

## EKSISTENSI MEDIA SOSIAL PADA MASA PANDEMI COVID-19

Boyke Frederick, Arie Krisna Maharani  
Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR  
boykefrederick@gmail.com

### **Abstrak**

*Penggunaan media sosial menjadi tren yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Hadirnya media sosial memfasilitasi proses transmisi informasi dari suatu pihak ke pihak lain secara virtual dalam waktu yang cepat. Kondisi pandemi Corona Virus 2019 (COVID-19) di seluruh dunia yang mendorong penerapan pembatasan sosial di banyak negara kini menjadi faktor meningkatnya penggunaan media sosial yang mewadahi interaksi manusia secara virtual. Penelitian ini ingin mengeksplorasi tren peningkatan penggunaan media sosial di tengah pandemi COVID-19 beserta dampaknya bagi pola komunikasi masyarakat dalam menyongsong era new normal. Metode penelitian dilakukan melalui penggunaan literature review dengan mengumpulkan data-data sekunder dari beberapa temuan penelitian terdahulu dan sumber-sumber pendukung lainnya. Hasil analisis terhadap permasalahan penelitian menunjukkan bahwa perlu adanya literasi media yang membuat batas kebebasan dalam menggunakan media sosial. Hal ini dimaksudkan agar tidak ada lagi pelanggaran etika, moral, nilai-nilai spiritual serta kewajiban dalam penggunaan informasi di kemudian hari. Penggunaan media sosial secara positif juga membangun transmisi informasi yang positif seputar isu-isu terkini terutama COVID-19.*

**Kata kunci:** media sosial, informasi, COVID-19

### **Abstract**

*The use of social media is a trend that continues to increase from time to time. The presence of social media facilitates the process of transmitting information from one party to another virtually in a fast time. The conditions of the 2019 Corona Virus (COVID-19) pandemic around the world which has prompted the application of social restrictions in many countries are now a factor in the increasing use of social media which facilitates virtual human interaction. This research wants to explore the trend of increasing social media use amid the COVID-19 pandemic and its impact on people's communication patterns in welcoming the new normal era. The research method is carried out through the use of literature reviews by collecting secondary data from several previous research findings and other supporting sources. The results of the analysis of the research problem indicate that there is a need for media literacy that limits freedom in social media use. This is intended so that there will be no more violations of ethics, morals, spiritual values, and obligations related to information use. Positive use of social media also builds the transmission of positive information about current issues, especially COVID-19.*

**Keyword:** social media, information, COVID-19

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Teknologi informasi dan komunikasi telah melaju jauh jika dibandingkan dengan beberapa dekade lalu. Kebutuhan akan teknologi informasi dan komunikasi tidak lagi hanya menjadi *priviledge* bagi masyarakat golongan tertentu, namun kini telah menyentuh semua lapisan masyarakat dengan kebutuhan beragam. Akses

terhadap teknologi informasi dan komunikasi kini juga tidak terbatas pada generasi muda, sebab generasi yang lebih senior bahkan anak-anak juga ikut menggunakan dan merasakan dampak dari kemajuan teknologi informasi tersebut. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi digunakan untuk memenuhi beraneka ragam kebutuhan, dimulai dari

sekedar mencari informasi, jual-beli online (*e-commerce*), hingga akses media sosial.

Tingginya intensitas penggunaan dan pemanfaatan media sosial di masa sekarang ini juga mempengaruhi kebiasaan dan konsumsi informasi masyarakat. Tidak hanya digunakan untuk bersenang-senang, media sosial juga memberikan kemudahan akses informasi di hampir segala bidang baik dalam pemerintahan, politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan pendidikan. Hal inilah yang menjadi alasan kuat media sosial menjadi salah satu kebutuhan tak terpisahkan masyarakat masa kini.

Berdasarkan data tren internet dan media sosial tahun 2020 di Indonesia yang diteliti oleh *We Are Social* menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan signifikan yang sebanding dengan peningkatan jumlah penduduk. Hal ini membuktikan bahwa posisi internet dan media sosial telah bergeser menjadi suatu aspek yang melekat dalam aktivitas keseharian masyarakat di Indonesia. Berikut disajikan tabel data tren internet dan media sosial tahun 2019 dan 2020 di Indonesia.

Tabel 1. Data Tren Internet dan Media Sosial Tahun 2019 dan 2020 di Indonesia

No	Keterangan	2019	2020	Selisih	Selisih (%)
1	Populasi Penduduk	268,2 juta	272,1 juta	3,28 juta	1%
2	Pengguna Internet	150 juta	175,4 juta	25,4 juta	17%
3	Pengguna Media Sosial Aktif	150 juta	160 juta	10 juta	7%

Sumber: Diolah dari Indonesian Digital Report 2019 dan 2020, *We Are Social*

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai proporsi 64% dari total populasi penduduk, dan angka tersebut meningkat dari 56% di tahun sebelumnya. Dengan demikian jumlah pengguna internet telah bertambah sebanyak 25 juta pengguna hanya dalam kurun waktu satu tahun. Jumlah pengguna media sosial juga mengalami peningkatan sebesar 7% dibandingkan tahun sebelumnya. Dengan kata lain, jumlah pengguna media sosial telah meningkat sebanyak 10 juta pengguna dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Fenomena peningkatan pengguna internet dan media sosial di atas menjadi bukti bahwa medium internet dari waktu ke waktu telah mengubah pola komunikasi manusia. Layanan yang tersedia di internet belakangan ini cenderung sangat banyak digunakan anggota masyarakat untuk melakukan aktivitas komunikasi, atau dikenal dengan layanan berbentuk aplikasi jejaring sosial (*social network service*). Adapun situs *social network service* yang ada di internet memang difokuskan pada

upaya pembangunan masyarakat *online* dari orang-orang yang hendak berbagi pengalaman-pengalaman menarik atau menyangkut aktivitas-aktivitas yang dilakukannya (Sunarwan, 2015). Dengan demikian, layanan-layanan internet dan media sosial tersebut menyediakan jasa bagi orang-orang untuk bersosialisasi dan berinteraksi.

Jumlah pengguna internet dan media sosial juga mengalami peningkatan di masa pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 telah menyebabkan berbagai negara di dunia berupaya menurunkan angka penularan lewat kebijakan *lockdown* yang akhirnya membatasi mobilitas masyarakat. Gempuran krisis akibat pandemi juga melanda Indonesia yang akhirnya mendorong pemerintah mengambil kebijakan tegas dengan menerapkan aturan *social distancing* di titik-titik keramaian. Pembatasan aktivitas masyarakat di beberapa kota besar juga semakin dibatasi dengan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang menyebabkan lonjakan terhadap beberapa layanan internet dan media

sosial. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dilaksanakan dengan landasan hukum, yaitu Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020. Kebijakan terkait PSBB tersebut memuat anjuran pemerintah kepada masyarakat untuk bekerja dari rumah, belajar dari rumah, dan ibadah di rumah yang kemudian meningkatkan trafik penggunaan aplikasi WhatsApp dan Instagram hingga 40% selama pandemi (Wantiknas, 2020).

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet menjadi kebutuhan baru selama pandemi, meskipun sebelum pandemi kebutuhan ini sebenarnya telah meningkat cukup tajam. Adapun kebijakan-kebijakan bekerja dan belajar dari rumah selama pandemi semakin mendorong lonjakan kebutuhan internet dengan segala kemudahan lainnya. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di masa pandemi menjadi kebutuhan sehari-hari yang lazim dipenuhi mengingat banyak sekali aktivitas masyarakat yang difasilitasi dengan memanfaatkan sarana media sosial.

Pandemi COVID-19 telah menghancurkan beberapa sektor fundamental di tiap-tiap negara termasuk Indonesia. Oleh karena itu, per awal Juni 2020 pemerintah telah mengeluarkan kebijakan baru, yaitu kebijakan *new normal* atau normal yang baru. Kebijakan tersebut diharapkan pemerintah dapat mengaktifkan kembali sektor-sektor yang sempat terhenti dengan tetap menerapkan dan mematuhi protokol kesehatan. Penerapan *social distancing* dan *physical distancing* yang tetap berlaku di masa *new normal* menyebabkan penggunaan internet dan media sosial di masyarakat tetap tinggi. Kebiasaan pembatasan sosial yang telah terbentuk dengan membatasi interaksi masyarakat telah membuat tren baru dengan sosialisasi secara virtual melalui aplikasi-aplikasi penunjang seperti *WhatsApp*, ruang virtual *Zoom*, *Googlemeet*, *Microsoft Teams* dan lain sebagainya.

Pandemi COVID-19 juga membawa perubahan yang signifikan terhadap pola interaksi di media sosial. Adapun definisi media sosial menurut Nasution (2020), yaitu media yang digunakan untuk bersosialisasi. Dengan demikian, media sosial memunculkan interaksi masyarakat secara virtual. Pola interaksi dan pertukaran informasi di media sosial pada masa pandemi dan *new normal* yang masih berlangsung hingga saat ini sedikit berubah dibandingkan pada masa sebelum pandemi. Media sosial banyak digunakan sebagai alat untuk mengusir kejenuhan, berbagi tips, mempromosikan produk, berbagi informasi terkait kondisi terkini pandemi dan sebagainya. Berbagai manfaat tersebut nyatanya juga diimbangi dengan tantangan baru mengingat tidak semua masyarakat di Indonesia dapat mengakses internet. Sekitar 36% dari 272,1 juta masyarakat di Indonesia masih kesulitan ataupun belum dapat mengakses internet. Hal ini akan menyulitkan komunikasi dan interaksi di dalam masyarakat mengingat terdapat anjuran pemerintah untuk menerapkan *social distancing* agar menekan jumlah penurunan kasus COVID-19, sehingga dikhawatirkan interaksi yang terjadi tetap dilakukan secara tatap muka.

Tantangan lainnya datang dari tergerusnya nilai-nilai moral dan etika dalam eksistensi dan menyebarkan informasi di media sosial. Masyarakat berlomba-lomba membagikan pengalaman dan kesehariannya tanpa privasi sehingga dapat merusak tatanan nilai-nilai moral itu sendiri. Komunikasi dan interaksi yang seharusnya terbangun dengan tendensi moral yang baik justru menjadi ajang pamer dan gaya-gayaan agar terkesan kekinian meskipun harus lebih banyak beraktivitas di rumah. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai media penyebar fitnah atau berita bohong (*hoax*) oleh segelintir orang dapat menyebabkan situasi tidak kondusif yang dapat membahayakan masyarakat.

Seiring dengan pertumbuhan pengguna internet dan media sosial maka semakin besarpula arus informasi dan banyaknya kanal informasi yang beredar. Meskipun pemerintah Indonesia telah menerapkan filterisasi informasi melalui Kemenkominfo, kanal-kanal informasi yang sangat banyak ditambah kehati-hatian pemerintah agar tidak dianggap membatasi ruang berpendapat tentunya membuat upaya ini menjadi sulit. Pada kanal informasi tanpa filter dan pemeriksaan ulang terkait kebenaran, *hoax* juga dapat dengan mudah disebarluaskan, salah satunya melalui media sosial.

Pandemi COVID-19 menguji kehidupan manusia di seluruh dunia sehingga informasi yang diperoleh terkait dengan kasus tersebut haruslah dapat dipertanggungjawabkan. Media sosial menjadi salah satu sumber informasi kesehatan yangtak terhindarkan bagi mayoritas orang Indonesia. Menurut Sampurno et al (2020) media sosial telah menjadi salah satu media untuk edukasi, dimulai daribanyaknya informasi dan peluang terjadinya interaksi serta arahan untuk menujungembangan informasi ke dalam tautan lain. Dengan demikian, media sosial seharusnya dimanfaatkan agar dapat menyebarkan berita-berita positif terkait isu-isu yang sedang berkembang agar dapat dijadikan sebagai alternatif sumber jawaban untuk pertanyaan keseharian, termasuk info dan pertanyaan tentang COVID-19.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis terdorong untuk mengeksplorasi tren peningkatan pengguna media sosial di tengah pandemi COVID-19, terlebih dengan posisimedia sosial sebagaipenghubung interaksi masyarakat di tengah pembatasan kontak sosial. Penulisan artikel diharapkan dapat membawa rekomendasi positif terhadap arah perilaku komunikasi masyarakat di tengah kebijakan *new normal* akibat pandemi COVID-19.

## 1.2. Rumusan Masalah

Adapun beberapa permasalahan yang akan diteliti ialah:

- 1) Bagaimana tren peningkatan penggunaan media sosial di Indonesiasaat pandemi COVID-19?
- 2) Apakah dampak tren tersebut terhadap pola komunikasi masyarakat Indonesia?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan artikel ini yaitu:

- 1) Menelaah tren perkembangan penggunaan media sosial pada masyarakat Indonesia.
- 2) Mengeksplorasi dampak tren tersebut terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.
- 3) Memberikan rekomendasi positif terhadap penggunaan media sosial di masa mendatang.

## 2. METODE

Penulisan artikel ini menggunakan metode *literature review* yang dilakukan dengan mengkaji temuan yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu yang kemudian dipergunakan sebagai bahan acuan dalam membahas masalah yang terkait dengan tren peningkatan penggunaan media sosial di masa pandemi COVID-19 beserta dampaknya bagi kehidupan masyarakat pasca *new normal*. Data dalam penelitian merupakan data sekunder yang diperoleh dari studi literatur dan data-data yang diperoleh dari survei langsung oleh lembaga-lembaga yang kredibel. Data-data tersebut kemudian dianalisis untuk dapat menarik kesimpulan dan menghasilkan rekomendasi yang baik terkait dengan pola komunikasi dalam media sosial kedepannya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Tren Perkembangan Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Media sosial memfasilitasi pertemuan miliaran orang di dunia untuk saling

berinteraksi tanpa sekat waktu dan ruang (Muannas, 2018). Pengguna media sosial dapat terhubung dengan berbagai kemudahan untuk mendapatkan informasi ataupun membagi informasi dalam bentuk teks, foto, bahkan video. Intensitas penggunaan media sosial terus bertambah mengingat pandemi COVID-19 yang semakin membatasi interaksi tatap muka di dalam masyarakat. Berdasarkan data penelitian *We Are Social* tentang *Indonesian Digital 2020* menunjukkan bahwa rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan porsi besar waktunya untuk mengakses internet, dan dari waktu ini hampir setengahnya diperuntukkan bagi penggunaan media sosial. Berikut disajikan data rata-rata penggunaan media oleh masyarakat Indonesia.

Tabel 2. Rata-rata penggunaan Media oleh Masyarakat Indonesia

No	Keterangan	Rata-Rata Penggunaan
1	Internet	7 jam 59 menit
2	Media Sosial	3 jam 26 menit
3	Televisi	3 jam 04 menit
4	Game	1 jam 23 menit

Sumber: *Indonesian Digital Report 2020, We Are Social*

Data di atas diambil per Februari 2020, artinya rata-rata penggunaan di atas mewakili penggunaan media di masa sebelum pandemi terjadi di Indonesia. Pada survei yang dilaksanakan oleh Kantar di sepanjang Maret 2020 pada 6.428 responden, mayoritas menyatakan terjadi peningkatan pada penggunaan media sosial mereka. Misalnya, sebanyak 76% responden menyatakan peningkatan penggunaan pada aplikasi WhatsApp, 61% pada Instagram, dan 59% pada Facebook. Survei ini juga menemukan bahwa hal yang paling dirasakan oleh responden adalah kehilangan interaksi sosial (Kantar Indonesia, 2020). Dengan demikian, adanya kebijakan pembatasan sosial serta kebijakan-kebijakan lain yang membatasi aktivitas masyarakat dapat meningkatkan rata-rata penggunaan media sosial.

Informasi dan interaksi yang semula terbentuk secara langsung kini terbatas akibat COVID-19 yang kemudian ikut meningkatkan trafik penggunaan media.

Media sosial memegang peranan penting dalam sistem sosial di masyarakat, mengingat media sosial memberikan peluang bagi siapa saja untuk terlibat aktif dalam berinteraksi secara luas. Media sosial juga menjadi wadah dalam pendistribusian informasi dan pesan pada masyarakat. Intensitas penggunaan media sosial yang semakin tinggi di masyarakat membuat *platform-platform* digital bertransformasi menjadi *public space* yang saat ini tidak lagi mampu membatasi arus informasi yang masuk. Artinya siapapun yang terlibat dan terhubung dalam suatu platform digital akan dapat berkomunikasi baik memberikan atau menerima informasi.

Eksistensi penggunaan media sosial di masyarakat telah membawa individu sebagai makhluk yang terhubung dalam media virtual. Media sosial yang menjamin kebebasan individu untuk berekspresi dan menuangkan ide-ide kreatifnya telah memberikan ruang dan peluang kepada masyarakat. Media sosial tidak lagi dijadikan tren kesenangan akan tetapi juga menjadi ladang bagi beberapa orang untuk memperoleh penghasilan, terutama dalam kondisi pandemi COVID-19 dimana banyak sekali pegawai yang kehilangan pekerjaan maupun usaha bisnis yang harus berpindah ke media *e-commerce*. Hal inilah yang kemudian juga mendorong peningkatan penggunaan media sosial baik untuk kebutuhan promosi bisnis maupun aktualisasi sosial pribadi selama pandemi berlangsung.

### 3.2. Dampak Peningkatan Penggunaan Media Sosial pada Pola Komunikasi Masyarakat

Kebebasan bermedia sosial membawa dampak yang cukup besar pada pola komunikasi masyarakat. Menurut Muannas (2018) individu yang berinteraksi di dunia maya atau netizen (*internet citizen*) tidak

sekedar aktif bermedia sosial dan hanya menjadi konsumen informasi, namun telah berkembang juga sebagai *opinion leader* (pemimpin opini). Pengguna media sosial merupakan komunikator yang berperan sebagai pihak yang memproduksi pesan lalu mendistribusikannya atau mereproduksi dan mendistribusi pesan yang diterimanya. Dengan demikian, pengguna (*user*) media memiliki kekuasaan besar dalam menciptakan citra bagi dirinya. Adapun citra diri dalam diri individu tersebut dapat terbentuk dengan informasi yang dibagikan di media sosial tersebut. Oleh karena itu, media sosial menjadi upaya untuk senantiasa menunjukkan eksistensi diri sebagai netizen. Kebutuhan inilah yang mendorong semakin eksisnya media sosial di kalangan masyarakat. Di masa pandemi dimana konsumsi media sosial meningkat, keberadaan *opinion leader* menjadi salah satu referensi sumber informasi, sehingga apapun yang akan disampaikan oleh *opinion leader* harus dipertimbangkan lebih lanjut, terutama dalam menimbang dampaknya bagi masyarakat yang menjadi konsumen informasi. Subjek media sosial atau dalam hal ini *user* (pengguna) memiliki andil penuh terhadap segala informasi yang dibagikan pada ruang publik. Hal ini berpotensi pada kemungkinan munculnya banyak berita bohong (*hoax*) yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Hastini et al (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa sulitnya menganalisis suatu masalah akibat adanya kemampuan validasi informasi yang rendah, namun memiliki beragam data dan informasi. Dalam beberapa bulan belakangan, terdapat beberapa *opinion leader* yang memberikan pernyataan-pernyataan tanpa didasari oleh bukti maupun kajian yang mencukupi mengenai COVID-19, menyebabkan unifikasi persepsi dan tindakan masyarakat untuk memerangi COVID-19 menjadi semakin sulit.

Selain berpotensi pada munculnya *hoax*, interaksi yang terbentuk di dalam

media sosial kemudian membangun jejaring hubungan sosial dengan tujuan beraneka ragam, mulai dari sekedar menambah lingkup pertemanan, mencari perhatian publik (*viral*), hingga motif ekonomi untuk mendapatkan keuntungan finansial dan sebagainya. Namun demikian, kemudahan akses media sosial bagi masyarakat tidak selamanya berdampak positif. Pengguna media sosial yang sangat aktif akan menganggap media sosial sebagai sebuah realitas alternatif, dan cenderung lebih aktif didalamnya dibandingkan dengan realita sebenarnya terlebih pada saat kebijakan berdiam diri di rumah ditetapkan dan masyarakat cenderung melakukan segala aktivitas dari rumah saturasi media sosial ini akan lebih besar. Standar hidup yang ditampilkan dalam media sosial perlahan diserap sebagai realitas kehidupan yang sebenarnya. Sebagai contoh kecil, salah satu penelitian yang dilakukan Tiggemann, Hayden, Brown, & Veldhuis (2018) pada 220 orang wanita menemukan bahwa melihat gambar tubuh yang kurus di media sosial sebagai gambaran tubuh yang ideal, cenderung akan menurunkan kepuasan terhadap estetik tubuh dan wajah sendiri. Jadi, pengguna media sosial dengan latar belakang yang sama bisa saja menginterpretasikan realitas dunia secara berbeda, tergantung pada jenis informasi yang dikonsumsi dan gambaran kehidupan yang ditampilkan oleh media sosial yang digunakan. Dalam masa dimana media sosial didominasi oleh informasi-informasi terkait COVID-19, menyebabkan arus informasi terkait COVID-19 khususnya di Indonesia menjadi sangat beragam dan disampaikan dalam berbagai kanal informasi. Tingginya *traffic* informasi ini dipergunakan oleh beberapa *opinion leader* sebagai sebuah topik pembahasan yang dapat dimonetisasi. Motif berlatar ekonomi ini bisa saja mendorong *opinion leader* untuk menjadi 'berbeda' satu dengan yang lainnya, menyampaikan informasi yang unik dan tidak biasa, dan terkadang melangkahi kewajiban untuk memastikan

kebenaran informasi tersebut. Dampaknya, arus informasi yang tersebar di kalangan masyarakat tidak lagi terkendali sehingga menimbulkan keresahan-keresahan yang membuat keadaan semakin memburuk. *New normal* yang diharapkan sebagai penyelesaian masalah juga mengalami pro kontra dari berbagai pihak mengingat ketidaksiapan dari sejumlah wilayah. Di sisi lain, kebijakan berdiam diri di rumah diperpanjang juga tidak menjadi solusi mengingat tidak semua masyarakat dapat menjangkau internet sebagai media berinteraksi.

Isu-isu politik dan ekonomi di tengah pandemi juga semakin memperburuk interaksi masyarakat dalam media sosial yang berdampak pada pelanggaran etika-etika dalam berkomunikasi. Dorongan penggunaan media sosial secara bebas menjadi pemicu ketidakhati-hatian bagi penggunanya. Kebebasan yang digunakan semaksimal mungkin oleh salah satu pihak dapat berpotensi melanggar hak-hak orang lain. Oleh karena itu, perlu adanya literasi media bagi pengguna agar tidak melanggar norma-norma susila yang berlaku di masyarakat.

### **3.3. Peran Literasi Media Pada Eksistensi Media Sosial Saat Pandemi Covid-19**

Perubahan dalam masyarakat sebagian besar disebabkan oleh transmisi informasi yang membuat orang-orang selalu terhubung secara terus-menerus terkait dengan akses informasi dari seluruh dunia. Komunikasi dalam masyarakat saat ini sangat tergantung dengan komunikasi online yang memungkinkan pertukaran informasi dari sumber daya terkait hal-hal seputar isu-isu kesehatan dan segala akibat yang ditimbulkan oleh situasi krisis akibat COVID-19. Menurut Sampurno (2020) situasi saat ini membuat media selalu menjadi lembaga sosial. Dengan demikian sumber utama informasi yang dihasilkan oleh media sosial menjadi bagian kebutuhan yang berpengaruh pada kehidupan manusia.

Di tengah banyaknya manfaat yang diberikan oleh internet kepada peradaban manusia, namun aspek etis selalu menjadi permasalahannya (Sari, 2019). Internet memang telah menghubungkan interaksi antar manusia yang kini semakin dibatasi akibat COVID-19 akan tetapi juga membuat adanya perpecahan sosial akibat meluasnya informasi-informasi yang berseberangan dan membingungkan. Peningkatan pengguna media sosial mengindikasikan bahwa semakin terbangunnya pikiran dan candu dalam pikiran individu terhadap akses internet dan media sosial. *Euphoria* terkait dengan peningkatan penggunaan media sosial di tengah pandemi menimbulkan konsekuensi pelanggaran etika dan moral dalam bermedia sosial.

Literasi media perlu digalakkan agar pengguna tidak sekedar menggunakan media sosial, melainkan juga aktif melakukan penyaringan terhadap konten-konten yang tidak pantas dan berpotensi mengundang perpecahan. Literasi media menjadi wawasan bagi pengguna agar kejadian pelanggaran etika, moral, nilai-nilai spiritual serta pelanggaran terhadap kewajiban yang harus dipenuhi dalam menyampaikan informasi tidak lagi terjadi. Penekanan literasi media dengan pemberian *punishment* terhadap setiap pelanggaran menjadi salah satu alternatif dalam memberikan pelajaran berharga bagi pengguna media sosial. Kenyamanan yang dibangun dalam bermedia sosial membawa dampak positif bagi kekompakan suatu masyarakat dalam menghadapi krisis COVID-19. Dengan bersama-sama membangun komunikasi yang baik dan menggunakan media sosial dalam hal positif merupakan upaya nyata dalam mendorong kembali pertumbuhan dan perkembangan Indonesia. Bijak dalam bermedia sosial juga berarti bijak dalam menyampaikan informasi terkait isu-isu penting. Dengan sikap dan etika bermedia yang baik akan membawa dampak pada efektivitas komunikasi yang dibangun.

#### 4. KESIMPULAN

Media sosial merupakan wujud perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memfasilitasi interaksi antara milyaran orang di dunia yang bahkan terpisah oleh ruang yang sangat jauh. Pandemi COVID-19 yang sebetulnya memisahkan interaksi langsung masyarakat mendorong pertumbuhan interaksi secara virtual lewat media sosial. Namun, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi terutama di masa pandemi harus diikuti dengan kesadaran akan betapa masifnya media sosial diadopsi dalam kehidupan sehari-hari. Kebebasan bermedia sosial harus dimaknai bersama agar tidak melanggar hak-hak orang lain dan merampas kesempatan Indonesia untuk menang melawan pandemi. Literasi media memegang peranan penting agar pengguna media sosial dapat menggunakan hak-hak berpendapat dan mengutarakan pendapat dengan lebih bertanggungjawab. Beberapa hal dapat dilakukan terutama oleh pemerintah Indonesia dalam meningkatkan literasi masyarakat dalam menggunakan internet khususnya media sosial, diantaranya adalah penggunaan sanksi yang tegas dan jelas kepada pengguna media sosial yang menimbulkan keresahan dalam masyarakat maupun melakukan sosialisasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) secara lebih baik dengan media-media interaktif yang dapat menarik minat pengguna media sosial untuk memahami hak-hak dan kewajiban yang diembannya sebagai pengguna media sosial. Selain itu, pemerintah juga diharapkan dapat menjadi garda informasi terdepan yang hadir sebagai entitas yang transparan melalui penyediaan informasi yang cepat, tepat dan akurat melalui lembaga-lembaga yang ada. Dengan demikian media sosial dapat memberikan manfaat positif dan menjadi media pemersatu bagi masyarakat Indonesia yang tengah menghadapi pandemi COVID-19.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional (WANTIKNAS). (2020). Akses Digital Meningkat Selama Pandemi. <http://www.wantiknas.go.id/id/berita>. Diakses pada 10 Agustus 2020.
- Hastini, L.Y. et al. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?, *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10 (1), 12-26.
- Kantar Indonesia. (2020). COVID19 Impact on Indonesian Attitudes & Behaviours: Learning for Brands. <https://www.kantar.com/-/media/Project/Kantar/Global/Articles/Files/2020/Kantar-Indonesia-Integrated-COVID-19-Paper.pdf>. Diakses pada 10 Agustus 2020.
- Muannas. (2018). Proses *Gatekeeping* Terkait Redistribusi Konten Media Sosial: Perspektif Generasi Z. *Jurnalisa*, 4 (2), 256-270.
- Nasution, A.K.P. (2020). Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 13 (1), 81-86.
- Sampurno, M.B.T. et al. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19. *Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*, 7 (6), 529-542.
- Sari, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6 (2), 30-42.
- Sunarwan, B. (2015). Aktivitas Komunikasi dan Media Sosial (Survei Pola Komunikasi Masyarakat DKI Jakarta Melalui *Social Network Sites*). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 19 (1), 93-106.
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). *The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction*. *Body Image*, 26, 90-97.
- We Are Social (Hootsuite). *Indonesian Digital Report 2019*.



*<https://andilink/hootsuite-we-are-social-Indonesian-digital-report-2019/>. Diakses pada 12 Agustus 2020*  
We Are Social (Hootsuite). Indonesian Digital Report 2020.

*<https://andilink/hootsuite-we-are-social-Indonesian-digital-report-2020/>. Diakses pada 10 Agustus 2020.*