

DAMPAK COVID-19 PADA PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT

Boedi Priantoro

E-mail : boedisma3@gmail.com

ABSTRAK

Perubahan yang sangat jelas terlihat pada saat pandemi Covid-19 ini adalah bagaimana masyarakat bersikap dan berperilaku di lingkungannya. Kecenderungan perubahan sikap dan perilaku tersebut pencerminan dari sensitifitas dalam berinteraksi antara individu yang satu dengan yang lainnya. Hal ini disebabkan adanya kecurigaan diantara mereka dikarenakan setiap orang ada kemungkinan dapat menjadi *carrier* dari pandemi Covid-19 ini, sehingga supaya dapat berinteraksi dengan baik maka setiap individu dituntut untuk dapat melakukan inovasi didalam berkomunikasi demi kelangsungan kehidupan mereka. Penggunaan Media merupakan salah satu alat dalam melakukan revolusi perilaku setiap orang di masa pandemi Covid-19. Secara tidak sadar masyarakat saat ini di paksa untuk melakukan lompatan kearah digitalisasi dengan menggunakan media yang sebelumnya dilakukan secara konvensional dan tumbuhnya budaya hidup sehat pada masyarakat. Perilaku dalam pemenuhan gaya hiduppun juga mengalami perubahan yang drastis, yang sebelumnya pemenuhan belanja yang bersifat konsumtif telah bergeser ke arah *basic needs*. Dengan belum diketahuinya sampai kapan pandemi ini berakhir, maka kebiasaan-kebiasaan perilaku yang ditetapkan dengan merujuk kepada protokol penganggulangan Covid-19 akan menjadi pemicu dalam merubah perilaku masyarakat. Perasaan protektif dalam perubahan berperilaku ini tidak hanya ditunjukkan oleh setiap individu saja, namun lingkungan dan kehidupan sosial dari individu tersebut juga menunjukkan perubahan perilaku.

Kata kunci: *Perubahan sosial, Komunikasi, digitalisasi, Media*

I PENDAHULUAN

Netflix berhasil mencatat pencapaian 15,7 juta pelanggan baru selama krisis Covid-19 ini dan total pelanggan mereka secara global adalah sebesar 182,9 juta pelanggan, naik 22,8% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan Netflix menggunakan momentum tutupnya layanan hiburan bioskop sebagai dampak dari *physical distancing* yang diterapkan, keadaan ini memicu masyarakat mencari alternatif channel lain supaya dapat memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan dalam masa pandemi ini. Perubahan perilaku masyarakat dari menonton film secara konvensional ke digital dengan channel streaming dapat di tangkap oleh Netflix dengan baik.

Industri airline memasuki turbulan krisis Covid-19, turunnyatingkat isian penumpang yang disebabkan oleh issue penyebaran pandemi krisis ini. IATA mencatat bahwa " global airline industri akan di proyeksikan rugi sebesar USD 84 Miliar tahun ini (2020), kerugian ini lebih tinggi dari pada krisis global finansial pada peristiwa (9/11, perang teluk dan krisis moneter tahun 1997/1998) (IATA Economic Performance of the Airline Industry, juni 2020). Kebijakan protokol kesehatan di

setiap negara yang membuat pergerakan manusia terhambat atau bahkan berhenti sama sekali, membuat industri ini terpukul secara finansial. Salah satu bisnis yang masih berjalan pada industri ini adalah Cargo. Cargo merupakan pertahanan terakhir dari industri airline pada saat krisis Covid-19 saat ini, bahkan beberapa airline didunia merubah konfigurasi pesawat mereka dari *passenger Aircraft* menjadi *freighter*. Refleksi airline dalam melihat perubahan perilaku konsumen yang dulu suka bepergian dengan menggunakan pesawat saat ini mendadak harus melakukan protokol kesehatan sebagai tindakan protektif dari penyebaran covid-19 ini. Tentu saja situasi seperti ini membuat industri airline melakukan evaluasi dan melakukan perubahan strategi bisnisnya secara cepat untuk menangkap pasar Cargo sebagai *Surviving strategy* dalam krisis.

Ada pergeseran dalam pemenuhan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat selama krisis pandemi Covid-19 ini, yang sebelumnya pembelanjaan yang didasari *Consumtifbehavior* berpindah ke *basic need*, dari yang bersifat sekunder ke yang bersifat primer. Pergeseran dari belanja konvensional ke online.

Permasalahan-permasalahan sosial yang disebabkan oleh dampak dari Covid-19 ini mendorong adanya perubahan kehidupan sosial masyarakatnya, selain itu pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang mempunyai perilakusaling berinteraksi dan menjalin *relationship* antar sesamanya. Dengan adanya *social distancing* yang diterapkan pada saat pandemi ini membuat manusia melakukan inovasi dengan menggunakan media (alat, perantara) dalam berkomunikasi untuk menembus *social distancing* tersebut. Media tersebut dapat berupa peralatan (masker, face shield ataupun alat pelindung diri), media komunikasi (sosial media, telepon, digital).

Salah satu penunjang dalam berkomunikasi dengan menggunakan media adalah penggunaan sarana digital (internet serta fitur-fitur didalamnya, media sosial, dan peralatannya) merupakan salah satu fenomena yang menyebabkan perubahan perilaku sosial pada masyarakat. Digitalisasi ini terbentuk oleh inovasi-inovasi yang dibuat oleh individu-individu di masyarakat yang dapat menunjang dan mempermudah segi kehidupan masyarakat itu sendiri. Banyak sekali ditemui saat ini alat pembayaran di pasar dengan menggunakan cashless, belanja melalui online, meeting menggunakan Zoom (online) dan bahkan bukupun saat ini tersedia dengan digital (ebook). Namun itu semua dipaksakan untuk dapat terwujud dan diimplementasikan oleh masyarakat saat masa pandemi Covid-19, hal itulah yang merubah tatanan perubahan sosial di masyarakat.

II STUDI PUSTAKA

Dunia dan seisinya merupakan bagian dari alam yang membentuk ekosistem makhluk hidup, tanah, udara, air, minyak, gas dan kekayaan alam yang mempunyai hubungan satu dengan yang lain, mereka di hubungkan dengan siklus kehidupan dan jaring makanan. Semua itu terjadi secara terus menerus dan akan mengalami masa naik turun, misalkan kepunahan dikarenakan hewan satu dimangsa hewan lainnya, habisnya kekayaan alam dikarenakan eksploitasi terus menerus. Perubahan lingkungan sosial dapat diakibatkan oleh manusia yang ditekan oleh suatu keadaan seperti situasi ekonomi, kondisi kesehatan, dan kondisi alam (David Goldblatt, 2019).

Krisis covid 19 membuat rasa ketakutan, kekuatiran dan ketidak pastian pada seluruh masarakat di seluru dunia, serta mempunyai dampak salah satunya adalah merubah perilaku sosial masarakat dalam bertindak. Masa naik dan turun yang digambarkan oleh David Goldblatt diatas merupakan masa dimana terjadi hilangnya mata rantai jaring makan, atau hilangnya sumber daya alam di bumi ini yang menyebabkan terganggunya suplai kebutuhan dari makhluk hidup. Hal inilah yang saat ini lebih dikenal dengan istilah krisis. Rhenald Kasali menggambarkan krisis adalah sesuatu keadaan dimana segala sesuatunya berubah (keadaan pasar, perilaku masyarakat, daya beli, pola komunikasi dan sebagainya) dan biasanya di ikuti dengan adanya peluang-peluang baru yang mencerminkan munculnya pasar-pasar baru (era baru) di lingkungan masyarakat (Renald Kasali, 2009). Perubahanperilaku masyarakat, perubahan daya beli, pola komunikasi baru merupakan cerminan perubahan perilaku sosial masyarakat dikarenakan dampak dari krisis Covid-19. Menurut Prof. Dr. Agus Suryono bahwa ada tiga penyebab terjadi perubahan sosial, yaitu:

1. *Mazhab materialistik*, yaitu perubahan sosial yang disebabkan oleh kekuatan ekonomi (materi) yang memungkinkan untuk melakukan inovasi terhadap kegiatan teknologi, finansial untuk melakukan produksi guna menciptakan masyarakat baru yang lebih kondusif.
2. *Mazhab idealistik*, yaitu perubahan sosial yang dipengaruhi oleh adanya cara berfikir, tata nilai kehidupan, kepercayaan untuk memperjuangkan kemurnian doktrin dan tata cara peribadatan.
3. *Mazhab gagasan dan gerakan budaya*, yaitu perubahan sosial akan terjadi dengan selarasnya dengan adanya perubahan-perubahan budaya yang disebabkan oleh *pertama*, faktor luar (inovasi dibidang komunikasi, peperangan, wabah penyakit, perubahan lingkungan dan pengaruhh dari kebudayaan masyarakat lain), *dankedua*, faktor dari dalam (inovasi ilmu pengetahuan, perubahan struktur dan jumlah penduduk, adanya gerakan sosial baru, konflik sosial baru) (Agus Suryono, 2020).

Adanya perubahan-perubahan sosial diatas yang disebabkan oleh salah satunya adalah wabah penyakit (Covid-19) yang saat ini telah menjangkiti masyarakat di seluruh dunia yang mengakibatkan krisis ketidak pastian dalam tatanan kehidupan manusia. Hal ini membuat manusia mencari alternatif dalam berinteraksi (berkomunikasi) dengan sesamanya. Inovasi dalam berkomunikasi yang harus tetap menjaga *phisycal distancing* yang membuat setiap orang mengalami ketidak pastian dalam berkomunikasi dikarekanakan ada rasa ketakutan tertular pedemi Covid-19 saat proses komunikasi berlangsung. Ketidakpastian tersebut tentu saja hal yang tidak menyenangkan dan menghasilkan tekanan yang kognitif. Menurut Charles Berger dan Richard Calabrese (1975) ada beberapa kondisi yang membuat setiap orang termotivasi untuk mengurangi ketidak pastian saat berkomunikasi, diantaranya adalah:

- a. Melakukan antisipasi berinteraksi denagan seseorang dimasa depan, kita akan terdorong untuk berkomunikasi dengan orang lain, misalkan dengan jalan menggunakan media (menggunakan masker, jaga jarak) kepada setiap orang yang akan kita temui.
- b. Nilai insentif, gagasan yang didalamnya mendorong kita untuk belajar lebih banyak dari orang lain, misalkan saat pademi covid-19 ini kita belajar dari

orang-orang yang ceroboh tidak menggunakan masker dan tidak menjaga jarak saat berkomunikasi sehingga tertular virus tersebut dari orang lain.

- c. Penyimpangan, hal ini terjadi jika seseorang yang tidak biasa menghalangi harapan kita dengan cara tertentu, teori ini menyarankan agar setiap individu mengurangi ketidak pastiannya dengan mengesampingkan orang lain, misalkan saat ini jika kita selalu menghindari melakukan komunikasi dengan seseorang yang sedang flu (sakit) dan tidak memakai masker (Poppy Ruliana, 2019).

Penggunaan media dan peralatan digital sebagai sarana berkomunikasi adalah merupakan hal yang sangat penting pada saat berkomunikasi di saat pademi ini sebagai inovasi dalam berkomunikasi, misalnya penggunaan *Zoom* atau sosial media yang lain. Inovasi dalam berkomunikasi tersebut merupakan solusi berinteraksi pada saat penerapan *social distancing*. Dalam teori komunikasi dengan pendekatan *Sosiokultural* merupakan salah satu dari tujuh tradisi teori komunikasi yang disampaikan oleh Littlejohn bahwa dalam pendekatan ini setiap orang diberikan pemahaman terhadap norma, peran dan peraturan yang harus dijalankan secara interaktif dalam berkomunikasi dan memokuskan pada bentuk interaksi sebagai proses peran, peraturan serta nilai budaya yang dijalankan antar manusia (Poppy Ruliana, 2019).

III HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 yang saat ini melanda seluruh masyarakat didunia yang membawa dampak ketidak pastian, kehancuran dan keputusan pada beberapa industri, bahkan krisis covid-19 ini mengubah kehidupan sosial masyarakat didunia. Segala kemungkinan bisa datang dengan tiba-tiba dan perubahan 360 derajat bisa saja terjadi. Menurut Charles Handy (1990) menyatakan bahwa era baru yang terputus dengan masa lalu selalu mengalami perubahan yang tidak berpola, bahkan perubahan kecilpun akan dapat mengakibatkan perubahan yang sangat besar (Rhenald Kasali, 2009)

Dengan teori Charles Handy tersebut setiap manusia diharapkan dapat belajar dari masa lalu dan dapat melakukan perubahan pada kehidupannya. Tekanan-tekanan yang dihasilkan oleh krisis Covid-19 merupakan pemantik perubahan sosial masyarakat yang ditandai dengan berubahnya perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, berkomunikasi, berbelanja, bersekolah dan perilaku sosial yang lainnya. Siklus kejadian di dunia ini selalu diliputi turun naik, ada masanya makmur dan krisis, ada masanya damai dan rusuh, ada masanya jaya dan susah, hal tersebut merupakan hukum alam. Seperti yang disampaikan David Goldblatt bahwa dunia ini merupakan suatu ekosistem yang mempunyai siklus turun dan naik. Rhenald Kasali juga memberikan gambaran *outlook* ekonomi dunia dalam krisis yang didalam teorinya tersebut sangat dipengaruhi oleh Thomas Friedman dan Columbus yang membuat kesimpulan berbeda terhadap dunia. Gambaran *outlook* tersebut adalah : *Mashab Awan Gelap* , dalam hal ini krisis menular dari satu daerah ke daerah yang lain dan manusia menganggap bahwa krisis merupakan suatu bencana; yang kedua adalah *Mashab Terang Gelap*, dalam hal ini menganggap bahwa segala sesuatu didunia ini selalu ada dua sisi, dan pasangannya, misalkan terang dan gelap, krisis dalam mashab ini

merupakan krisis yang terisolasi pada suatu tempat dan manusia bebas memilih, dan manusia selalu berpikiran bahwa krisis adalah anugrah dan ada peluang didalamnya (Rhenald Kasali, 2009).

Teori-teori tersebut menggambarkan bahwa selalu ada krisis dalam setiap kehidupan manusia yang akan membuat manusia terdepresi, putus asa atau bahkan menggunakan krisis tersebut sebagai peluang dengan menggunakan momentum-momentum yang ada. Penggunaan momentum dalam krisis itu sendiri juga akan berdampak berubahnya perilaku sosial budaya masyarakatnya. Perubahan perilaku dalam berinteraksi saat pandemi Covid-19 ini, yang dipaksakan oleh situasi dan regulasi maka penggunaan *media Zoom* merupakan suatu bagian inovasi dalam menjalin interaksi yang merupakan loncatan cara berkomunikasi masyarakat yang dulunya dilakukan secara konvensional (tatap muka) bergeser menggunakan digital. Inovasi berinteraksi ini merupakan terobosan yang dilakukan oleh manusia untuk menekan rasa ketidakpastian manusia dalam hal berkomunikasi dikarenakan ada rasa takut dan was-was saat berkomunikasi dengan sesamanya akibat adanya kecepatan penularan Covid-19 ini.

Penetapan peraturan yang dilakukan oleh pemerintah selaku regulator pada layanan-layanan publik guna membendung penyebaran Pandemi ini selalu memberikan dampak kepada masyarakat untuk mencari substitusi dalam memenuhi kebutuhan layanan publik yang terdampak, misalkan dengan adanya aturan gedung bioskop di tutup selama pandemi Covid-19 ini mendorong masyarakat untuk berlangganan TV-kabel dan layanan film streaming, atau dengan adanya himbauan untuk *stay at home selama* pandemi membuat layanan pesan antar dan belanja online meningkat.

Perubahan perilaku masyarakat yang sangat terlihat jelas adalah tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan meningkat (memakai masker, penggunaan *hand sanitizer*, budaya mencuci tangan) dan pemenuhan nutrisi yang ketat dalam menjaga imun tubuh mereka.

IV KESIMPULAN

Dampak dari Covid-19 yang sangat besar bagi tatanan kehidupan masyarakat di dunia ini yang mempunyai efek krisis disegala bidang, hal ini memberikan tekanan kepada setiap individu untuk melakukan inovasi dan tindakan preventif dalam menanggulangi penyebaran Covid-19. Tekanan-tekanan saat krisis covid-19 ini membuat masyarakat melakukan perubahan perilaku dalam pemenuhan kebutuhan belanja dari yang sifatnya konsumtif ke basic need, perubahan cara berkomunikasi dari konvensional bergeser ke penggunaan media sosial (digital), pergeseran perilaku belanja datang ke pasar/mall bergeser menggunakan online, pembayaran menggunakan uang tunai bergeser ke cashless, pergeseran pola hidup sehat dengan menumbuhkan budaya cuci tangan, menggunakan alat pelindung diri (masker, sarung tangan, *hand sanitizer*). Jika proses interaksi individu didalam masyarakat terganggu oleh suatu keadaan, maka sifat manusia sebagai makhluk sosial akan yang selalu mencari jalan (berinovasi) untuk dapat berinteraksi dengan sesamanya untuk menjalin relationshipnya kembali. Hal inilah yang selalu memicu bahwa masyarakat selalu mempunyai sifat adaptif dan berubah tergantung oleh keadaan disekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suryono, 2020, *Teori dan Strategi Perubahan Sosial*, PT.Bumi Aksara, Jakarta
- David Goldblatt, 2019, *Teori-Teori Sosial Kontemporer Paling Berpengaruh*, Yogyakarta
- IATA. (2020), *IATA Economic Performance Of The Airline Industry : Record Loss in 2020 Extending to 2021 But at a Lower Level*. Diakses tanggal 3 Juli 2020 dari <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/record-loss-in-2020-extending-to-2021-but-at-a-lower-level/>
- Poppy Rulina & Puji Lestari, 2019, *Teori Komunikasi*, PT.Raja Grafindo Persada, Depok
- Rhenal Kasali, 2009, *Marketing In Krisis*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta