

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada penghujung tahun 2019 kasus pneumonia berat dilaporkan pertama kali oleh Cina kepada WHO (*World Health Organization*), kasus ini terjadi di kota Wuhan, Provinsi Hubei. Sumber penularan belum diketahui secara pasti, namun dugaan awal pada kasus pertama dikaitkan dengan keberadaan pasar ikan di kota Wuhan (Rothan & Byrareddy, 2020). Tidak sampai satu bulan, penyakit ini menyebar dengan cepat ke daerah lain di China, Thailand, Jepang kemudian Korea Selatan (Huang et al., 2020). Tepat pada 11 Januari 2020, WHO (2020) mengubah nama sementara *2019 novel CoronaVirus* (2019-nCoV) menjadi *Coronavirus Disease* (COVID-19).

Infeksi dari COVID-19 ini disebabkan oleh Severe Acute Respiratory Syndrome CoronaVirus-2 (SARS-CoV-2) yang menunjukkan gejala seperti batuk kering, kelelahan, demam, dan kesulitan bernafas (Nasir et al., 2020). Penyebaran COVID-19 melalui tetesan (*droplet*) air liur dari individu tanpa gejala atau individu dengan gejala minimal (WHO, 2020). COVID-19 dengan lebih mudah kemudian diidentifikasi sebagai penyakit pernapasan dengan spektrum klinis yaitu sebagai penyakit ringan hingga sedang sebanyak 80%, sebagai penyakit berat 15%, kritis 5% dan secara keseluruhan fatalitas kasusnya sebesar 0,5 - 2,8% yang jauh lebih besar sebanyak 3,7 - 14,8% pada octogenarian, dimana COVID-19 masuk dalam kategori penyakit parah dan kritis dengan persentase sekitar 20% dari semua infeksi pernafasan yang ada saat ini dan menjadi perhatian dunia atas dampaknya pada

penurunan sistem kesehatan di seluruh dunia (Balkhair, 2020). Akhirnya, pada 31 Januari 2020 WHO (2020) mendeklarasikan *Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC) atas wabah ini.

Data menunjukkan bahwa hingga akhir November 2020, masih terus ditemukan kasus COVID-19 di seluruh dunia, termasuk di Indonesia sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Sebaran COVID-19 di Dunia dan Indonesia

Sumber: (Satgas Penanganan COVID-19, 2020)

Global	Indonesia
Negara 220	Positif 534.266
Terkonfirmasi 61.869.330	Sembuh 445.793
Meninggal 1.448.896	Meninggal 16.815

Melihat tingginya angka penyebaran COVID-19 di seluruh dunia termasuk Indonesia, pemerintah Indonesia pun mengeluarkan kebijakan kenormalan baru (*new normal*) berdasarkan rekomendasi dari WHO. Dalam lingkungan sosial, masyarakat Indonesia diharuskan menerapkan tatanan kehidupan baru yang dapat hidup berdampingan dengan COVID-19, adapun yang dimaksud dengan kenormalan baru yaitu suatu perilaku, tindakan atau pola hidup baru yang dilakukan oleh masyarakat yang berbeda dengan sebelumnya, seandainya kenormalan baru tidak diterapkan maka dapat memicu risiko penularan yang tinggi (Promkes Kemenkes, 2020). Tujuan dari kenormalan baru yakni agar masyarakat tetap produktif dan terlindung dari COVID-19 meskipun di masa pandemi, selanjutnya agar kenormalan baru lebih mudah untuk diimplementasikan oleh

masyarakat maka kenormalan baru pun dinarasikan sebagai adaptasi kebiasaan baru (Promkes Kemenkes, 2020). Penerapan kebiasaan baru di kalangan masyarakat maupun individu dapat menjadi norma sosial baru dalam kehidupan sehari-hari, bila kebiasaan baru tersebut tidak diterapkan secara disiplin atau hanya dilakukan oleh sebagian orang saja, maka dapat menjadi ancaman kesehatan bagi masyarakat (Promkes Kemenkes, 2020). Kebiasaan lama yang sebelumnya sering kita lakukan seperti berkerumun tanpa menjaga jarak, melakukan kontak fisik seperti bersalaman, tidak rutin mencuci tangan dengan sabun serta tidak menggunakan masker saat keluar rumah harus mulai ditinggalkan (Promkes Kemenkes, 2020).

Upaya penerapan kebijakan adaptasi kebiasaan baru bertujuan untuk meminimalisir penyebaran virus secara langsung atau pun tidak melalui beberapa praktik kebiasaan. Penyebaran secara langsung yakni melalui tetesan air liur (*droplet*) dan kontak langsung dengan orang yang terinfeksi, oleh sebab itu WHO kemudian menganjurkan masyarakat untuk menjaga jarak fisik (*social distancing*), menghindari keramaian serta menggunakan masker (Purnama & Susanna, 2020). Istilah *social distancing* dan penggunaan masker pun saat ini digaungkan WHO ke seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia sebagai bagian dari adaptasi kebiasaan baru.

Penyebaran COVID-19 pun tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung dengan menyentuh permukaan benda yang terkena virus, kemudian menyentuh area wajah yakni mulut, hidung, dan mata tanpa mencuci tangan terlebih dahulu (WHO, 2020). SARS COV-2 bahkan ditemukan dalam cairan mata yang juga dapat menjadi sumber infeksi, oleh karena itu disarankan untuk mencuci

tangan dengan sabun dan memberikan disinfektan pada permukaan benda yang sering digunakan (WHO, 2020). Di Indonesia sendiri, kesadaran mengenai pentingnya mencuci tangan dengan sabun sangat rendah sehingga ada risiko penularan melalui kebersihan (Purnama & Susanna, 2020).

Rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk menerapkan adaptasi kebiasaan baru seperti mencuci tangan, menggunakan masker, dan menjaga jarak kemudian mendorong WHO Indonesia untuk turut mengampanyekan adaptasi kebiasaan baru di wilayah Indonesia melalui media sosial. Menurut Pérez-Escoda et al., (2020) pandemi COVID-19 telah memicu kekhawatiran penduduk dunia, konsumsi terhadap akses internet khususnya media sosial pun meningkat secara signifikan, dimana masyarakat banyak mendapatkan informasi terkait COVID-19 melalui penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial di saat pandemi COVID-19 ini dinilai penting menurut Pérez-Escoda et al., (2020), karena transformasi aliran media menuju aktivitas interaktif dan global menunjukkan bahwa komunikasi tradisional tidak lagi unik terlebih saat pandemi COVID-19, situasi tersebut telah dipersonifikasikan oleh peran utama media sosial sebagai bidang alternatif atau paralel untuk mencari informasi dan konsumsi konten informasi.

Berdasarkan laporan *We are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2020, menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 64% atau sebesar 174 juta pengguna, selanjutnya hasil survei juga menunjukkan bahwa hampir 80% penggunaan internet melalui perangkat *mobile* di Indonesia digunakan untuk mengakses media sosial, adapun total durasi penggunaan internet di ponsel yang

kemudian digunakan WHO Indonesia untuk menyajikan konten informasi terkait penanganan COVID-19 yaitu melalui media sosial Instagram. Berdasarkan hasil penelitian, media sosial Instagram yang digunakan organisasi kesehatan seperti WHO menjadi platform yang sangat berguna untuk membangun komunikasi yang interaktif dengan publik pada saat terjadi krisis kesehatan global, ini dibuktikan dengan tingginya tingkat keterlibatan antara pihak organisasi kesehatan dan publik (Guidry et al., 2017).

Hasil riset *We are Social* dan *Hootsuite* kemudian menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram di seluruh dunia mendekati angka satu miliar, Indonesia sendiri menempati peringkat ke-empat yakni sebesar 63 juta akses ke Instagram, jika dibandingkan dengan populasi pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 174 juta pengguna, maka angka tersebut mencapai sepertiga populasi, itu artinya tiga dari sepuluh orang yang menggunakan internet di Indonesia dapat dijangkau melalui media sosial Instagram (Ramadhan, 2020).

JAN 2020 **INSTAGRAM REACH RANKINGS**
COUNTRIES AND TERRITORIES* WITH THE GREATEST POTENTIAL INSTAGRAM ADVERTISING REACH

#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	▲ QOQ	▲ QOQ
01	U.S.A.	120,000,000	+3.4%	+4,000,000
02	INDIA	80,000,000	+9.6%	+7,000,000
03	BRAZIL	77,000,000	+6.9%	+5,000,000
04	INDONESIA	63,000,000	+5.0%	+3,000,000
05	RUSSIA	44,000,000	+4.8%	+2,000,000
06	TURKEY	38,000,000	+2.7%	+1,000,000
07	JAPAN	29,000,000	+7.4%	+2,000,000
08=	MEXICO	24,000,000	+9.1%	+2,000,000
08=	U.K.	24,000,000	+4.8%	+2,000,000
10	GERMANY	21,000,000	+5.5%	+1,100,000
11	ITALY	20,000,000	+2.6%	+500,000
12	FRANCE	18,000,000	+6.5%	+1,100,000
13	ARGENTINA	17,000,000	+4.3%	+700,000
14	SPAIN	16,000,000	+2.6%	+400,000
15=	CANADA	13,000,000	+4.8%	+600,000
15=	SOUTH KOREA	13,000,000	+8.3%	+600,000
17=	COLOMBIA	12,000,000	+6.2%	+700,000
17=	MALAYSIA	12,000,000	+9.1%	+700,000
17=	SAUDI ARABIA	12,000,000	0%	+700,000
17=	THAILAND	12,000,000	+2.6%	+700,000

125 SOURCE: EXTRAPOLATIONS OF INSTAGRAM DATA FROM FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JANUARY 2020). *NOTE: ONLY INCLUDES COUNTRIES AND TERRITORIES WITH POPULATIONS OF AT LEAST 50,000 PEOPLE. †COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES.

we are social **Hootsuite**

Gambar 1.3 Penggunaan Instagram di Dunia Tahun 2020
Sumber: (Ramadhan, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, penggunaan Instagram di Indonesia yang mencapai 63 juta di tahun 2020, naik sebanyak 5% dari tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah pengguna dan akses Instagram pada tahun 2020 ini juga tidak terlepas dari adanya pembatasan jarak yang diberlakukan oleh Pemerintah melalui kegiatan di rumah saja selama masa pandemi COVID-19.

Hasil survei Firma konsultan Kantar menemukan bahwa penggunaan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram mengalami lonjakan hingga 40% selama pandemi COVID-19, sebab banyak orang yang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi di tengah karantina wilayah atau *lockdown* (Burhan & Iskana, 2020). Jika dirata-ratakan, penggunaan Instagram sebelum pandemi di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 3 jam 46 menit per hari berdasarkan laporan *We are Social* dan *Hootsuite* sebagaimana dijelaskan di atas, dan kenaikan sebesar 40% selama pandemi COVID-19 berdasarkan survey Firma Konsultan Kantar, maka rata-rata akses media sosial selama pandemi COVID-19 yakni selama 5 jam 27 menit per hari.

Kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia terkait adaptasi kebiasaan baru serta masih banyaknya kesalahan informasi terkait COVID-19 di media sosial, mendorong WHO di Indonesia untuk menyajikan konten informasi terkait penanganan COVID-19 melalui Instagram @whoindonesia dengan infografik yang memuat karya-karya grafis yang menarik, di samping tetap mengutamakan ketepatan informasi.



Gambar 1.4 Laman Utama Instagram @whoindonesia
Sumber: (@whoindonesia, 2020)

Peningkatan jumlah kasus COVID-19 sejalan dengan penyebaran infodemik. Infodemik melibatkan terlalu banyak informasi, beberapa di antaranya akurat sementara yang lainnya tidak, sehingga masyarakat merasa sulit untuk mengidentifikasi sumber informasi mana yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan sesuai kebutuhan. WHO telah mengidentifikasi beberapa tema kesalahan informasi (*misinformation*) terkait COVID-19 seperti penyebab dan asal-usulnya, gejala dan pola penularannya, pengobatan yang tersedia, serta efektivitas dan dampak intervensi oleh otoritas kesehatan dan lembaga lainnya (Nasir et al., 2020).

Kecemasan dan ketidakpastian tentang pandemi menurut Thulin (2020) dapat menciptakan lingkungan yang menunjang penyebaran kesalahan informasi sehingga dapat memberi risiko pada masyarakat. Hal ini kemudian di dukung oleh Mian & Khan (2020) yang menyebutkan bahwa kesalahan informasi terkait COVID-19 saat ini telah meningkat secara global dimana krisis kesehatan

masyarakat akibat COVID-19 telah memicu terjadinya kesalahan informasi tersebut. Statista (2020) kemudian menambahkan bahwa kesalahan informasi mengenai pandemi COVID-19 di Indonesia menyebar secara masif di media sosial, hal ini tidak mengherankan karena sebagian besar masyarakat Indonesia adalah pengguna media sosial aktif dalam berbagai survei.

Pentingnya kedudukan media sosial bagi masyarakat untuk mengakses informasi di masa pandemi COVID-19 ini kemudian menarik perhatian beberapa peneliti yang mengkaji mengenai terpaan penggunaan media sosial serta dampaknya bagi penggunanya. Kajian mengenai terpaan media sosial dan dampaknya bagi pengguna di masa COVID-19 ini salah satunya telah dilakukan oleh Adnan & Hassan (2020) yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara paparan media sosial dan masalah kesehatan mental di kalangan siswa Pakistan seperti adanya kecemasan dan depresi di tengah pandemi COVID-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan berita dan informasi tentang COVID-19 melalui media sosial tidak dikaitkan dengan peningkatan gejala depresi dan kecemasan (Adnan & Hassan, 2020).

Kajian mengenai penggunaan media sosial sebagai salah satu sumber informasi yang digunakan sebagai sarana masyarakat untuk lebih mengetahui informasi mengenai COVID-19 juga dilakukan oleh Pérez-Escoda et al. (2020), penelitian ini bertujuan untuk memahami *engagement* yang dibangun berdasarkan terpaan penggunaan media sosial terkait informasi COVID-19 khususnya informasi dari media kesehatan dan tenaga kesehatan profesional, serta membandingkan informasi di tiga media sosial yakni YouTube, Twitter dan Instagram. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 yang membuat khawatir penduduk dunia meningkatkan konsumsi terhadap akses internet khususnya konsumsi media sosial secara signifikan, yang dalam penelitiannya dikaji melalui pengguna YouTube, Twitter dan Instagram (Pérez-Escoda et al., 2020).

Meningkatnya akses pada media sosial untuk mendapatkan informasi COVID-19 menimbulkan dampak pada penggunaannya. Dampak dari pencarian informasi COVID-19 ini kemudian dikaji Azlan et al. (2020) untuk mengetahui tingkat pengetahuan, sikap dan praktik terhadap COVID-19 di masyarakat Malaysia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Malaysia memiliki tingkat pengetahuan yang baik tentang COVID-19 dan secara umum pandangan serta sikap masyarakat positif dalam mengatasi pandemi. Pesan yang konsisten dari pemerintah dan atau otoritas kesehatan adalah kunci untuk membantu pengetahuan dan sikap publik tentang COVID-19 (Azlan et al., 2020).

Ketiga penelitian terdahulu sebagaimana di paparkan di atas pada dasarnya lebih menjelaskan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi COVID-19 dan dampaknya pada pengguna. Ketiganya tidak secara spesifik menjelaskan dampak terpaan media sosial terhadap sikap penggunaannya yang mengakses informasi COVID-19. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa masih terbatasnya penelitian yang secara spesifik membahas mengenai terpaan konten dalam media sosial terhadap sikap khalayak di masa pandemi COVID-19. Sehingga pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk meneliti hubungan serta pengaruh terpaan konten Instagram @whoindonesia terhadap sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Seberapa kuat hubungan antara terpaan konten Instagram @whoindonesia dan sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru?
- 2) Seberapa kuat pengaruh terpaan konten Instagram @whoindonesia terhadap sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, peneliti kemudian membangun hipotesis penelitian, dimana hipotesis merupakan pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya karena masih harus diuji terlebih dahulu dan bersifat sementara atau hanya merupakan dugaan awal, sebagaimana diungkapkan Sugiyono (2013), bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Hipotesis yang dapat ditarik berdasarkan pertanyaan penelitian di atas adalah:

- 1) Seberapa kuat hubungan antara terpaan konten Instagram @whoindonesia dan sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru?

H_0 Tidak terdapat hubungan yang kuat antara terpaan konten Instagram @whoindonesia dan sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru.

H_1 Terdapat hubungan yang kuat antara terpaan konten Instagram @whoindonesia dan sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru.

Guna menilai kekuatan hubungan antara variabel, maka peneliti menggunakan *Guilford's Rule of Thumb* (1973) yang menjelaskan bahwa jika nilai $r < 0,2$ berarti *Slight; almost no relationship*; $0,2 - 0,4$ berarti *Low Correlation; definite but small relationship*; $0,4 - 0,7$ berarti *Moderate Correlation; substantial relationship*; $0,7 - 0,9$ berarti *High Correlation; strong relationship* dan jika nilai $r > 0,9$ berarti *Very High Correlation; very dependable relationship*.

Selanjutnya, hipotesis yang dapat ditarik berdasarkan pertanyaan penelitian di atas mengenai pengaruh adalah:

2) Seberapa kuat pengaruh terpaan Instagram @whoindonesia terhadap sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru?

H₀ Tidak terdapat pengaruh yang kuat dari terpaan konten Instagram @whoindonesia terhadap sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru.

H₁ Terdapat pengaruh yang kuat dari terpaan konten Instagram @whoindonesia terhadap sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara terpaan konten Instagram @whoindonesia dan sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru, serta untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh terpaan konten Instagram @whoindonesia terhadap sikap *followers* pada adaptasi kebiasaan baru.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 MANFAAT AKADEMIS

Penelitian ini diharapkan dapat menjawab kesenjangan dari penelitian terdahulu dimana belum adanya penelitian yang secara spesifik meneliti dampak terpaan konten media sosial Instagram terhadap sikap penggunanya yang mengakses informasi COVID-19. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang mengkaji pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye kesehatan atau sosialisasi pesan-pesan sosial yang dapat menunjang kebijakan pemerintah atau pemangku kebijakan dalam penanganan wabah penyakit.

1.4.1 MANFAAT PRAKTIS

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi WHO Indonesia mengenai pencapaian keterlibatannya dalam kampanye adaptasi kebiasaan baru dalam menanggulangi COVID-19 di kalangan pengguna Instagram, sehingga dapat memberikan masukan dalam menilai konten-konten adaptasi kebiasaan baru yang sesuai dengan segmen *followers*-nya. Penelitian ini juga dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat khususnya *followers* Instagram @whoindonesia mengenai pentingnya menerapkan adaptasi kebiasaan baru dalam mencegah penyebaran COVID-19.