

BAB I

PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang

Pada tahun 2020 muncul wabah virus baru yang mengakibatkan berkurangnya penduduk dunia, yaitu wabah *Covid 19*. Wabah ini pertama kali melanda negara China, tepatnya di kota Wuhan pada Desember 2019, *Covid 19* adalah penyakit yang disebabkan oleh virus dari golongan *coronavirus*, yaitu *SARS – CoV -2* atau yang biasa disebut dengan *virus corona*. Virus tersebut menyebabkan gangguan sistem pernafasan pada manusia, mulai dari gejala flu ringan hingga infeksi paru – paru akut seperti *pneumonia*. Seiring berjalannya waktu, virus *Covid 19* menyebar dengan cepat ke hampir seluruh negara di dunia termasuk Indonesia, penyebaran virus ini melalui transmisi lokal antar penduduk.

Menurut artikel berjudul “Kapan Sebenarnya Corona Pertama Kali Masuk RI?” yang diterbitkan oleh detik.com, kasus positif *Covid 19* di Indonesia pertama kali dikonfirmasi pada awal Maret 2020. Sejak saat itu, kasus ini semakin berkembang cepat dan menurut data sebaran Satuan Tugas Penanganan *Covid 19* (SATGAS *Covid 19*), kasus positif *Covid 19* di Indonesia pada 27 Oktober 2020 sudah mencapai 396.454 orang. 322.248 orang dinyatakan sembuh dari *Covid 19* dan 13.512 lainnya dinyatakan meninggal.

Gambar 1. Data Sebaran Covid 19 di Indonesia 27 Oktober 2020



Sumber: <https://covid19.go.id/>

Sejak munculnya *Covid 19*, informasi mengenai wabah ini beredar luas di internet. Di era globalisasi, teknologi semakin berkembang terutama teknologi komunikasi. Arus komunikasi berjalan semakin cepat dengan adanya kemudahan menggunakan internet.



Berdasarkan data dari *we are social*, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 175,4 juta orang dan 160 juta orang aktif menggunakan sosial media. Sosial media merupakan media berbasis *online* dimana para pengguna sangat mudah untuk berpartisipasi, bertukar informasi, opini dan lain hal.

Gambar 2. Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia 2020

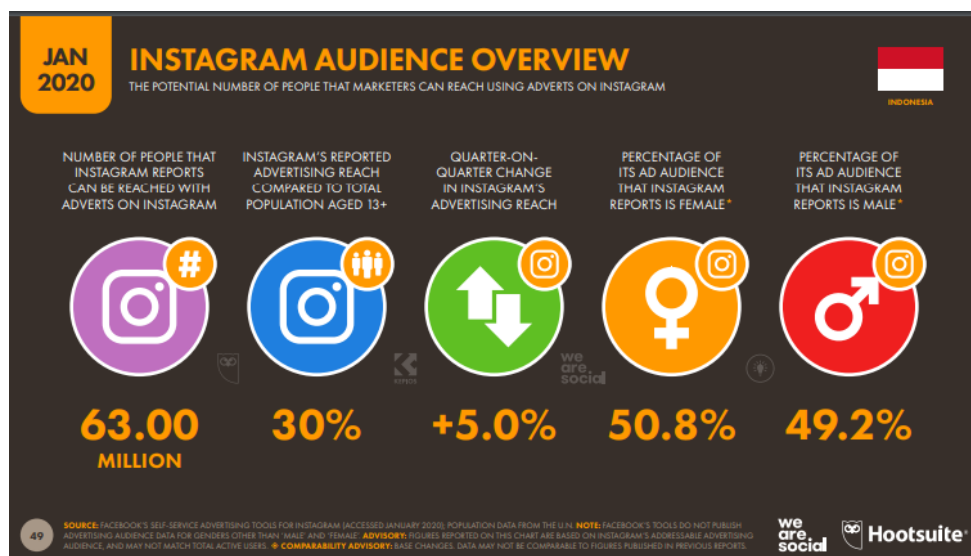
Sumber: *we are social*.

Di saat pandemi, banyak organisasi baik organisasi pemerintah maupun non pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan konten literasi yang kredibel mengenai *Covid 19* kepada khalayak luas. Salah satu media yang digunakan adalah media *Instagram*, *Instagram* adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video kepada sesama pengguna *Instagram* bahkan jejaring sosial lainnya. Sejak kemunculannya pada tahun 2020, *Instagram* semakin berinovasi dengan

menyediakan fitur – fitur yang lebih lengkap dan menarik. Penggunaan *Instagram* dalam menyebarkan informasi melalui foto, video, maupun infografik lebih memudahkan dan dianggap efektif karena dapat menjangkau *audiens* lebih banyak. Penelitian ini berfokus pada infografik yang dibagikan oleh akun @pandemictalks, karena akun tersebut fokus menyajikan informasi mengenai *Covid19* dalam bentuk infografik sehingga mudah dicerna oleh masyarakat awam.

Menurut data *We Are Social*, jumlah pengguna aktif instagram setiap tahunnya mengalami kenaikan. Hal tersebut didukung dengan data jumlah pengguna instagram pada tahun 2017 sebanyak 500 juta pengguna aktif, pada tahun 2018 sebanyak 800 juta pengguna aktif, dan pada 2019 instagram menduduki posisi ketiga sebagai media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbanyak, yaitu sebanyak 1 miliar pengguna aktif.

Gambar 3. Data Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2020.

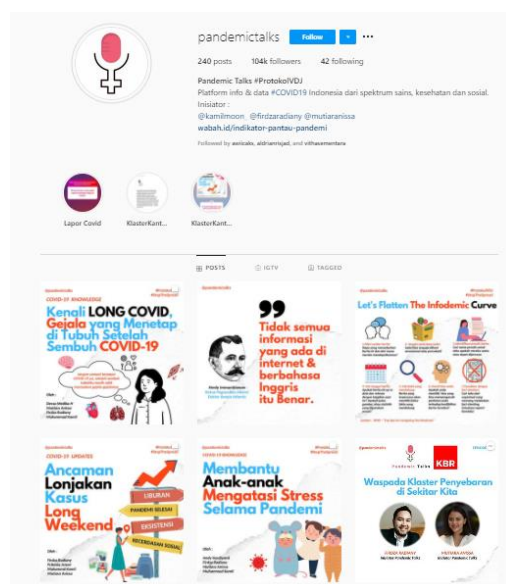


Menurut sumber data yang sama, *Instagram* memiliki total pengguna Indonesia sebanyak 63 juta pengguna pada Januari 2020 dan menjadi salah satu sosial media yang sering dikunjungi oleh penduduk Indonesia sebanyak 79% dari total pengguna internet di Indonesia.

Sumber: *we are social*

Salah satu akun *Instagram* yang aktif memberikan informasi dan data terkait *Covid – 19* adalah akun yang bernama *Pandemictalks*. Akun ini dibuat pada April 2020, oleh beberapa inisiator diantaranya Muhammad Kamil, Firdza Radiany, dan Mutiara Anissa. Alasan terbentuknya *Pandemictalks* karena keresahan akan kondisi pandemi di masyarakat yaitu terjadinya kesenjangan informasi sehingga akun ini hadir untuk mengisi kesenjangan informasi tersebut dengan menyajikan informasi dan data dari spectrum sains, kesehatan, dan sosial berupa infografik disertai dengan penjelasan yang mudah dimengerti oleh masyarakat awam. Selain menyajikan infografik, akun *Pandemictalks* juga sering mengadakan *podcast* yang membahas isu – isu mengenai *Covid – 19*.

Gambar 4. Profil Akun Instagram



Sumber: *Instagram*.

Infografik merupakan desain grafis yang menggabungkan data, ilustrasi, gambar, dan tulisan secara bersamaan menjadi suatu format yang memberikan informasi atau ide secara lengkap. Infografik secara khusus bertujuan untuk memvisualisasikan data atau ide yang berasal dari informasi yang kompleks, sehingga dapat menjadi alat bantu khalayak untuk mencerna informasi tersebut.

Akun @pandemictalks aktif memberikan infografik mengenai *Covid 19* kepada *followersnya*. Konten infografik yang diberikan tidak sebatas hanya mengenai data statistik kasus *Covid 19*, tetapi juga mengenai konten infografik tentang cara penyebaran *Covid 19*, gejala penyakit *Covid 19*, hingga tips aman berkegiatan di saat pandemi yang semuanya dibahas berdasarkan sains dan akademik. Konten yang disajikan oleh @pandemictalks dapat mempengaruhi proses pembentukan dan perubahan sikap waspada secara kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan) maupun konatif (tindakan) para *followersnya*. Proses pembentukan dan perubahan sikap ini sangat penting untuk memutus rantai penyebaran *Covid 19*. Penelitian ini berfokus pada konten infografik periode 26 Oktober - 27 November 2020 yang berisikan data dan statistik mengenai kasus *Covid 19* yang semakin melonjak diikuti dengan angka kematiannya serta *knowledge* mengenai gejala *long Covid* dan penyebaran *Covid 19* melalui aerosol.

Terhitung pada tanggal 28 Oktober 2020, akun tersebut sudah memiliki jumlah *followers* sebanyak 104.000 dengan dominasi *followers* nya yang berasal dari Jakarta (36%). Menurut data Badan Pusat Statistik, DKI Jakarta merupakan salah satu kota dengan mobilitas tinggi, yaitu migrasi masuk tahun 2018 sebanyak 3.654.487 dan migrasi keluar tahun 2018 sebanyak 3.431.798. Data tersebut sudah termasuk data pekerja komuter yang setiap harinya pulang – pergi ke Jakarta dengan tujuan bekerja sebanyak 21,91%. Selama masa *Covid -19* mobilitas penduduk Jakarta berkurang, hal ini didukung oleh data dari *Google Index Mobility* 30 Oktober 2020 menunjukkan mobilitas masyarakat di perkantoran menurun 49%, transportasi umum menurun 50%, dan retail dan rekreasi menurun 33%.

Bersumber pada situs resmi SATGAS *Covid 19*, wilayah Jakarta termasuk ke dalam zona oranye atau berisiko sedang terhadap penularan *Covid 19*. Namun, sikap waspada penduduk Jakarta masih rendah, terdapat sebagian masyarakat yang tidak mematuhi himbauan pemerintah untuk tidak berpergian keluar rumah terutama pada saat hari libur, hal ini didukung oleh data PT Jasa Marga (Persero) Tbk yang mencatat 509.140 kendaraan meninggalkan Jakarta pada periode cuti bersama dan Maulid Nabi 1442H (27 – 29 Oktober 2020). Hal ini pula yang membuat penulis menjadikan Jakarta sebagai domisili responden.

Penelitian ini berfokus pada besar pengaruh konten infografik @pandemictalks terhadap sikap waspada *followers* di daerah Jakarta selama masa pandemi. Berdasarkan uraian tersebut, maka untuk itu, peneliti mengambil judul penelitian: **Pengaruh Konten Infografik Instagram @Pandemictalks Terhadap Sikap Waspada Followers di Masa Pandemi.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang penelitian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: seberapa besar pengaruh konten infografik *Instagram @Pandemictalks* terhadap sikap waspada *followers* di masa pandemi?.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: besar pengaruh konten infografik *Instagram @Pandemictalks* terhadap sikap waspada *followers* di masa pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh penulis dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini di harapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan ilmu komunikasi serta dapat memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan ilmu komunikasi khususnya di bidang humas dan penyampaian pesan melalui *Instagram*.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan agar bermanfaat untuk pengetahuan dan wawasan kepada perusahaan atau instansi yang ingin mengetahui pengaruh penyampaian pesan melauai konten *Instagram* terhadap sikap khalayak dan sebagai salah satu bahan acuan untuk mengevaluasi konten *Instagram* yang digunakan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah gambaran materi dari penelitian ini maka penulisan skripsi dibagi ke dalam beberapa bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, kemudian tujuan penelitian, manfaat penelitian meliputi manfaat akademis dan praktis, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini berisi mengenai beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan atau referensi penulis, konsep-konsep penelitian, teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, kemudian waktu dan analisis penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab empat ini, berisikan tentang profile objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis, serta pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

7

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan-bahan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.