

BAB I

PENDAHULUAN

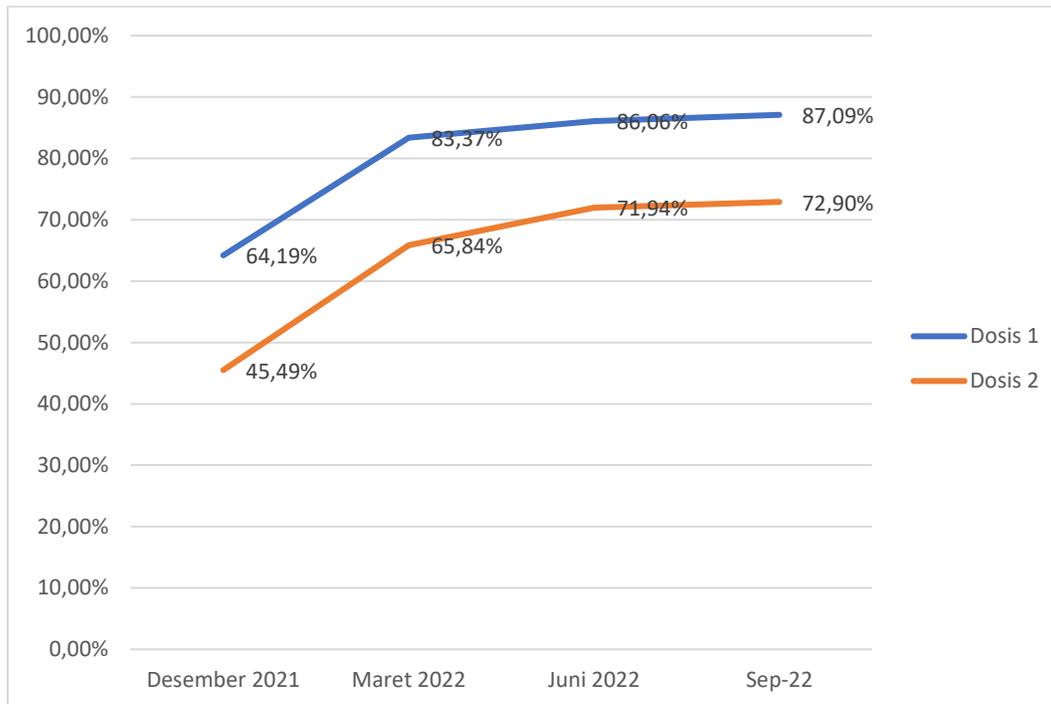
Pada BAB I penulis memaparkan landasan penelitian ini dilakukan dengan membagi menjadi beberapa sub-bab yang terdiri dari; Latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian terkait ketahanan sosial selama pandemi COVID-19 yang dianalisis melalui Media Sosial Twitter. Pada bagian sub-bab Latar Belakang dan rumusan masalah, penulis memaparkan urgensi atau pentingnya penelitian ini dilakukan, rumusan permasalahan penelitian, kesenjangan atau gap secara empirik dan teoritis, novelty atau kebaruan penelitian yang dilakukan. Pada sub-bab selanjutnya yaitu membahas tujuan penelitian yaitu menyampaikan maksud dilakukannya penelitian ini. Sub-bab terakhir, membahas terkait dengan manfaat penelitian secara teoritis dan manfaat praktis penelitian ini dilakukan.

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi ketahanan sosial masyarakat Indonesia serta dampak seruan kampanye dengan tagar #AyoVaksin di media sosial Twitter selama pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 telah menjadi virus menyerang sistem pernapasan manusia (Prawoto, Purnomo, dan Zahra 2020). Pandemi COVID-19 menyebar di Indonesia dengan tingkat infeksi ke-19 di dunia dan tingkat kematian 2,92 persen pada Agustus 2021, tingkat infeksi yang tinggi di Indonesia (Azmi, Weriframayeni, dkk. 2021). Tingginya jumlah kasus pandemi COVID-19 di Indonesia telah mendorong pemerintah untuk menerapkan berbagai inisiatif, termasuk target vaksinasi 70% di seluruh Indonesia, untuk

mengurangi penyebaran pandemi COVID-19 (Kurniawan, Sutan, Mufandi, Supriyanto, & Rachmawati, 2021).

Gambar 1. 1 Cakupan Vaksin Dosis 1 dan Dosis 2 Tahun 2021-2022



Sumber:(Kemenkes RI, 2022)

Gambar 1.1 menggambarkan peningkatan signifikan dalam cakupan vaksinasi COVID-19 di Indonesia untuk Dosis 1 dan 2 pada tahun 2021 hingga 2022. Tingkat keberhasilan 77,28 persen untuk dosis vaksinasi pertama pada Desember 2021, memenuhi tujuan pemerintah. Sedangkan untuk dosis vaksinasi kedua, hanya 54,51 persen masyarakat Indonesia yang telah divaksin COVID-19 (Kemenkes RI 2022). Tujuan utama pemerintah adalah mencegah penyebaran pandemi COVID-19 melalui vaksinasi sebagai upaya dalam membangun ketahanan sosial (Dewi, Nurmandi, Rochmawati, Purnomo,

dkk. 2020). Dengan demikian, pandemi COVID-19 ini dapat dikendalikan dengan terbangunnya ketahanan sosial melalui vaksinasi COVID-19 dan terciptanya *herd immunity* di masyarakat

Ketahanan sosial dalam kaitan ini diartikan sebagai kemampuan kelompok sosial dan komunitas untuk bangkit kembali dari kesulitan atau untuk bereaksi positif terhadap situasi krisis (Davis, 2021; Pastor, 2021). Ketahanan sosial memiliki potensi untuk membawa wawasan baru yang penting ke dalam kesulitan ini. Kapasitas ketahanan dalam suatu sistem sosial merupakan hasil dari kombinasi faktor-faktor dari berbagai domain, seperti masalah politik, ekonomi, dan ekologi. ketahanan keseluruhan yang dimiliki suatu sistem dapat digambarkan sebagai campuran dari berbagai fungsi ketahanan yang berinteraksi satu sama lain (Jacob et al., 2020; Sacco & De Domenico, 2021).

Beberapa tahun terakhir, ketahanan sosial telah muncul sebagai konsep sentral dalam diskusi tentang cara terbaik untuk mempersiapkan dan menanggapi keadaan darurat, serta cara terbaik untuk pulih dari krisis. Pandemi COVID-19 menjadi krisis sosial yang mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat (Sadayi, Nurmandi, Muallidin, Purnomo, & Kurniawan, 2022). Menghadapi pandemi COVID-19, terdapat konsensus di antara para peneliti kesehatan sosial bahwa ketahanan sosial harus dipertahankan dan diperkuat (Xie, Pinto, & Zhong, 2022a). Memahami bagaimana masyarakat bereaksi terhadap bencana alam dan pergeseran ekologi adalah salah satu dari banyak tantangan yang menarik bagi para peneliti di bidang sistem sosial komputasi (Mano, 2020b). Memasukkan ketahanan sosial ke dalam metodologi untuk masalah yang dipelajari dengan baik seperti pembentukan kelompok juga dapat memberikan model yang lebih realistis untuk skenario di mana individu dipaksa untuk bersaing dengan berbagai kekuatan sosial

sentrifugal dan sentripetal yang merupakan komponen dari ketahanan kelompok sosial (Ionescu, Fetecau, Boscaiu, & Tudose, 2021; Ratzan, Sommariva, & Rauh, 2020).

Ketahanan sosial adalah kapasitas komunitas untuk bertahan dan pulih dari keadaan darurat kesehatan masyarakat dengan menggabungkan respons dan kesiapsiagaan tingkat individu dengan struktur jaringan dukungan sosial di masyarakat (Parvar, Ghamari, Pezeshkian, & Shahriarirad, 2022; Slavich, Roos, & Zaki, 2022; V. Y. Wang, 2022). Sejauh mana orang percaya bahwa komunitas mereka akan dapat pulih dari kehancuran yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 menjadi komponen penting dari proses pemulihan (Sadayi et al., 2022). Persepsi ini dapat berperan dalam alokasi sumber daya, penyebaran informasi, atau pemberian bantuan kepada mereka yang membutuhkan (Benati & Coccia, 2022; Mohammadi, Dehghan, Pirayesh, & Dolgui, 2022). Pengembangan komunitas yang tangguh sangat bergantung pada penyediaan jaringan dukungan sosial dan sumber daya. Dengan pertukaran informasi yang cepat dan pengembangan koneksi untuk tujuan dukungan sosial sebagai kekuatan inti, media sosial semakin menjadi komponen integral dari tanggap darurat dan pembangunan ketahanan.

Berbagai upaya dilakukan untuk mencapai ketahanan sosial di masyarakat selama pandemi COVID-19. Salah satu upaya yang dilakukan dengan melakukan vaksinasi COVID-19 dengan target 70% populasi di Indonesia (Sadayi et al., 2022). Pemerintah menggunakan media sosial untuk mendorong masyarakat dalam mendapatkan vaksinasi COVID-19. Media sosial merupakan salah satu bentuk media digital yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat, termasuk pemerintah dan swasta atau non-governmental organization (NGO), sebagai metode komunikasi terbuka dan berbagi pertukaran informasi (Demuyakor, Nyatuame, dan Obiri 2021). Kemajuan teknologi era

digital yang pesat telah memungkinkan untuk berbagi informasi dengan orang lain tanpa ada batasan (Puri et al. 2020). Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, sehingga jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat.

Dengan pesatnya perkembangan internet sebagai media baru, masyarakat telah bertransformasi dari objek pasif menjadi peserta aktif (prosumer). Masyarakat tidak lagi dalam posisi didefinisikan oleh media. Namun, mereka juga dapat berperan dalam menciptakan dan mempengaruhi opini publik melalui platform media sosial (Steffens et al. 2019). Dalam struktur media sosial yang terdiri dari orang atau organisasi yang dihubungkan bersama oleh jenis hubungan tertentu. Media sosial memungkinkan orang untuk terhubung dalam berbagai cara. Menggunakan media sosial memperkuat hubungan manusia antara satu sama lain serta organisasi yang melayani (Azmi, Fathani, Sadayi, Fitriani, & Adiyaksa, 2021). Hal ini tentang menyatukan individu untuk menemukan berbagi pengetahuan sebagai percakapan dua arah.

Pengguna aktif media sosial memiliki kemampuan untuk terhubung, bertukar, dan berkomunikasi satu sama lain secara virtual adalah salah satu efek terpenting dari media sosial (Sundstrom et al., 2021). Bahwa media sosial berada di garis depan sebagai paradigma komunikasi baru sekaligus mempengaruhi opini publik (Zahra, Purnomo, dan Kasiwi 2020). Ruang opini publik ini tentunya sebagai wadah yang dijamin dan difasilitasi oleh pemerintah sehingga terjadi *check and balance* antar masyarakat dengan pemerintah dalam kondisi membangun sarana ruang publik yang dapat membangun partisipasi masyarakat tidak hanya secara tatap muka tetapi ruang publik dapat terbangun secara virtual (Zahra et al. 2020).

Dengan adanya media sosial memungkinkan pertukaran informasi dengan adanya interaksi, berbagi, dan berkomunikasi antar pengguna media sosial yang membentuk masyarakat berjejaring (*networking society*) (Bukar et al., 2022). Media sosial merupakan platform yang digunakan secara bebas dan terbuka. Melalui media sosial, setiap individu atau komunitas memiliki tujuan atau kepentingan yang berbeda (Gambo & Musonda, 2022). Sehingga pengguna media sosial dapat berupa individu, komunitas atau kelompok sosial, swasta/perusahaan, pemerintah bahkan buzzer. Dengan adanya media sosial kemudian muncul berbagai istilah, salah satunya yaitu buzzer. Buzzer merupakan akun anonim yang bersifat sebagai robot (Marzouki, Aldossari, & Veltri, 2021). Buzzer dapat bergerak dengan sendirinya untuk menyuarakan sesuatu, atau bisa jadi ada sebuah agenda yang disetting.

Fungsi yang dimainkan media sosial dalam penyampaian informasi penting secara tepat waktu dukungan sosial, dan kesejahteraan psikologis telah dirinci dalam studi tentang penggunaan media sosial setelah bencana alam atau krisis kesehatan (Azmi, Weriframayeni, Dewi, et al., 2021). Namun, dari sudut pandang perilaku, peran yang dimainkan media sosial dalam penciptaan ketahanan tidak dipahami dengan baik. Untuk lebih memahami bagaimana ketahanan dapat dibangun di era media sosial ini serta dalam konteks bencana kesehatan global seperti COVID-19, penulis menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial dan persepsi masyarakat tentang ketahanan komunitas mereka. Untuk lebih spesifik, kami menganalisis bagaimana teori penggunaan dan gratifikasi dapat digunakan untuk mempelajari bagaimana perilaku media sosial dapat memengaruhi persepsi anggota komunitas tentang kekuatan komunitas mereka. Fokus penelitian ini dengan mengambil studi kasus pada ajakan vaksinasi COVID-19 dengan

tagar #Ayovaksin melalui media sosial twitter sebagai salah satu platform media sosial yang populer di masyarakat. Tagar #Ayovaksin menjadi trending topik sebab menjadi tagar populer dengan seringnya di bahas oleh pengguna media sosial twitter. Sehingga penelitian ini mencoba menganalisis dampak Kampanye #AyoVaksin Melalui Media Sosial Twitter terhadap Ketahanan Sosial selama Pandemi COVID-19 di Indonesia.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan, dimana pemerintah menggunakan media sosial twitter dalam ajakan vaksinasi COVID-19 untuk membangun ketahanan sosial di Masyarakat. Salah satu upayanya yaitu dengan mengampanyekan vaksinasi COVID-19 melalui akun media sosial twitter. Dalam konteks komunikasi, kampanye merupakan segala kegiatan yang bersifat membujuk (Bhutta et al., 2021; Khatiwada et al., 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kampanye #Ayovaksin melalui media sosial Twitter terhadap ketahanan sosial selama pandemi COVID-19 di Indonesia. Selain itu penelitian ini menarik dilakukan dengan mengidentifikasi aktor yang berperan dalam ajakan vaksinasi COVID-19 dengan mengidentifikasi akun dominan yang terlibat.

Penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya dalam menganalisis ketahanan sosial dalam mengatasi sebuah krisis atau konflik. Beberapa penelitian terdahulu (Alizadeh & Sharifi, 2021; Bryant, 2021; Casaux-Huertas, Ochando-García, Limón-Cáceres, & Andreu-Pérez, 2021; Chokshi, 2021; Davis, 2021; Fernández-Prados, Lozano-Díaz, & Muyor-Rodríguez, 2021; Halbreich, 2021; Jacob et al., 2020; Mano, 2020b; Pastor, 2021; Reicher & Bauld, 2021; Xie et al., 2022a) lebih berfokus pada ketahanan sosial telah mengambil pendekatan konseptual dengan tujuan memberikan penjelasan kualitatif untuk elemen dan proses yang mempengaruhi ketahanan sosial. Letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dimana penulis menganalisis ketahanan sosial melalui

media sosial yang aktif dalam mengkampanyekan seruan vaksinasi COVID-19 dengan menganalisa akun dominan yang berperan dalam membangun ketahanan sosial selama pandemi COVID-19. Sebab media sosial yang memiliki power untuk mempengaruhi opini publik (Mano, 2020b), sehingga kepentingan terhadap membangun ketahanan sosial dengan target vaksinasi COVID-19 dapat tercapai. Penelitian ini menggunakan analisa data Qualitative Data Analysis (QDA) menggunakan software Nvivo 12 plus untuk membantu menganalisa data penelitian berupa data sekunder yang diperoleh dari media sosial twitter dan berita dari media online nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi ketahanan sosial masyarakat selama pandemi COVID-19 di Indonesia?
2. Bagaimana Dampak Kampanye #AyoVaksin Melalui Media Sosial Twitter terhadap ketahanan sosial masyarakat Indonesia selama Pandemi COVID-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kondisi ketahanan sosial masyarakat selama pandemi COVID-19 di Indonesia
2. Untuk menganalisis Dampak Kampanye #AyoVaksin Melalui Media Sosial Twitter terhadap Ketahanan Sosial masyarakat Indonesia selama Pandemi COVID-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan untuk: *Pertama*, menambah ilmu pengetahuan terkait ketahanan sosial yang terbentuk melalui media sosial dan keterlibatan stakeholder dalam membangun ketahanan sosial selama pandemic COVID-19. *Kedua*, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan tema penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan kedepannya dapat dijadikan sebagai: *Pertama*, salah satu upaya untuk mengetahui bentuk ketahanan sosial di masyarakat dalam menghadapi pandemi COVID-19. *Kedua*, sebagai usaha untuk mengetahui keterlibatan aktor/stakeholder dalam membangun ketahanan sosial melalui media sosial selama pandemi COVID-19. *Ketiga*, sebagai referensi dalam membangun model atau kebijakan ketahanan sosial dalam menghadapi krisis pandemi.