16	11,024,491			
2	Iran	250,458		12,305		212,176	25,977	3,324	2,981	146	1,897,803			
3	Pakistan	243,599	+2,751	5,058	+75	149,092	89,449	2,375	1,102	23	1,514,858			
4	Saudi Arabia	223,327		2,100		161,096	60,131	2,225	6,413	60	2,124,976			
5	Turkey	209,962		5,300		190,390	14,272	1,179	2,489	63	3,832,623			
6	Bangladesh	178,443	+2,949	2,275	+37	86,406	89,762	1	1,083	14	921,272			
7	Qatar	102,110		142		97,272	4,696	145	36,366	51	400,767			
8	China	83,585	+4	4,634		78,609	342	4	58	3	90,410,000			
9	Indonesia	72,347	+1,611	3,469	+52	33,529	35,349		264	13	1,015,678			
10	Iraq	69,612		2,882		39,502	27,228	415	1,730	72	649,036			
11	Kazakhstan	54,747	+1,726	264		35,137	19,346	221	2,915	14	1,659,543			
12	Oman	53,614	+1,889	244	+8	34,225	19,145	130	10,495	48	231,211			
13	UAE	53,577		328		43,570	9,679	1	5,416	33	3,769,000			
14	Philippines	52,914	+1,160	1,360	+46	13,230	38,324	213	483	12	911,680			
15	Kuwait	52,840		382		42,686	9,772	150	12,369	89	422,885			

Gambar 02. Tabel sebaran Covid-19 di Asia
Tangkapan layar web Worldometers, kasus Covid-19 di Asia,
10 Juli 2020
Sumber: Kompas.com

Jumlah positif Covid-19 di Indonesia tanggal 10 Juli 2020 sudah mencapai 72.347 dan menempati urutan ke Sembilan se- asia tenggara. Filipina yang menempati urutan ke 14 untuk perkembangan penyebaran Covid-19 jauh lebih baik daripada di Indonesia, karena dapat menghambat laju penyebaran Covid-19. Kalau dilihat dari data penyebaran Covid-19, setelah kebijakan *new normal* banyak sekali kenaikan positif Covid-19. Hal ini terlihat jelas bahwa ada sebagian masyarakat yang tidak melaksanakan himbuan pemerintah Indonesia melalui gugus tugas percepatan penanganan Covid-19.

Ada *information gaps* yang menyebabkan *knowledge gaps* di masyarakat Indonesia. Semakin tinggi informasi yang diberikan oleh pemerintah terkait Covid-19, maka semakin lebar *gaps* sikap dan perilaku di antara masyarakat Indonesia. Perbedaan sikap dan perilaku tentang informasi berita Covid-19 dilatarbelakangi oleh aspek sosial, ekonomi dan budaya dari masing-masing individu di masyarakat. Ada juga sebagian masyarakat yang akhirnya ketergantungan terhadap pemberitaan Covid-19 di media semakin tinggi, sehingga mempercayai apa yang dikatakan atau diberitakan oleh media massa atau *online*.

Salah satu contoh yang paling nyata dan konkrit untuk *information gaps* yang menentang atau tidak melaksanakan himbuan pemerintah tentang bahaya Covid-19 adalah demo penolakan tes Corona yang ada di Bali dengan *public figure* Jerinx (*crew band* Superman Is Dead). Demo tersebut disimbolisasikan dengan semua peserta demo tidak menggunakan masker. Bali yang merupakan tempat wisata terkenal di dunia internasional dengan menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia sehingga semua budaya bisa masuk di pulau bali. Latar belakang budaya dan sosial yang membuat *information gaps* menjadi tinggi dan membentuk kelompok yang mempunyai sikap dan perilaku yang sama. Gambar demo Jerinx bisa dilihat seperti di bawah ini:

Aksi Jerinx dkk Tolak Tes Corona Tanpa Protap Kesehatan Dikaji Unsur Pidananya

Angga Riza - detikNews

Senin, 27 Jul 2020 20:15 WIB

83 komentar

SHARE



Aksi menolak tes Corona di Bali. (Dok. Manusa)

Gambar 03. Demo penolakan kebijakan Covid-19 di pulau dewata Bali

Judul pemberitaan di atas jelas terlihat bahwa pemerintah akan memberikan sanksi tegas jika ada masyarakat yang tidak mematuhi himbauan tentang peraturan Covid-19. Pemerintah menunjukkan kuasa atas power yang sudah terbentuk. Kelompok *information gaps* membuat resistensi melalui demo atau penolakan untuk tidak melakukan *rapid* dan *swab test* jika hendak bepergian atau bekerja di luar rumah.

Beberapa masyarakat ada yang mengancam tindakan Jerinx terkait demo yang menentang Covid-19, dikarenakan membahayakan bagi Jerinx dan orang-orang disekitarnya. Masyarakat yang mengancam

aksi demo Jerinx merupakan masyarakat yang tingkat ketergantungan terhadap media sangat tinggi. Masyarakat tersebut menganggap media sangat penting, sehingga ke mana pun beraktivitas akan menjadikan media sebagai referensi kehidupan tingkah lakunya. Masyarakat yang mematuhi himbauan pemerintah terkait Covid-19 sebagian besar adalah masyarakat yang mempunyai latar belakang pendidikan kesehatan atau di keluarganya terdapat orang yang bekerja di ruang lingkup kesehatan.

Masyarakat yang terbagi menjadi pro dan kontra terhadap informasi di media merupakan bentuk kontestasi modal yang ada di ranah masyarakat Indonesia. Hal inilah yang menghasilkan temuan-temuan atau inovasi terbaru akibat munculnya pandemi Covid-19. Era media baru merupakan momentum yang sangat berharga untuk melakukan inovasi di dunia digital. Masyarakat yang menghabiskan waktunya di dunia digital harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk melakukan terobosan informasi yang harus masuk di dunia maya. Dunia digital mempunyai sifat sebagai tempat untuk reproduksi realitas sosial melalui simbol-simbol yang dipertontonkan oleh *netizen* (Rachmad, 2020: 3).

C. *Cybercommunity*

Proses penanggulangan Covid-19 harus segera disiapkan untuk menuju ke dunia digital karena sifatnya yang fleksibel, akseleratif, dan cangih. Tepat tanggal 18 Maret 2020 Gugus Tugas Percepatan Penanganan Virus Corona (Covid-19) meluncurkan situs www.covid19.go.id sebagai sumber informasi resmi penanggulangan virus Corona yang kini menjadi pandemi global. Situs covid19.go.id dikembangkan oleh tim komunikasi risiko dan pelibatan masyarakat untuk penanggulangan Covid-19. Tim terdiri atas berbagai unsur, mulai pemerintah, UNICEF, WHO, organisasi masyarakat sipil, hingga dunia usaha.

Semua data terkait perkembangan Covid-19 ada di situs tersebut. Pertumbuhan pasien dengan empat jenis kategori, rumah sakit rujukan Covid-19 di Indonesia, berita tentang Covid-19, dan

tanya jawab seputar Covid-19 merupakan menu website covid19.go.id. Data yang diinput oleh tim gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 di website akan secara otomatis di-*record* oleh Google dan muncul di *search engine*. Website merupakan bank data bagi google untuk melihat perkembangan ekonomi, sosial, kesehatan, politik dan budaya suatu tempat dan menjadi *surveillance capitalism*. Menurut Agus Sudibyo (2019: 251) pada prinsipnya *surveillance capitalism* mempunyai rumus yaitu makin aktif manusia di dunia daring dan semakin bersemangat sebagai warganet, maka makin banyak data diri yang manusia pasok kepada Google, Facebook, Twitter, Microsoft dan platform lainnya.

Era pandemi Covid-19 merupakan sejarah maraknya *cybercommunity* di dunia. Setiap orang di Indonesia, bahkan di dunia harus dapat menggunakan *gadget* atau *handphone* yang terhubung oleh internet agar tetap dapat berkomunikasi selayaknya manusia yang berbincang-bincang secara tatap muka (*face to face*). Pemerintah Indonesia membuat terminologi *new normal* sebagai representasi kehidupan masyarakat yang berada di masa pandemi. *New normal* berdampak terhadap kebiasaan-kebiasaan baru yang muncul selama fase Pandemi Covid-19 dan menjadi kenormalan baru. Menurut John Fiske (2004) representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, melalui kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya. Masyarakat *new normal* lebih banyak beraktivitas di rumah atau lingkungan tempat tinggal untuk membatasi jarak antar manusia yang bertujuan mengurangi angka penularan Covid-19. Adapun data dari *Google's Community Mobile Report* yang memperlihatkan bahwa adanya penurunan mobilitas masyarakat di Indonesia yang berada di daerah tempat kerja, pusat perbelanjaan, dan tempat wisata. Namun, terjadi peningkatan mobilitas masyarakat di sekitar wilayah tempat tinggalnya. Data tersebut dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 04. Data perubahan mobilitas masyarakat dunia di era pandemi Covid-19

Terlihat jelas bahwa hampir 47 persen masyarakat Indonesia memilih berada di rumah daripada bepergian ke luar kota atau ke mal/swalayan/dan pasar. Perilaku masyarakat Indonesia sama dengan masyarakat Amerika dan di atas Negara Hongkong dan Mexico. Kebijakan *work from home* mengakibatkan persentase masyarakat Indonesia berkurang 15 persen untuk berada di tempat kerja atau perusahaan atau kantor. Keadaan *work from home* menempatkan posisi Indonesia paling bawah daripada Negara Itali, Inggris, Amerika, Mexico, dan Hongkong. Data survei dari Google menjelaskan bahwa aktivitas masyarakat Indonesia di lingkungan rumah meningkat sebanyak 15 persen lebih tinggi daripada Negara Mexico yang hanya 11 persen.

Aktivitas warga Indonesia yang lebih banyak di rumah daripada di luar lingkungan rumah atau biasa disebut sebagai *work from home* mengakibatkan kebutuhan akses internet semakin tinggi untuk menunjang pekerjaan atau kebutuhan sehari-hari. Warga Indonesia lebih banyak menggunakan internet daripada bertatap muka dengan orang lain yang menjadikan situasi ini sebagai bibit atau kemunculan dari *cybercommunity*.

Era digital di saat *cybercommunity* menciptakan banyak difusi inovasi yang sangat berguna dan dibutuhkan oleh semua orang.

Pandemi Covid-19 yang tidak bisa ditaklukkan menyebabkan banyak penemuan digital yang ada di Playstore. Beberapa contoh aplikasi terkait Covid-19 buatan anak Indonesia adalah Peduli Lindungi dan Fight Covid-19. Kedua aplikasi tersebut adalah salah satu cara untuk melacak keberadaan Covid-19 dan mencegah penularannya. Aplikasi tersebut bisa diunduh di Playstore dan akan diulas sedikit informasi tentang inovasi aplikasi tersebut.

Peduli Lindungi merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh anak bangsa Indonesia. Aplikasi ini diperkenalkan langsung oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Aplikasi tersebut diciptakan sebagai salah satu upaya untuk meredam virus Covid-19 di Tanah Air. Cara kerja aplikasi ini, mengandalkan dari partisipan masyarakat untuk saling membagikan data lokasi saat bepergian. Hal itu agar kontak dengan penderita Covid-19 bisa dilakukan dan terlacak.

Berbeda dengan Peduli Lindungi, Fight Covid19 dikembangkan oleh pemuda Indonesia bernama Ahmad Alghozi Ramadhan. Aplikasi ini memiliki peta dan data yang berfungsi untuk membantu melacak orang dalam pemantauan (ODP) dan orang tanpa gejala (OTG) Covid-19.

Sedikit *review* dari aplikasi di atas yang merupakan inovasi di era pandemi dan *cybercommunity*. Sebelum menjadi inovasi yang sudah dirasakan oleh masyarakat Indonesia dengan jumlah *download* di Playstore sebanyak 1 juta lebih untuk Peduli Lindungi dan 100 ribu lebih untuk Fight Covid19 (data diambil pada bulan Juni 2020). Penggunaan aplikasi oleh *cybercommunity* yang terbilang sudah agak banyak pasti membutuhkan tahapan atas inovasi tersebut agar dapat diterima oleh warga Indonesia. Menurut Rogers, ada lima tahapan untuk difusi inovasi yang berkembang di masyarakat sampai diterima dan digunakan oleh banyak orang.

1. *Knowledge*

Tahapan awal yang harus dilalui oleh para inovator adalah pengenalan produk ke masyarakat. Pengenalan inovasi harus disertai dengan promosi yang dilakukan ke media massa,

contohnya adalah di media sosial ataupun di Playstore. Hal ini yang sudah dilakukan oleh dua aplikasi Peduli Lindungi dan Fight Covid-19. Rogers mengatakan ada tiga macam pengetahuan yang dicari masyarakat dalam tahapan ini, yakni:

- a. Kesadaran bahwa inovasi itu ada.
- b. Pengetahuan akan penggunaan inovasi tersebut.
- c. Pengetahuan yang mendasari bagaimana fungsi inovasi tersebut bekerja.

2. *Persuasion*

Dalam tahapan ini individu membentuk sikap atau memiliki sifat yang menyetujui atau tidak menyetujui inovasi tersebut. Dalam tahap persuasi ini, individu akan mencari tahu lebih dalam informasi tentang inovasi baru tersebut dan keuntungan menggunakan informasi tersebut. Yang membuat tahapan ini berbeda dengan tahapan pengetahuan adalah pada tahap pengetahuan yang berlangsung adalah proses memengaruhi kognitif, sedangkan pada tahap persuasi, aktivitas mental yang terjadi adalah memengaruhi afektif. Pada tahapan ini seorang calon *adopter* akan lebih terlibat secara psikologis dengan inovasi.

Search Google tentang dua aplikasi di atas menunjukkan bahwa banyak media massa atau media *online* yang memberitakan tentang aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa warga Indonesia antusias terhadap berita dari aplikasi covid19 di atas. Jumlah *download* yang mencapai 1 juta lebih untuk Peduli Lindungi dan Fight Covid yang mencapai 100 ribu lebih merepresentasikan bahwa kedua aplikasi tersebut sudah memengaruhi afektif masyarakat Indonesia.

3. *Decision*

Keputusan warga Indonesia untuk men-*download* inovasi aplikasi Covid-19 dari referensi pemberitaan di media massa dan *online* menunjukkan bahwa warga Indonesia menerima inovasi yang berkembang di dunia digital. Setiap gadget warga Indonesia yang menerima inovasi aplikasi Covid-19 akan

menginstal aplikasi tersebut untuk kebutuhan hidup dan kegiatan sehari-hari.

4. *Implementation*

Tahapan ini hanya akan ada jika pada tahap sebelumnya, individu atau partisipan memilih untuk mengadopsi inovasi baru tersebut. Dalam tahap ini, individu akan menggunakan inovasi tersebut. Aplikasi Covid-19 akan membimbing dan menunjukkan apa saja yang harus dilakukan oleh *user* agar aplikasi tersebut berjalan maksimal. Perubahan tingkah laku *user* yang semula hanya menonton televisi untuk melihat *update* perkembangan Covid-19, kini sudah bisa dilihat langsung di gadget masing-masing. Input data *user* ke aplikasi Covid-19 diperlukan guna mengetahui *tracking* penyebaran Covid-19, sehingga *user* tidak akan takut lagi untuk pergi ke luar rumah atau ke fasilitas umum.

5. *Confirmation*

Tahap terakhir ini adalah tahapan di mana *user* akan mengevaluasi dan memutuskan untuk terus menggunakan inovasi baru tersebut atau *uninstall*. Selain itu, *user* akan mencari penguatan atas keputusan yang telah diambil sebelumnya. Sewaktu *user* meng-*uninstall* aplikasi tersebut dikarenakan ketidakpuasan disebut sebagai *disenchantment discontinuance* yang terlihat di Playstore dengan logo bintang. Aplikasi Fight Covid-19 mendapatkan 3.1 bintang dan Peduli Lindungi memperoleh 4.1 bintang dari 5 bintang yang ada di Playstore. Kedua aplikasi di atas menurut perolehan bintang di Playstore masih terbilang aman atau banyak *user* yang menggunakan.

User akan beralih ke aplikasi Covid-19 yang baru sewaktu *user* merasa kecewa terhadap aplikasi Covid-19 yang lama atau disebut sebagai *replacement discontinuance*. Contohnya apabila *user* yang semula memakai aplikasi Fight Covid-19 kemudian meng-*uninstall* dan mengganti dengan aplikasi Peduli Lindungi.

Cybercommunity di dunia digital melampaui modernisasi yang harus bertemu tatap muka untuk berkomunikasi. Era pandemi Covid-19 melahirkan budaya digital baru yang menghilangkan strata atau kelas untuk bertutur kata dengan orang lain. Semua manusia di dunia digital dianggap sama dan disimbolisasikan sebagai tanda dan huruf di *cybercommunity*. Pekerja yang banyak dipulangkan oleh perusahaan telah menjadi factor pendukung *cybercommunity*. Transaksi *online* dari barang jasa, produk kebutuhan pokok dan produk kreatif *online* merupakan ranah *cybercommunity* berkembang dan dimanfaatkan oleh pekerja yang sudah dipulangkan.

4. Kesimpulan

Jurus terkuat yang ada di dunia persilatan adalah jurus yang tidak bisa diprediksi arah datangnya serangan ke lawan. Serangan yang selalu dilancarkan dan tidak ada habisnya membuat lawan kebingungan dan berujung pada kekalahan sang lawan. Menyerang dengan tidak beraturan seperti orang mabuk disebut jurus mabuk di dunia persilatan. Penyerangan virus Corona yang menjadi wabah pandemi di seluruh dunia menjadikan masyarakat global hampir mengalami kekalahan oleh serangan mabuk Corona.

Covid-19 yang menyerang manusia tidak ada habisnya dan tidak mengenal kelas ataupun strata membuat serangan Covid-19 merepresentasikan jurus mabuk. Informasi yang diberikan oleh Negara di dunia, terutama di Indonesia menghasilkan pro dan kontra. Banyak yang mengikuti aturan dan anjuran pemerintah tentang protokol kesehatan Covid-19, namun juga banyak yang resistensi dengan cara melakukan demo untuk menolak protap Covid-19 yang diberikan oleh pemerintah. Dualisme *reception* atas informasi Covid-19 merupakan dinamika komunikasi yang terjadi saat pesan mengalami ledakan informasi.

Penyebaran informasi atas Covid-19 di media massa dan digital melahirkan banyak spekulasi yang diterima oleh warga Indonesia. Kekhawatiran akan bahaya Covid-19 melahirkan inovasi –inovasi di dunia digital untuk produk aplikasi di Playstore. Penggunaan aplikasi

atas inovasi Covid-19 bertujuan agar masyarakat Indonesia lebih *aware* menggunakan gadget atau perangkat teknologi. Dunia digital yang semakin padat diisi oleh banyak platform-platform di Playstore melahirkan *cybercommunity* yang akan melampaui budaya modernisasi di era digital saat ini.

5. Referensi

- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Effendy Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adhitia Bakti.
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- McQuail, Denis. 1994. *Suatu Pengantar Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Diterjemahkan oleh: Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Pavlov, I. P. 1928. *Lectures on conditioned reflexes*. (Translated by W.H. Gantt) London: Allen and Unwin.
- Rachmad, Teguh Hidayatul (ed). 2020. *Menelaah Homo Digitalis Suatu Konsep Pemikiran dari Generasi Z*. Yogyakarta: Elmaterra Publishing
- Rogers, Everett M. 1983. *Diffusion of Innovation*. Third Edition. London: The Free Press Collier Macmillan Publisher.
- Sudibyo, Agus. 2019. *Jagat Digital Pembebasan dan Penguasaan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Wright, Charles, R. 1992. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Remaja Karya.

Sumber internet:

<https://internasional.kontan.co.id/news/amerika-punya-kasus-corona-terbanyak-di-dunia-trump-malah-banggadiakses>
tanggal 22 mei 2020

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200324133443-255-486436/mengenal-carrier-si-pembawa-penyakit-yang-tak-jatuh-sakit> diakses tanggal 25 maret 2020

<https://www.jawapos.com/internasional/09/04/2020/negara-miskin-terpapar-virus-korona-ethiopia-umumkan-status-darurat/> diakses tanggal 10 april 2020

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/01/31/123331365/darurat-internasional-virus-corona-menyebar-di-21-negara-dalam-sebulan> diakses tanggal 15 maret 2020

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/10/182500965/kasus-covid-19-indonesia-masuk-top-10-asia-berikut-daftarnya--?page=all>. diakses tanggal 10 Juli 2020

EPILOG

Menutup dan mengakhiri seluruh rangkaian penulisan pada naskah ini. Dengan mengkaji serta menelaahnya melalui ragam perspektif yang tersedia. Melihat, menggali dan mencerna secara keseluruhan pesan yang ingin dibawa dan disampaikan dalam buku ini, melalui kajian komunikasi. Akan membawa kita pada pemahaman kebaruan tertentu.

Dengan segala ruang lingkup yang menjadi mata rantai pembahasan untuk setiap artikel yang dipublikasikan dalam buku bunga rampai ini. Menjadi catatan tersendiri, bagi perkembangan terkini informasi dan dinamisasi bidang ilmu komunikasi dengan segala aspek cakupannya.

Ada beberapa hal, yang kiranya penting untuk diperhatikan lebih lanjut terkait pemaparan yang telah diberikan melalui wacana-wacana di atas; *Pertama*, pandemik Covid-19 yang tengah kita alami bersama, dengan segala kompleksitasnya. Tengah mendidik dan mengajarkan kita beberapa hal, bahwa ada mereka diluar sana yang dengan segala kepentingan yang dibawanya memanfaatkan serta mengambil keuntungan semu dari bencana. Mereka adalah para pelaku yang hanya berpikir soal kepentingan dirinya sendiri, sambil mengorbankan kepentingan orang lain. Namun, di balik mereka semua, ada ratusan ribu orang yang berusaha untuk menghentikan bencana dengan segala yang mereka bisa.

Saat ini, akibat krisis virus corona, orang-orang di Indonesia, Italia, Cina, Amerika Serikat dan negara di belahan dunia mana pun tengah bersatu padu menghadapi bencana. Maka, bila ditarik lebih jauh, kita tidak sendirian. Kita sebagai manusia hidup dalam interaksi komunikasi dan hubungan dengan manusia lainnya. Keberadaan kita mengandaikan keberadaan yang lainnya. Maka, dengan bekerja sama, manusia bisa mewujudkan banyak hal. Kita senang bersalaman, memeluk dan mencium orang-orang yang kita sayangi. Itulah kita sebagai manusia

Kedua, saat kita berada dalam arus pusaran pandemik dengan jumlah mereka yang terpapar semakin menunjukkan grafik peningkatan. Maka, saat ini adalah saat yang tepat bagi kita untuk melakukan tindakan dalam komunikasi interpersonal melalui aksi dan ragam tindakan yang berbeda dan bermakna.

Saat seperti ini, merupakan saat yang tepat untuk memaksimalkan potensi positif di dalam diri kita. Saat ini merupakan saat yang ideal untuk menjadi orang yang berbeda. Secara sadar, kita memilih untuk mengubah kebiasaan yang ada. Kita membuat rencana yang berbeda, atau hidup dengan cara yang berbeda sesuai dengan kemampuan yang kita punya dan miliki.

Terakhir, saat kondisi perekonomian menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat ditawar, dengan jumlah tindak kriminalitas yang semakin. Saat negara tengah menghadapi kehidupan yang krisis, waktu ini merupakan keadaan yang baik untuk berbenah batin. Pada masa biasa, sakit hati dan kecewa kita alihkan dengan belanja, jalan-jalan, nongkrong atau berbagai aneka kegiatan komunikasi fisik lainnya.. Namun, itu semua hampir tidak mungkin dilakukan sekarang ini. Berbenah batin adalah menyadari keadaan batin kita yang selama ini diabaikan, yakni keadaan batin yang penuh kecewa, trauma dan depresi.

Ketiga hal tersebut di atas, merupakan hal penting yang dapat dijaga untuk menjaga kesehatan mental dan memperkuat imunitas diri kita. Jika tak pernah disadari, keadaan batin yang menyakitkan akan menghantui kita seumur hidup. Ia juga akan mempengaruhi mutu hidup kita secara keseluruhan. Jika menumpuk dan dibiarkan membusuk, dampaknya dapat membuat hidup kita menjadi berantakan

Karya Berkelanjutan

Saat ini, di tengah geliat pandemik Covid-19, semua tatanan kehidupan sedang diregulasi mengenai kebijakan yang ada. Dalam Situasi seperti ini, memang segalanya tidak mudah dilakukan. Saat pandemik ini, memiliki tantangan yang beragam dengan tingkat kesulitan yang juga berbeda.

Bahkan, tantangan yang sebelumnya tidak ada kini berkunjung di depan mata. Ada dua hal yang penting, yang sekiranya dapat dicermati; *Pertama*, masa pandemik saat ini, identik dengan situasi dan kondisi yang tidak menentu, identik dengan rasa bosan. Hidup kita dikerumuni dengan rasa bosan. Orang tak biasa untuk duduk, tidur dan makan di rumah hanya sekedar mengatasi hidup sebagaimana adanya. *Kedua*, masa pandemik saat ini, memaksa kita untuk hidup bersama keluarga. Ini tak selalu mengundang bahagia. Keluarga bisa menjadi sumber derita yang amat besar. Tak heran, secara global, tingkat kekerasan dalam rumah tangga dan perceraian meningkat pesat di masa “dipaksa jeda” ini.

Dua tantangan ini dapat dihadapi, jika kita tak panik. Kita tidak bersikap berlebihan pada keadaan yang tengah terjadi. Kita tak membuat hal-hal kecil menjadi besar. Ini menjadi mungkin, jika kita memiliki hidup yang dijalani dengan kesadaran penuh. Maka, dalam upaya memaknai keadaan ini kami sebagai tim yang terdiri dari dosen- dosen Ilmu Komunikasi Kiranya akan terus mengupayakan dan menghadirkan karya tulis kami selanjutnya. Tentu saja dengan mengangkat dan mengetengahkan realitas- realitas sosial yang berkembang dalam masyarakat.

Pada akhirnya, masa jeda seperti saat ini, tidak harus menjadi sumber nestapa. Masa adaptasi keadaan baru saat ini, tidak menjadi momok yang menyiksa jiwa. Sebaliknya, masa jeda sekarang, bisa menjadi titik perubahan arah hidup kita yang lebih bijaksana.

Salam Pencerahan

Yohanes Probo