

**JURNAL PROSIDING
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DHARMAWANGSA**

ANALISIS POLA KONSUMSI MEDIA DI MASA PANDEMIC COVID – 19

Raihan Sukma Akila Pratama¹⁾, Febri Yuliani²⁾

¹Ilmu Komunikasi Universitas Telkom, Bandung

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, Riau

raihanbilarrdo11@gmail.com, febriyuliani.fisipunri@gmail.com

Abstrak

Pada bulan Maret 2020 Indonesia dan umat manusia di seluruh dunia digoncang dengan pandemi Virus Corona (Covid-19) yang membuat kepanikan di mana-mana. Ratusan ribu manusia terpapar dan banyak yang telah meninggal. Hal yang sama juga terjadi di Indonesia. Penyakit yang disebabkan oleh virus ini tak butuh waktu lama untuk menginfeksi warga dunia sehingga semua kehidupan manusia dipaksa untuk berubah. Hampir di seluruh negara, terlepas dari status kemajuan ekonomi dan teknologi, serta kehandalan sektor pelayanan kesehatan, menghadapi ketidakpastian dan ketidakpercayaan dalam menangani *COVID-19* ini. Indonesia menghadapi tantangan serupa, bahkan diperparah dengan permasalahan lain seperti keterbatasan ekonomi masyarakat, sistem pelayanan kesehatan yang minimal, serta adanya nuansa politisasi pandemi, dan sikap pengabaian atas informasi yang akurat tentang pandemi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pola konsumsi media di masa pandemi covid-19. Metode yang dilakukan adalah kualitatif. Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Unit analisis dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dianggap memiliki pengetahuan tentang pola konsumsi media di masa pandemic covid - 19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa durasi yang dipakai untuk mencari informasi tentang Covid-19 cukup menyita waktu pemakaian internet secara keseluruhan. Rasio keseluruhan waktu yang dipakai untuk mencari informasi tentang Covid-19 dan waktu pemakaian internet dapat diketahui kebanyakan partisipan survey menghabiskan paling tidak 1 dari 4 menit dalam penggunaan internet. Partisipan memilih media baru untuk mencari informasi tentang Covid-19, dengan Instagram sebagai media massa yang paling banyak dipilih sebagai sumber informasi tentang Covid-19. Selain Instagram, Whatsapp dan portal berita.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :Pandemi Covid-19 tidak bisa diremehkan

keberadaannya. Seharusnya dengan kemudahan proses pencarian informasi saat ini, masyarakat terdorong untuk mencari tahu lebih banyak mengenai apa yang sedang mereka hadapi. Tindakan tersebut tidak hanya berguna bagi diri sendiri tetapi juga berdampak besar pada masyarakat secara luas dalam hal pencegahan klaster baru penularan Covid-19.

Kata Kunci :Pandemi, Covid-19, Media, Pola Komunikasi

Abstrack

In March 2020 Indonesia and humanity around the world were shaken by the Corona Virus (Covid-19) pandemic which created panic everywhere. Hundreds of thousands of people were exposed and many have died. The same thing happened in Indonesia. The disease caused by this virus did not take long to infect the citizens of the world so that all human life was forced to change. Almost all countries, regardless of the status of economic and technological progress, as well as the reliability of the health care sector, face uncertainty and uncertainty in dealing with COVID-19. Indonesia faces similar challenges, even exacerbated by other problems such as the limitations of the community's economy, a minimal health care system, as well as the nuances of the politicization of the pandemic, and the neglect of accurate information about the pandemic.

This study aims to examine and analyze media consumption patterns during the COVID-19 pandemic. The method used is qualitative. The data required in this study consists of primary data and secondary data. The unit of analysis in this study is people who are considered to have knowledge about media consumption patterns during the covid-19 pandemic. The results show that the duration used to search for information about Covid-19 is quite time-consuming overall internet usage. The ratio of the overall time spent searching for information about Covid-19 and internet usage time can be seen that most survey participants spend at least 1 in 4 minutes using the internet. participants choose new media to find information about Covid-19, with Instagram as the most chosen mass media as a source of information about Covid-19. Apart from Instagram, Whatsapp and news portals.

The conclusion of this study is: The Covid-19 pandemic cannot be underestimated. Supposedly with the ease of the current information search process, people are encouraged to find out more about what they are facing. These actions are not only useful for themselves but also have a major impact on society at large in terms of preventing new clusters of Covid-19 transmission.

Keywords: Pandemic, Covid-19, Media, Communication Pattern

PENDAHULUAN

Pola komunikasi memiliki pengaruh kuat dalam membantu masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Pasalnya, hal ini dapat menjadi cara tepat menyebarkan kebaikan di masyarakat, dan membantu pemerintah mengatasi pandemic bersama. Pandemi Covid-19 telah menimbulkan rasa kemanusiaan, empati, dan rasa kebersamaan yang sangat tinggi di masyarakat. Timbul rasa ingin saling membantu orang lain yang terkena dampak pandemi. Di sisi lain, manusia harus mampu menemukan cara dalam menghadapi kehidupan normal. Mereka harus sepenuhnya menerima situasi, baik dengan melanjutkan maupun meningkatkan rutinitas normalitas baru. Terpenting, harus tetap terhubung dengan teman dan keluarga dan masyarakat sekitar. Serta mencari sisi positif dari situasi ini untuk menjaga agar pikiran kita tetap sehat dan positif ungapnya.

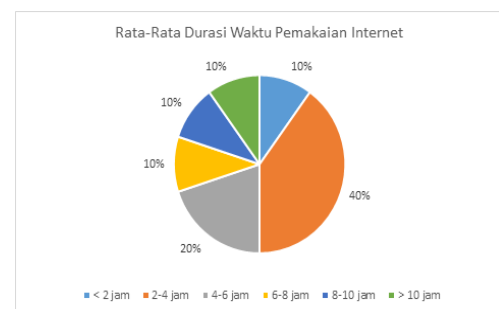
Sejumlah sikap yang mampu menjadi kekuatan baru untuk bertahan. Antara lain, kepedulian satu sama lain dan saling membantu tanpa melihat status sosial. Keterlibatan komunitas

menjadi sangat penting untuk membuat semua orang bertahan di pandemi Covid-19. Ditambah lagi dengan adanya kemajuan bidang teknologi yang memudahkan keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, aktivitas di masyarakat menjadi lebih efektif saat ini. Hal yang perlu dilakukan dalam membangun masyarakat yang berkelanjutan, tangguh, dan harmonis. Target tersebut dapat dimulai dari memperhatikan dan menjaga kelestarian lingkungan dan alam. Karena apa yang tersedia di atas mejamakan kita itu semua berasal dari alam.

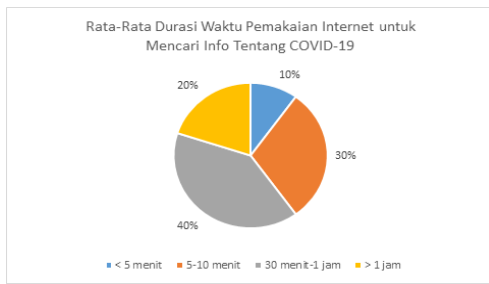
HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh tim penulis, terjadi perubahan yang cukup signifikan dalam pola konsumsi media massa di kalangan pelajar. Berikut data penggunaan internet yang telah dikumpulkan dari narasumber – narasumber yang ada.

Data Pengguna Internet



Data Pengguna Internet untuk mencari Informasi Covid-19



Apabila kedua grafik

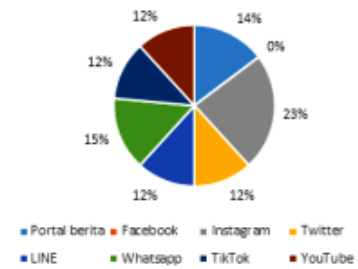
tersebut dibandingkan, tentu akan terlihat bahwa durasi yang dipakai untuk mencari informasi tentang Covid-19 cukup menyita waktu pemakaian internet secara keseluruhan. Coba kita ambil data pemenang dari kedua grafik, yaitu 2-4 jam dan 30 menit-1 jam; rasio keseluruhan waktu yang dipakai untuk mencari informasi tentang Covid-19 dan waktu pemakaian internet dapat diestimasi menjadi 1:4. Dengan kata lain, kebanyakan partisipan survey menghabiskan paling tidak 1 dari 4 menit dalam penggunaan internet mereka untuk mencari informasi tentang Covid-19.

Analisis Data

Sementara untuk preferensi media, silahkan merferensi data berikut:



Media Baru yang Digunakan Untuk Mencari Info tentang COVID-19



80% partisipan memilih media baru untuk mencari informasi tentang Covid-19, dengan Instagram sebagai media massa yang paling banyak dipilih sebagai sumber informasi tentang Covid-19. Selain Instagram, persentase partisipan survei yang memilih media-media sosial lain cukup seimbang (rata-rata 12% kecuali Whatsapp dan portal berita, dengan angka yang 2-3% lebih banyak), dengan pengecualian Facebook, yang tidak digunakan oleh satupun partisipan survei.

Sementara itu, dari 20% yang memilih untuk menggunakan media tradisional sebagai media utama pencarian informasi tentang Covid-19, sebagian besar memilih berita televisi sebagai media pencarian informasi, dengan radio di peringkat kedua sebesar 9%, serta majalah dan koran di posisi ketiganya sebesar 0%.

Meskipun begitu, kalkulasi ini belum menghitung secara akurat persentase pemilih media baru yang juga mencantumkan media tradisional dalam jawaban mereka (e.g.narasumber yang memilih instagram dan berita televisi). Menurut Joseph Turow, alasan orang-orang menggunakan media massa secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 4:

1. Enjoyment

Memenuhi kebutuhan dasar untuk bersenang-senang, seperti menonton video di Youtuber atau menonton livestream artis di Instagram.

2. Companionship

Menghilangkan rasa kesepian dengan menghadirkan familiaritas dalam kehidupan sehari-hari seperti imigram yang mendengarkan music asal kampung halamannya.

3. Surveillance

Mengetahui apa saja yang sedang terjadi di sekeliling kita seperti menonton berita untuk mencari tau berapa korban jiwa yang disebabkan oleh wabah covid-19.

4. Interpretation

Memahami penyebab kejadian yang sudah diketahui oleh surveillance.

SIMPULAN

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia mengakibatkan intensitas pemakaian

internet semakin meningkat. Intensitas pemakaian internet tentu mempengaruhi seseorang dalam mengkonsumsi media massa,.Selama pandemik berlangsung, media cenderung memberikan informasi terkait Covid-19 yang berkaitan dengan perkembangan ataupun himbauan.

Berdasarkan hasil analisis data, durasi waktu penggunaan internet oleh partisipan paling banyak sebesar 40% dengan kisaran waktu 2-4 jam. Sedangkan penggunaan rata-rata untuk mencari informasi mengenai Covid-19 yaitu 30 menit-1 jam dengan persentase 40%. Penggunaan media baru sebesar 80% menjadi yang paling mendominasi 23% partisipan memilih Instagram sebagai sosial media terfavorit. Televisi masih menjadi media lama pilihan masyarakat dengan persentase 91%. Sebanyak 67% partisipan menyadari bahwa informasi mengenai Covid-19 di media menumbuhkan awareness dalam diri mereka namun hanya sebanyak 33% yang mengambil tindakan lebih lanjut dari informasi yang mereka dapat tersebut. Pemilihan media, durasi waktu, dan respon partisipan terhadap informasi sangat berpengaruh pada pemahaman mereka mengenai Covid-19.

Pandemi Covid-19 tidak bisa diremehkan keberadaannya. Seharusnya

dengan kemudahan proses pencarian informasi saat ini, masyarakat terdorong untuk mencari tahu lebih banyak mengenai apa yang sedang mereka hadapi. Tindakan tersebut tidak hanya berguna bagi diri sendiri tetapi juga berdampak besar pada masyarakat secara luas dalam hal pencegahan kluster baru penularan Covid-19.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian penelitian ini, yaitu ara

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2006). In Sosiologi Komunikasi Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Bungin, B. (2011). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya., Edisi Kedua. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif Desain Riset. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Calik, M and & Sozbilir, M. (2014). Parameters of Content Analysis Education and Science 39 (174), 33-38
- Devito, J. A. (2011). Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima. Jakarta: Kharisma Publishing
- informan yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia dan Telkom University beserta dosen-dosen yang membantu memberikan masukan terhadap penelitian ini dan yang telah memberikan kesempatan untuk mendapatkan informasi dan data yang mendukung dalam penyelesaian penelitian ini. Serta terimakasih kepada pihak Jurnal prosiding Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dharmawangsa yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengisi salah satu ruang tulisan pada jurnal tersebut.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa McQuail. In D. McQuail, Teori Komunikasi Massa McQuail. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.
- Halik, D. A. (2013). Komunikasi Massa. In D. H. Amin, Komunikasi Massa (pp. 1-293). Makassar: repositori.uin-alauddin.ac.id.
- Rahmawati, & Gazali, M. (2018). Pola Komunikasi Keluarga. *Al-Munzir*, 11(2), 163–181.
- Ramadhini, S., & Hendriani, W. (2015). Gambaran Trust pada Wanita Dewasa Awal yang Sedang Menjalani Long Distance Marriage. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 4(1), 13–14. <https://doi.org/10.1002/ejoc.201200111>
- Saputro, A. A., Yudi, D. S., & Guntum, B. P. (2020, 12). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Penerapan Protokol Kesehatan. *Journal Pendidikan Jasmani Kesehatan & Rekreasi*, III, 81-92.

Sanityastuti, M. S., Wijayanti, Y. T., & Kunandar, A. (2015). Pola Komunikasi Keluarga dalam Membangun Akhlakul Karimah. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 3(2), 113–122. <https://doi.org/10.12928/channel.v3i2.3278>

Sari, A., Hubeis, A., Mangkuprawira, S., & Saleh, A. (2010). Pengaruh Pola Komunikasi Keluarga Dalam Fungsi Sosialisasi Keluarga Terhadap Perkembangan Anak. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(2), 36–45. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.8.2>.

Sari, Afrina. (2014). Komunikasi dan Pola Asuh Anak Balita - Remaja dalam Keluarga Betawi Jakarta dan Bekasi. *Jurnal ASPIKOM*, 2(2), 63–73. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i2.60>

Segrin, C., & Flora, J. (2011). *Family Communication* (2nd ed.). New York: Taylor & Francis.

Sejati, V. A. (2013). Pendekatan Komunikasi Keluarga di Kabupaten Magetan untuk Mencegah Dampak Negatif Media Sosial bagi Anak di Bawah Umur. *Jurnal ASPIKOM*, 2(1), 619–628. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i1.40>

Smith, A. W., & Freedman, D. O. (2020). Isolation, quarantine, social distancing and community containment: Pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(2). <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa020>

Tim Dosen, Mata Kuliah Komunikasi Massa dan Media Baru, 2020. Proses Komunikasi Massa, Bandung : Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

