

PERILAKU BERMEDIA SOSIAL DI ERA PANDEMI COVID 19

Theguh Saumantri

IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Corresponding author: saumantri.theguh@syekhnurjati.ac.id

Article History	
Received: 17 – 03 – 2022	Received in revised form: 09 – 04 – 2022
Accepted: 23 – 03 – 2022	Available online: 25 – 06 – 2022

Abstrak: Perilaku bermedia sosial pada masa bencana kesehatan ini menjadi berkembang. Mulai dari aspek konten media sosial, khususnya selama pandemi Covid-19 informasi dan misinformasi terus menyebar dengan mudah. Dalam penggunaan media sosial masyarakat lebih sering untuk mendapatkan informasi terkini. Meskipun banyak informasi faktual dan manfaat yang diperoleh, namun dari beberapa diantaranya tidak benar atau bahkan berbahaya. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan virtual etnografi. Etnografi virtual bertujuan suatu keadaan fenomena dalam hal ini perilaku bermedia sosial selama masa pandemi Covid-19. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa perilaku bermedia sosial sebagai upaya pencarian informasi dalam menghadapi bahaya pandemi Covid-19 merupakan perilaku adaptif sekaligus menjadi perilaku panik bagi semua orang di dunia. Kebiasaan yang dilakukan ini sejatinya memang diperluas oleh media sosial.

Kata kunci: *Perilaku, Media Sosial, Pandemi Covid-19.*

Abstract: *Social media behavior during this health disaster was growing. From the aspect of social media content, especially during the Covid-19 pandemic, information and misinformation continued to spread easily. People use social media more often to get the latest information. Although there was a lot of factual information and benefits, some were not true or even dangerous. This research design was qualitative with a virtual ethnographic approach. Virtual ethnography was aimed at a state of phenomena, in this case, the behavior of social media during the Covid-19 pandemic. Based on the research results, it was concluded that social media behavior to find information in dealing with the dangers of the Covid-19 pandemic became adaptive and panic behavior for everyone in the world. Social media have expanded this practice.*

Keywords: *Behavior, Social Media, Covid-19 Pandemic.*

PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan teknologi kini telah menjadi bagian kehidupan masyarakat di era kontemporer ini. Menurut (Sintiawati, 2020), dalam penelitiannya memaparkan bahwa perilaku masyarakat di masa pandemi Covid-19 dalam penggunaan media sosial sudah begitu melekat karena media digital memberikan banyak informasi terkait apapun. Masyarakat kini candu mencari dan membaca informasi di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh (Purandina, 2020), mengatakan bahwa perkembangan teknologi yang begitu pesat telah menjadikan masyarakat baru yakni masyarakat digital yang mengharuskan mereka melek dengan literasi digital. Pengetahuan tentang mengolah dan penggunaan serta penguasaan teknologi media sosial dapat dilakukan

dengan literasi digital. Sehingga teknologi sebagai media sosial menjadi alat komunikasi atau jaringan dalam mencari dan membuat informasi dan bisa dimanfaatkan secara baik, cerdas, tepat dan taat pada hukum dalam rangka membina perilaku bermedia sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Pengguna media sosial di seluruh dunia meningkat lebih dari 10 persen. Penambahan ini menjadikan total pengguna awal februari 2022 sebanyak 3,9 miliar. Hal ini berarti untuk pertama kalinya lebih dari setengah populasi dunia sekarang menggunakan media sosial. Tren pertumbuhan ini menunjukkan bahwa rata-rata lebih dari satu juta orang mulai menggunakan media sosial untuk pertama kalinya setiap hari selama 12 bulan terakhir. Hal ini setara dengan hampir 12 pengguna baru setiap detik. Masa lockdown selama pandemi Covid-19 sangat berperan dalam meningkatkan adopsi pengguna media sosial. Perilaku bermedia sosial pada masa bencana kesehatan ini juga berkembang. Dari aspek konten media sosial, khususnya selama pandemi Covid-19, informasi dan misinformasi terus menyebar. Masih banyak pengetahuan tentang virus pernapasan ini disebarakan melalui media sosial (H. M. Agung & Susri, 2020).

Di seluruh dunia, media sosial menjadi sumber informasi yang dicari orang terkait dengan perkembangan virus, penyebarannya, cara penanganannya, siapa yang menjadi kelompok rentan, dan lain sebagainya. Pencarian informasi dalam menghadapi bahaya pandemi Covid-19 merupakan perilaku adaptif bagi semua orang di seluruh dunia. Orang memeriksa media sosial lebih sering untuk mendapatkan informasi terkini. Meskipun banyak dari informasi ini faktual dan bermanfaat, beberapa di antaranya tidak benar atau bahkan berbahaya. Informasi yang berseliweran di Twitter misalnya, sempat menyamakan Covid-19 dengan virus influenza sehingga pada awal pandemi banyak orang tidak mengikuti protokol *social distancing*. Apa yang kita lihat di media sosial dibentuk oleh algoritma yang biasanya menyoroti konten yang akan menarik paling banyak perhatian. Meskipun belum tentu konten yang diverifikasi benar. Media sosial tidak hanya dibentuk oleh reaksi dan minat manusia, tetapi juga membentuk pola pikir individu (Junawan & Laugu, 2020).

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan virtual etnografi. Etnografi virtual bertujuan pada pendekatan dalam sebuah penelitian etnografi yang menelaah suatu keadaan fenomena dalam hal ini perilaku bermedia sosial selama masa pandemi Covid-19. Dengan demikian penelitian ini dilakukan atas dasar ketertarikan untuk mendalami budaya perilaku masyarakat dalam penggunaan media sosial selama situasi pandemi Covid-19. Dengan demikian, pendekatan etnografi virtual hanya akan meneliti dan mempelajari perilaku penggunaan media sosial serta kecenderungan komunal dan komunikasi informasi berbasis online (Prof. Darmiyati Zuchdi, Ed.D., Wiwiek Afifah, 2021). Dalam merinci dan mengolah data maka digunakan suatu langkah yakni melakukan klasifikasi data-data yang berhubungan dengan

pembahasan kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan metode deskriptif analisis agar mendapatkan suatu gambaran terperinci dari objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital Platform dan Media Sosial

Platform digital tidak hanya menopang kehidupan sosial dalam masyarakat yang mapan, juga membentuk kehidupan sosialnya dengan identitas dan hubungan individu setidaknya sebagian dibudidayakan melalui infrastruktur komputasi. Di antara manifestasi paling signifikan dari ‘masyarakat digital’ adalah media sosial. Baik sebagai jejaring sosial (Facebook), mikro-blogging (Twitter), atau foto (Instagram) dan situs berbagi video (YouTube), media sosial telah sangat mengkonfigurasi ulang produksi dan pertukaran informasi. Dalam studi komunikasi, media sosial merupakan sistem komunikasi dari ‘many to many’ atau dari kelompok khalayak yang banyak ke komunikasi atau khalayak yang juga banyak. Sebagai platform digital, yang menggantikan media massa sebagai sumber informasi, media sosial memiliki struktur yang tidak hanya mempromosikan viralitas penyebaran konten yang cepat dan tidak dapat diprediksi tetapi juga menumbuhkan sosialitas virtual yang luas. Di sini, berbagai atribut *like*, *retweet*, *hashtags* (#), *mentions* (@), dan sebagainya mengindeks dan menghubungkan komunikasi, mempromosikan kesadaran orang lain dan menyatukan pengguna yang tersebar secara spasial ke dalam komunitas dengan minat dan identitas bersama (Walsh, 2020).

Media sosial adalah seperangkat aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, memungkinkan penciptaan dan pertukaran berbagai jenis konten yang diunggah oleh netizen di media sosial. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan media berdasarkan kematangan teknologi, terbagi dalam berbagai bentuk seperti majalah, forum internet, blog, blog sosial, mikroblog, wiki, foto atau gambar, video rating, dan bookmark sosial. Dengan kata lain, media sosial adalah saluran komunikasi yang memungkinkan setiap orang menyebar, menyiarkan, menjangkau secara luas dan cepat untuk mempengaruhi orang lain (Arianto, 2021).

Selanjutnya, media sosial juga dapat digunakan sebagai saluran penyeimbang dalam konteks keterlibatan partisipasi politik sipil. Akibatnya, media sosial semakin sulit dipisahkan dari perilaku kehidupan masyarakat di Indonesia. Sebab, selain aktivitas individu, media sosial juga telah menjadi wadah segala macam aktivitas warga. Sementara itu, fungsi utama media sosial dapat dilihat sebagai sarana untuk memantau berita atau informasi persahabatan di lingkaran sosial netizen di media sosial. Hal ini memiliki berdampak positif karena terjalin sebuah lingkungan sosial ketika ruang realitas menjadi terbatas akibat pandemi Covid-19. Perlu diketahui bahwa media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Pertama, sebagai alat atau aplikasi, bergantung pada teknologi informasi. Kedua, media sosial merupakan saluran komunikasi partisipatif dua arah yang memungkinkan terjadinya interaksi, kolaborasi, dan komunikasi antar pengguna. Ketiga,

media sosial dapat membentuk komunitas virtual dengan menghubungkan pengguna di seluruh platform, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku pengguna dalam realitas kehidupannya (Kristiani, 2017).

Selain itu, kehadiran media sosial bisa memperkuat basis atau dasar perilaku setiap orang untuk mengungkapkan pendapat, termasuk menggunakan hak untuk bekerja sama dengan orang lain. Tentu saja, dengan memahami sifat dan keterbatasan aktivisme media sosial, pengguna media sosial dapat memanfaatkan, mengeksploitasi, dan menerjemahkannya ke dalam keterlibatan sipil dan politik yang lebih bermakna (Lim, 2013). Hal ini memungkinkan penggunaan media sosial memiliki efek tidak langsung pada ekspresi politik publik tentang diri mereka sendiri.

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial”. atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. Namun, untuk menyusun definisi media sosial, kita perlu melihat perkembangan hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu *berkomunikasi (human communication)* dalam jaringan antar individu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerja sama (*human cooperation*) (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

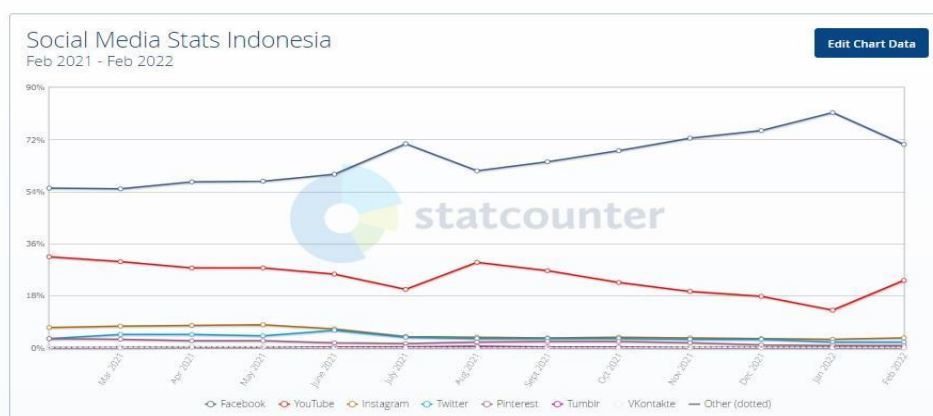
Tidak diragukan lagi, media sosial memiliki keramahan seperti pendahulunya, internet. Dengan ciri konvergensi, biaya rendah, dan jangkauan luas, internet adalah “media ramah”. Media memberikan ruang lingkup yang lebih luas untuk kebebasan, otonomi, kreativitas, dan kolaborasi daripada media sebelumnya. Media sosial memiliki karakteristik dan mendorong kolaborasi dan interaktivitas sosial yang lebih besar. Media sosial memfasilitasi “konten organik, pemrosesan dan interaksi terdistribusi, dan format media konvergen”. Internet “baru” ini telah mematahkan pola produksi dan konsumsi media yang biasa, ini bukan lagi media dimana konsumen individu yang tersebar mengambil konten dari produsen media yang terpusat. Sebaliknya, media sosial “beroperasi sebagai sebuah komunitas akar rumput, tempat saling bergantungnya individu, organisasi, dan situs yang relevansi dan otoritasnya ditetapkan melalui interaksi dan partisipasi” (Junawan & Laugu, 2020).

Dengan kontrol informasi yang mewakili poros kekuasaan yang kritis, media sosial sering digambarkan sebagai mikrofon untuk massa yang menantang para elit. Di sini, aksesibilitas dan kecanggihan platform digital diyakini akan memberdayakan warga biasa untuk membuat berita mereka sendiri, menyebut isu seba ai perhatian publik, dan membentuk sentimen kolektif. Namun, media sosial tidak boleh dianggap sebagai agen penyebab yang memiliki peran penting dalam mendorong perubahan sosial atau

memajukan demokrasi. Di Indonesia sendiri, media sosial tumbuh luar biasa dengan 90% aktivitas online ditujukan untuk menjelajahi situs jejaring sosial (Maharani & Nurafifah, 2020). Di periode ini, Indonesia telah menjadi negara terbesar ketiga di Facebook (*Soc. Bak.*, 2014) dengan 43 juta pengguna dan kelima di Twitter dengan 29,4 juta pengguna (SemioCast, 2014). Pesatnya pengguna media sosial periode tersebut dipicu oleh aktivitas ketidakpuasan masyarakat sehingga menimbulkan berbagai pergerakan sosial untuk mendukung aksi ‘Koin untuk Prita’, ‘Cicak vs Buaya’, ‘Lapindo’, dan lain sebagainya (Zempi & Rahayu, 2019). Sepuluh tahun kemudian, data pengguna media sosial tumbuh seperti terlihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Pengguna aktif media sosial di Indonesia (We are Social).



Gambar 2. Pertumbuhan media sosial di Indonesia (maret 2021-februari 2022)(Global State, 2022).

Dari data yang ditunjukkan pada Gambar 1, pengguna aktif media sosial dari tahun 2014 sampai tahun 2022 di masa pandemi covid-19. Data menunjukkan ada kenaikan yang signifikan di tahun pandemi ini. Sementara gambar 2, memperlihatkan pengguna media

sosial terbanyak pada periode Februari 2021-2022 adalah melalui platform Facebook. Dari total populasi sebanyak 272,1 juta jiwa, dan pengguna media sosial aktif sebanyak 160 juta jiwa, Facebook menguasai sakiran komunikasi yang paling diminati dengan jumlah pengunanya sebesar 130 juta jiwa, dan "persentase pengguna Facebook berjenis kelamin perempuan sebesar 44,4% dan persentase pengguna laki-laki sebesar 55,6% (Hootsuite, 2021). Preferensi Facebook lebih besar karena dasar fundamental dari jaringan Facebook adalah "teman yang terhubung" yang berkomunikasi dalam lingkungan yang dimediasi. Status "teman" ini memungkinkan pengguna untuk mengintip hampir semua post dan komentar teman mereka, kecuali kontrol privasi individu teman mereka disetel sebaliknya. Bahkan ketika pengguna memutuskan untuk menggunakan nama samaran lengkap di "halaman" fitur Facebook yang terbuka untuk semua pengguna Facebook, teman-teman di kehidupan nyata biasanya tahu siapa mereka karena komponen jaringan bersama (Yun, Allgayer, And Park 2020).

Perilaku pengguna media sosial saat ini dalam mencari informasi terkait Covid-19 merupakan fenomena urgensi paling banyak, tindakan ini merupakan upaya pencegahan terhadap berita-berita hoax yang dapat berpotensi membuat keresahan di masyarakat. Sumber identitas masyarakat yang paling kuat adalah budaya politik masyarakat di ruang publik. Budaya adalah istilah yang biasanya mengacu pada cara hidup yang memiliki agama, bahasa resmi, tetapi juga tradisi dan gaya artistiknya sendiri, serta berbagai adat dan pengaturan keluarga yang membedakannya dari masyarakat lain. Pengaruh ini juga tidak terlepas dari peran surat kabar, radio dan televisi, yang mendorong masyarakat untuk melihat fenomena nasional secara umum dan berpikir patriotik tentang negaranya pada khususnya. Namun, hubungan antara media massa dan negara ini tidak teoretis atau teruji secara empiris. Adapun pertanyaan tentang hubungan antara media dan identitas budaya nasional, ada jawaban yang sederhana dan jelas: media harus menjadi penting karena keberadaannya begitu meresap. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menyediakan jutaan keping informasi, tetapi juga menuntut kecanggihan dan ketangguhan pikiran pengunanya. Dengan pengaruhnya yang kuat dalam membentuk proses dan perilaku sosialisasi masyarakat, dapat dikatakan bahwa media merupakan kekuatan yang kuat dalam membentuk identitas bangsa di masa pandemi Covid-19 ini. Bagi lembaga demokrasi, media berperan kuat dalam membentuk opini publik di bidang politik, budaya, dan ekonomi terkait kesehatan di masa pandemi Covid-19 ini. Keberadaan media sosial yang begitu dekat dengan masyarakat menjadikannya bagian dari kehidupan warga negara demokrasi (Arianto, 2021).

Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat penelitian dan pelacakan kesehatan masyarakat terkait Covid-19. Misalnya, peneliti menggunakan media sosial untuk melacak dan memprediksi penyebaran wabah Covid-19. Dengan begitu banyak informasi yang tersedia untuk umum tentang berbagai penyakit dan masalah kesehatan masyarakat lainnya, potensi penggunaan media sosial sebagai sumber data mining untuk mengembangkan tanggapan pandemi sangat besar. Media sosial bahkan dapat digunakan untuk melacak opini publik, seperti tentang penggunaan desinfektan dan langkah-langkah

lain untuk mencegah dan menangani Covid-19. Selain itu, lembaga kesehatan dan profesional dapat mengambil tindakan berdasarkan informasi yang beredar di media sosial. Misalnya, jika mereka mengetahui wabah yang akan datang, mereka dapat merencanakan ketersediaan dan penyedia layanan. Mereka juga dapat mengarahkan penelitian yang tepat untuk melawan efek informasi yang salah. Ini karena sifat global media sosial, karena sebuah aplikasi pemesanan media sosial dapat digunakan di seluruh dunia (Sampurno et al., 2020).

Penelitian yang berpendapat tentang fenomena internet yang memiliki sifat keterbukaan informasi melalui media sosial mampu dijangkau oleh siapa saja dan dimana saja menjadi kekhawatiran dapat merusak budaya. Karena sarana yang diberikan oleh media sosial bisa diakses baik itu oleh anak-anak atau orang dewasa yang secara instan apa yang mereka cerna secara empirik akan ditiru maupun dipraktikkan dengan sendirinya meski tidak relevan dengan keadaan dan situasi yang ada di lingkungan mereka. Akan tetapi dari sudut pandang lain, internet telah memberikan kontribusi membawa budaya jadi lebih dekat kepada setiap orang, menjadikannya lebih cepat dan mudah di akses sehingga berpotensi memunculkan hal-hal yang baru untuk ekspresi seni dan pengetahuan, termasuk dalam berita informasi terkait pandemi Covid-19. Penelitian ini tidak menyatakan bahwa penggunaan media sosial dengan internet selalu bersifat positif dan tidak ada masalah di dalamnya. Justru sebaliknya, penelitian ini mengajarkan kepada setiap orang pengguna media sosial agar tidak dibutakan oleh berita atau hal negatif yang didapat melalui media sosial (H. M. Agung & Susri, 2020) .

Intervensi internet dan perilaku bermedia sosial berpotensi membantu setiap individu, termasuk pasien terduga Covid-19 dan masyarakat umum serta mengubah perilaku untuk meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan perilaku. Secara khusus, intervensi media sosial memiliki beberapa keuntungan, termasuk aksesibilitas yang luas melintasi hambatan geografis, kemampuan untuk melintasi batas spesial dan efisiensi biaya. Saat ini, pertumbuhan situs jejaring sosial membawa peluang baru untuk menyebarluaskan intervensi kesehatan masyarakat dan mempromosikan perbaikan besar di bidang kesehatan. Perkembangan pendidikan sebagai institusi sosial juga dipengaruhi oleh pesatnya pertumbuhan media dalam hal penyebaran informasi terkait Covid-19, media sosial atau bentuk teknologi lainnya. Media selalu menjadi institusi sosial. Banyak kepercayaan dan norma di masyarakat yang didasarkan pada informasi yang mereka terima, terutama terkait dengan Covid-19 (Sumakul & Ruata, 2020).

Pada saat Pandemi Covid-19, informasi yang terkait dengan kesehatan mental, sangat sedikit sekali menjadi perhatian dan diungkapkan melalui media sosial. Meskipun kebutuhan kesehatan fisik mungkin menjadi prioritas yang lebih mendesak pada awalnya, masalah kesehatan mental pada populasi yang bertahan dapat memiliki dampak yang jauh lebih besar dan bertahan lama. Bagaimanapun, dalam kebanyakan skenario bencana, jumlah kematian relatif kecil dibandingkan dengan jumlah orang yang pengalamannya mungkin membuat mereka cemas atau trauma. Beberapa lembaga kesehatan memperingatkan ketakutan itu dan kecemasan seputar suatu penyakit dapat menjadi

“membebani dan menyebabkan emosi yang kuat”. Yang paling rentan adalah mereka yang memiliki kondisi kesehatan mental yang sudah ada sebelumnya, anak-anak, dan penanggap pertama atau petugas kesehatan. Selain itu, pasien dengan dugaan atau dugaan Covid-19 mungkin mengalami ketakutan akan konsekuensi dari penyakit mereka, dan mereka yang berada dalam karantina mungkin merasakan kebosanan, kesepian, dan kemarahan, di antara emosi lainnya. Faktanya, organisasi kesehatan mental di seluruh dunia mulai melihat peningkatan dalam panggilan dan pertanyaan karena pandemic telah mempengaruhi kesehatan mental kolektif kita (Dai, 2020).

Perilaku Adiktif dan Perilaku Panik

Menurut Agung terjadi sebuah perubahan perilaku masyarakat khususnya dalam bermedia sosial yang disebabkan oleh situasi selama pandemi. Perubahan itu muncul dari inisiatif sendiri maupun pengaruh eksternal seperti perintah dari sebuah kebijakan berwenang agar tetap dirumah selama pandemi seperti menjaga jarak sosial saat berinteraksi, dan mengurangi kerumuan serta membatasi mobilitas sosial. selama pandemi Covid-19, pertemuan fisik tidak lagi menjadi prioritas rutinitas individu dalam berinteraksi dan berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya dilakukan secara virtual (I. M. Agung et al., 2020).

Dalam skenario yang sedang berlangsung seperti di masa pandemi Covid-19, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama untuk memperbarui informasi tentang Covid-19 untuk seluruh umat manusia di dunia. Namun, penggunaan yang tidak bertanggung jawab menimbulkan tantangan Infodemiki yaitu situasi ketika ‘informasi yang salah’ menyebar dengan cepat sehingga mempengaruhi pemikiran dan perilaku orang selanjutnya. WHO bahkan telah memperingatkan masyarakat terhadap rumor media sosial yang menyebabkan kepanikan stigma dan perilaku irasional karena mengingat peningkatan penggunaan media dan hubungannya dengan kesehatan mental. Penelitian di masa lalu telah menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara kompulsif berdampak pada kesehatan fisik dan mental termasuk kesehatan jantung-metabolik, tidur, afeksi, harga diri, kesejahteraan dan fungsi, terutama pada remaja. Mengingat pandemi saat ini, kondisi kesehatan mental dikaitkan dengan jumlah paparan media sosial. Misalnya, sebuah penelitian selama wabah Covid-19 di Wuhan Cina, menemukan prevalensi depresi, kecemasan, dan kombinasi depresi dan kecemasan (CDA) masing-masing menjadi 48%, 23% dan 19%. Selain itu 82% peserta yang sering terpapar media sosial melaporkan kemungkinan kecemasan yang tinggi serta CDA (*combination of depressions and anxiety*) (Singh et al., 2020).

Semakin banyak penelitian yang menganjurkan bahwa gangguan media sosial harus dianggap sebagai gangguan adiktif seperti *Internet Gaming Disorder (IGD)* atau kecanduan internet. Seseorang didiagnosa mengidap IGD jika memenuhi 5 (atau lebih) dari 9 kriteria (keasyikan, toleransi, penarikan diri, ketekunan, pelarian, masalah, penipuan, perpindahan, dan konflik) selama jangka waktu 12 bulan. Sejak Covid-19 merebak mulai akhir 2019 dan melintasi batas internasional sejak awal 2020, banyak ketidakpastian lainnya, tidak jelas apakah penggunaan media sosial secara kompulsif ini

hanyalah ‘fase’ dan mekanisme coping atau indikasi perilaku adiktif yang memiliki implikasi kesehatan mental (Singh et al., 2020).

Perilaku adiktif dari pengguna media sosial sangat dipahami karena setiap individu harus berada pada fase karantina atau menjaga jarak fisik dengan keberlanjutan sosialnya. Namun, tumpah ruah informasi tentang pandemi Covid-19 telah memberikan konsekuensi bahwa keterlibatan pengguna yang tidak dapat dipisahkan dari media sosial karena komunikasi risiko tentang pandemi tidak dijalankan dengan baik oleh otoritas di negara-negara terdampak pandemi, termasuk Indonesia. Atas fenomena tumpah ruah informasi di media, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah menciptakan istilah baru untuk menyoroti fenomena tersebut yaitu Infodemik. Infodemik adalah “informasi yang melimpah sebagian akurat dan sebagian tidak yang menyulitkan orang untuk menemukan sumber yang dapat dipercaya dan panduan yang dapat diandalkan ketika mereka membutuhkannya”. Infodemik dapat membuat orang merasa tidak berdaya seperti banyaknya informasi yang macam-macamnya tidak diketahui, sehingga dapat menyerang siapa saja kapan saja. Perasaan tidak berdaya ini dapat mengarah pada membayangkan hasil terburuk, atau “membuat bencana”, berkontribusi pada perasaan cemas dan ketakutan dalam periode yang sudah memicu kecemasan. Bagaimana agar kita bisa memerangi perilaku cemas namun tetap terhubung dengan informasi, sebenarnya merupakan tantangan yang sulit, namun bisa dilakukan (Varghese et al., 2021). Dari sisi perusahaan penyedia platform media sosial sebenarnya telah memberikan solusi sederhana yaitu mempromosikan informasi yang diverifikasi hingga menghapus informasi yang salah. Facebook, misalnya, telah menjalankan pemblokiran iklan yang mencoba mengeksploitasi situasi, sambil memberikan layanan kepada WHO “banyak iklan gratis yang mereka butuhkan”.

Google juga mendukung WHO dengan mem-posting pemberitahuan khusus dengan pembaruan WHO ketika orang mencari informasi tentang virus. Micro blogging seperti Twitter bahkan telah menambahkan label peringatan yang tertaut ke badan kesehatan ketika pengguna mencari “virus corona”. TikTok dan YouTube juga mengeluarkan peringatan yang mendorong pengguna untuk mencari “sumber terpercaya” sebagai informasi. Bahkan WHO sendiri telah memiliki menu yang berisi penghancur mitos virus corona (Wong et al., 2021). Berbicara di Konferensi Keamanan Munich 15 Feb 2020 lalu, Direktur Jenderal WHO Dr Tedros Adhanom Ghebreyesus menyatakan bahwa, “Kami tidak hanya memerangi epidemi tetapi kami sedang melawan infodemik”. Mudah-mudahan informasi yang tidak akurat berseliweran di media sosial dan pesan konspirasi atas virus yang terus diulang dan diabadikan melalui media sosial dan media konvensional, menempatkan kesehatan masyarakat pada kondisi yang sangat buruk. Oleh karena itu, identifikasi kasus penyebaran Covid-19 yang transparan, berbagi data tentang kasus tersebut, adalah saat yang paling dibutuhkan oleh pengguna media sosial di masa ketidakpastian ini. Mungkin tidak ada cara untuk mencegah pandemi Covid-19 di zaman global ini, tetapi informasi yang diverifikasi adalah pencegahan paling efektif terhadap kepanikan akibat pandemi (Abrams & Greenhawt, 2020).

Maraknya komunikasi terkait informasi Covid-19 dan dengan mudahnya menyerap informasi yang beredar di media sosial menjadi kesalahan yang besar masyarakat dalam berperilaku penggunaan media sosial. media sosial mulai dari facebook, twitter, instagram dan platform sejenisnya sudah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mencari informasi dengan kata kunci Covid-19 dalam kolom pencarian. Namun, sangat disayangkan ketika informasi diterima dari media digital maupun media sosial tidak dicerna dengan bijak, sehingga banyak masyarakat menjadi perilaku panik kehilangan motivasi hidup karena diselimuti rasa takut yang berlebihan (Wenliang, 2020) .

Dalam buku “*The Pandemic of Psychology*”, dijelaskan bahwa fenomena pandemi dapat mempengaruhi psikologis manusia secara masif dan luas, mulai dari kegiatan berpikir, mencerna informasi yang berkaitan dengan Covid-19, kajian kesehatan tentang sehat dan sakit, perubahan emosional (takut, cemas dan khawatir) dan perilaku sosial termasuk perilaku dalam penggunaan media sosial (Haas, 2021). Perilaku panik akibat pandemi sejatinya memang diperluas oleh media sosial. Oleh karena itu, otoritas di setiap negara harus memiliki standar yang tinggi atas transparansi. Transparansi menjadi lebih penting dari sebelumnya, dengan media sosial mendorong era baru komunikasi dua arah. Namun, tantangan saat ini adalah, penyampaian pesan risiko pandemi lebih banyak disoroti dari aspek komunikator yang dapat memimpin, menggunakan keahlian khusus mereka untuk memecahkan masalah kesehatan ini.

KESIMPULAN

Pandemi Covid-19 telah memunculkan perilaku bermedia sosial secara intern dan masif pada berbagai kelompok di berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia. Dalam konteks komunikasi risiko, penggunaan media sosial dianggap salah satu cara potensial untuk menyebarkan pesan risiko tentang pandemik. Pemanfaatan pesan kesehatan masyarakat dapat dilakukan dengan menggunakan media yang sangat disukai oleh khalayak sasaran termasuk menjangkau berbagai audiens, membangun interaksi yang interaktif dan berkelanjutan. Keterlibatan masyarakat, memfasilitasi kontrol dan pemberdayaan publik, serta meningkatkan kemungkinan dampak. Konsekuensi dari komunikasi risiko yang buruk dan persepsi risiko yang tinggi adalah perilaku penimbunan informasi, yang dapat menyebabkan kurangnya obat-obatan dan alat pelindung diri. Salah satu cara potensial untuk memastikan komunikasi risiko yang tepat adalah menggunakan saluran media sosial, dan memastikan keberadaan media yang konsisten dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrams, E. M., & Greenhawt, M. (2020). Risk Communication During Covid-19. *Journal of Allergy and Clinical Immunology: In Practice*, 8(6), 1791–1794. <https://doi.org/10.1016/j.jaip.2020.04.012>
- Agung, H. M., & Susri, A. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, 7(2).

- Agung, I. M., Psikologi, F., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2020). *Memahami Pandemi COVID-19 dalam Perspektif Psikologi Sosial*. 1(2), 68–84. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/pib.v1i2.9616>
- Arianto, B. (2021). Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Perilaku Generasi Muda di Masa Pandemi Covid-19. *JSPG: Journal of Social Politics and Governance*, 3(2), 118–132.
- Dai, N. F. (2020). Stigma Masyarakat Terhadap Pandemi Covid-19. *Prosiding Nasional Covid-19*, 66–73. <https://www.ojs.literacyinstitute.org/index.php/prosiding-covid19/article/download/47/32>
- Haas, J. G. (2021). *COVID-19 and Psychology People and Society in Times of Pandemic*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Hootsuite. (2021). *Hootsuite Social Media Manager - Manage Social in One Place*. Hootsuite.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kristiani, N. (2017). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(2), 196 – 201. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 636–657. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.769386>
- Maharani, P. S., & Nurafifah, N. L. (2020). Political Communication: Social Media Strengths and Threats in the 2019 General Election. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 5(2), 292–306. <https://doi.org/10.15294/ipsr.v5i2.21522>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Prof. Darmiyati Zuchdi, Ed.D., Wiwiek Afifah, M. P. . (2021). *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory, dan Hermeneutika Dalam Penelitian*. Bumi Aksara.
- Purandina, I. P. Y. dan I. M. A. W. (2020). *Berkarakter dalam Literasi Digital: Menjaga Kedamaian Umat di Era Digital*. Jayapanguspres.
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210>
- Semiocast. (2014). *Semiocast*. Semiocast. <https://www.crunchbase.com/organization/semiocast>

- Singh, S., Dixit, A., & Joshi, G. (2020). "Is compulsive social media use amid COVID-19 pandemic addictive behavior or coping mechanism? *Asian Journal of Psychiatry*, 54(January), 102290. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102290>
- Sintiawati, N. (2020). Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Media Digital Di Masa Pandemi. *Jurnal Akrab*, 11(2), 10–19. <https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v11i02.341>
- Social Bakers*. (2014). Social Bakers. <https://www.socialbakers.com/>
- Sumakul, Y., & Ruata, S. (2020). Kesejahteraan Psikologis Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi: Human Light*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51667/jph.v1i1.302>
- Varghese, N. E., Sabat, I., Neumann-Böhme, S., Schreyögg, J., Stargardt, T., Torbica, A., van Exel, J., Barros, P. P., & Brouwer, W. (2021). Risk communication during COVID-19: A descriptive study on familiarity with, adherence to and trust in the WHO preventive measures. *PLoS ONE*, 16(4 April 2021). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0250872>
- Walsh, J. P. (2020). Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 840–859. <https://doi.org/10.1177/1367877920912257>
- Wenliang, L. (2020). COVID-19: fighting panic with information. *The Lancet*, 395(10224), 537. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30379-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30379-2)
- Wong, A., Ho, S., Olusanya, O., Antonini, M. V., & Lyness, D. (2021). The use of social media and online communications in times of pandemic COVID-19. *Journal of the Intensive Care Society*, 22(3), 255–260. <https://doi.org/10.1177/1751143720966280>
- YUN, G. W., ALLGAYER, S., & PARK, S. Y. (2020). Mind Your Social Media Manners: Pseudonymity, Imaginary Audience, and Incivility on Facebook vs. YouTube. *International Journal of Communication*, 14, 3418–3438.
- Zempi, C. N., & Rahayu, R. (2019). Social Media in the Anticorruption Movement: Social Network Analysis on the Refusal of the "Koruptor Boleh Nyaleg" Decision on Twitter. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(2), 92–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.7454/jki.v8i2.11195>