

PENGARUH COVID-19 TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Vincent Hasiholan¹, Aisyah Qurrata'aini², Gregory Benedict Tanidi³

Institut Teknologi Bandung Indonesia

Email: gregoyben18@gmail.com³

Abstract: The COVID-19 phenomenon that began to occur at the end of 2019 in Wuhan, China, unexpectedly became a pandemic that threatens the whole world. With the onset of a pandemic, various efforts were made to minimize losses such as wearing masks and undergoing social distancing. Social distancing, which is a limitation of offline interactions, causes a communication gap between one individual and another. The limitation of interaction is not only detrimental in social terms but also psychologically considering that humans are social creatures. Social media as a forum that provides the breadth to interact indirectly is an option that has long been present in society. Social media, which was previously synonymous with the distinctive features of young people, is now a familiar feature for various ages. With the various features provided, social media has succeeded in filling the gaps caused by social distancing. The research aims to determine whether there is an increase in social media use during the COVID-19 pandemic. Descriptive method of analysis with data collection in the form of literature studies and questionnaires conducted on 32 general respondents.

Keywords: COVID-19; social media; improvement

Abstrak: Fenomena COVID-19 yang mulai terjadi pada akhir tahun 2019 di Wuhan, China secara tidak disangka menjadi pandemi yang mengancam seluruh dunia. Dengan terjadinya pandemi, berbagai upaya dilakukan untuk meminimalisir kerugian seperti menggunakan masker dan menjalani social distancing. Social distancing yang merupakan pembatasan interaksi secara luring menyebabkan adanya kesenjangan komunikasi antara satu individu dengan individu lain. Pembatasan interaksi tidak hanya merugikan dalam segi sosial namun juga secara psikologis mengingat manusia yang merupakan makhluk sosial. Media sosial sebagai suatu wadah yang memberikan keluasan untuk berinteraksi secara tidak langsung menjadi sebuah pilihan yang telah lama hadir di tengah masyarakat. Media sosial yang sebelumnya identik dengan fitur khas anak muda, kini menjadi fitur yang tidak asing untuk berbagai kalangan usia. Dengan berbagai fitur yang diberikan, media sosial berhasil mengisi kesenjangan yang ditimbulkan oleh social distancing. Penelitian bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya peningkatan penggunaan media sosial selama pandemi COVID-19. Metode deskriptif analisis dengan pengambilan data berupa studi literatur dan kuesioner yang dilakukan pada 32 responden umum.

Kata kunci: COVID-19; media social; peningkatan

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial hidup dengan ketergantungan antara satu sama lain. Dalam keberjalanannya, interaksi menjadi sebuah *tools* yang membantu manusia untuk saling memahami dan memenuhi kebutuhan satu sama lain. Interaksi sosial memberikan kesempatan lebih besar pada manusia untuk bertahan hidup dan meneruskan keturunan. Dengan berinteraksi, secara tidak langsung manusia sedang berusaha untuk mempertahankan dan menunjang kehidupannya agar tidak terancam atau agar menjadi lebih baik.

Media sosial merupakan sebuah bentuk yang memudahhi interaksi antar-manusia yang kompleks. Media sosial tidak hanya memberikan wadah untuk berinteraksi, namun juga memberikan informasi serta relasi kepada penggunanya. Pentingnya media sosial dapat kita rasakan terutama pada masa pandemi seperti saat ini. Dengan adanya pembatasan interaksi secara luring, media sosial yang memberikan akses interaksi secara tidak langsung menjadi pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan interaksi antar-manusia.

PEMBAHASAN

a. Pengertian dan sejarah media sosial

Media sosial adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user lain, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet. Tujuan dari adanya media sosial sendiri adalah sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas.

Agar pengguna media sosial (medsos) lebih mudah dan cepat, dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan cepat. Anda tidak perlu lagi menghubungi orang lain melalui kabel telepon atau alat komunikasi tradisional. Cukup dengan mengakses media sosial, anda dapat terhubung dengan banyak orang, membuat forum, diskusi bersama, mengunggah aktivitas keseharian anda, dan lain sebagainya.

Kemunculan Media Sosial Sejarah media sosial bermula pada akhir abad ke-19. Titik awalnya adalah teknologi telegraf yang dikirimkan oleh Samuel Morse pada 1844. Meski

begitu, banyak orang berpendapat bahwa telegraf tidak bisa masuk dalam terminologi media sosial karena tidak online. Sedangkan media sosial sendiri dianggap sebagai teknologi komunikasi yang berbasis internet. Karena itu, pertumbuhan internet pada 1970-an menjadi awal mula dari media sosial. 1978, media sosial pertama tercipta. Bentuknya adalah *Bulletin Board System* (BBS), sebuah platform yang mengumumkan pertemuan dan berbagi informasi dengan mengunggahnya di BBS. Ini menjadi tonggak komunitas virtual pertama dalam sejarah.

Selanjutnya, pada 1979, kemunculan UserNet membuat orang mulai menggunakan komunikasi virtual dari buletin, artikel, atau *newsgroup online*. Pada 1995, ketika WWW diluncurkan, orang mulai ingin membuat situs web pribadi masing-masing. Situs pribadi ini memungkinkan mereka berbagi dan berkomunikasi lewat internet. Saat itu, media sosial hanya digunakan untuk berbagi saja atau belum ada jejaring pertemanan virtual. Jejaring pertemanan virtual baru muncul pada 1997 dengan layanan Six Degrees. Platform ini memungkinkan penggunanya membuat profil dan daftar teman. Sedangkan pada media sosial untuk blogging, pada 1999 mulai muncul Blogger dan Livejournal. Dengan layanan ini, pengguna bisa membagikan tulisan dan berkomunikasi melalui blog dan jurnal mereka sendiri. Sedangkan grup jejaring sosial mulai tumbuh pesat dengan kemunculan Friendster pada 2002. Platform ini memungkinkan pengguna membuat profil dan terkoneksi secara virtual dengan orang di seluruh dunia.

Kesuksesan tersebut memicu munculnya jejaring pertemanan yang lain dengan spesifikasi berbeda seperti MySpace untuk musik dan LinkedIn untuk bisnis atau pekerjaan. Pada 2004, Mark Zuckerberg meluncurkan jejaring pertemanan lain yaitu Facebook. Mulanya, layanan ini digunakan sebagai jejaring sosial para mahasiswa. Namun, seiring berjalannya waktu, Facebook boleh diakses bagi siapa saja yang berusia di atas 13 tahun. Facebook hingga kini tetap digandrungi oleh banyak warganet. Para pekerja kreatif terus mengembangkan media sosial jenis lain. Hingga pada 2005, Youtube diluncurkan. Youtube menjadi salah satu media sosial pembeda karena berbagi menggunakan video. Dalam blogging atau berbagi melalui tulisan, tahun 2006 muncul Twitter. Berbeda dengan media sosial blogging yang lain, Twitter memilih disebut dengan microblogging karena ada pembatasan karakter. Twitter menawarkan cara komunikasi yang singkat dan padat bagi para penggunanya. Alih-alih merasa kesusahan, pengguna justru merasa tertantang dengan batasan karakter tersebut. Mencari bentuk baru media sosial juga dilakukan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Mereka kemudian membuat Instagram pada 2010. Layanan ini secara eksklusif memfokuskan diri dengan berbagai foto dan video. Tahun berikutnya,

2011, layanan Snapchat diluncurkan. Aplikasi ini berfokus pada berbagai cerita video yang hanya dapat dilihat dalam waktu 24 jam saja.

b. Manfaat media sosial bagi masyarakat

1. Bertukar informasi

Salah satu tujuan interaksi adalah diperolehnya informasi. Pertukaran informasi telah menjadi hal yang mendasar dalam proses interaksi manusia. Dengan informasi yang diperoleh, manusia dapat menentukan pilihan atas suatu kejadian yang akan atau sedang terjadi. Begitu pula saat memberikan informasi, pemberian informasi dapat menjadi sebuah kebutuhan manusia dalam memenuhi kepentingannya.

2. Memperoleh relasi

Dengan tidak adanya batasan antara ruang dan waktu pada media sosial, seseorang dapat dengan mudah berinteraksi dengan individu lain dalam jarak yang jauh. Tidak seperti surat yang memiliki gap waktu antara interaksi satu dengan yang lain, dengan kemajuan teknologi, kini pesan/interaksi dapat dilakukan secara *real time*. Hal ini memberikan kesempatan lebih besar pada satu individu untuk berinteraksi dengan individu lainnya tanpa mempeertimbangkan adanya perbedaan jarak dan waktu. Dengan begitu, seseorang dapat lebih mudah memperluas jaringan maupun relasinya.

3. Menyalurkan kreativitas

Dengan luasnya pengaruh dan cakupan yang dimiliki, media sosial juga kini menjadi ajang penyaluran kreativitas. Dengan adanya media sosial, kreator dan penikmat dapat berkumpul menjadi satu dan dapat mendukung satu sama lain. Kreator juga dapat menyebarkan kreasi dengan lebih luas mengingat media sosial yang bersifat global sehingga dapat diakses oleh banyak orang.

4. Memberikan hiburan

Media sosial juga dapat memberikan hiburan bagi penggunanya. Hal ini berkaitan dengan penyaluran kreativitas yang juga dapat dilakukan pengguna media sosial. Dengan menampilkan kreativitas pada *platform* media sosial, pengguna lain dapat memperoleh kepuasan atau kenikmatan dari apa yang

ditampilkan. Media sosial juga banyak digunakan oleh komunitas-komunitas tertentu untuk bercengkrama bahkan menyalurkan hobi yang dimiliki. Oleh karena itu, media sosial juga dapat menjadi salah satu alternatif hiburan terutama pada masa pandemi seperti saat ini.

c. Contoh media sosial yang banyak digunakan masyarakat

1. Facebook

Jenis media sosial yang pertama adalah Facebook. Situs jejaring sosial ini merupakan media yang paling banyak digunakan di seluruh penjuru dunia. Menurut sumber dari Wikipedia, pada tahun 2017 jumlah member dari Facebook telah mencapai 2.047.000.000 atau dua milyar empat puluh tujuh juta lebih pengguna. Facebook sendiri juga merupakan salah satu social media yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Karena fitur yang ditampilkan cukup mudah, sehingga banyak orang yang tertarik untuk menggunakan platform Facebook. Jika anda mempunyai sebuah bisnis, anda dapat mencoba untuk memposting produk anda dalam situs jejaring sosial ini. Dengan cara tersebut, maka produk anda kemungkinan besar dapat diterima dan dikenal oleh konsumen global dan tidak hanya dari lokal saja. Kemudian, juga terdapat fitur untuk menampung produk anda yang biasa disebut dengan platform marketplace. Anda tidak perlu repot atau bingung untuk membuat website online shop sendiri. Cukup daftarkan akun dan produk anda melalui marketplace yang disediakan Facebook, maka anda dapat melakukan transaksi jual beli online dengan lancar dan tersistem.

2. Youtube

Ketika efek dari pandemi Covid – 19 masih melanda, aturan untuk menjaga jarak juga wajib untuk diperhatikan oleh seluruh lapisan masyarakat. Sehingga, banyak orang yang menghabiskan waktu untuk bermain – main dengan media sosial. Salah satunya adalah dengan menonton sebuah tayangan dalam Youtube. Youtube merupakan salah satu platform penyedia layanan streaming dan video secara online. Namun, anda juga dapat memanfaatkan fitur tersebut untuk mempromosikan produk atau jasa layanan anda. Dengan membuat akun channel Youtube, anda akan mematuhi segala macam peraturan

yang telah ditetapkan oleh pihak Youtube. Kemudian, anda mencoba untuk membuat chanel sesuai dengan konten dari pekerjaan anda. Keuntungan dapat diperoleh dari hasil banyaknya trafik kunjungan dari penonton dan akan diakumulasikan melalui *google adsense*. Jadi media sosial Youtube juga dapat digunakan sebagai alat untuk monetisasi. Anda dapat menghasilkan uang dengan membuat konten yang menarik sesuai dengan jumlah trafik atau pengunjung yang datang ke chanel tersebut.

3. Instagram

Saat ini, Instagram merupakan salah satu sosial media paling populer, terutama bagi pengguna internet di Indonesia. Dengan total pengguna aktif mencapai 61 juta orang. Dengan rata – rata usia yang aktif menggunakan platform ini adalah berada di rentang 18 – 24 tahun. Kelebihan dan fitur yang dimiliki oleh Instagram terletak pada Instagram story, feed, dan IG TV. Anda juga dapat memanfaatkan Instagram untuk kebutuhan bisnis seperti promosi produk, jasa atau layanan yang anda miliki. Selain itu, di dalam Instagram juga menyediakan berbagai fitur deteksi wajah atau filter yang menggunakan bantuan AR (Augmented Reality), sehingga dapat menghasilkan foto atau video yang menarik dan dapat dijadikan sebuah konten. Dan fitur yang paling penting untuk menunjang bisnis anda adalah Instagram ads. Dimana, anda dapat mempromosikan produk melalui layanan iklan yang tersedia. Sehingga, produk tersebut dapat menjangkau konsumen secara global dan luas.

4. Twitter

Twitter juga termasuk ke dalam salah satu medsos yang paling sering digunakan di Indonesia dan dunia. Twitter terkenal dengan fitur *thread* -nya dimana anda dapat mem-posting berbagai hal untuk dilihat oleh teman, maupun user publik. Selain itu, anda juga dapat memanfaatkan strategi pemasaran melalui platform ini. Misalnya saja, dengan melihat berita atau informasi yang sedang tren. Anda dapat mengulas hal tersebut dan dapat dijadikan sebuah bahan konten yang menarik untuk dibaca. Selain itu, anda juga dapat memasarkan sekaligus mempromosikan produk dan jasa anda dengan

memanfaatkan Twitter Ads. Dimana, dapat mengelola akun sesuai dengan kebutuhan bisnis yang dijalankan.

5. Whatsapp

Aplikasi ini banyak ditemukan di berbagai perangkat mobile yang anda gunakan. Karena, memiliki berbagai kemudahan dan dapat menggantikan peran dari fitur pengirim pesan SMS yang dulu sering digunakan. Di dalam Whatsapp sendiri, kita dapat membuat sebuah grup, melakukan video call, telepon, ataupun membuka media promosi. Karena, saat ini Whatsapp telah diakuisisi oleh Facebook, maka sangat mudah untuk digunakan sebagai media promosi.

d. Penggunaan media sosial di masa pandemi

Dengan adanya penerapan *social distancing* yang dilakukan untuk meminimalisir dampak COVID-19, media sosial menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan. Interaksi secara langsung yang terbatas banyak digantikan dengan interaksi secara daring lewat berbagai *platform*. Hal ini menjadikan media sosial menjadi sebuah ketergantungan baru dalam masyarakat. Dengan adanya media sosial, pembatasan interaksi yang terjadi dapat diatasi dengan fitur *chatting* maupun *online meeting* yang memungkinkan kedua atau lebih pihak berkumpul dan saling bercengkrama. Media sosial juga membantu pemberian informasi di masa pandemi. Pemberian informasi formal maupun non-formal dapat tersebar dengan luas dan diakses oleh siapa saja di media sosial. Hal ini memang memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, namun tak dapat dipungkiri bahwa dengan banyaknya akses yang diberikan, masyarakat menjadi lebih kaya akan informasi, terutama mengenai pandemi COVID-19.

e. Jenis media sosial yang banyak digunakan

Sosial Media apa yang biasa Anda gunakan?

32 responses

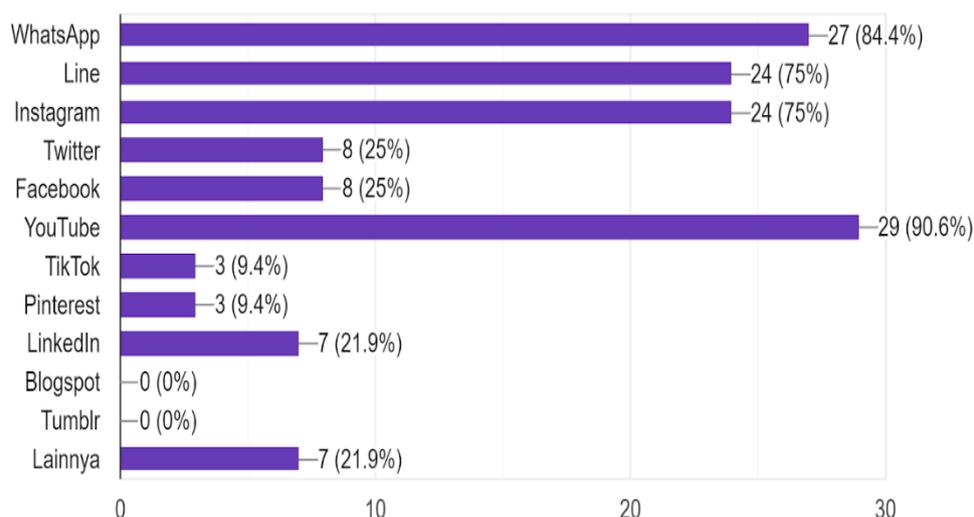


Diagram 1. Hasil dari kuesioner mengenai jenis Sosial Media yang biasa digunakan

Dari 32 peserta yang menjawab kuesioner ini, dapat dilihat bahwa youtube adalah jenis media sosial yang paling sering digunakan. Jumlah yang didapatkan dari semua grafik ini melebihi 32 dikarenakan peserta dapat memasukkan pilihan yang lebih dari satu. Dapat dilihat dari Diagram 1, bahwa blogspot dan tumblr sudah sangatlah jarang sekali digunakan.

f. Hasil Angket

1. Penggunaan media sosial sebelum masa pandemi

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu sebelum terjadi pandemi? [WhatsApp]

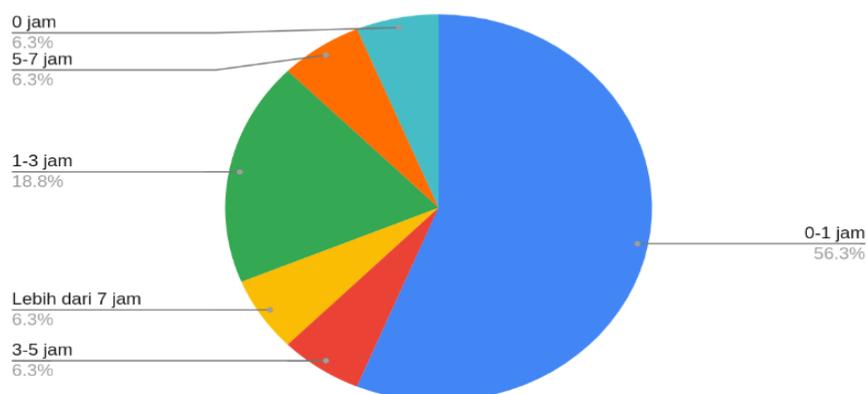


Diagram 2. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Whatsapp sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Whatsapp yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0-1 jam dengan 56.3%. Kemudian disusul dengan durasi selama 1-3 jam dengan 18.8%. Untuk 3-5 jam, 5-7 jam, dan 0 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang sama, yaitu 6.3%.



Diagram 3. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Line sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Line yang menjawab jenis media sosial yang digunakan lebih didominasi selama 1-3 jam dengan 37.5%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 28.1%. Untuk 0-1 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang secara berurutan adalah 25%, 6.3%, 3.1%.



Diagram 4. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Instagram sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Instagram yang menjawab jenis media sosial yang digunakan lebih didominasi selama 0-1 jam dengan 34.4%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0 jam dengan 31.3%. Untuk 1-3 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang secara berurutan adalah 25%, 6.3%, 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu sebelum terjadi pandemi? [Twitter]

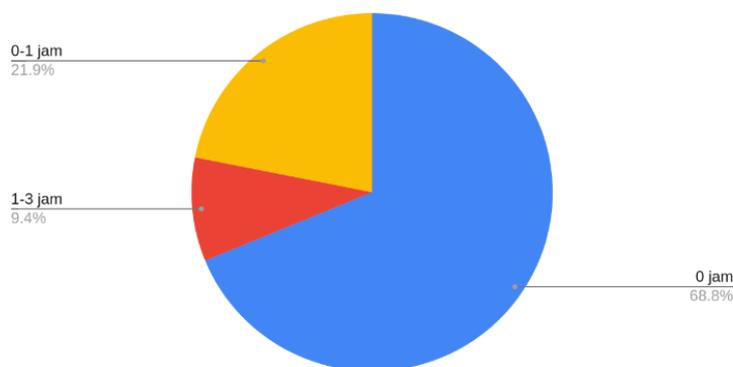


Diagram 5. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Twitter sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Twitter yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 68.8%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 21.9%. Untuk 1-3 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang secara berurutan adalah 9.4%, 0%, 0%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu sebelum terjadi pandemi? [Facebook]

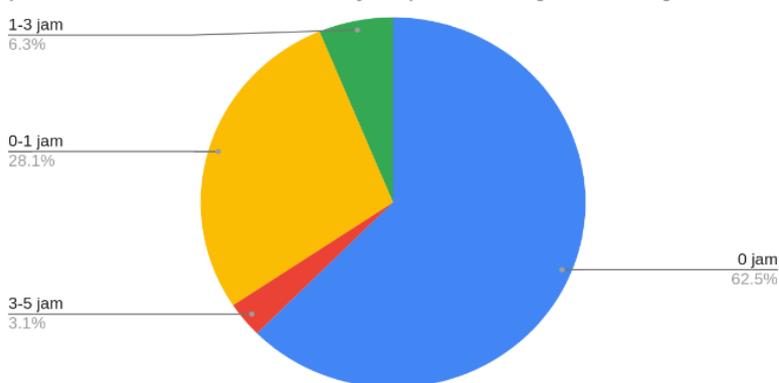


Diagram 6. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Facebook sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Facebook yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 62.5%. Kemudian disusul

dengan durasi selama 0-1 jam dengan 28.1%. Untuk 1-3 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang secara berurutan adalah 6.3%, 3.1%, 0%.



Diagram 7. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Youtube sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Youtube yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 1-3 jam dengan 43.8%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 28.1%. Untuk 3-5 jam, 0 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang secara berurutan adalah 15.6%, 6.3%, 3.1%.



Diagram 8. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Tik-Tok sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Tik-Tok yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 90.6%. Kemudian disusul

dengan durasi selama 0-1 jam, 1-3 jam, dan 3-5 jam dengan persentase yang sama, yaitu 3.1%. Untuk 5-7 jam, durasi ini memiliki persentase 0%.

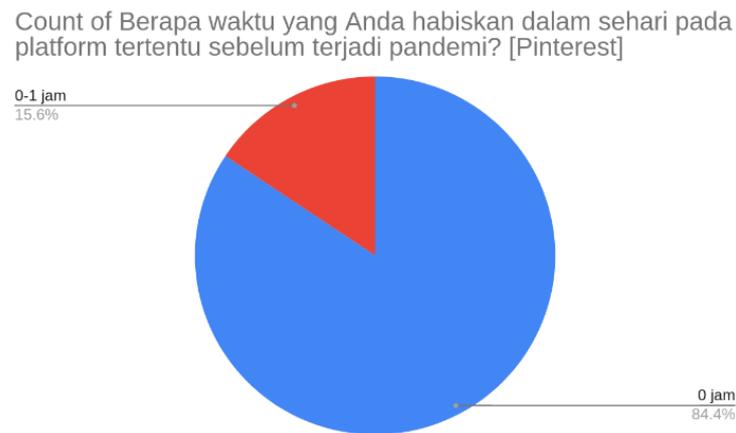


Diagram 9. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Pinterest sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Pinterest yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 84.4%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 15.6%. Untuk 1-3 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang sama yaitu 0%.



Diagram 10. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan LinkedIn sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan LinkedIn yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 78.1%. Kemudian disusul

dengan durasi selama 0-1 jam dengan 21.9%. Untuk 1-3 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang sama yaitu 0%.

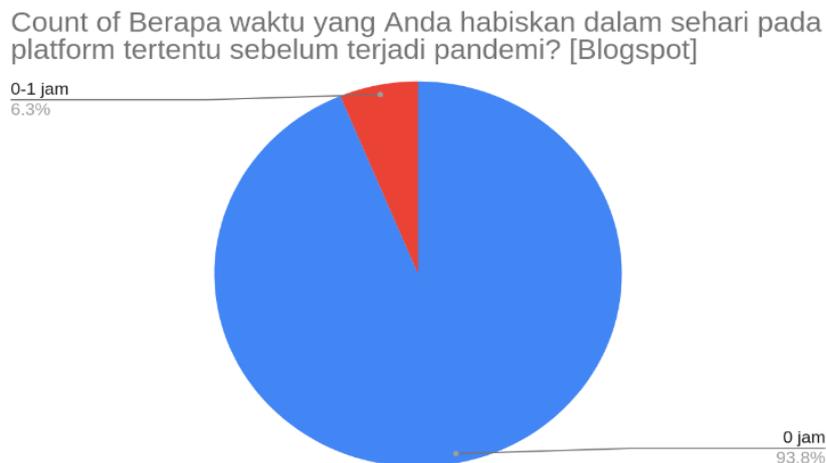


Diagram 11. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Blogspot sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan LinkedIn yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 93.7%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 6.3%. Untuk 1-3 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang sama yaitu 0%.

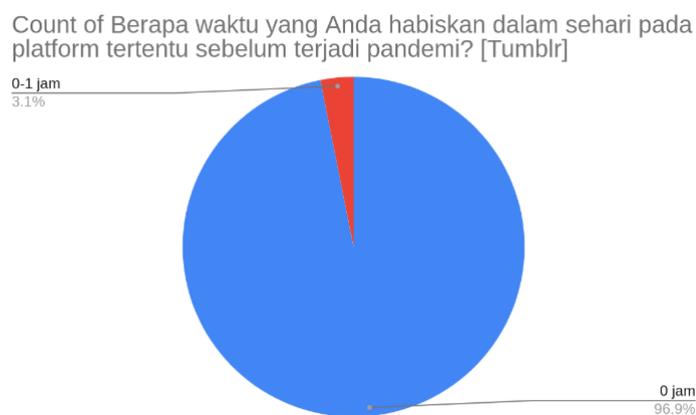


Diagram 12. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Tumblr sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Tumblr yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 96.9%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 3.1%. Untuk 1-3 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang sama yaitu 0%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu sebelum terjadi pandemi? [Lainnya]

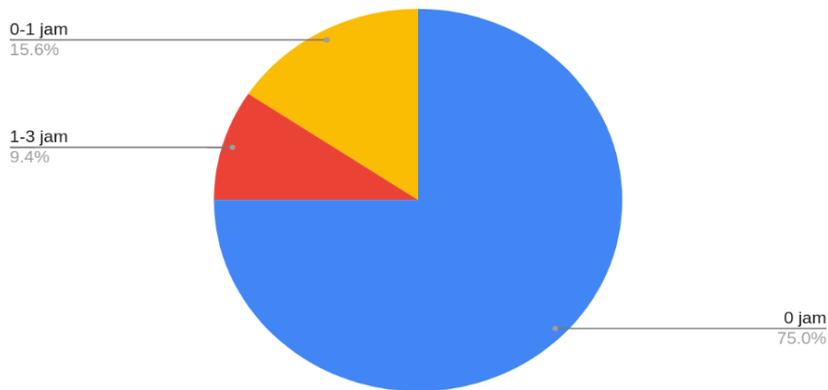


Diagram 13. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan untuk kategori Lainnya sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan untuk kategori Lainnya yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 75%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 15.6% dan 1-3 jam dengan 9.4%. Untuk 3-5 jam, dan 5-7 jam, kedua durasi ini memiliki persentase yang sama yaitu 0%.

2. Penggunaan media sosial saat masa pandemi

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [WhatsApp]

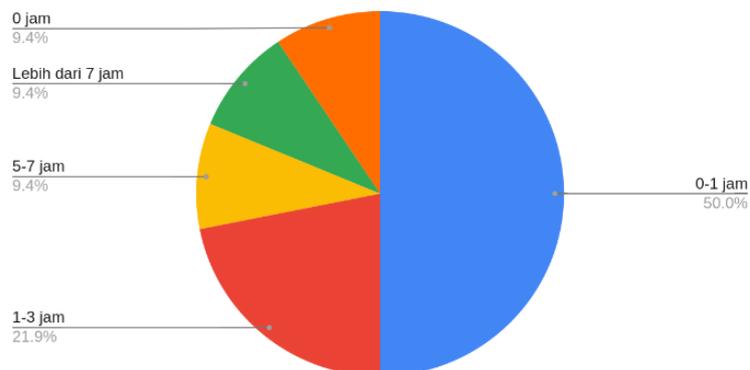


Diagram 14. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Whatsapp selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Whatsapp yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0-1 jam dengan 50%. Kemudian disusul dengan durasi selama 1-3 jam dengan 21.9%. Untuk 0 jam, 3-5 jam, dan 5-7 jam, ketiga durasi ini memiliki persentase yang sama yaitu 9.4%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Line]

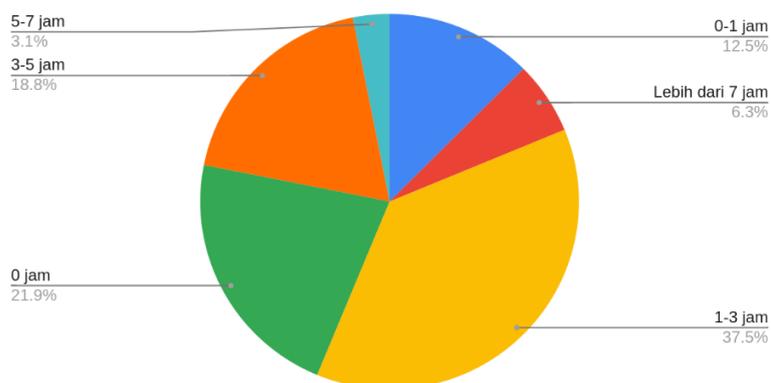


Diagram 15. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Line selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Line yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 1-3 jam dengan 37.5%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0 jam dengan 21.9%. Untuk 3-5 jam, 0-1 jam, lebih dari 7 jam, dan 5-7 jam, keempat durasi ini memiliki persentase secara berurutan yaitu 18,8%, 12,5%, 6,3%, 3,1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Instagram]

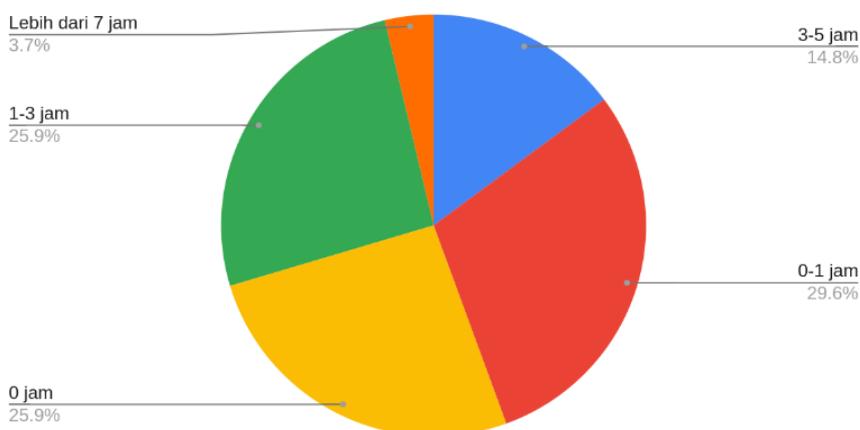


Diagram 16. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Instagram selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Instagram yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0-1 jam dengan 29.6%. Kemudian disusul

dengan durasi selama 0 jam dan 1-3 jam dengan 25.9%. Untuk 3-5 jam dan lebih dari 7 jam, kedua durasi ini memiliki persentase secara berurutan yaitu 14.8%, 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Twitter]

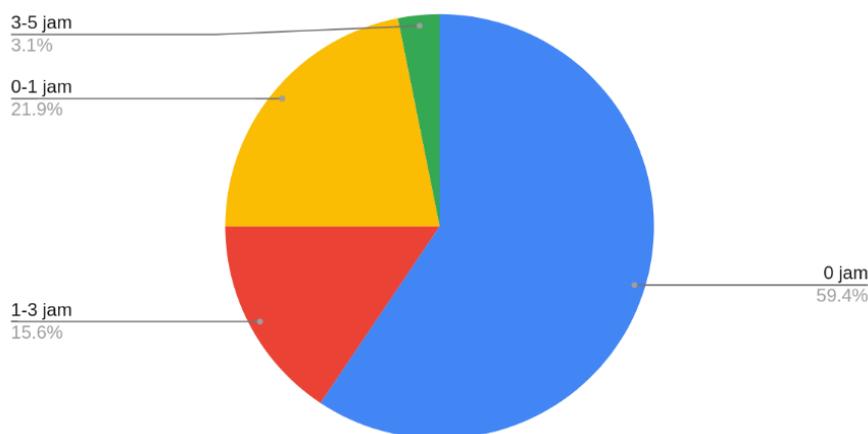


Diagram 17. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Twitter selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Twitter yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 59.4%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 21.9% dan 15.9%. Untuk 3-5 jam dan lebih dari 7 jam, kedua durasi ini memiliki persentase secara berurutan yaitu 3.1%, 0%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Facebook]

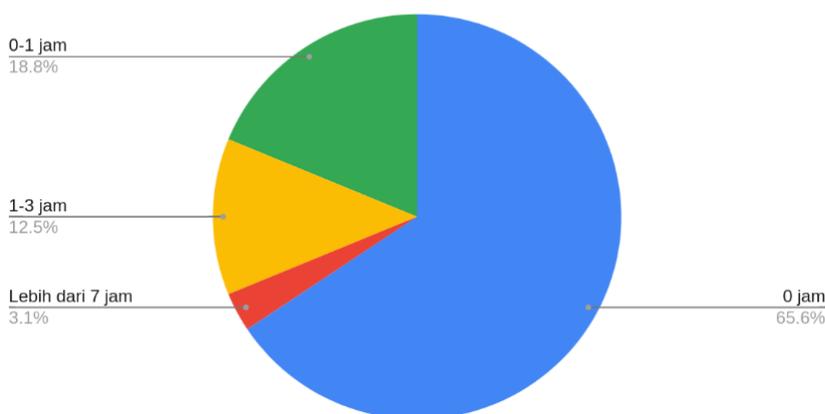


Diagram 18. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Facebook selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Facebook yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 65.6%. Kemudian disusul

dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 18.8% dan 12.5%. Untuk lebih dari 7 jam, durasi ini memiliki persentase secara berurutan yaitu 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [YouTube]

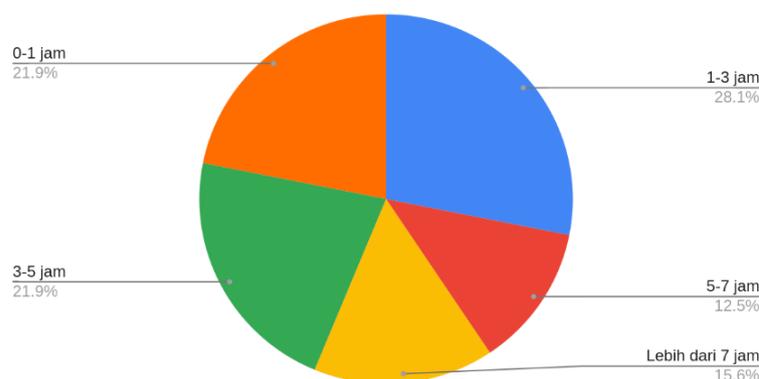


Diagram 19. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Youtube selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Youtube yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 1-3 jam dengan 28.1%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 3-5 jam dengan 21.9%. Untuk 5-7 jam dan lebih dari 7 jam, kedua durasi ini memiliki persentase secara berurutan yaitu 12.5%, 15.6%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [TikTok]

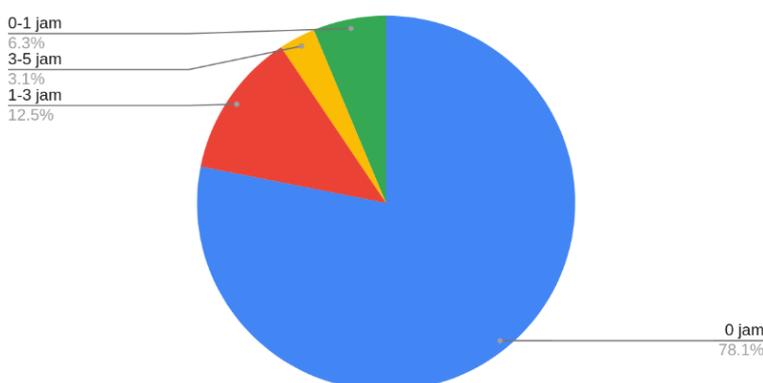


Diagram 20. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Tik-Tok selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Tik-Tok yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 78.1%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 6.3% dan 12.5%. Untuk 3-5 jam, durasi ini memiliki persentase secara berurutan yaitu 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Pinterest]

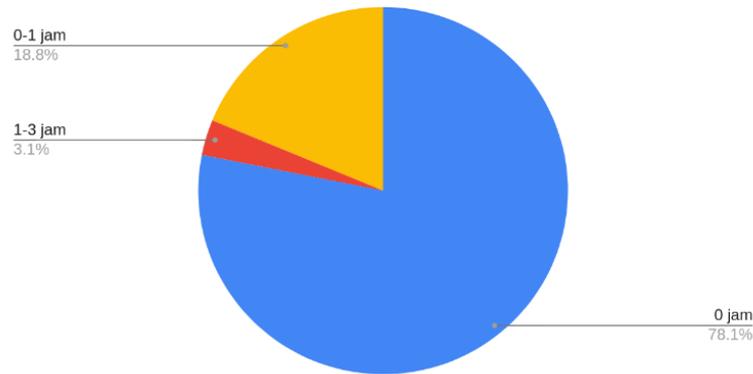


Diagram 21. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Pinterest selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Pinterest yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 78.1%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 18.8% dan 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [LinkedIn]

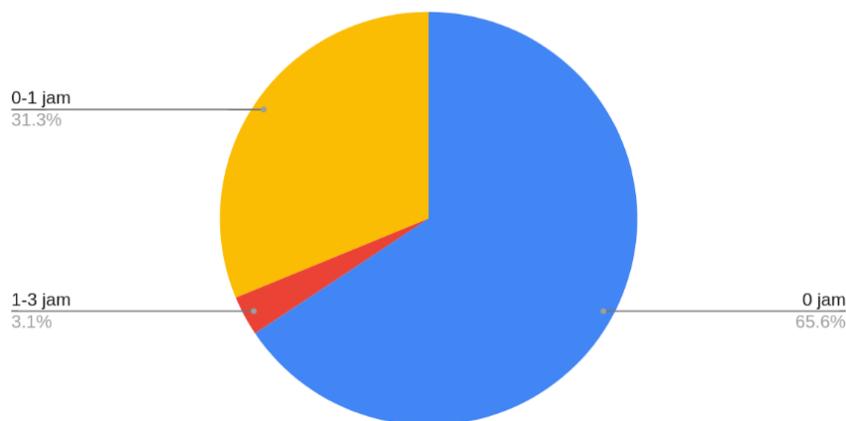


Diagram 22. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan LinkedIn selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan LinkedIn yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 65.6%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 31.3% dan 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Blogspot]

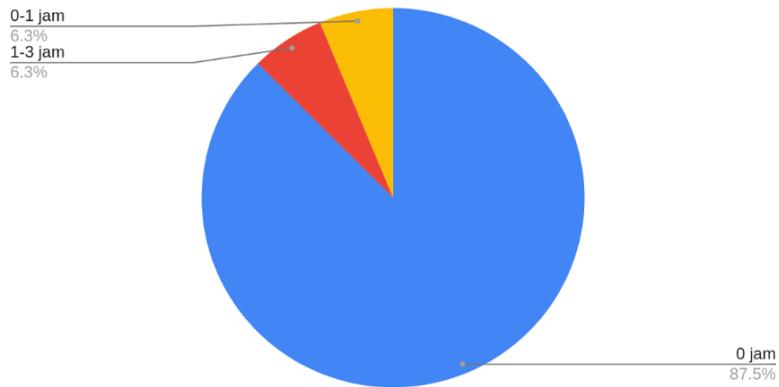


Diagram 23. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan LinkedIn selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan LinkedIn yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 65.6%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 31.3% dan 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Blogspot]

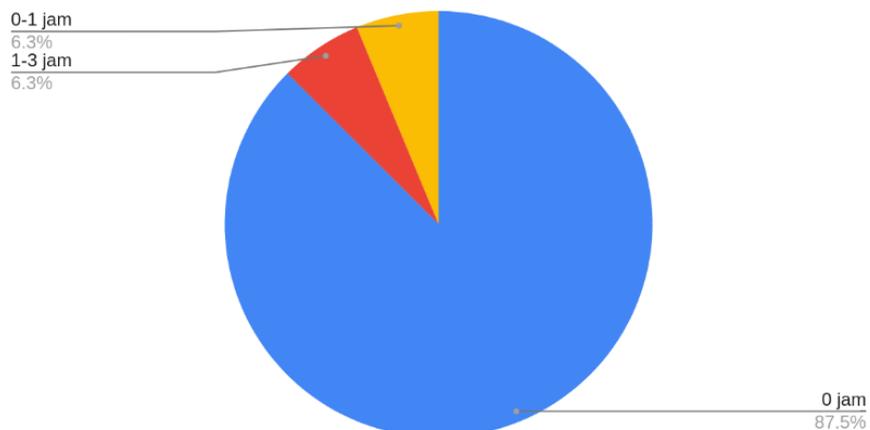


Diagram 24. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Blogspot selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Blogspot yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 87.4%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 6.3%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Tumblr]

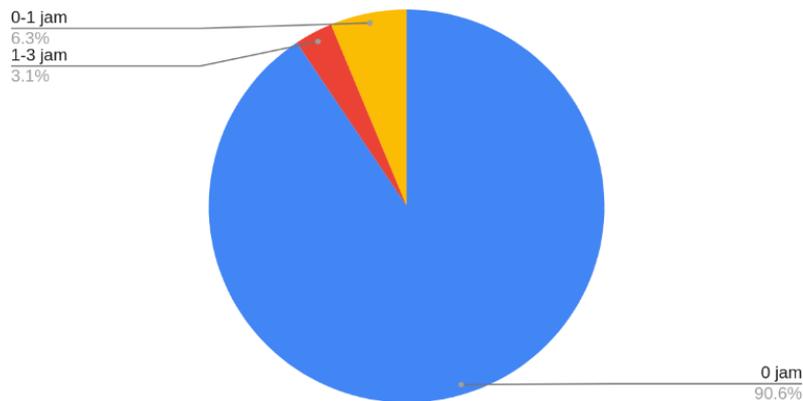


Diagram 25. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan Tumblr selama pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan Tumblr yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 90.6%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dan 1-3 jam dengan 6.3% dan 3.1%.

Count of Berapa waktu yang Anda habiskan dalam sehari pada platform tertentu saat terjadi pandemi? [Lainnya]

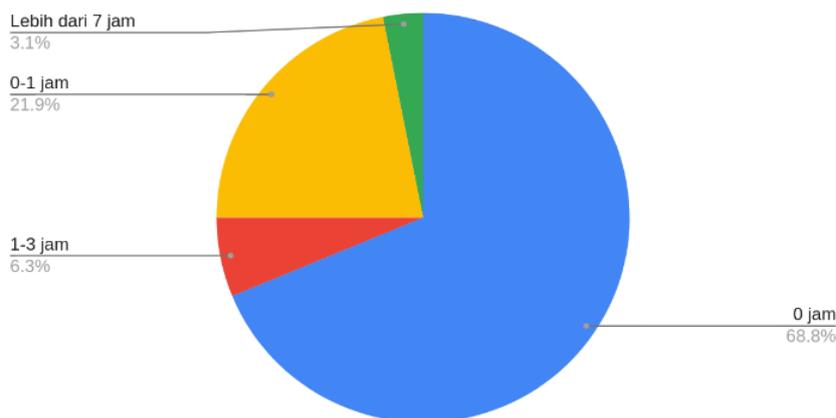


Diagram 26. Hasil dari kuesioner mengenai lama penggunaan untuk kategori Lainnya sebelum pandemik

Dari Diagram diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan untuk kategori Lainnya yang menjawab jenis media sosial yang digunakan didominasi selama 0 jam dengan 68.8%. Kemudian disusul dengan durasi selama 0-1 jam dengan 21.9% dan 1-3 jam dengan 6.3%. Untuk Lebih dari 7 jam, kedua durasi ini memiliki persentase sebesar 3.1%.

KESIMPULAN

Dari seluruh data yang kami peroleh dari kuesioner yang telah kami sebar, kami menyimpulkan bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan dalam penggunaan media sosial di masa pandemi. YouTube menjadi aplikasi dengan peningkatan penggunaan tertinggi pada masa pandemi. Penelitian kali ini hanya berfokus untuk mengetahui ada atau tidaknya peningkatan penggunaan media sosial di masa pandemi yang mana masih dapat dikembangkan menjadi penelitian lainnya. Penelitian lain dapat dilakukan untuk mengetahui penggunaan atau manfaat media sosial yang digunakan ataupun penelitian yang lebih menjurus seperti bagaimana peran media sosial dalam membentuk persepsi masyarakat mengenai pandemi COVID-19. Dengan peningkatan penggunaan media sosial di masyarakat, penulis merasa diperlukan adanya kesadaran yang lebih tinggi dalam masyarakat untuk memiliki *filter* dalam pemanfaatan media sosial. Hal ini dikarenakan tingginya potensi penyebaran berita tidak benar atau *hoax* yang dapat berpotensi merugikan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adani, Muhammad Robith. 2020. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis. Diakses 26 Maret 2021 (<https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/>).
- Sartika, Resa Eka Ayu. 2019. Penemuan yang Mengubah Dunia: Media Sosial, Kenapa Bikin Panik saat Diblokir?. Diakses 26 Maret 2021 (<https://sains.kompas.com>)