

ELEGI PANDEMI

Tinjauan Fenomena **COVID-19**
dari berbagai
Perspektif



Salju | Suhardi M. Anwar | Harmita Sari

ELEGI PANDEMI

Tinjauan Fenomena COVID-19
dari Berbagai Perspektif

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

ELEGI PANDEMI

Tinjauan Fenomena COVID-19 dari Berbagai Perspektif

Salju | Suhardi M. Anwar | Harmita Sari

Editor:

Anita Hafid, S.Pd., M.Si.



**ELEGI PANDEMI TINJAUAN FENOMENA COVID-19 DARI BERBAGAI
PERSPEKTIF**

Salju, Suhardi M. Anwar & Harmita Sari

Editor :
Anita Hafid

Desain Cover :
Rulie Gunadi

Sumber :
www.freepik.com

Tata Letak :
Titis Yuliyanti

Proofreader :
Avinda Yuda Wati

Ukuran :
xiv, 150 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :
978-623-02-2410-2

Cetakan Pertama :
Februari 2021

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2021 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

KATA PENGANTAR PENERBIT

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Membaca adalah sarana ekspresi diri dalam berkomunitas serta untuk terus maju menuju pencerdasan dan pencerahan. Ini menjadi sebuah motivasi dan dorongan bagi kami di Penerbit Deepublish untuk ikut berikhtiar dalam mencerdaskan dan memuliakan umat manusia. Berdasarkan pandangan, sikap dasar, tujuan itu, maka buku yang berjudul *Elegi Pandemi Tinjauan Fenomena Covid-19 dari Berbagai Perspektif* ini diterbitkan.

Kehadiran buku ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pembaca akan ulasan mengenai COVID-19 yang selama satu tahun ini telah menjajah masyarakat. Di dalam buku ini penulis menjabarkan beberapa hal yang berkaitan dengan awal mula COVID-19, kebijakan pemerintah terkait PSBB dan AKB, hoaks dan peranan media sosial di kala pandemi, dan juga kemungkinan resesi pada berbagai bidang. Selain itu, pada bagian akhir isi buku penulis juga menyisipkan hasil wawancara dengan masyarakat dan juga beberapa artikel hasil riset para ilmuwan tentang COVID-19.

Kami mengucapkan terima kasih kepada penulis yang telah memberikan perhatian, kepercayaan, dan kontribusi demi kesempurnaan

buku ini. Semoga buku ini dapat memperkaya khazanah dan memberi manfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Hormat Kami,

Penerbit Deepublish

PRAKATA

Buku ini terbit dari masalah yang dihadapi oleh semua orang yang di bumi ini, dari sudut pandang penulis, dan beberapa sumber referensi. Penulis memerlukan beberapa referensi dalam penyusunan buku, seperti aturan pemerintah terkait COVID-19, buku ajar, jurnal terkait, penambahan ide dari teman sejawat, pengalaman pribadi, berita media sosial, hasil wawancara, dan yang paling penting adalah tekad dan energi untuk menghimpun semua yang terkait dengan Fenomena COVID-19.

Penulis sangat tertarik untuk menuliskan fenomena COVID-19 dari berbagai perspektif yang dituntaskan dalam sebuah buku, menjadi arsip dalam media cetak dan memori setiap pembacanya. COVID-19 merupakan salah satu dampak bencana yang menghantui masyarakat, penyebarannya menjangkau seluruh provinsi di tanah air dengan level yang berbeda-beda. Sejak 13 April 2020 hingga saat ini, status bencana nonalam penyebaran COVID-19 sebagai bencana nasional sesuai Keppres Nomor 12 tahun 2020 belum dinyatakan berakhir. Penetapan bencana tersebut didasarkan pada pertimbangan meningkatnya penyebaran virus COVID-19 yang merugikan semua aspek yang melekat pada manusia.

Buku yang berjudul *ELEGI PANDEMI: Tinjauan Fenomena COVID-19 dari Berbagai Perspektif* membahas 5 bab penting tentang **Awal Mula**: mengenal COVID-19; bagaimana cara penyebaran virus SARS-CoV-2 antarmanusia?; apa saja gejala yang dirasakan oleh orang

yang terinfeksi virus SARS-CoV-2; bagaimana diagnosis dan pengobatan penderita COVID-19?; dan bagaimana pencegahan transmisi virus SARS-CoV-2?. **Kebijakan Pemerintah:** Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB); dan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). **Hoaks dan Peranan Media Sosial Di Kala Pandemi:** hoaks di tengah pandemi; dan peranan media sosial di kala pandemi. **Kemungkinan Resesi:** pengaruh resesi pada *entrepreneur*; pengaruh resesi pada petani; pengaruh resesi pada nelayan; dan solusi ancaman resesi bagi Indonesia. **Penutup:** hasil wawancara masyarakat; dan kumpulan riset tentang COVID-19.

Buku *ELEGI PANDEMI: Tinjauan Fenomena COVID-19 dari Berbagai Perspektif* penulis posisikan untuk pembaca yang ingin mengetahui COVID-19 selama satu tahun ini telah menjajah masyarakat. Penulis sebagai dosen ekonomi memperjelas tentang kemungkinan resesi yang berpengaruh terhadap *entrepreneur*, petani, nelayan, dan Indonesia, begitu juga dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah selama pandemi. Penulis berikutnya juga berdisiplin ilmu Bahasa dan Sastra, menuliskan berita yang ada di media sosial dan hasil wawancara dengan masyarakat dari berbagai profesi. Buku ini bersifat umum layak dibaca oleh siapa saja, semisal: dosen, guru, pelajar, mahasiswa, *entrepreneur*, wiraswasta, dll. Buku ini dapat dijadikan salah satu referensi dalam penelitian maupun dalam dunia belajar-mengajar.

Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah Swt., sebagai rasa syukur atas berkat dan rahmat-Nya, yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan buku ini, buku yang ditulis dari awal pandemi COVID-19 sampai detik ini. Kini buku ini telah hadir ke hadapan pembaca atas sokongan penerbit dan semoga yang telah membaca mampu mengambil ilmu dan mempraktikkannya dalam

kehidupan sehari-hari, sebagai bekal untuk menghadapi bencana nonalam yang tidak pernah diketahui kapan datangnya. Semoga buku ini bermanfaat untuk penulis, pembaca, dan masyarakat selalu dalam lindungan Allah Swt., amin.

Palopo, 18 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR PENERBIT	v
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I AWAL MULA.....	1
A. Mengetahui COVID-19.....	4
B. Bagaimana Transmisi Virus Sars-Cov-2 Antar Manusia?	6
C. Bagaimana Pencegahan Transmisi Virus Sars-Cov-2?	7
D. Apa Saja Gejala yang Dirasakan oleh Orang yang Terinfeksi Virus Sars-Cov-2?	8
E. Bagaimana Diagnosis dan Pengobatan Penderita COVID-19?.....	10
BAB II KEBIJAKAN PEMERINTAH (PSBB DAN ADAPTASI KEBIASAAN BARU).....	18
A. PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar)	19
B. Adaptasi Kebiasaan Baru	45

BAB III HOAKS DAN PERANAN MEDIA SOSIAL DI KALA PANDEMI	57
A. Hoaks di Tengah Pandemi	61
B. Peranan Media Sosial di Tengah Pandemi.....	73
BAB IV KEMUNGKINAN RESESI	102
A. Pengaruh Resesi pada <i>Entrepreneur</i> dan Pekerja	105
B. Pengaruh Resesi pada Nelayan	106
C. Pengaruh Resesi pada Petani	108
D. Solusi Ancaman Resesi bagi Indonesia	109
BAB V PENUTUP	118
A. Pandangan Masyarakat terhadap Pandemi COVID-19	118
B. Kumpulan Riset tentang COVID-19.....	125
DAFTAR PUSTAKA	133
PROFIL PENULIS.....	143

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Definisi Kasus	12
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Gambar pelaksanaan <i>rapid test</i>	11
Gambar 1.2.	Gambar pelaksanaan orang yang sedang di- <i>swab test</i>	11
Gambar 2.1.	Contoh iklan tur virtual	24
Gambar 2.2.	Pelaksanaan PJJ.....	29
Gambar 2.3.	Promosi kesehatan seputar adaptasi kebiasaan baru.....	48
Gambar 2.4.	Promosi kesehatan seputar cara menggunakan masker dengan benar	55
Gambar 2.5.	Promosi kesehatan seputar cara mencuci tangan dengan benar.....	56
Gambar 3.1.	Pembagian Hoaks menurut First Draft.....	58
Gambar 4.1.	Contoh edukasi masyarakat tentang COVID-19	85

01

AWAL MULA

Kasus pneumonia misterius pertama kali terkonfirmasi di Wuhan, Hubei, Tiongkok pada Desember 2019. Sumber penularan kasus ini masih belum diketahui secara pasti, namun kasus pertama dikaitkan dengan pasar ikan di Wuhan. Tidak sampai satu bulan, penyakit ini telah menyebar di berbagai provinsi lain di Tiongkok, Thailand, Jepang, dan Korea Selatan. Seiring berjalannya waktu, penyakit ini mulai merebak ke berbagai negara di dunia termasuk Indonesia. Pneumonia ini disebabkan oleh virus dari famili *Coronaviridae*.

Virus adalah gen penyebab infeksi yang hanya dapat hidup di dalam sel hidup, yaitu pada sel hewan (termasuk manusia), tumbuhan, jamur, dan bakteri (Nurhayati, 2006). Virus adalah agen infeksius yang terlalu kecil untuk dilihat dengan mikroskop cahaya dan mereka bukan sel, mereka tidak memiliki inti sel, organel, atau sitoplasma. Ketika mereka menyerang sel-sel pejamu yang rentan, virus menampilkan beberapa sifat organisme hidup sehingga tampak di perbatasan antara hidup dan tak hidup. Virus dapat mereplikasi atau memperbanyak diri di dalam sel inang (Black, 2008).

Virus umumnya berukuran sangat renik, yaitu antara 25-300 nm. Oleh karena ukuran tubuhnya sangat renik, virus hanya dapat dilihat

dengan menggunakan mikroskop elektron virus memiliki bentuk yang bermacam-macam. Ada yang bulat, batang, dan ada yang seperti huruf T. Berbentuk bulat, contohnya virus Influenza (Influenza virus) dan virus penyebab AIDS (*Human Immunodeficiency Virus/HIV*). Virus yang berbentuk batang contohnya virus mosaic tembakau (*Tobacco Mosaic Virus/TMV*). Virus yang berbentuk polyhedral misalnya Adenovirus (penyebab penyakit demam) dan virus berbentuk T seperti virus yang menyerang bakteri atau *bacteriophage* (Aryulina, dkk., 2010).

Virus tidak memiliki bagian-bagian sel seperti membran plasma, sitoplasma, dan inti. Virus berupa partikel kecil yang disebut virion. Virus tersusun dari asam nukleat dan selubung protein yang disebut kapsid. Virus yang kompleks memiliki bagian yang disebut kepala dan ekor. Kepala virus kompleks memiliki bentuk polyhedral, sedangkan bagian ekor terdiri dari tiga struktur yaitu selubung ekor, lempengan dasar, dan serabut ekor. Lempengan dasar dan serabut ekor berfungsi untuk melekat pada sel yang diinfeksi. Contoh virus kompleks adalah virus penyerang bakteri. Gabungan asam nukleat dan kapsid disebut nukleokapsid. Pada beberapa virus, nukleokapsid diselubungi oleh membran yang disebut sampul virus. Sampul virus tersusun dari lipid dan protein, berfungsi membantu virus memasuki sel. Contoh virus yang memiliki sampul virus adalah virus influenza. Virus yang tidak memiliki sampul virus disebut sebagai virus telanjang (Aryulina, dkk., 2010).

Virus dapat menunjukkan ciri kehidupan hanya jika ia berada pada sel organisme lain (sel inang). Virus yang menyerang hewan atau manusia dapat memasuki tubuh inang misalnya melalui makanan, minuman, udara, darah, luka, gigitan, ataupun kontak langsung. Virus juga dapat bereproduksi namun hanya ketika virus berada dalam sel organisme lain.

Dengan demikian, virus hanya dapat hidup secara parasit. Berikut uraian reproduksi virus menurut Aryulina, dkk., (2010):

1. Tahap pelekatan, yaitu terjadi saat partikel virus (virion) melekat pada sel yang diinfeksi. Tempat pelekatan virus pada sel inang terjadi pada reseptor (protein khusus pada membran plasma sel inang yang mengenali virus).
2. Tahap penetrasi, yaitu tahap virus atau materi genetik virus masuk ke dalam sitoplasma sel inang.
3. Tahap replikasi atau sintesis, yaitu tahap terjadinya perbanyakan partikel virus di dalam sel inang. Sel inang akan dikendalikan oleh materi genetik dari virus sehingga sel dapat membuat komponen virus, yaitu asam nukleat dan protein untuk kapsid.
4. Tahap pematangan, yaitu tahap penyusunan asam nukleat dan protein virus menjadi partikel virus utuh.
5. Tahap pelepasan, yaitu tahap partikel virus keluar dari sel inang dengan memecahkan sel tersebut.

Virus diklasifikasikan dalam tiga tingkat takson, yaitu famili, genus, dan spesies. Nama famili virus diakhiri dengan *-viridae*, sedangkan nama genus diakhiri dengan *-virus*. Nama spesies menggunakan bahasa Inggris dan diakhiri dengan virus. Saat ini, jenis virus yang sudah teridentifikasi adalah lebih dari dua ribu spesies. Jenis virus dapat juga diklasifikasikan berdasarkan jenis sel inang. Inang spesifik terutama ditemukan dari kesesuaian reseptor pada permukaan sel inang tempat virus melekat. Berdasarkan jenis inangnya, virus diklasifikasikan menjadi empat kelompok, yaitu virus bakteri, virus mikroorganisme eukariot, virus tumbuhan, dan virus hewan termasuk manusia (Aryulina, 2010).

Virus hewan adalah virus yang menginfeksi hewan atau sel manusia. Virus hewan mengandung DNA atau RNA. Virus dapat pula berperan menguntungkan bagi kelangsungan hidup manusia namun dapat juga merugikan manusia. Virus yang menguntungkan, seperti virus yang digunakan untuk terapi gen manusia sehingga diharapkan penyakit genetik, seperti diabetes dan kanker dapat terobati. Yang merugikan, yaitu virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan dan manusia. Contohnya seperti virus yang menyebabkan pneumonia baru ini.

Tindakan pencegahan yang dapat dilakukan terhadap serangan virus adalah dengan pemberian vaksin.

Vaksin adalah suatu zat yang mengandung mikroorganisme patogen yang sudah dilemahkan. Menurut Campbell (2010), vaksin adalah varian tak berbahaya atau devertatif patogen yang merangsang sistem kekebalan untuk membangkitkan pertahanan terhadap patogen yang berbahaya. Pemberian vaksin memberikan kekebalan secara pasif.

A. MENGENAL COVID-19

Dilansir dari Wikipedia, hingga saat ini (23 Agustus 2020), total kasus COVID-19 di dunia mencapai 23,3 juta kasus dengan total orang yang sembuh 15 juta kasus dan yang meninggal 807 ribu orang. Di Indonesia, penyakit ini pertama kali dilaporkan pada tanggal 2 Maret 2020 sejumlah dua kasus. Hingga saat ini (tanggal 24 Agustus 2020) terdapat 154 ribu kasus dengan persentase orang yang sembuh sebanyak 108 ribu orang dan yang meninggal dunia sebanyak 6.680 orang.

Awalnya, penyakit ini dinamakan sementara sebagai *2019 novel Coronavirus* atau 2019-nCov. Kemudian WHO mengumumkan nama baru pada 11 Februari 2020 yaitu *Coronavirus Disease* atau COVID-19 yang

disebabkan oleh virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* atau SARS-CoV-2. Virus ini dapat ditularkan dari manusia ke manusia sehingga penularannya sangat cepat. Pada 12 Maret 2020, WHO mengumumkan COVID-19 sebagai pandemi (Susilo, dkk., 2020).

Virus Corona merupakan keluarga dari *Coronaviridae*. Istilah *Coronavirus* berdasarkan penampakan *virion* pada membran virus berbentuk taji-taji menyerupai mahkota atau dalam bahasa Latinnya adalah Corona. Virus Corona berbentuk bulat dengan diameter sekitar 50 hingga 200 nm seperti yang digambarkan dalam penelitian menggunakan *cryo-electron microscopy*. Virus Corona termasuk superdomain biota, *kingdom* virus. Virus Corona adalah kelompok virus terbesar dalam ordo Nidovirales (Parwanto, 2020). Terdapat empat genus virus Corona yaitu *Alphacoronavirus* (α CoV), *Betacoronavirus* (β CoV), *Deltacoronavirus* (δ CoV), dan *Gammacoronavirus* (γ CoV) (Isbaniyah dan Susanto, 2020).

Virus Corona merupakan zoonosis, sehingga terdapat kemungkinan virus berasal dari hewan dan ditularkan ke manusia. Banyak hewan liar yang berpotensi menularkan penyakit menular pada manusia. Kelelawar, musang, luak, tikus bambu, unta liar, dan lainnya dapat dikenal sebagai inang dari virus Corona (Zhou, 2020). Pada SARS-CoV-2 belum diketahui dengan pasti proses penularan dari hewan ke manusia, tetapi data filogenetik memungkinkan SARS-CoV-2 juga zoonosis. Penularannya terjadi melalui *droplet* dan kontak dengan virus kemudian virus dapat masuk ke dalam mukosa yang terbuka (Handayani, 2020).

Saat ini ada tiga jenis virus Corona yang telah diisolasi dari manusia, yaitu *Human Coronavirus 229E*, *OC43*, dan *SARS Coronavirus* (SARS-CoV). Ada 6 jenis virus Corona yang sebelumnya diketahui menginfeksi manusia. Keenam itu antara lain: 229E dan NL63 (dari *alphaCoronavirus*), *OC43* (dari *betaCoronavirus*), *HKU1*, *Middle East*

Respiratory Syndrome Coronavirus (MERS-CoV), dan *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-CoV). Saat ini, virus Corona baru yang menjadi penyebab pandemi ini adalah SARS-CoV-2 (Zhou, 2020).

SARS atau *Severe Acute Respiratory Syndrome* atau Sindrom Pernapasan Akut Parah adalah penyakit yang disebabkan oleh virus SARS-CoV. Gejala utama SARS termasuk demam, batuk, sakit kepala, nyeri otot, dan gejala infeksi pernapasan lainnya. Untuk COVID-19 dibutuhkan 2 hingga 14 hari baru menunjukkan gejala. Hal ini memungkinkan penyakit ini tidak terdeteksi (Amin, dkk. 2020).

B. BAGAIMANA TRANSMISI VIRUS SARS-CoV-2 ANTAR MANUSIA?

Terdapat banyak kemungkinan cara penyebaran (moda transmisi) virus SARS-CoV-2 antar manusia. Menurut WHO (2020) transmisi SARS-CoV-2 dapat terjadi melalui kontak langsung, kontak tidak langsung, atau kontak erat dengan orang yang terinfeksi. Moda transmisi itu dapat melalui sekresi seperti air liur, dan sekresi saluran pernapasan atau *droplet* saluran napas yang keluar saat orang yang terinfeksi batuk, bersin, berbicara, atau menyanyi. Transmisi *droplet* saluran napas dapat terjadi ketika seseorang melakukan kontak erat (berada dalam jarak 1 meter) dengan orang terinfeksi yang mengalami gejala-gejala pernapasan (seperti batuk atau bersin) atau yang sedang berbicara atau menyanyi; dalam keadaan-keadaan ini, *droplet* saluran napas yang mengandung virus dapat mencapai mulut, hidung, mata orang yang rentan dan dapat menimbulkan infeksi. Transmisi kontak tidak langsung terjadi saat kontak antara inang yang rentan dengan benda atau permukaan yang terkontaminasi. Menurut WHO (a) (2020),

penularan SARS-CoV-2 melalui udara, feses, urin, transfusi darah, dan juga air susu ibu masih membutuhkan penelitian lebih lanjut.

C. BAGAIMANA PENCEGAHAN TRANSMISI VIRUS SARS-CoV-2?

Kita semua, warga negara Indonesia sedang berjuang bersama mencegah transmisi virus COVID-19. Setelah mengetahui bagaimana moda transmisi COVID-19, saatnya mengetahui bagaimana cara mencegah transmisi COVID-19 untuk melindungi keluarga, kerabat, dan orang di sekitar kita. Berikut adalah beberapa cara pencegahan transmisi virus COVID-19 menurut WHO (a) (2020):

1. Mengidentifikasi kasus *suspect* sesegera mungkin, melakukan tes, dan mengisolasi semua kasus (orang yang terinfeksi) di fasilitas yang sesuai;
2. Mengidentifikasi dan mengarantina semua kontak erat orang yang terinfeksi dan melakukan tes terhadap orang-orang yang menunjukkan gejala sehingga dapat diisolasi jika terinfeksi dan membutuhkan perawatan;
3. Menggunakan masker kain dalam situasi-situasi tertentu, misalnya di ruang publik di mana transmisi komunitas terjadi dan langkah-langkah pencegahan lain seperti penjagaan jarak fisik;
4. Menjalankan kewaspadaan kontak dan *droplet* untuk tenaga kesehatan yang merawat pasien *suspect* dan terkonfirmasi COVID-19, dan menjalankan kewaspadaan *airborne* jika prosedur yang menghasilkan aerosol dijalankan.
5. Terus menerus menggunakan masker bagi tenaga kesehatan dan pengasuh yang bekerja di area klinis, selama semua kegiatan rutin sepanjang giliran kerjanya.

6. Selalu membersihkan tangan, menjaga jarak fisik jika memungkinkan, dan menjalankan etiket batuk dan bersin, menghindari tempat-tempat yang ramai, tempat-tempat kontak erat, dan tertutup, dan tempat-tempat dalam ruangan dengan ventilasi yang buruk; mengenakan masker kain saat berada di ruang tertutup yang terlalu padat untuk melindungi orang lain; dan memastikan ventilasi lingkungan yang baik di semua tempat tertutup; serta pembersihan dan disinfeksi lingkungan yang tepat.

D. APA SAJA GEJALA YANG DIRASAKAN OLEH ORANG YANG TERINFEKSI VIRUS SARS-CoV-2?

Infeksi COVID-19 dapat menimbulkan gejala ringan, sedang, atau berat. Gejala klinis utama yang muncul yaitu demam (suhu $>38^{\circ}\text{C}$), batuk, dan kesulitan bernapas. Selain itu dapat disertai dengan sesak memberat, *fatigue*, mialgia, gejala gastrointestinal seperti diare dan gejala saluran napas lain (Burhan, dkk., 2020). Ada tiga golongan yang menunjukkan derajat keparahan COVID-19 yang dialami seseorang berdasarkan gejala yang ditunjukkan. Ketiga derajat itu menurut Putra dan Fitriani (2020) antara lain:

1. Derajat ringan: Pasien pada derajat ini merasakan gejala ringan yang mirip dengan gangguan pernapasan lainnya seperti demam dan batuk kering.
2. Derajat sedang-berat: Pasien pada derajat ini merasakan sesak napas dikarenakan cairan akan tertumpuk di alveolus paru.
3. Derajat kritis: Pasien dalam derajat ini mengalami sepsis, gagal napas, organ gagal fungsi (karena pasokan oksigen berkurang) dan dapat berujung ke kematian.

Ada sebuah fakta yang mengejutkan mengenai COVID-19 ini. Dikabarkan bahwa virus penyebab COVID-19 (SARS-CoV-2) telah bermutasi dan gejala yang ditunjukkan sedikit berbeda dari gejala yang sebelumnya. Mutasi virus merupakan siklus yang biasa terjadi dalam evolusi virus. Namun, mutasi ini dapat mengubah tingkat keparahan penyakit yang disebabkan. Virus yang telah bermutasi biasanya lebih kuat dibandingkan sebelumnya (Ika, 2020).

Secara umum, SARS-CoV-2 dibedakan menjadi 8 golongan (*clade*) berdasarkan jenis mutasinya, yakni: L, S, V, G, GH, GR, GV, dan O. Berdasarkan data yang dikumpulkan Indonesia ke GISAID, ada lima kelompok genom yang ditemukan, yakni GH, GR, O, L dan G. Dari lima kelompok genom tersebut, varian GH mendominasi hingga 64 persen. Dilanjutkan varian genom GR (18 persen), O (9 persen), serta L dan G masing-masing sebesar 4,5 persen (Budianto, 2020). Golongan G, GH, GR, GV mengandung mutasi D614G. Virus dengan mutasi D614G pertama kali dideteksi di Indonesia pada awal April 2020 di Surabaya. Virus ini juga terdeteksi di Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jakarta, Banten, Sumatera Utara, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, dan Bali. Pada akhir November 2020, ada 110 genom virus SARS-CoV-2 dari Indonesia di *database* GISAID. Virus SARS-CoV-2 dengan mutasi D614G sudah mendominasi. Ada 65 (59%) dari 110 virus dari Indonesia tersebut mengandung mutasi D614G (Gunadi, 2020).

Sebuah riset *in vitro* (skala laboratorium) di Amerika Serikat dan Inggris menunjukkan virus dengan mutasi D614G mempunyai daya infeksi 10 kali lebih tinggi dibandingkan virus tanpa mutasi. Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa virus SARS-CoV-2 lebih menular dan lebih cepat berkembang biak pada sel saluran napas manusia. Pasien COVID-19

dengan virus yang disertai mutasi D614G mempunyai jumlah virus (*viral load*) lebih banyak dibandingkan dengan pasien COVID-19 dengan virus tanpa mutasi tersebut. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pasien dengan jumlah virus lebih banyak mempunyai gejala klinis lebih buruk dan meningkatkan risiko kematian. Namun riset lain menunjukkan bahwa mutasi D614G tidak berhubungan dengan tingkat keparahan pasien COVID-19. Jadi pasien COVID-19 dengan mutasi D614G bisa ada yang tanpa gejala, mengalami gejala ringan atau kritis (Gunadi, 2020).

E. BAGAIMANA DIAGNOSIS DAN PENGOBATAN PENDERITA COVID-19?

Untuk menyatakan seseorang positif terinfeksi virus SARS-CoV-2 harus dibuktikan dengan pemeriksaan laboratorium RT-PCR. Pemeriksaan RT-PCR (*Reverse-Transcriptase Polymerase Chain Reaction*) merupakan pemeriksaan untuk mendeteksi materi genetik virus SARS-CoV-2 pada spesimen yang berasal dari apusan (*swab*) tenggorok, dahak (*spatum*), atau aspirat saluran napas bawah. Pemeriksaan lain yang sering digunakan adalah *rapid test*. *Rapid test* merupakan pemeriksaan serologi untuk mendeteksi antibodi IgG dan IgM yang dapat dideteksi mulai hari ke-7 setelah terjadinya infeksi.

Rapid test tidak digunakan untuk diagnosis pasien COVID-19, namun dapat digunakan untuk proses skrining pada populasi spesifik atau situasi khusus, seperti pada pelaku perjalanan, serta untuk penguatan pelacakan kontak. Pemeriksaan ini menggunakan darah sebagai spesimennya. *Rapid test* yang menunjukkan hasil reaktif harus dikonfirmasi dengan pemeriksaan RT-PCR, sebelum menyatakan seseorang positif COVID-19.



Gambar 1.1. Gambar pelaksanaan *rapid test*

Sumber: <https://republika.co.id/berita/q8kg14335/hasil-rapid-test-Corona-di-solo-tiga-orang-positif>



Gambar 1.2. Gambar pelaksanaan orang yang sedang di-swab test

Sumber: <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/06/10/18283991/camat-akan-gelar-tes-swab-di-pasar-kebayoran-lama-untuk-100-orang>

Terdapat tiga definisi kasus terkait COVID-19. Definisi kasus itu ialah: kasus *suspect*, kasus *probable*, dan kasus terkonfirmasi. Ketiga definisi kasus tersebut merupakan istilah baru yang menggantikan istilah lama. Istilah lama yang digunakan sebelumnya, yaitu (ODP, PDP, dan OTG). Penggantian istilah ini dilakukan karena istilah yang digunakan tidak baku secara internasional dan dapat menimbulkan interpretasi lain. Berikut tabel yang memberikan gambaran mengenai tiga definisi kasus COVID 19.

Tabel 2.1. Definisi Kasus

<i>SUSPECT</i>	<i>PROBABLE</i>	TERKONFIRMASI
<ol style="list-style-type: none"> 1. Individu dengan ISPA (Infeksi Saluran Pernapasan Akut) dan riwayat perjalanan ke daerah transmisi lokal; 2. Individu dengan gejala ISPA dan riwayat kontak dengan kasus konfirmasi, dan; 3. Individu dengan ISPA Berat/Pneumonia berat tanpa diketahui penyebabnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kasus <i>suspect</i> dengan ISPA berat/ARDS (<i>Acute Respiratory Distress Syndrome</i>)/Meninggal dengan gambaran klinis sesuai COVID 19, dan; 2. Tidak ada hasil pemeriksaan PCR dengan alasan apapun. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasien dengan gejala (simptomatik) atau tanpa gejala (asimptomatik) dan hasil PCR positif.

Sumber: Kemenkes RI (2020).

Perawatan pada penderita COVID-19 tergantung pada tingkat keparahannya. Pada penderita dengan gejala ringan, isolasi dapat dilakukan di rumah sedangkan untuk pasien dengan gejala berat atau risiko pemburukan, maka perawatan di fasilitas kesehatan diperlukan. Untuk saat ini, belum terdapat terapi spesifik anti-COVID-19. Akan tetapi beberapa agen telah ditemukan memiliki efikasi dan sedang dalam tahap uji coba

(Albertus, 2020). Salah satu agen terapi yang kini tengah menjadi perhatian bersama di Indonesia adalah vaksin COVID-19.

Vaksin menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2013 adalah antigen berupa mikroorganisme yang sudah mati, masih hidup tapi dilemahkan, masih utuh atau bagiannya, yang telah diolah, berupa toksin mikroorganisme yang telah diolah menjadi toksoid, protein rekombinan yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit infeksi tertentu. Terdapat 10 kandidat vaksin di dunia saat ini. Indonesia telah menjalin kesepakatan dengan dua kandidat vaksin, yaitu Sinovac dan Sinopharm, yang merupakan produksi dari Tiongkok. Kandidat vaksin Sinovac sedang menjalani uji klinis tahap ketiga di Bandung, Jawa Barat. Sementara itu, vaksin dari Sinopharm juga sedang menjalani uji coba klinis tahap ketiga di Uni Emirat Arab yang bekerja sama dengan G42 (Dzulfaroh, 2020).

Uji klinis tahap ketiga vaksin Sinovac di Indonesia dilakukan pada tanggal 11 Agustus 2020 yang melibatkan 1.620 orang. Dengan penentuan acak, 540 orang relawan akan mendapat suntikan vaksin dan yang lainnya disuntik cairan plasebo. Bagi relawan yang disuntikkan plasebo, vaksin akan disuntikkan ketika vaksin telah didaftarkan (Susanti, 2020). Setiap relawan mendapat asuransi, uang pengganti transportasi Rp200.000 untuk setiap datang ke lokasi pengujian, dan dipantau kesehatannya selama enam bulan proses uji klinis. Uji klinis ini ditargetkan berjalan selama 6 bulan. Dilansir dari CNN Indonesia, kriteria calon relawan yang dapat mengikuti uji klinis tahap ketiga ini, sebagai berikut:

1. Orang dewasa berusia 18-59 tahun yang dinyatakan sehat, serta senantiasa mematuhi protokol kesehatan dan melakukan pembatasan fisik maupun sosial selama pandemi COVID-19 berlangsung;

2. Tidak memiliki riwayat terinfeksi COVID-19. Calon peserta akan dilakukan *rapid test* dan *swab test* gratis untuk memeriksa apakah sedang atau pernah terinfeksi COVID-19.
3. Kesehatan calon peserta dibuktikan dengan tidak mengalami penyakit ringan, sedang, atau berat, tidak memiliki riwayat penyakit asma dan alergi terhadap vaksin;
4. Tidak memiliki kelainan atau penyakit kronis seperti gangguan jantung, tekanan darah tinggi yang tak terkontrol, diabetes, penyakit ginjal, hati, dan tumor, serta epilepsi atau penyakit gangguan saraf lainnya;
5. Tidak memiliki kelainan darah atau riwayat pembekuan darah, tidak memiliki penyakit infeksi lain dan demam, serta tidak punya penyakit gangguan sistem imun;
6. Suhu tubuh saat disuntik vaksin tidak boleh melebihi 37,5°C;
7. Bagi relawan perempuan, harus dipastikan tidak hamil atau berencana hamil selama periode uji klinis, juga tidak menyusui;
8. Dipastikan tidak sedang atau dalam proses mengikuti tahap uji klinis lain;
9. Berdomisili di Kota Bandung dan tidak berencana pindah dari lokasi penelitian sebelum penelitian selesai dilakukan;
10. Dalam 14 hari sebelum dimulainya penelitian, relawan tidak memiliki riwayat kontak dengan pasien yang menunjukkan demam atau gejala sakit saluran pernapasan yang berdomisili di daerah atau komunitas yang terdampak COVID-19;
11. Memiliki dua atau lebih kasus demam dan/atau gejala saluran pernapasan di daerah dengan lingkup kecil, seperti rumah, kantor, dan sekolah.

Uji klinis yang dilakukan ada 4 tahapan. Menurut juru bicara tim Uji Klinis Vaksin COVID-19 Fakultas Kedokteran Universitas Padjajaran (Unpad), Rodman Tarigan menyebutkan ada empat tahapan uji klinis, yakni V0, V1, V2, V3. V0 untuk skrining, V1 untuk penyuntikan pertama, V2, untuk penyuntikan kedua, dan V3 untuk pengambilan darah setelah penyuntikan kedua. Sebanyak 1.713 orang relawan sudah diskriming, namun kuota relawan yang ikut uji klinis hanya 1.620 orang. Jumlah relawan yang telah disuntik pertama (V1) ada 1.565 orang. Kemudian untuk suntikan kedua (V2) sudah dilakukan pada 1.072 orang relawan. Sekitar 450 orang sudah mencapai tahap V3 atau pengambilan darah setelah penyuntikan kedua. Jeda antara penyuntikan vaksin pertama ke penyuntikan kedua adalah 14 hari. Begitu pula antara penyuntikan kedua dengan pengambilan darah. Setelah mendapatkan suntikan vaksin COVID-19 V1 dan V2, relawan wajib mengisi kartu harian untuk mengetahui kondisi relawan. Adapun efek samping yang dirasakan oleh para relawan adalah demam yang berkisar antara 37,6-38 derajat Celcius selama sehari (Putri, 2020).

Uji klinis tahap ketiga ditargetkan selesai pada Januari 2021. Ketika uji klinis tahap 3 telah selesai, maka pihak BPOM akan memberikan analisis terakhir terhadap izin edar kandidat vaksin. Setelah mendapatkan izin edar, vaksin bisa diberikan secara luas dengan diawasi dan diobservasi oleh BPOM atau disebut juga sebagai uji klinis fase IV (Teristi, 2020).

Terkait peredaran vaksin di masyarakat, Presiden Joko Widodo menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2020 tentang Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinisasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi COVID-19 pada tanggal 5 Oktober 2020. Proses pengadaan vaksin dilakukan oleh BUMN PT Bio Farma yang dapat bekerja sama

dengan badan usaha atau lembaga dalam negeri maupun internasional oleh Kementerian Luar Negeri setelah berkoordinasi dengan Kementerian Kesehatan (Mukaromah, 2020). Adapun warga yang diprioritaskan untuk mendapatkan vaksin, ialah:

1. Garda terdepan, seperti petugas medis, paramedis *contact training*, TNI/Polri, dan aparat hukum sebanyak 3.497.737 orang;
2. Tokoh agama/masyarakat, perangkat daerah (kecamatan, desa, RT/RW), dan sebagian pelaku ekonomi sebanyak 5.624.0106 orang
3. Guru/tenaga pendidik dari PAUD/TK, SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi sebanyak 4.361.197 orang;
4. Aparatur pemerintah (pusat, daerah, dan legislatif) sebanyak 2.305.689 orang;
5. Peserta BPJS PBI (Penerima Bantuan Iuran) sejumlah 86.622.867 orang;
6. Masyarakat dan pelaku perekonomian lainnya hingga 57.548.500 orang.

Terkait vaksin dan vaksinasi, ada sedikit kebingungan di tengah masyarakat, yakni perbedaan antara istilah vaksinasi dan imunisasi. Istilah vaksinasi merujuk pada proses pemberian vaksin, dapat berupa suntikan ataupun secara oral agar kekebalan tubuh bekerja secara optimal. Vaksinasi membutuhkan vaksin atau produk yang merangsang sistem kekebalan untuk menghasilkan kekebalan dan melindungi kita dari penyakit. Vaksin bekerja dengan menstimulasi sistem kekebalan tubuh sehingga mengenali penyakit dan melindungi kita dari infeksi yang mungkin terjadi di masa mendatang. Imunisasi adalah proses yang terjadi pada tubuh setelah mendapatkan vaksin. Pemberian vaksin sendiri bukan hanya melindungi diri sendiri tetapi juga melindungi orang lain dari

penyakit menular. Jika ada banyak orang dalam suatu komunitas mendapatkan vaksin maka akan terbentuk kekebalan kelompok atau *herd immunity* (Anggraini, 2020).

KEBIJAKAN PEMERINTAH (PSBB DAN ADAPTASI KEBIASAAN BARU)

C OVID-19 merebak di Tiongkok pada bulan Desember 2019. Sejak saat itu, media di Indonesia ramai membicarakan penyakit baru ini. Beberapa ahli sudah diwawancarai guna memberikan penjelasan mengenai epidemi di Tiongkok yang kini berubah statusnya menjadi pandemi di dunia. Sejak pengumuman kasus pertama di Indonesia pada Maret 2020, berbagai rangkaian aktivitas pencegah transmisi virus SARS-CoV-2 digaungkan oleh media massa, baik itu di tv, radio, koran, selebaran, papan baliho, maupun di media sosial.

Kasus pertama COVID-19 cukup menghebohkan masyarakat Indonesia. Kepanikan terjadi di mana-mana. *Panic buying* akibat isu *lockdown*, hoaks seputar COVID-19, dan psikosomatis merupakan tiga isu terbesar yang merebak di tengah masyarakat pada awal pandemi. Setelah pengumuman kasus pertama penderita COVID-19 di Indonesia, pemerintah mengeluarkan kebijakan PSBB guna mencegah transmisi virus SARS-CoV-2 yang lebih luas lagi. PSBB merupakan pembatasan kegiatan tertentu masyarakat, dalam artian, masih ada kegiatan lain yang dapat dilakukan. PSBB berbeda dengan *lockdown* total, di mana *lockdown* total

sangat membatasi kegiatan masyarakat. PSBB lebih dekat pengertiannya kepada *lockdown* parsial, di mana *lockdown* parsial memperbolehkan beberapa kegiatan masyarakat guna memenuhi kebutuhannya (seperti berbelanja di pasar dan bekerja).

Seiring berjalannya waktu, PSBB kemudian dilonggarkan. Pelonggaran PSBB ini dilakukan sebab menuai banyak kontra di masyarakat. Kehilangan pekerjaan, isu kesehatan mental, dan menurunnya tingkat penularan di suatu daerah menjadi penyebab pelonggaran PSBB ini. Pelonggaran PSBB ini ramai disebut sebagai Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Adaptasi Kebiasaan Baru adalah semua tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh masyarakat dan semua institusi yang ada di wilayah tersebut untuk melakukan pola harian atau pola kerja atau pola hidup baru yang berbeda dengan sebelumnya, bila hal ini tidak dilakukan maka akan terjadi risiko penularan. Berikut gambaran mengenai penerapan PSBB dan AKB saat pandemi COVID-19 terjadi di Indonesia.

A. PSBB (PEMBATASAN SOSIAL BERSKALA BESAR)

Presiden Joko Widodo mengadakan konferensi pers pada tanggal 31 Maret 2020 dengan tujuan untuk mengumumkan kepada publik mengenai kebijakan yang dipilihnya guna menyikapi pandemi COVID-19 yang kini dihadapi oleh masyarakat Indonesia. Pada konferensi pers tersebut, Presiden Joko Widodo menyampaikan bahwa kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) merupakan kebijakan yang dipilih dalam merespons adanya kedaruratan kesehatan.

Undang-undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan menjadi dasar hukum dari adanya kebijakan antisipatif tersebut (Ristyawati, 2020). Undang-undang tentang Keekarantinaan Kesehatan ini

antara lain mengatur tentang tanggung jawab Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, hak dan kewajiban, Kedaruratan Kesehatan Masyarakat, penyelenggaraan Keekarantinaan Kesehatan di pintu masuk, penyelenggaraan Keekarantinaan Kesehatan di wilayah, dokumen Karantina Kesehatan, pembinaan dan pengawasan, penyidikan, dan ketentuan pidana (Hasrul, 2020: 387).

Sebagai turunan dari Undang-undang keekarantinaan Kesehatan, kebijakan PSBB diterbitkan oleh pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka percepatan penanganan COVID-19 (Hasrul, 2020). Definisi dari Pembatasan Sosial Berskala Besar adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi COVID-19 sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran COVID-19 (Ristyawati, 2020).

PSBB diterapkan pertama kali di Provinsi Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta pada tanggal 10 April 2020. Jakarta sebagai episentrum wabah COVID-19 di Indonesia dan beberapa kabupaten dan kota di Indonesia sudah melakukan kebijakan darurat wabah COVID-19 secara lokal dengan pemberlakuan libur sekolah baik negeri maupun swasta, menutup tempat-tempat wisata/hiburan dan perbelanjaan secara keseluruhan, menerapkan kebijakan bekerja dari rumah untuk kantor-kantor yang bukan termasuk sektor penting, serta pembatasan lainnya yang diperlukan dalam memutus penularan wabah COVID-19 ini (Muhyiddin, 2020).

Pemberlakuan PSBB secara tidak langsung mewajibkan beberapa pihak untuk bekerja dari rumah atau WFH (*work from home/remote/teleworking*). Pemberlakuan ini berdampak pada berbagai sektor,

utamanya pada sektor ekonomi, pendidikan, dan sosial. Berikut ini merupakan uraian dampak pemberlakuan PSBB:

1. Dalam Bidang Ekonomi

Selama PSBB ini, sektor transportasi, usaha, pariwisata dan investasi merasakan dampak yang cukup besar. Awalnya, PSBB sangat membatasi ruang gerak warga, baik di dalam daerah ataupun warga yang ingin keluar daerah. Peraturan ini cukup merugikan pihak pemilik transportasi. Mulai dari pesawat, bus, dan kereta terkena imbasnya. Ojek *online*, taksi, angkutan kota, dan becak pun ikut terdampak akibat minimnya penumpang. Pembatasan ini menuai protes dari pihak pemilik transportasi dan juga penumpang yang memiliki urusan yang harus diselesaikan di luar rumah. Solusinya, gugus tugas COVID-19 mengeluarkan surat edaran tentang kriteria pembatasan perjalanan orang dalam rangka percepatan penanganan COVID-19. Dalam surat edaran tersebut, orang yang dapat melakukan perjalanan ke luar daerah, yaitu:

- a. Orang yang bekerja pada lembaga pemerintah atau swasta yang menyelenggarakan pelayanan percepatan penanganan COVID-19, pelayanan pertahanan, keamanan, dan ketertiban umum, pelayanan kesehatan, pelayanan kebutuhan dasar, pelayanan pendukung layanan dasar, pelayanan fungsi ekonomi penting;
- b. Pasien yang membutuhkan pelayanan kesehatan darurat atau orang yang anggota keluarga intinya sakit keras atau meninggal dunia;
- c. Repartisi Pekerjaan Migran Indonesia (PMI), WNI, dan pelajar/mahasiswa yang berada di luar negeri, serta pemulangan orang dengan alasan khusus oleh Pemerintah sampai ke daerah asal, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bagi orang-orang yang termasuk dalam kriteria tersebut, ada beberapa syarat utama yang harus dipenuhi. Syarat itu antara lain: (a) memiliki surat tugas yang ditandatangani oleh pejabat/direksi atau surat keterangan dari universitas/sekolah/perwakilan RI di luar negeri atau surat rujukan yang dikeluarkan oleh rumah sakit atau surat keterangan kematian dari tempat almarhum/almarhumah, (b) menunjukkan hasil negatif COVID-19 berdasarkan tes Rapid maksimal 3 hari terakhir atau tes PCR 7 hari terakhir, atau surat keterangan sehat dari dinas kesehatan/RS/puskesmas/klinik kesehatan, (c) menunjukkan KTP/identitas diri yang sah, dan (d) melaporkan rencana perjalanan.

Pemilik transportasi umum dalam daerah pun dapat bernapas lega. Warga diperbolehkan keluar rumah apabila ada hal mendesak yang harus ditunaikan seperti masalah pekerjaan, kebutuhan pribadi, dan kesehatan namun tetap harus memperhatikan protokol kesehatan. Di lain sisi, jasa ekspedisi tetap membuka pelayanannya guna memenuhi kebutuhan masyarakat selama berada di rumah. Bisa dikatakan, kebutuhan akan jasa ekspedisi tetap stabil walaupun mengalami keterlambatan dari estimasi waktu yang diberikan.

PSBB juga berdampak pada usaha besar maupun usaha mikro, kecil, dan menengah. Beberapa usaha yang terdampak parah akibat pemberlakuan PSBB adalah: *money changer*, hotel, maskapai penerbangan, pusat kebugaran, film dan produksi TV, *wedding organizer*, *event organizer*, tukang cukur dan salon, agen *travel*, properti, mal, bisnis kapal pesiar, restoran, bisnis makanan cepat saji, katering, industri pabrik, dan beberapa usaha kecil seperti toko kelontong dan warung makan.

Untuk hotel, pemerintah bekerja sama dengan pengelola beberapa hotel untuk mengubah sementara hotel tersebut menjadi tempat karantina

pasien COVID-19 dan juga sebagai tempat istirahat untuk tenaga kesehatan dan yang membantu. Akibat perubahan ini, usaha catering turut merasakan dampaknya. Usaha catering mulai dijalankan kembali guna memenuhi kebutuhan sandang pasien, tenaga kesehatan, dan tenaga yang ikut membantu perawatan pasien COVID-19. Restoran dan bisnis makanan cepat saji selama PSBB menyediakan jasa pengantaran untuk pelanggan selama #dirumahaja dan juga jasa *drive-thru* atau lantatur.

UMKM mendapatkan bantuan dana dari pemerintah. Bantuan yang diberikan tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) untuk Mendukung Kebijakan Keuangan Negara. Sementara itu, ketentuan Penjaminan Pemerintah dituangkan dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 71/PMK.08/2020 tentang Tata Cara Penjaminan Pemerintah melalui Badan Usaha Penjaminan yang Ditunjuk dalam Rangka Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional.

Peraturan pemerintah ini menunjuk PT Jamkrindo dan PT Askrindo untuk melaksanakan penjaminan program PEN dengan tetap mempertimbangkan kemampuan keuangan negara dan kesinambungan fiskal. Program PEN bertujuan untuk melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan kemampuan ekonomi para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Dengan skema peminjaman ini, pemerintah mendorong penyaluran kredit dari perbankan kepada para pelaku UMKM. Kriteria pelaku yang mendapatkan bantuan ini meliputi pelaku usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah yang berbentuk perseorangan, koperasi, ataupun badan usaha. Tenor pinjaman yang diberikan bagi UMKM maksimal tiga tahun. Selain itu, UMKM tidak termasuk ke dalam daftar hitam nasional, serta memiliki *performing loan* lancar atau kolektibilitas 1 maupun kolektibilitas 2 dihitung per tanggal 29 Februari 2020.

Pemberlakuan PSBB ini mendorong pemilik usaha untuk berinovasi guna mempertahankan usaha yang dirintisnya. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah memanfaatkan internet. Salah satu produk internet yang banyak digunakan selama pandemi ini ialah aplikasi pertemuan virtual. Aplikasi tersebut ramai digunakan oleh sekolah/ perguruan tinggi dan juga instansi pemerintahan/swasta. Lambat laun, aplikasi ini juga dimanfaatkan salah satunya oleh pemandu wisata yang dirumahkan (Fajar, 2020).

Berkat aplikasi pertemuan virtual ini, beberapa pemandu wisata yang dirumahkan menyediakan jasa tur virtual. Konsepnya, tur virtual ini menggunakan sebuah aplikasi pertemuan virtual, dengan menggunakan fitur berbagi layar yang menampilkan lokasi wisata favorit di suatu daerah yang dibimbing oleh seorang atau lebih pembimbing tur. Tur virtual ini biasanya dikenakan biaya sekitar 25-200 ribu rupiah sekali tur. Namun ada juga tur virtual gratis yang diadakan oleh lembaga tertentu namun biasanya terbatas karena banyaknya peserta yang berminat mengikutinya.



Gambar 2.1. Contoh iklan tur virtual

Sumber: <https://rumahvirtual360.com/>

Selain aplikasi pertemuan virtual, aplikasi yang juga banyak digunakan saat pandemi ini adalah aplikasi perbelanjaan *online* dan juga media sosial. Pelaku UMKM di sekitar area wisata seperti pedagang cendera mata, pedagang jajanan khas daerah, juga ikut berinovasi. Produk tersebut mereka iklankan di aplikasi perbelanjaan *online* dan juga media sosial. *Feedback* yang didapatkan beragam. Namun sebagian besar di antara mereka mendapatkan keuntungan yang bisa dikatakan cukup untuk menambal kerugian yang didapatkan sebelumnya.

Dalam bidang investasi, transaksi perdagangan di pasar saham fluktuatif. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) terus terombang-ambing selama pandemi COVID-19. Naik turun pasar saham bukan hanya terjadi di Indonesia, namun di seluruh negara (Tambunan, 2020). Rizvi (2020) dan Phil (2020) dalam Tambunan (2020) melakukan penelitian yang menunjukkan saham-saham yang direkomendasikan untuk diinvestasikan selama masa pandemi COVID-19 di Bursa Saham Indonesia. Adapun saham-saham yang direkomendasikan tersebut, sebagai berikut:

- a. Investor sebaiknya membeli saham-saham pada sektor industri barang konsumen. Industri barang konsumen meningkat karena masyarakat membutuhkan pasokan makanan dan minuman dalam kondisi apapun. Industri konsumen dipastikan akan selalu dicari konsumen karena erat dipastikan akan selalu dicari karena erat dengan pemenuhan kebutuhan hidup selama aktivitas masyarakat dibatasi.
- b. Saham-saham pada sektor telekomunikasi juga dapat menjadi pilihan karena beberapa kegiatan dilakukan di rumah terkait dengan adanya pandemi COVID-19. WFH atau Work From Home ataupun

SFH (*School From Home/e-Learning*) mengakibatkan lonjakan (*traffic*) data internet meningkat sehingga penggunaan kuota data menjadi meningkat. Kecepatan dan kestabilan jaringan internet menjadi tumpuan untuk mendukung kelancaran kegiatan-kegiatan tersebut.

- c. Saham-saham pada sektor kesehatan pun cukup menarik. Adanya peningkatan jumlah obat dan permintaan *medical check up*, *rapid test*, *swab test*, terjadi di tengah masyarakat. Belum adanya vaksin dan ketidakpastian kapan pandemi akan berakhir membuat prioritas masyarakat saat pandemi adalah bagaimana menjaga kesehatan diri sendiri maupun keluarga.

2. Dalam Bidang Pendidikan

Pemberlakuan PSBB membuat segala aktivitas dirumahkan termasuk kegiatan belajar mengajar. Melihat kondisi ini, pada tanggal 24 Maret 2020, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan mengeluarkan surat edaran tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran *CORONAVIRUS DISEASE* (COVID-19) yang ditujukan kepada kepala daerah. Dua poin penting yang disorot oleh masyarakat dalam surat edaran itu adalah pembatalan Ujian Nasional tahun 2020 dan proses belajar dari rumah (*School From Home*).

Poin pertama yang disoroti dalam SE itu adalah Pembatalan Ujian Nasional Tahun 2020. Terkait dengan pembatalan UN tersebut, ujian sekolah menjadi syarat kelulusan bagi siswa SD/SMP/SMA dan sederajat. Ujian sekolah dapat dilakukan dalam bentuk portofolio nilai rapor dan prestasi yang diperoleh sebelumnya, penugasan, tes daring, dan/atau bentuk asesmen jarak jauh lainnya. Respons dari pemberlakuan kebijakan

ini beragam, ada yang mendukung penghapusan UN ini, ada pula yang kecewa terhadapnya. Salah satu alasan sebagian orang mendukung kebijakan ini adalah anak-anak tidak akan terbebani memikirkan empat mata pelajaran yang diujikan. Selain itu, pembatalan UN ini menjadi penerapan kebijakan *social distancing* guna memotong rantai penularan COVID-19. Di lain sisi, ada juga sebagian masyarakat, terutama siswa dan orang tua siswa yang merasa kecewa dengan pembatalan UN ini. Menurut mereka, persiapan yang mereka lakukan tidak memberikan hasil yang mereka harapkan, yaitu nilai UN sebagai tolak ukur kecerdasan siswa dan kemampuan orang tua untuk memberikan fasilitas belajar terbaik kepada anaknya.

Poin kedua yang turut disoroti adalah pemberlakuan belajar dari rumah (*School From Home*) atau belajar daring atau Pembelajaran Jarak Jauh atau *online learning* atau *e-learning*. Kemdikbud mengeluarkan empat kebijakan pembelajaran selama Pandemi COVID-19, yaitu: (1) mendorong pembelajaran secara daring, baik interaktif maupun noninteraktif, (2) memberikan pendidikan kecakapan hidup yang kontekstual dan sesuai dengan kondisi anak, utamanya mengenai pengertian dan karakteristik, serta cara pencegahan agar tidak terjangkit COVID-19, (3) pembelajaran di rumah disesuaikan dengan minat dan kondisi anak, dan (4) penilaian terhadap tugas anak tidak harus dilakukan secara berkesinambungan dan berjalan seperti biasanya, namun lebih bersifat kualitatif dan dapat memberikan motivasi pada anak (Sapitri, 2020).

Sebelum melangkah pada pembahasan dampak PJJ bagi *civitas academica* dan orang tua, ada baiknya kita memahami apa itu PJJ atau *e-learning*. PJJ atau *e-learning* sendiri terkait dengan relevansinya pada saat

pandemi COVID-19 ini sendiri adalah pembelajaran yang dilakukan secara *online*. Materi, pengumpulan tugas, dan sesi tanya jawab dilakukan baik menggunakan media sosial, aplikasi konferensi *online*, dan juga website sekolah. Menurut Wahono (2008: 11), *e-learning* merupakan suatu jenis belajar mengajar yang memungkinkan tersampainya bahan ajar ke siswa dengan menggunakan media internet, internet, atau media jaringan komputer lain. Menurut Maudiarti (2018), *E-learning* adalah pendekatan inovatif untuk mendistribusikan desain yang baik, pembelajaran yang berpusat pada peserta didik, interaktif, dan pembelajaran untuk setiap orang, kapan saja dengan menggunakan atribut-atribut dan sumber-sumber dari bermacam teknologi digital selama materi pembelajaran tersebut cocok untuk pembelajaran terbuka, fleksibel, dan lingkungan pembelajaran.

Strategi pembelajaran yang digunakan dalam *e-learning* adalah strategi pembelajaran campuran (*blended strategies*). Pembelajaran campuran atau *blended strategies* merupakan proses pembelajaran yang memanfaatkan berbagai macam pendekatan. Pendekatan yang dilakukan dapat memanfaatkan berbagai macam media dan teknologi. Dengan pembelajaran campuran, proses pembelajaran dapat menggabungkan berbagai sumber secara fisik dan maya (virtual). Strategi pembelajaran campuran dapat diterapkan sesuai kondisi yang disepakati (Maudiarti, 2018) Strategi pembelajaran yang digunakan dalam penerapan *e-learning* menurut Khan (2005) terdiri dari presentasi, pameran, demonstrasi, latihan, tutorial, mendongeng, permainan, simulasi, bermain peran (*role playing*) dan diskusi.

Model strategi pembelajaran campuran membuat tenaga pendidik haruslah kreatif mengombinasikan berbagai pendekatan, metode, media yang

ada untuk mengoptimalkan efektivitas, efisiensi, dan kemenarikan pembelajaran. Tidak ada satu pendekatan, metode, media komunikasi yang lebih baik antara satu sama lain, yang paling baik adalah yang sesuai antara kondisi yang ada dengan kebutuhan. Kepiawaian dalam meramu atau mengombinasikan berbagai hal tersebut merupakan satu hal kunci yang membedakan antara pengajar/pendidik/tutor/dosen/widyaiswara yang baik atau hebat dengan pengajar yang kurang hebat atau baik (Maudiarti, 2018).



Gambar 2.2. Pelaksanaan PJJ

Sumber: <https://www.dw.com/id/pendidikan-jarak-jauh-di-tengah-pandemi-Corona-harusnya-memerdekakan-proses-belajar/a-53062137>

PJJ pada masa pandemi COVID-19 diterapkan di semua jenjang pendidikan, mulai dari PAUD hingga ke perguruan tinggi. PJJ dilaksanakan dengan perangkat pintar dan aplikasi seperti WhatsApp dan Zoom sebagai media pembelajarannya. Pemberlakuan PJJ ini tentu memiliki dampak positif dan negatif baik bagi orang tua, pelajar, dan

pengajar. Berikut merupakan uraian dampak positif dan negatif pemberlakuan PJJ dari segala perspektif:

a. Dampak Positif Pemberlakuan PJJ:

- 1) Dengan pemberlakuan PJJ, pelajar banyak menghabiskan waktunya di rumah. Hal ini dapat mengurangi beban orang tua terkait biaya transportasi dan jajan sang pelajar;
- 2) Waktu bersama keluarga lebih banyak, dapat diisi dengan hal-hal yang produktif bersama keluarga;
- 3) Dengan banyaknya waktu yang dihabiskan di rumah, pelajar dan pengajar dapat meluangkan waktunya untuk mengembangkan dirinya, baik dengan beribadah, mengembangkan minat, mengasah kemampuan baru, dan hal produktif lainnya;
- 4) Dengan pemberlakuan PJJ, proses pembelajaran dapat dilakukan dengan waktu yang fleksibel;
- 5) Pemberlakuan PJJ merupakan wujud dari literasi digital untuk pelajar, pengajar, dan orang tua. Literasi digital menurut Gilster (1997), adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui peranti komputer.
- 6) PJJ merupakan wujud kepedulian pemerintah dan masyarakat untuk meminimalisir tingkat penularan COVID-19, terutama bagi pengajar yang merupakan pelita bagi gelapnya kebodohan, dan pelajar sebagai generasi penerus yang diharapkan membawa perubahan baik bagi bangsa Indonesia.

b. Dampak Negatif Pemberlakuan PJJ

- 1) Kuota internet merupakan kendala utama bagi pelajar dan pengajar selama PJJ,

- 2) Keterbatasan fasilitas seperti koneksi jaringan yang tidak tersedia di daerah terpencil, tidak punya perangkat pintar seperti ponsel pintar ataupun laptop, atau tidak memiliki biaya untuk membeli kuota/perangkat pintar.
- 3) Pelajar sulit menemukan gaya belajar yang cocok untuknya;
- 4) Pelajar cenderung rentan mengalami stres dan depresi karena banyaknya tugas dan kewalahan mengerjakannya;
- 5) Terkadang, pembelajaran hanya dilakukan satu arah. Pengajar hanya memberikan tugas namun ketika dihubungi, jawaban yang diberikan terkesan singkat dan tidak dipahami oleh pelajar;
- 6) Pelajar bisa saja tidak menyimak pelajaran yang diberikan oleh pengajar;
- 7) Orang tua memiliki peran tambahan yaitu sebagai pendamping anak saat belajar di rumah, dan untuk pengajar yang memiliki anak, anak bisa saja menghambat pekerjaan pengajar

Pelaksanaan PJJ menghasilkan beberapa inovasi brilian di bidang teknologi guna membantu beberapa kegiatan yang bersifat *urgent*. Beberapa dari inovasi brilian tersebut, yaitu: wisuda *online* baik dengan menggunakan aplikasi pertemuan virtual maupun dengan bantuan robot, wisuda *drive-thru*, penyambutan mahasiswa baru dengan menggunakan aplikasi pertemuan virtual dan juga diadakannya *webinar* (seminar dengan media berupa aplikasi pertemuan virtual).

Pelaksanaan wisuda *online* banyak menuai kontra di kalangan mahasiswa. Menurut mereka, pelaksanaan wisuda *online* tidaklah seseru pelaksanaan secara *offline*. Mereka tidak bisa merayakannya bersama teman seperjuangan, merasakan riuh di dalam aula, bersalaman dengan rektor dan merasakan prosesi pemindahan tali toga, dan lainnya. Namun

mereka tetap bersyukur dan menganggap wisuda *online* baik melalui *Zoom* ataupun diwakilkan dengan robot adalah suatu kenangan yang takkan terlupa. Di tengah prosesi wisuda *online* terdapat beberapa momentum lucu bagi mahasiswa, seperti wisudawan yang tertidur menunggu gilirannya dan juga pelaksanaan wisuda dengan menggunakan game *Minecraft*.

Selain wisuda *online*, ada juga penyambutan maba secara *online*. Di beberapa kampus seperti UNPAD, ada suatu momen unik dalam penyambutan maba secara *online*. Momen unik tersebut adalah pembuatan kolase foto mahasiswa baru membentuk gambar gedung kampus. Sebelumnya, pembuatan pola ini seperti sudah menjadi tradisi saat penyambutan mahasiswa baru secara *offline*. Caranya, mahasiswa akan dikoordinasikan untuk membentuk suatu pola lalu diabadikan dari atas.

Inovasi menarik lainnya adalah *webinar*. Istilah *webinar* merupakan akronim dari kata “web” dan “seminar”. Menurut Sharan dan Carucci (2014: 2), *webinar* adalah komunikasi antara dua atau lebih individu melalui internet yang menggunakan audio, video, dan teknologi interaktif. Sebelumnya, istilah *webinar* ini tidak begitu populer. Namun, sejak diterapkannya PSBB, kegiatan *webinar* mulai digemari.

Webinar sama dengan seminar konvensional hanya saja semua aktivitasnya dilakukan secara *online/virtual* atau berbasis web. Mengikuti *webinar* peserta seminar tidak harus berada di satu ruangan untuk mendengarkan presentasi dari pembicara, sehingga peserta dapat berasal dari mana saja, baik lintas wilayah bahkan antar negara dengan persyaratan harus terhubung dengan internet. Seperti halnya dengan seminar konvensional, pembicara menggunakan *slide* presentasi dan menerangkan *slide*-nya lewat suara. Semua aktivitas yang ada pada kegiatan seminar

secara konvensional juga dilakukan secara *online* seperti penjadwalan, registrasi, dan tanya jawab. Peserta webinar sama seperti seminar yaitu terdiri dari moderator, pembicara, dan peserta. Pada saat ini *webinar* tersedia dengan mudah dapat diakses oleh siapa saja dan tidak membutuhkan banyak biaya (Harumiaty, 2016: 302).

Wisuda *online*, penyambutan maba secara *online*, *webinar*, dan beberapa kegiatan PJJ lainnya membutuhkan koneksi internet yang stabil dan memerlukan kuota internet untuk mengaksesnya. Dua kebutuhan inilah yang menjadi kendala bagi sebagian orang. Bagi warga pedalaman, koneksi internet terkadang tidak stabil atau bahkan belum tersedia di daerah mereka. Parahnya, ada juga daerah yang sama sekali belum tersentuh aliran listrik. Selain itu, intensnya interaksi yang dilakukan secara *online* membuat kebutuhan akan kuota internet juga meningkat. Sayangnya, harga kuota internet beberapa operator tidak terjangkau. Ditambah juga keadaan sebagian orang tua pelajaran harus di-PHK atau pendapatan mereka menurun drastis akibat adanya pandemi COVID-19.

Setiap masalah pasti memiliki solusi. Ada berbagai solusi dari permasalahan yang dihadapi ini. Beberapa di antaranya, yaitu: warga sekitar yang menyediakan Wi-Fi gratis bahkan menyediakan ruang belajar bagi pelajar, guru yang datang ke rumah siswanya yang tidak memiliki akses internet/kuota, dan beberapa siswa yang datang di sekolah karena tidak memiliki ponsel pintar, kuota, ataupun akses internet di rumah mereka tidak tersedia. Berikut adalah beberapa tips belajar dari rumah bagi orang tua, pelajar, dan juga pengajar.

a. Bagi Orang Tua

- 1) Membuat rencana target belajar anak.
- 2) Menjalankan kebiasaan yang sama dan ajarkan tanggung jawab.

- 3) Sabar.
 - 4) Manfaatkan aplikasi untuk tujuan pembelajaran.
 - 5) Mempelajari kekuatan dan kelemahan anak.
- b. Bagi Pelajar
- 1) Tentukan tempat yang nyaman untuk belajar. Tempat belajar yang baik adalah tempat dengan pencahayaan yang baik, jauh dari bising dan gangguan, serta bersih.
 - 2) Tulis rutinitas harian untuk persiapan, belajar, dan istirahat. Rutinitas ini bisa dalam bentuk *to-do list* ataupun dalam bentuk *bullet journal*. Serta sinkronisasi juga dengan jadwal keseharian, seperti olahraga, mencuci baju, dan lain-lain. Agar tidak keteteran, urutkan kegiatan yang ingin dilakukan berdasarkan prioritas.
 - 3) Buatlah target belajar dan cobalah lebih aktif. Adanya PJJ memungkinkan materi yang diberikan oleh tenaga pengajar sangat minim. Maka dari itu, pelajar haruslah lebih aktif dalam mencari tambahan referensi belajar. Gunakanlah waktu luang pada pelaksanaan PJJ ini dengan sebaik mungkin.
 - 4) Belajar di waktu belajar, bermain di waktu istirahat. Agar tidak bosan, bisa menggunakan metode *pomodoro*, yaitu *set timer* 25 menit untuk fokus belajar, dan setelah itu istirahat selama 5 menit. Lakukan repetisi sebanyak 3-4 kali. Ada juga tips jika sangat malas mengerjakan tugas, yaitu aturan 5 menit. Singkirkan distraksi seperti notifikasi hp, ajakan mabar, dan lainnya. Persiapkan bahan belajar, lalu mulailah belajar selama 5 menit. Lakukan dari tugas yang dianggap mudah seperti mencatat atau membaca.

- 5) Hindari *multitasking*. *Multitasking* (mengerjakan banyak hal dalam satu waktu) hanya membuat pekerjaan terasa semakin menumpuk dan berat. Ada baiknya jika mengerjakan tugas satu per satu, atau menyicilnya selama beberapa hari.
- 6) Tidur dengan nyenyak di malam hari. Hindari begadang jika hanya untuk melakukan hal yang tidak bermanfaat seperti *scrolling Tiktok*, Instagram, Facebook, ataupun maraton drama Korea.
- 7) Konsumsi makanan bergizi dan juga usahakan untuk tidak terlambat makan. Jangan sampai alasan tugas yang menumpuk menjadi bumerang di kemudian hari (sakit).
- 8) Jangan lupa berinteraksi dengan teman dan keluarga. Adanya pembatasan sosial membuat hampir semua orang harus *#dirumahaja*. Kondisi seperti ini rentan untuk terkena penyakit mental, seperti kesepian, stres, bahkan depresi. Maka dari itu, jangan lupa untuk berinteraksi dengan keluarga di dalam rumah atau *video-call-an* dengan teman ataupun kerabat.
- 9) Jangan lupa berolahraga. Olahraga memiliki banyak manfaat baik dalam kesehatan fisik ataupun kesehatan mental. Olahraga yang dilakukan tidak harus olahraga yang berat seperti angkat beban. Namun olahraga yang sederhana seperti bersepeda, lari, berjalan kaki mengelilingi area sekitar rumah, senam di rumah, yoga, bahkan pemanasan singkat sebelum belajar.
- 10) Beribadah dan berdoa. Jangan sampai padatnya PJJ membuat kita menunda untuk beribadah. Jika sudah masuk waktu untuk beribadah, bergegaslah untuk beribadah. Memohon ampunan dari Tuhan, serta perlindungan dari COVID-19, dan juga dimudahkan dalam proses PJJ.

c. Bagi Pengajar

- 1) Mendalami perkembangan teknologi terkhusus perangkat pintar dan aplikasi penunjang PJJ.
- 2) Membuat materi pembelajaran yang terencana dan efektif.
- 3) Menyatukan persepsi dan konsentrasi pelajar.
- 4) Menguatkan karakter pelajar.

PJJ digadang-gadang masih akan dilaksanakan pada 2021. Berikut beberapa evaluasi yang dapat perlu dilakukan oleh dosen/guru dan pihak kampus/sekolah dalam pelaksanaan PJJ. Berikut uraiannya menurut Maudiarti (2020):

- a. Sebelumnya, pihak kampus/sekolah membagikan kuesioner kepada dosen untuk mengetahui seberapa siap dosen melaksanakan kelas virtual. Kesiapan meliputi penguasaan penggunaan aplikasi pendukung pembelajaran seperti aplikasi olah kata misalnya Microsoft Word, olah angka contohnya Microsoft Excel, dan presentasi seperti Microsoft PowerPoint. Selain itu, penggunaan *e-mail*, *browsing*, konferensi *online*, dan jejaring sosial. Kuesioner serupa pun diberikan oleh dosen/guru kepada mahasiswa/siswa untuk memetakan sampai mana kesiapan mahasiswa/siswa mengikuti kelas virtual. Tujuan kuesioner ini untuk lebih mempersiapkan diri dalam mengadakan kelas virtual.
- b. Pihak dosen juga harus mempertimbangkan lingkungan dari mahasiswa yang dapat mendukung kegiatan PJJ, seperti apakah mahasiswa memiliki PC, *notebook*, atau *laptop*. Perlu juga mempertimbangkan ketersediaan dan kepemilikan akses internet mahasiswa. Banyak mahasiswa/siswa yang mengaku ingin berhenti kuliah/sekolah karena tidak memiliki laptop dan tidak dapat

meminjam milik temannya. Selain itu, banyak kasus mahasiswa/siswa terpaksa naik ke gunung untuk mendapatkan akses jaringan, yang tentu perjalanan ke gunung berbahaya bagi mahasiswa/siswa.

- c. Dosen/guru dan mahasiswa/siswa harus patuh terhadap kontrak kuliah/kelas yang dibuat, salah satunya mengenai jadwal kuliah/kelas. Jadwal kuliah/kelas seharusnya tidak boleh bergeser atau dirapel dalam satu waktu ketika mepet ujian saja. Usahakan bagi semua pihak aktif di kelas sesuai dengan jadwal yang diberikan.
- d. Pihak dosen/guru harus memperhatikan kompetensi mahasiswa/siswa. Penugasan harus relevan dengan karakteristik mahasiswa/siswa.
- e. Pihak kampus/sekolah seharusnya memberikan dukungan baik dalam bentuk kebijakan maupun fasilitas dalam PJJ agar proses PJJ dapat berlangsung maksimal dan menyenangkan.

3. Dalam Bidang Sosial

Pengumuman dua pasien pertama terkonfirmasi COVID-19 di Indonesia dan ramainya isu *lockdown* membuat sebagian masyarakat membeli masker, *hand sanitizer*, dan kebutuhan pokok dalam jumlah yang besar. Kegiatan membeli dalam jumlah yang besar akibat ketakutan ini disebut sebagai *panic buying*. *Panic buying* adalah perilaku konsumen berupa pembelian produk dalam jumlah besar agar tidak mengalami kekurangan di masa depan (Shou, Xiong, & Shen, 2011).

Fenomena *panic buying* ini membuat kegaduhan di tengah masyarakat. Sebagian masyarakat menganggap tindakan ini sebagai

tindakan yang serakah, egois, dan tidak manusiawi. Opini ini timbul karena barang-barang pokok yang dibutuhkan saat pandemi utamanya *handsanitizer* dan masker bedah habis diserbu oleh sekelompok orang. Jikalau ada, harga jual pun tinggi sehingga sebagian orang tidak mampu untuk membelinya.

Sebagai solusi dari permasalahan ini, pemerintah menganjurkan pemakaian masker kain guna mencegah penularan virus SARS-CoV-2. Opsi masker kain ini pun merupakan pilihan terakhir jika masker bedah langka di masyarakat. Saat awal PSBB, timbul fenomena *panic buying* dan langkanya masker bedah di pasaran, maka pemerintah menganjurkan masker bedah hanya bisa digunakan oleh tenaga medis, orang sakit, dan orang yang merawat orang sakit (Wibowo, 2020).

Mengetahui hal itu, berbagai kelompok masyarakat berinisiatif untuk membuat masker kain lalu dibagikan secara gratis kepada masyarakat luas. Ada pula pembagian *hand sanitizer* gratis. *Hand sanitizer* yang dibagikan beberapa di antaranya merupakan produk buatan sendiri dengan meniru tips yang dibagikan di media sosial, seperti rebusan daun sirih yang dicampur dengan perasan jeruk nipis.

Awal penerapan PSBB yang benar-benar ketat menganjurkan semua orang bekerja dari rumah turut membawa dampak sosial bagi masyarakat. Penghasilan berkurang serta pemutusan hubungan kerja oleh beberapa perusahaan membuat sebagian masyarakat menderita. Sebagai solusinya, presiden Joko Widodo menugaskan Kementerian Sosial untuk menyalurkan bantuan khusus. Ada 3 bantuan yang diberikan, yakni:

- a. Sembako kepada keluarga rentan yang tinggal di Jakarta. Bantuan sembako ini ditargetkan untuk keluarga miskin yang masuk dalam Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS), penerima Kartu Jakarta

Pintar (KJP), guru kontrak kerja, guru honorer, dan penghuni rumah susun (Rusun), juga pekerja harian yang tinggal di DKI Jakarta. Besarnya bantuan sembako yang diberikan senilai Rp600.000/bulan yang disalurkan setiap minggu selama 3 (tiga) bulan. Jadi bantuan disalurkan senilai Rp150.000/minggu dengan bekerja sama dengan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan swasta. Pemberian bantuan untuk kelompok ini, dikaitkan secara khusus dengan pemberlakuan PSBB, yang mulai berjalan di wilayah DKI Jakarta.

- b. Bantuan Sembako kepada keluarga miskin di wilayah Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Bodetabek). Adapun Besaran bantuan Sembako senilai Rp600.000/bulan yang disalurkan selama 3 (tiga) bulan.
- c. Bantuan Langsung Tunai (BLT) di luar wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). BLT menysasar keluarga yang masuk dalam DTKS tetapi tidak menerima bantuan sosial reguler (DTKS Non Bantuan Sosial Nasional) baik Program Keluarga Harapan (PKH), dan Program Sembako (Inayati, 2020).

Selain mendapat bantuan dari pemerintah, beberapa lembaga swadaya masyarakat turut memberikan bantuan sembako pada masyarakat yang membutuhkan. Permasalahan lain yang menjadi isu di tengah masyarakat adalah kasus perceraian meningkat. Sejumlah media memberitakan pandemi COVID-19 menyebabkan angka perceraian naik tajam. Penyebabnya diduga karena perekonomian yang memburuk mengakibatkan banyak kepala keluarga yang kehilangan pekerjaan dan buntutnya membuat tuntutan cerai dari istri meningkat.

Direktur Pembinaan Administrasi Peradilan Agama, Ditjen Badilag, Mahkamah Agung RI, Nur Djannah Syaf dalam Sucahyo (2020) menyebutkan bahwa pada tahun 2020, dari Januari-Agustus tercatat 306.688 perceraian di Indonesia. Dilihat dari data per bulan, ada peningkatan sangat tajam jumlah perceraian pada bulan-bulan setelah pencabutan PSBB dibandingkan dengan bulan-bulan penerapan PSBB. Menurut data MA, angka perceraian anjlok menjadi 16.410 pada April, dan 11.848 pada Mei, dari 33.999 kasus pada Maret sebelum penerapan PSBB di banyak daerah. Ketika PSBB dicabut pada Juni, angka perceraian melonjak menjadi 57.750 kasus, 51.133 pada Juli, dan 36.525 pada Agustus. Seperempat perceraian ini dilatarbelakangi masalah ekonomi. Daerah dengan angka perceraian tinggi di Indonesia adalah Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan.

Faktor-faktor penyebab terjadinya kasus perceraian pada masa pandemi COVID-19 dalam penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah (2020) di Pengadilan Agama Salatiga, yakni:

a. Faktor Perselisihan dan Pertengkaran Terus Menerus

Terdapat 210 perkara. Faktor ini terjadi akibat lelahnya salah satu pihak akibat perselisihan yang tak kunjung selesai.

b. Faktor Meninggalkan Salah Satu Pihak

Terdapat 204 perkara. Faktor ini cukup mendominasi alasan perceraian di tengah pandemi COVID-19. Kepergian pasangan dalam waktu yang cukup lama, ataupun pasangan yang tidak pernah ada di rumah menjadi beberapa contoh dalam faktor ini.

c. Faktor Ekonomi

Terdapat 150 perkara. Faktor ekonomi terjadi karena keadaan ekonomi yang terjadi di dalam rumah tangga mengalami kemacetan

sehingga membuat segala kebutuhan dalam keluarga mengalami kendala yang membuat segalanya menjadi sulit. Penyebab masalah ekonomi ini karena dua hal, yaitu pertama, istri yang selalu merasa kurang dengan apa yang telah suami berikan, dan istri selalu menuntut lebih kepada suami karena menganggap kebutuhan semakin banyak apalagi di zaman modern ini. Yang kedua suami tidak dapat mengemban amanah untuk mencari nafkah. Suami bekerja dan mendapatkan penghasilan, namun penghasilan tersebut dipergunakan untuk dirinya sendiri tanpa memedulikan istrinya.

d. Faktor karena Mabuk, Mandat, dan Judi

Terdapat 15 perkara yang dilaporkan. Perkara ini tidak mendominasi. Seorang pemabuk, mandat, dan penjudi sangat mempengaruhi suasana dalam rumah tangga. Seorang pemabuk dan pemandat dapat memberikan dampak buruk pada kesehatan dan lingkungan sosialnya sendiri, seperti berpotensi untuk terkena kerusakan hati, tidak produktif dalam bekerja, temperamental, dan merusak mental orang di sekitarnya. Seorang penjudi menyebabkan perilaku tidak jujur sehingga membuat pasangan cenderung cemas dan sulit percaya.

e. Faktor Kekerasan dalam Rumah Tangga (KDRT)

Terdapat 15 perkara. Faktor ini disebabkan oleh sifat keras kepala salah satu pihak yang tujuannya untuk mengingatkan namun dampaknya berlebihan sehingga menyebabkan luka pada badan salah satu pihak, bahkan tidak hanya luka, namun dampak ini juga bisa sampai menghilangkan salah satu anggota badan. Kekerasan dalam rumah tangga menyebabkan trauma dan tekanan batin sehingga memilih untuk bercerai agar terlepas dari semua penderitaan yang membahayakan dirinya.

f. Faktor Karena Murtad

Terdapat 8 perkara. Jika suami atau istri murtad maka putuslah hubungan perkawinan mereka. Jika salah satu di antara mereka bertobat dan kembali lagi kepada agama Islam, maka untuk mengadakan perkawinan seperti semula harus memperbarui lagi akad nikah dan mahar.

g. Faktor karena Zina

Terdapat 4 perkara yang dilaporkan. Perkara ini tidak mendominasi. Zina termasuk salah satu dosa besar. Mendekati zina saja sudah dilarang untuk melakukannya, apalagi telah melakukan perbuatan zina. Perbuatan zina yang dilakukan oleh pasangan dapat menjadi pemicu kasus perceraian.

h. Faktor Karena Poligami

Terdapat 3 perkara. Kasus perceraian karena poligami ini akibat istri yang tidak ingin dimadu. Perempuan yang mandiri secara ekonomi memilih bercerai daripada dimadu oleh suami. Seorang istri yang menolak poligami melepaskan ikatan perkawinan dan mempersilakan sang suami menikah lagi dengan perempuan lain.

i. Faktor Dihukum Penjara

Terdapat 1 perkara. Suami yang dipenjara dapat membuat istri mengajukan cerai di pengadilan karena sang suami sementara tidak dapat memberi nafkah lahir bathin kepada istri.

j. Faktor Cacat Badan

Terdapat 1 perkara. Jika salah satu pihak mendapat cacat badan atau penyakit ini salah satu pemicu kasus perceraian terjadi. Akibat salah atau pihak mendapatkan cacat badan atau penyakit tidak dapat menjalankan kewajibannya sebagai suami istri.

k. Faktor Kawin Paksa

Terdapat 1 perkara. Faktor ini terjadi karena orang tua yang memaksa anaknya untuk menikah dengan seseorang yang dipikirkan oleh mereka namun sang anak tidak mau menikah dengan pasangan yang dipikirkan oleh orang tuanya. Anak juga punya hak untuk menolak terhadap pilihan orang tuanya. Harus ada persetujuan dari sang anak, bahwa sang anak mau dinikahkan dengan pilihan orang tuanya. Karena balik lagi, sang anaklah yang akan menjalani kehidupan rumah tangganya, yaitu hubungan yang diharapkan berlangsung sekali seumur hidup. Menikah dengan orang yang tak diinginkan anak hanya akan menimbulkan tekanan batin dan rasa tidak nyaman dalam hubungan pernikahan.

Masalah lain yang muncul di tengah masa pandemi ini adalah stigma sosial masyarakat terutama terhadap penderita serta perawat, keluarga, ataupun mereka yang tidak sakit tapi memiliki gejala yang mirip dengan COVID-19. Definisi dari stigma sendiri adalah atribut yang mendiskreditkan secara signifikan. Penyimpangan label sosial memaksa individu untuk melihat stigma pada dirinya dan orang lain sebagai tidak diinginkan atau didiskreditkan (Goffman, 1963). Menurut WHO (b) (2020) stigma sosial dalam konteks kesehatan adalah hubungan negatif antara seseorang atau sekelompok orang yang berbagi karakteristik tertentu dan penyakit tertentu. Dalam wabah, ini mungkin berarti orang diberi label, stereotip, didiskriminasi, dirawat secara terpisah, dan atau mengalami kehilangan status karena dianggap memiliki hubungan dengan suatu penyakit.

Di Indonesia, stigma muncul dalam berbagai bentuk perilaku sosial. Menurut Livana, dkk. (2020), lima bentuk perilaku sosial itu, sebagai berikut:

- a. Mengucilkan penyintas/pasien yang telah sembuh dari COVID-19, karena dianggap masih dapat menularkan penyakitnya.
- b. Menolak dan mengucilkan orang yang berpindah dari satu daerah ke daerah lain.
- c. Mengucilkan etnis tertentu karena dianggap sebagai pembawa virus.
- d. Mengucilkan tenaga medis/kesehatan yang bekerja di Rumah Sakit, karena dianggap dapat menularkan virus SARS-CoV-2.
- e. Menolak jenazah karena dianggap masih terdapat virus yang dapat ditularkan kepada orang lain.

Pemberian stigma dalam konteks kesehatan sendiri dapat memberi dampak buruk pada pasien/penyintas suatu penyakit tertentu. Menurut Septiawan, dkk. (2018) dampak pemberian stigma, yaitu:

- a. Mendorong orang untuk menyembunyikan penyakit untuk menghindari diskriminasi.
- b. Mencegah orang mencari perawatan kesehatan segera.
- c. Mencegah mereka untuk mengadopsi perilaku sehat.
- d. Berkontribusi pada masalah kesehatan yang lebih berat, penularan berkelanjutan, dan kesulitan dalam mengendalikan penularan COVID-19.

Pemberian stigma itu sendiri sangat melukai hati seseorang/kelompok bahkan berdampak negatif bagi kesehatan mental seseorang dibandingkan virus SARS-CoV-2 itu sendiri. Orang yang *suspect*, *probable*, terkonfirmasi, keluarga, dan para nakes bukanlah orang yang

sedang melakukan perbuatan aib sehingga harus dikucilkan apalagi dijauhi. Tindakan yang dapat dilakukan untuk melawan sikap stigmatisasi menurut Livana (2020), yakni:

- a. Sebarkan informasi yang benar tentang COVID-19 berdasarkan fakta.
- b. Memberikan dukungan kepada orang yang terstigma.
- c. Sebarkan pemberitaan yang dapat berperan mengurangi stigma.
- d. Memperkuat suara, gambar, atau cerita dari orang yang telah sembuh dari COVID-19 atau kelompok orang/keluarga yang selama ini telah mendukung pasien untuk pulih.
- e. Meminta cerita dari berbagai macam kelompok etnis untuk memberikan gambaran bahwa usaha mereka untuk sembuh sama.
- f. Pelaporan media harus seimbang dan kontekstual, disebarkan berdasarkan bukti informasi dan membantu memerangi rumor yang mengarah pada stigmatisasi.

B. ADAPTASI KEBIASAAN BARU

Adaptasi menurut KBBI adalah penyesuaian diri terhadap kondisi lingkungan yang baru baik itu berupa sekolah, pekerjaan, dan sebagainya (KBBI, 2020). Dengan adanya pandemi COVID-19 dan tuntutan keadaan sosial dan ekonomi mendorong masyarakat dan pemerintah untuk beradaptasi dengan melakukan kegiatan ekonomi dan sosial dengan protokol kesehatan. Masa adaptasi dengan protokol kesehatan ini disebut juga sebagai masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

Adaptasi Kebiasaan Baru adalah sebuah upaya masyarakat untuk beradaptasi dengan lingkungan, dalam bentuk perubahan perilaku diri menjadi lebih disiplin, menjaga kebersihan, dan menaati peraturan

protokol kesehatan agar masyarakat tetap produktif sekaligus tetap aman dari penularan COVID-19 (BKKBN, 2020). AKB mulai diterapkan semenjak Juli 2020. Penerapan AKB ini disosialisasikan oleh pemerintah pusat pada media massa seperti iklan edukasi, siaran di radio, di koran, hingga di media sosial juga disosialisasikan pada pemerintah daerah yang diharapkan informasi mengenai AKB ini dapat tersampaikan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Suatu daerah dapat melakukan AKB, apabila:

1. Terdapat bukti penularan dapat dikendalikan, tidak dalam tahapan yang sulit dikendalikan.
2. Sistem kesehatan negara mampu melacak, mengisolasi, dan menangani kasus COVID-19.
3. Tempat-tempat rentan seperti permukiman padat penduduk terlindungi.
4. Masyarakat sudah sadar protokol kesehatan.
5. Kasus dari luar negeri/luar suatu daerah terkendali dan tidak menimbulkan kasus baru di masyarakat.
6. Adanya keterlibatan masyarakat dalam perubahan menuju AKB (Putsanra, 2020).

Ada 5 arahan dari Presiden Jokowi terkait Adaptasi Kebiasaan Baru dikutip dari Putra dan Fitriani (2020), yakni:

1. Presiden mengingatkan pentingnya prakondisi yang ketat. Sosialisasi kepada masyarakat harus dilakukan secara masif terutama mengenai sejumlah protokol kesehatan yang harus diikuti seperti menggunakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan, menghindari kerumunan, dan menjaga imunitas tubuh.

2. Presiden mengingatkan pentingnya perhitungan yang cermat dalam mengambil kebijakan yang harus didasarkan data dan fakta di lapangan. Terkait hal ini, Presiden meminta tiap kepala daerah yang ingin memutuskan daerahnya masuk ke fase adaptasi kebiasaan baru agar berkoordinasi dengan Gugus Tugas.
3. Presiden juga mengingatkan soal penentuan prioritas yang harus disiapkan secara matang mengenai sektor dan aktivitas mana saja yang bisa dimulai dan dibuka secara bertahap. Sebagai contoh, pembukaan tempat ibadah secara bertahap dengan terlebih dahulu menyiapkan dan menerapkan protokol kesehatan di tempat ibadah.
4. Presiden ingin agar konsolidasi dan koordinasi antara pemerintah pusat dengan daerah, mulai dari provinsi hingga tingkat RT, terus diperkuat. Ia juga meminta agar koordinasi di internal Forum Komunikasi Pimpinan Daerah diperkuat.
5. Presiden meminta agar dilakukan evaluasi secara rutin. Meskipun sebuah daerah kasus barunya sudah menurun, Presiden mengingatkan agar jajarannya tidak lengah terutama karena kondisi lapangan masih sangat dinamis. Menurutnya, keberhasilan pengendalian COVID-19 ini sangat ditentukan oleh kedisiplinan dan protokol kesehatan.

Membahas tentang adaptasi kebiasaan baru, berikut adalah beberapa kebiasaan baru yang harus kita lakukan selama penerapan AKB di Indonesia menurut Kemenkes, yaitu:

1. Selalu menggunakan masker jika bepergian keluar rumah.
2. Memahami etika batuk.
3. Tidak keluar rumah jika tidak memiliki kepentingan mendesak.

4. Rajin mencuci tangan dengan air bersih mengalir dan sabun atau menggunakan *hand sanitizer* dengan kadar alkohol minimal 60%.
5. Tidak bertukar barang dengan orang lain di tempat kerja, misalnya membawa piring, gelas, dan sendok sendiri.
6. Menjaga jarak, dan menghindari kerumunan.



Gambar 2.3. Promosi kesehatan seputar adaptasi kebiasaan baru

Sumber: <https://promkes.kemkes.go.id/menuju-adaptasi-kebiasaan-baru>

Penerapan AKB dimulai dari lingkungan terkecil, seperti pada keluarga, lingkungan tetangga, di transportasi, di tempat ibadah, hingga di kantor. Berikut adalah beberapa tinjauan dan panduan menjalankan AKB di beberapa tempat:

1. Di Lingkungan Keluarga

Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) ini mengubah kehidupan seseorang dalam menjalani rutinitas yang berbeda dari rutinitas yang dilakukan sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2020) yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai struktur dan kultur

budaya keluarga pada saat AKB mendapatkan bahwa tidak ada perubahan fungsional antara ayah dan ibu sebagai orang tua. Ayah dan ibu tetap melakukan peranan penting dalam keluarga khususnya dalam menanamkan kampanye kesehatan dalam memerangi COVID-19 kepada keluarganya dengan berbagai upaya. Pada penelitian ini juga mengungkapkan bahwa ada 3 peran keluarga pada saat AKB ini. Tiga peran itu, yakni:

- a. Pertama, keluarga menjadi sentral utama dalam pelaksanaan kebijakan-kebijakan dalam menerapkan hidup bersih. Karena kepatuhan kepada anggota keluarga dalam menerapkan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah sangat berperan dalam menekan dampak negatif dari pandemi COVID-19.
- b. Kedua, keluarga memiliki peran dalam melindungi antar sesama anggota keluarga dengan cara mensosialisasikan dan mengajarkan kepada anggota keluarganya untuk selalu cuci tangan, menggunakan masker ketika keluar rumah, tidak berkerumun dengan banyak orang, dan tidak banyak keluar rumah.
- c. Ketiga, keluarga memiliki tanggung jawab sosial dalam mengenalkan tingkah laku yang dikehendaki kepada anggota keluarga yang lain, dan memberikan sosialisasi kesehatan yang diperintahkan demi menjaga kesehatan saat ini dan ke depannya.

Berdasarkan penelitian Azizah (2020), berbagai aspek kultur budaya pada penerapan AKB di lingkungan keluarga meliputi:

- a. Wajib menggunakan masker pada saat bepergian dan keluar rumah. Setiap anggota keluarga wajib saling mengingatkan satu sama lain dalam mensosialisasikan kebiasaan baru di masa pandemi COVID-19.

- b. Tidak berkerumun dengan banyak orang. Setiap anggota keluarga wajib menahan diri untuk berkerumun dengan banyak orang ataupun berkumpul. Acara seperti arisan, makan bersama di restoran, mengunjungi keluarga lainnya sebaiknya dilakukan secara daring.
- c. Istirahat yang cukup dan berolahraga. Tubuh saat ini menjadi penopang daya tahan tubuh kita untuk terhindari dari COVID-19. Oleh karena itu, sebaiknya membudayakan pola hidup sehat dengan saling menjaga kondisi tubuh dengan melakukan istirahat setelah beraktivitas dan selalu berolahraga baik bersama anggota keluarga lainnya maupun masing-masing. Usahakan kita dan keluarga tidak dalam keadaan *mager* agar tidak menyia-nyiakan waktu dan tetap produktif.
- d. Sering cuci tangan pakai sabun. Penerapan Adaptasi Kebiasaan Baru memperbolehkan warga untuk beraktivitas di luar rumah, namun dengan syarat tertentu. Karena mulai bebasnya ini, anggota keluarga seharusnya mengimbau anggota keluarga lainnya untuk tetap menjaga kebersihan tubuh dan menggunakan disinfektan pada barang yang digunakan saat ingin bepergian ataupun pulang ke rumah.

2. AKB Saat Bekerja

Bekerja di kantor merupakan salah satu kegiatan yang terimbas dari kebijakan PSBB. Dengan pemberlakuan AKB, masyarakat dapat kembali bekerja namun harus memerhatikan beberapa hal berikut:

a. Memakai masker

Masker yang digunakan disarankan menggunakan masker kain untuk mencegah kelangkaan masker medis yang ditujukan kepada

para tenaga kesehatan. Pekerja disarankan untuk memakai masker sejak perjalanan dari atau ke rumah. Masker yang digunakan haruslah dapat menutupi hidung, mulut, dan dagu. Masker kain yang digunakan pun haruslah terbuat dari minimal 2 lapisan kain, bukan masker *scuba*. Ada baiknya jika memiliki plastik khusus untuk menyimpan masker, masing-masing untuk sebelum dan setelah digunakan.

Sebelum memakai masker, cuci tangan pakai sabun dan air mengalir atau bila tidak tersedia, gunakan cairan pembersih tangan. Kemudian pasang masker untuk menutupi mulut serta hidung dan pastikan tidak ada sela antara wajah dan masker, pastikan bagian berwarna masker berada di sebelah depan. Hindari menyentuh masker saat digunakan. Hindari pula membuka masker di tempat umum karena dapat menyebabkan kita mengeluarkan *droplet* ke udara ataupun sebaliknya. Jika masker yang digunakan terasa basah atau lembap, ganti dengan masker yang baru. Untuk membuka masker, lepaskan dari belakang. Jangan sentuh bagian depan masker. Masker kain yang kotor diletakkan dalam plastik khusus, kemudian dicuci dengan detergen setelah sampai ke rumah.

- b. Rajin cuci tangan. Berikut 6 langkah dalam mencuci tangan:
- 1) Basahi kedua tangan dengan air, kemudian ambil sabun secukupnya. Gosokkan kedua telapak tangan bersama-sama.
 - 2) Gosok tiap punggung tangan menggunakan telapak tangan sebelahnya, jangan lupa gosok bagian sela-sela jari.
 - 3) Tangkupkan kembali kedua tangan, dan gosok pinggir-pinggir jari.
 - 4) Bersihkan jari dan buku-buku jari dengan menyatukan kedua tangan.

- 5) Bersihkan sela jempol dan telunjuk dengan cara jempol digenggam oleh tangan sebelahnya.
 - 6) Bersihkan ujung-ujung jari dengan menggosokkannya ke telapak tangan sebelahnya. Cuci dengan air mengalir hingga tangan bersih dari sabun (Putra dan Fitriani, 2020).
- c. Menjaga jarak, dan memerhatikan etika batuk.
 - d. Menyediakan alat pengukuran suhu di pintu masuk kantor
 - e. Mengatur waktu kerja agar tidak terlalu panjang.
 - f. Mengatur asupan nutrisi makanan yang diberikan oleh tempat kerja.
 - g. Tinggalkan sepatu dan tas di dekat pintu, bersihkan dengan disinfektan.
 - h. Segera lepas pakaian dan rendam dalam detergen kemudian cuci tangan. Diusahakan untuk mandi segera setelah pulang bekerja.
 - i. Ruangan-ruangan yang terdapat di kantor harus dilakukan sterilisasi dengan menggunakan disinfektan.

3. AKB di Kampus

Ada beberapa kampus yang sudah mulai melakukan pembelajaran tatap muka seiring dengan pelonggaran PSBB dan digalakkannya AKB. Salah satu kampus yang mulai melakukan perkuliahan tatap muka adalah Universitas Muhammadiyah Palopo (UMP). Pelaksanaan kuliah tatap muka di UMP hanya dilakukan oleh beberapa prodi, seperti Farmasi dan Kebidanan.

Kuliah tatap muka hanya dilakukan pada mata kuliah praktik saja. Untuk teorinya, tetap diadakan secara daring. Mahasiswa yang melaksanakan mata kuliah praktik diikat oleh beberapa aturan, seperti selalu memakai masker (baik masker bedah ataupun masker kain selain masker *scuba*) dan *face sheild* di area kampus, tidak membuat kerumunan,

menjaga jarak, rajin mencuci tangan atau paling tidak membawa *hand sanitizer* pribadi, membawa mukenah sendiri, dan menghindari bersalaman.

Seiring dengan pelanggaran PSBB dan juga pemberlakuan AKB, beberapa kegiatan mahasiswa dan kampus juga mulai perlahan diadakan setelah sebelumnya sempat terhenti. Taaruf mahasiswa baru di UMP dilaksanakan baik secara *offline* dan juga *online*. Selain taaruf, kegiatan lain seperti rapat organisasi mahasiswa dan kajian yang dilaksanakan oleh organisasi mahasiswa juga perlahan berjalan, dengan tetap menjaga jarak dan menggunakan masker selama rapat ataupun sedang menerima materi.

Selain rapat dan kajian, seminar hasil mahasiswa juga dilakukan secara langsung di hadapan para penguji. Wisuda pun dilakukan secara langsung namun tetap memperhatikan protokol kesehatan, seperti pengecekan suhu tubuh di pintu masuk gedung, menggunakan masker, menjaga jarak, dan tidak melakukan jabat tangan saat proses pemindahan tali toga. Selain mahasiswa yang terus menerus diingatkan akan protokol kesehatan, dosen pun juga turut melaksanakannya. Seperti memakai masker baik saat keluar ruangan maupun sedang di ruangan, membatasi jumlah mahasiswa yang ingin masuk ke ruangnya untuk berkonsultasi, membawa bekal makanan sehat, rajin berolahraga, dan menjaga jarak satu sama lain.

4. AKB di Transportasi Umum

Transportasi umum merupakan salah satu sektor yang turut diberlakukan adaptasi kebiasaan baru. Adapun AKB yang diterapkan di transportasi umum, yakni:

- a. Memakai masker dan rajin cuci tangan.

- b. Menjaga jarak dengan pemberlakuan pembatasan antarpemumpang.
- c. Menggunakan sistem pembayaran tanpa uang tunai atau *cashless*.
- d. Transportasi harus selalu disterilisasi sebelum penumpang selanjutnya naik.
- e. Diadakan cek suhu tubuh di pintu masuk transportasi.
- f. Untuk penumpang yang ingin keluar kota (seperti naik pesawat ataupun kapal) harus melakukan *rapid test* ataupun *swab test* sebelum keberangkatan.
- g. Dilarang untuk membuka masker sembarangan.
- h. Menempelkan materi informasi sebagai pengingat bagi penumpang dan juga pegawai.

5. AKB di Pusat Keramaian

Pusat keramaian seperti mal, restoran, bank, pasar, kafe, dan warung makan menjadi sorotan oleh beberapa pihak di mana dirasa beberapa aktivitas di tempat ini rasanya pemberlakuan PSBB tidaklah ketat. Maka dari itu, berikut adalah beberapa panduan mengenai bentuk pemberlakuan AKB di pusat keramaian:

- a. Terdapat aturan jarak fisik (*physical distancing*) dan jarak sosial pada setiap gerai, toko, antrean, dan fasilitas lainnya sejauh minimal 1 meter dan maksimal 2 meter.
- b. Terdapat maksimum jumlah orang yang bisa memasuki pusat perbelanjaan/toko dan lift.
- c. Membudayakan transaksi *online* dan metode pembayaran tanpa tunai.
- d. Menempatkan materi informasi sebagai pengingat untuk pegawai dan pengunjung agar senantiasa menjaga jarak, cuci tangan,

informasi yang akurat mengenai COVID-19, dan informasi penting lainnya.

e. Melakukan disinfeksi barang secara rutin.

6. AKB di Tempat Ibadah

Tempat ibadah yang diizinkan menyelenggarakan kegiatan berjamaah/kolektif adalah tempat ibadah yang berada di kawasan/lingkungan yang aman dari COVID-19.

Berikut beberapa selebaran yang penulis harap bermanfaat bagi pembaca:



Gambar 2.4. Promosi kesehatan seputar cara menggunakan masker dengan benar

Sumber: <https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/cara-memakai-masker-yang-benar2>



Gambar 2.5. Promosi kesehatan seputar cara mencuci tangan dengan benar
 Sumber: <http://www.dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/yukkk-cuci-tangan-pakai-sabun-yang-baik>

HOAKS DAN PERANAN MEDIA SOSIAL DI KALA PANDEMI

Hoaks merupakan informasi atau berita yang berisi hal-hal yang belum pasti atau yang benar-benar bukan merupakan fakta yang terjadi. Istilah yang semakna dengan hoaks dalam jurnalistik adalah libel, yaitu berita bohong, tidak benar, sehingga menjurus pada kasus pencemaran nama baik. Hoaks adalah suatu kata yang digunakan untuk menunjukkan pemberitaan palsu atau usaha untuk menipu atau mengakali pembaca untuk mempercayai sesuatu. Tujuan hoaks adalah sekadar lelucon, iseng, hingga membentuk opini publik. Intinya, hoaks itu sesat dan menyesatkan, apalagi jika pengguna internet tidak kritis dan langsung membagikan berita yang dibaca kepada pengguna internet lainnya (Juditha, 2018).

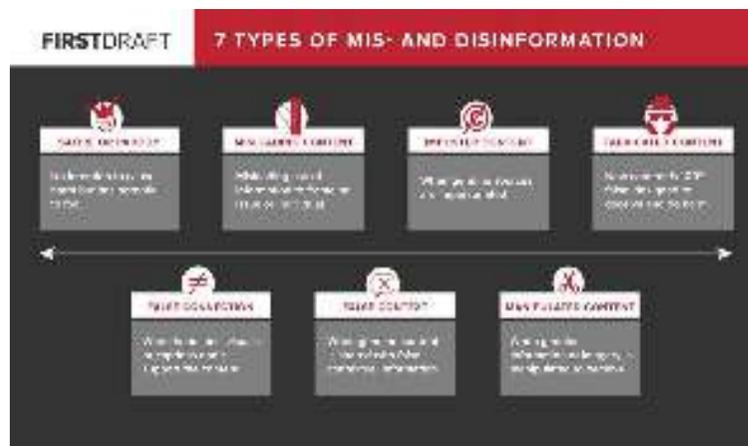
Media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan hoaks (Juditha, 2018). Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Berdasarkan hasil penelitian Mastel (2017), jenis hoaks yang

paling sering diterima masyarakat adalah bidang sosial politik seperti pilkada ataupun hal yang terkait dengan pemerintah, dan masalah SARA.

Ciri-ciri hoaks menurut Dewan Pers (2017), yakni:

1. Mengakibatkan kecemasan, kebencian, dan permusuhan.
2. Sumber berita tidak jelas. Hoaks di media sosial biasanya pemberitaan media yang tidak terverifikasi, tidak berimbang, dan menyudutkan pihak tertentu.
3. Bermuatan fanatisme atas nama ideologi, judul, dan pengantarnya provokatif, dan memberikan penghukuman serta menyembunyikan fakta dan kata.
4. Ciri khas lain hoaks adalah adanya huruf kapital, huruf tebal, banyak tanda seru, dan tanpa menyebutkan sumber informasi.

Hoaks juga dapat digolongkan berdasarkan jenisnya. First Draft membagi 7 jenis hoaks yang beredar di masyarakat. Berikut uraian jenis hoaks menurut First Draft yang disajikan oleh Sobih (2019):



Gambar 3.1. Pembagian Hoaks menurut First Draft (<https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>)

1. *Satire* atau Parodi

Satire atau parodi adalah konten yang dibuat untuk menyindir pihak tertentu. Secara umum, *satire* dibuat sebagai bentuk kritik terhadap personal maupun kelompok dalam menanggapi isu yang tengah terjadi. *Satire* tidak memiliki potensi atau kandungan niat jahat, namun bisa mengecoh.

2. *Misleading Content* atau Konten Menyesatkan

Misleading content yaitu konten yang dibentuk dengan nuansa pelintiran untuk menjelekkkan seseorang ataupun kelompok. Konten jenis ini dibuat secara sengaja dan diharap mampu menggiring opini sesuai dengan kehendak pembuat informasi.

3. *Imposter Content* atau Konten Tiruan

Imposter content terjadi jika sebuah informasi mencatat pernyataan tokoh terkenal dan berpengaruh. Tidak cuma perorangan, konten palsu ini juga bisa berbentuk konten tiruan dengan cara mendompleng ketenaran suatu pihak atau lembaga.

4. *Fabricated Content* atau Konten Palsu

Fabricated content terbilang menjadi jenis konten palsu yang paling berbahaya. Konten ini dibentuk dengan kandungan 100% tidak bisa dipertanggungjawabkan secara fakta. Biasanya *fabricated content* berupa informasi lowongan kerja palsu dan lain-lain.

5. *False Connection* atau Koneksi yang Salah

False connection ditandai dengan berbedanya judul berita dengan isinya. Konten ini biasanya diunggah demi memperoleh keuntungan berupa profit atau publikasi berlebih dari konten sensasional.

6. *False Context* atau Konteks Keliru

False context adalah sebuah konten yang disajikan dengan narasi dan konteks yang salah. *False context* memuat pernyataan, foto, atau

video peristiwa yang pernah terjadi pada suatu tempat, namun secara konteks yang ditulis tidak sesuai dengan fakta yang ada.

7. *Manipulated Content* atau Konten Manipulasi

Manipulated content atau konten manipulasi biasanya berisi hasil editan dari informasi yang pernah diterbitkan media-media besar dan kredibel. Gampangnya, konten jenis ini dibentuk dengan cara mengedit konten yang sudah ada dengan tujuan untuk mengecoh publik.

Konten/tema hoaks pun beragam. Dipilih suatu konten oleh sang pembuat hoaks untuk menimbulkan perdebatan di masyarakat. Menurut Aditiawarman, dkk. (2019), konten-konten hoaks itu antara lain:

1. Agama, konten yang memuat segala hal yang berkaitan dengan ajaran, sistem yang mengatur tata keimanan dan peribadatan kepada Tuhan Yang Mahakuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya.
2. Politik, konten yang memuat segala hal yang berhubungan dengan penyelenggaraan negara, pembagian kekuasaan, berupa kebijakan atau cara-cara mempertahankan kekuasaan.
3. Etnis, konten yang berkaitan dengan segala hal mengenai kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, suku, bahasa, budaya, dan sebagainya.
4. Kesehatan, konten yang memuat segala hal yang berkaitan dengan keadaan sehat jasmani maupun rohani.
5. Bisnis, konten yang memuat tentang segala usaha komersial.
6. Penipuan, konten yang memuat segala hal yang berkaitan dengan upaya mengecoh yang mengakibatkan kerugian di pihak yang dikecoh baik berupa uang atau data pribadi.

7. Bencana alam, konten yang memuat hal-hal yang terkait kejadian alam yang memakan korban.
8. Kriminalitas, konten yang memuat hal-hal yang berkaitan dengan tindak kejahatan.
9. Lalu lintas, konten yang memuat hal-hal yang berkaitan dengan lalu lintas, baik itu berupa kebijakan atau insiden.
10. Peristiwa ajaib, konten yang memuat kejadian yang tidak lazim dan mustahil.
11. Narasi, biasanya digunakan untuk menggambarkan runtutan peristiwa seperti seolah-olah benar adanya. Narasi yang dibangun lebih kepada hal-hal yang bersifat membesar-besarkan, membanding-bandingkan, melebih-lebihkan hingga memprovokasi.
12. Gambar atau foto, biasanya digunakan untuk menambah keyakinan pada pembaca akan berita bohong yang dibuat. Biasanya gambar atau foto yang digunakan tidak ada keterkaitan dengan peristiwa yang terjadi atau telah diedit sedemikian rupa.
13. Video, biasanya digunakan untuk menggambarkan peristiwa yang terjadi secara lebih nyata. Biasanya video yang digunakan tidak ada keterkaitan dengan peristiwa yang terjadi hingga telah diedit sedemikian rupa.
14. Meme, biasanya digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataannya, tetapi bersifat humor, lucu.

A. HOAKS DI TENGAH PANDEMI

MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) mencatat, pada selama enam bulan pertama tahun 2020, jumlah hoaks yang dikumpulkan di *database* MAFINDO mencapai 926 buah. Jumlah ini menunjukkan

peningkatan dari semester pertama tahun 2019. Peningkatan ini disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya adalah situasi pandemi COVID-19. Hoaks terbanyak muncul di bulan Maret 2020, dengan jumlah 198 buah. Pada bulan Januari sebanyak 109 buah, Februari 100 buah, April 164 buah, Mei 194 buah, dan Juni 161 buah.

Tema hoaks yang mendominasi pada paruh pertama tahun ini adalah hoaks kesehatan, dengan jumlah 519 buah. Disusul oleh hoaks bertema politik, yaitu sebanyak 172 buah. Selanjutnya adalah hoaks bertema kriminalitas sebanyak 79 buah, hoaks seputar agama sebanyak 44 buah, hoaks seputar bencana alam sebanyak 20 buah, bertema etnis sebesar 16 buah, tema sarana dan perhubungan sebanyak 13 buah, tema ekonomi/bisnis/industri sebanyak 10 buah, dan hoaks bertema lain-lain sebanyak 53 buah.

Dominasi hoaks kesehatan pada semester ini berkaitan erat dengan pandemi COVID-19 yang menyebabkan krisis kesehatan dan mengakibatkan perubahan drastis pada hampir semua aspek kehidupan masyarakat, mulai dari aspek ekonomi, politik, interaksi sosial, kehidupan beragama dan seterusnya. Dari 519 hoaks seputar kesehatan pada paruh pertama tahun ini, 492 hoaks di antaranya merupakan hoaks seputar COVID-19. Sisanya merupakan hoaks seputar kesehatan di luar COVID-19. Puncak hoaks COVID-19 terjadi di bulan Maret dengan mencapai angka 158 buah. Kemudian diikuti bulan April yaitu sebanyak 121 hoaks. Mendekati momen pilkada, hoaks COVID-19 mengalami penurunan. Hal ini terlihat sejak Juni 2020, hoaks politik kembali memimpin. Di sisi lain juga mulai terjadi kejenuhan di pihak masyarakat terhadap topik-topik terkait COVID-19 akibat pandemi yang berlarut-larut. Hal ini ditandai dengan perilaku abai protokol kesehatan yang semakin menggejala di berbagai tempat.

Tema hoaks seputar COVID-19 ada beragam. Hoaks dengan tema bencana kesehatan mendominasi dengan jumlah 148 hoaks. Selanjutnya, hoaks dengan tema kesehatan dan nutrisi menempati posisi kedua dengan jumlah 103 hoaks. Hoaks ini membahas hal-hal yang berkaitan dengan isu kesehatan murni seperti asal usul virus, pengobatan atau penanganan penyakit, dan seterusnya. Posisi ketiga diisi oleh hoaks bertemakan politik dengan jumlah 92 hoaks. Hoaks dengan kategori ini hanya menjadikan COVID-19 sebagai isu tunggangan. Motif sebenarnya adalah untuk menumbuhkan sentimen politik tertentu kepada pihak-pihak yang menjadi sasaran.

Tipe hoaks yang menyebar didasarkan pada kategori oleh First Draft, selama 6 bulan awal tahun 2020, 'konten yang menyesatkan' merupakan konten yang paling dominan yaitu dengan jumlah 216 buah. Hoaks bertipe ini dalam narasinya tampak upaya memberikan bingkai tertentu sehingga pembaca menangkap informasi yang menyesatkan. Posisi kedua diduduki oleh 'konten yang salah.' Hoaks dengan tipe ini meletakkan suatu informasi dalam konteks yang tidak sesuai. Jumlahnya mencapai 149 buah. Tipe terbanyak berikutnya adalah konten palsu. Jumlahnya mencapai 85 hoaks.

Adapun komponen alat memproduksi hoaks COVID-19 sepanjang enam bulan semester 1 2020 yang paling dominan adalah kombinasi antara beberapa bentuk. Sebagian merupakan kombinasi antara teks dan gambar; sebagian yang lain merupakan kombinasi antara teks dan video; atau teks, gambar, dan video sekaligus. Hoaks berbentuk campuran ini mendominasi dengan jumlah sebanyak 289 buah. Hoaks terbanyak kedua berbentuk teks dengan jumlah 150 buah. Hal ini menunjukkan bahwa hoaks dalam bentuk sederhana saja dapat dengan mudah tersebar di kalangan masyarakat.

Hoaks seputar COVID-19 disebarikan dengan aneka macam media komunikasi. Berdasarkan pelaporan pada MAFINDO, Facebook merupakan saluran penyebaran hoaks terbanyak. Hoaks di Facebook dalam semester pertama tahun 2020 sebanyak 235 hoaks. Selanjutnya, WhatsApp adalah saluran kedua yang banyak digunakan untuk menyebarkan hoaks. Hoaks yang tersebar sebanyak 109 buah. Twitter menempati posisi ketiga dengan jumlah sebanyak 76 hoaks.

Hoaks pada umumnya menggunakan berbagai cara untuk meyakinkan pembaca agar mempercayai informasi yang terkandung dalam narasinya. Dalam pemetaan hoaks COVID19 semester pertama tahun ini, cara tersebut diistilahkan sebagai “klaim bukti”. Klaim bukti yang paling banyak digunakan dalam hoaks COVID-19 adalah penyematian gambar atau video. Sebanyak 213 narasi hoaks berusaha meyakinkan pembaca akan kebenaran klaimnya dengan memperlihatkan gambar atau video untuk mendukung klaim dalam narasi.

Cara lain yang banyak digunakan adalah *employment of reasoning* yang salah satu modusnya adalah Cocoklogi. Hoaks COVID-19 yang menggunakan cara ini mencapai 63 buah. Beberapa klaim bukti lain yang juga digunakan dalam narasi hoaks COVID-19 adalah mengutip sumber yang tak dapat diverifikasi (46 hoaks); mengutip orang atau organisasi (40 hoaks); pencantuman URL (32 hoaks); pengalaman langsung (29 hoaks); lebih dari satu klaim bukti (18 hoaks). Selain yang telah disebutkan, beberapa hoaks COVID-19 tidak disertai klaim bukti sama sekali. Jumlahnya mencapai 51 hoaks. Semua data tersebut diperoleh dari Tim Mapping Hoaks Komite Litbang Mafindo. Berikut beberapa contoh hoaks seputar COVID-19 yang dilansir dari covid.19.go.id:

1. Hoaks tentang pengobatan COVID-19



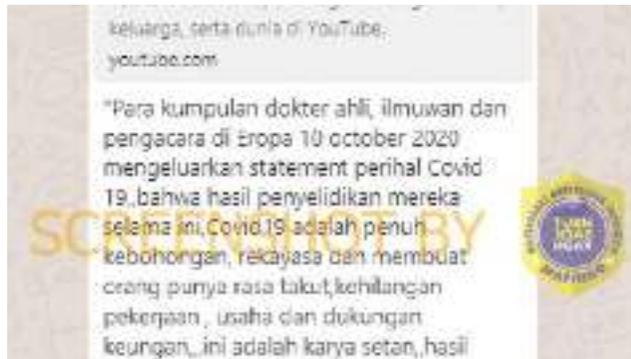




2. Informasi mengenai tes identifikasi virus seperti *swab test* dan *rapid test*, serta hoaks tentang COVID-19 itu sendiri







3. Hoaks sebuah perusahaan besar/pemerintah memberikan hadiah/ bantuan



gratis selama pandemi COVID-19
 Gratis untuk 100000 Rupiah pulsa
 Apakah Anda sudah terpilih untuk
 PT Telekomunikasi Selular Indonesia
 Program Hadiah Pelanggan Setia? Ini
 adalah peluang untuk memenangkan
 100000 Rupiah, gratis isi ulang jika Anda
 telah menggunakan PT Telekomunikasi
 Selular Indonesia secara teratur selama

KERJA DARURAT

YTY Regaly, aka PMAK Ujaha Mahaswed dan
 Menengah Republik Indonesia

Revisi ini adalah sebagai berikut: untuk memastikan prestasi, apakah
 efek produk Republik Indonesia yang terdampak Covid-19 akan berdampak buruk
 modal kepada pemerintah.

PERIKHTAN BANTUAN MODAL KERJA DARURAT

- Modal Ujaha tidak lebih 100 juta
- Tidak pernah ambil kredit R200 juta DR
- Selisih tagihan tidak lebih dari Rp. 25.000.000
- Usahanya sudah lebih 1 Tahun
- Sampai saat ini tetap menjalankan usahanya
- Memiliki Nomor Induk Kependudukan (NIK)
- Memiliki Nomor WhatsApp

Demi kejelasan dan kepastian, di sampaikan wawancara.

Jakarta, 10 September 2020

Membuat Laporan Dan Ujaha Kerja Dar
 Kementerian Koordinator

4. Pencatutan beberapa tokoh dalam dan luar negeri



Chery Chups • MANUSIA MERDEKA
Wednesday 19:08 · Instagram for Android · 18

Kalau Jokowi sanggup menjadi dokter , ngapain dokter kadnun ala barat merilai buruk kapada Jokowi , alasan cums satu yaitu mereka tidak mau Indonesia maju , salami sukses buat Jokowi ... 🙏🏻👍🏻



Ada tiga pendekatan penting yang diperlukan untuk mengantisipasi penyebaran berita hoaks di masyarakat berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Juditha (2018). Pendekatan itu yakni pendekatan kelembagaan, teknologi, dan literasi. Pendekatan kelembagaan yakni dengan terus menggalakkan komunitas anti hoaks. Dari sisi pendekatan teknologi, dengan aplikasi *hoax checker* yang bisa digunakan untuk mengecek kebenaran berita yang berindikasi hoaks. Pendekatan literasi, dengan gerakan anti berita *hoax* maupun sosialisasi kepada masyarakat, mulai dari sekolah hingga masyarakat umum yang ditingkatkan dan digalakkan, bukan saja oleh pemerintah, tetapi juga oleh seluruh lapisan masyarakat termasuk institusi-institusi nonpemerintah lainnya. Berikut uraian cara mengatasi hoaks:

1. Saat menerima berita yang judulnya terkandung unsur provokatif, tidak masuk akal, dan berlebihan, alangkah baiknya untuk mencari kebenarannya di internet atau *chatbot hoax* di aplikasi perpesanan instan.
2. Setelah mendapatkan faktanya, alangkah baiknya untuk menegur si pengirim hoaks tersebut dengan mengirimkan fakta yang didapatkan dan memberi instruksi kepada pengirim hoaks untuk menarik pesan yang telah terlanjur dikirimkannya.
3. Jika terdapat bukti kuat yang mendukung sebuah berita tersebut adalah hoaks maka jangan ragu untuk melaporkannya di aduankonten@mail.kominfo.go.id atau MAFINDO.
4. Mengikuti akun terpercaya di media sosial untuk selalu *up-to-date* dengan berita hoaks yang merajalela. Beberapa akun media sosial yang kadang memublikasikan berita hoaks adalah akun MAFINDO dan Kominfo. Serta ikuti juga akun-akun resmi pemerintah dan

lembaga swasta yang kredibel untuk selalu *up-to-date* tentang perkembangan pandemi COVID-19 di Indonesia.

5. Jika tidak mencari kebenarannya di internet, jangan menyebarkannya. Apapun alasannya. Jadikan hoaks tersebut berhenti di Anda saja.
6. Sikapi berita yang masuk dengan pikiran yang netral.
7. Edukasi keluarga, sahabat, dan lingkungan sekitar mengenai hoaks, utamanya ciri-ciri hoaks.
8. Jangan lupa untuk memberi edukasi kepada keluarga, sahabat, dan lingkungan sekitar tentang COVID-19, agar kita dan sekitar dapat terhindar dari COVID-19 juga hoaks tentangnya.

B. PERANAN MEDIA SOSIAL DI TENGAH PANDEMI

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer masa kini, yaitu: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia (Nasrullah, 2017). Menurut Henderi (2007: 3), media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Media sosial kini menjadi bagian penting dari masyarakat. Media sosial kini tidak hanya terbatas pada interaksi saling bertukar pesan, namun kini media sosial dapat digunakan untuk memberi informasi, berjualan, menampilkan bakat, siaran langsung, dan ajang untuk menyebarkan

tren baru. Selain itu, media sosial juga memiliki beberapa fungsi yang dijabarkan oleh Sulianta (2015), yaitu:

1. Menciptakan identitas (identitas *brand* atau suatu produk baru bahkan *personal brand*).
2. Sebagai sarana promosi baru.
3. Sarana riset mencakup riset kualitatif dan kuantitatif. Riset kualitatif meliputi diskusi *online*, kualitas relasi *online*, representasi dan kesan konten digital, serta reputasi *online*. Riset kuantitatif meliputi jumlah *download*, *fans* dan *follower*, kata kunci pencarian, penghasilan yang didapat via *online*, *page view*, dan *social bookmark*.
4. Mengikat konsumen dengan tujuan mendapatkan loyalitas konsumen.
5. Sarana komunikasi para pengguna *online*.
6. Solusi praktis bagi problematik komunikasi dan manajemen.

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut uraian karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2016):

1. Jaringan
Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.
2. Informasi
Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam

media sosial terdapat aktivitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.

3. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.

5. Stimulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Ibarat sebuah negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.

6. Konten oleh Pengguna

Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

7. Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

Selain itu ada pula karakteristik lain yang pada media sosial menurut Sulianta (2015). Karakteristik itu antara lain:

1. Transparansi, adalah keterbukaan informasi karena konten media sosial ditunjukkan untuk konsumsi publik untuk sekelompok orang.
2. Dialog dan komunikasi, ketika ada sebuah komunikasi maka akan terjalin hubungan dan komunikasi interaktif menggunakan ragam fitur. Misalnya media sosial seperti Facebook, para penggunanya bisa saling berkomunikasi lewat *chat inbox* maupun saling memberi komentar pada foto yang terpasang di akun Facebook yang muncul di lini masa penggunanya.
3. Jejaring relasi, hubungan antara pengguna layaknya jaring-jaring yang terhubung satu sama lain dan semakin kompleks seraya mereka menjalin komunikasi dan terus membangun pertemanan. Komunitas jejaring sosial memiliki peranan kuat yang akan memengaruhi audiensinya.
4. Multi opini, setiap orang yang menggunakan media sosial dengan mudahnya berargumen dan mengutarakan pendapatnya misalnya dalam Instagram. Seseorang yang menggunakan Instagram dapat memberi komentar pada foto yang diunggah oleh teman sesama Instagram.

Media sosial telah menjadikan keterlibatan masyarakat global dengan memiliki kesempatan yang sama (*flat*). Media sosial juga telah

mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat. Media sosial merupakan alat komunikasi reversibel generasi sekarang (Kamil, 2014). Selain itu, ada pengaruh media massa dalam hal ini media sosial menurut Khatimah (2018) meliputi tiga aspek, yakni:

1. Aspek kognitif, artinya dari tidak tahu menjadi tahu. Contohnya seseorang yang berada dalam rumah tidak akan mengetahui peristiwa yang terjadi di luar namun dengan adanya media sosial, seseorang menjadi tahu peristiwa yang sedang atau telah terjadi di luar rumah, luar daerah, bahkan luar negeri. Seperti peristiwa gempa dan tsunami Palu yang videonya dibagikan dengan melalui media sosial, peristiwa banjir bandang Masamba yang juga reportasenya dibagikan melalui media sosial.
2. Aspek afektif, yang berarti dari tidak suka menjadi suka. Pada aspek ini juga dapat meningkatkan atau menurunkan dukungan moral. Contoh dari efek afektif ini seperti iklan peralatan *make up* yang ada di YouTube atau Instagram, seorang wanita yang awalnya tidak menyukai riasan akan tergoda dengan iklan-iklan yang ditayangkan di YouTube dan Instagram karena melihat aktrisnya yang cantik dan gaya bahasa yang digunakan sehingga ada hasrat ingin membeli dan memakainya agar dapat terlihat cantik seperti aktris produk tersebut.
3. Aspek konatif, yaitu mengubah sikap dan perilaku. Media sosial sebagai salah satu jenis media *online* yang kini dominan digunakan oleh masyarakat. Perubahan sikap dan perilaku pengguna media sosial tergantung pada jenis konten yang mereka saksikan. Jika konten yang disaksikan seperti ceramah, dan video motivasi, itu juga akan berpengaruh kepada kehidupan mereka, seperti rajin bersedekah, rajin beribadah, dan hidup dengan *mindfulness*.

Sedangkan jika konten yang disaksikan adalah konten pansos, porno, berkata kasar, itu juga akan berpengaruh terhadap pembawaan mereka di dunia nyata, misalnya orang tersebut cari perhatian, mesum, dan berkata kasar yang menyakiti hati sesama

Menggunakan media sosial sama halnya dengan “menampilkan” diri kita sebagai manusia biasa dalam bentuk *online*. Dengan media sosial, kita bisa berbagi ide, bekerja sama, berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri (Nasrullah, 2017). Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein dalam artikelnya yang berjudul “*User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Meida*” di Majalah Business Horizons (2010) dalam Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI yang dirilis oleh Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014) mengklasifikasikan media sosial menjadi 6 jenis berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Berikut uraiannya:

1. Proyek kolaborasi *website*. Pengguna dalam jenis media sosial ini diizinkan untuk mengubah, menambah, ataupun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti *Wikipedia*.
2. Blog dan *microblog*. Pengguna dalam jenis media sosial ini mendapatkan kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.
3. Konten atau isi. Pengguna dalam jenis media sosial ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti buku elektronik, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Instagram dan YouTube.

4. Situs jejaring sosial. Pengguna dalam jenis media sosial ini memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok, atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti Facebook.
5. *Virtual game world*. Pengguna dalam jenis media sosial ini melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud *avatar-avatars* sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud *avatar* juga layaknya di dunia nyata, seperti *online game*.
6. *Virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.

Media sosial saat ini terkadang disalahartikan oleh masyarakat. Banyak masyarakat yang menganggap kehadiran media sosial sebagai sesuatu yang merugikan. Mereka menganggap semua yang tersebar di media sosial adalah kebohongan belaka, pamer, dan beberapa anggapan lainnya. Namun, media sosial itu sendiri pada awalnya ditujukan untuk memberi efektivitas dan efisiensi pengguna, tergantung dari pekerjaan yang ingin dilakukan. Baik buruknya media sosial tergantung pada penggunanya, apakah dia menggunakan media sosial dengan tujuan yang baik atautkah yang buruk. Berikut uraian manfaat dari media sosial menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI:

1. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar

melalui beragam informasi, data, dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lainnya, media sosial menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang. Mulai dari budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi, dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu membekali diri dengan kekritisian, analisis yang tajam, perenungan yang dalam, kebijaksanaan dalam penggunaan, dan emosi yang terkontrol. Ingat, apapun yang diunggah ke dalam media sosial, sebagian orang menganggapnya sebagai “jati diri” kita di dunia nyata. Apapun yang diunggah di dalamnya, dapat meninggalkan jejak digital yang bisa dilihat oleh siapa saja. Maka bijaklah menggunakan media sosial.

2. Sarana Dokumentasi, Administrasi, dan Integrasi

Beragam aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, seperti profil, informasi, reportase, kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga, dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media

sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektivitas operasional organisasi.

3. Sarana Perencanaan, Strategi, dan Manajemen

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan *marketing* dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas *customer*, menjajaki *market*, mendidik publik, hingga menghimpun respons masyarakat.

4. Sarana Kontrol, Evaluasi, dan Pengukuran

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi, dan parameter untuk evaluasi. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik dapat terekam dengan baik di media sosial. Oleh sebab itu media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

Selain manfaat ada juga beberapa risiko dari medial sosial menurut (Triastuti, dkk., 2017), yakni:

1. Pencurian identitas. Tindakan memberi informasi pribadi secara berlebihan seperti membagi foto pribadi secara masif dengan konten yang relatif kurang pantas untuk disebarakan berpotensi untuk dicuri dan dimanfaatkan oleh orang yang berniat melakukan penipuan dan juga *cyberbullying*.

2. Perundungan maya. Orang lain dapat saja menggunakan akun palsu untuk merundung/menghujat/menyinggung orang lain.
3. Pelecehan. Menggunakan media sosial secara berlebihan dapat memicu pelecehan yang dilakukan oleh segelintir orang. Pelecehan yang terjadi berupa mengomentari sesuatu secara kurang pantas, ataupun melalui *chat* yang berisi percakapan yang kurang pantas.
4. Penipuan. Hal ini terjadi karena tidak berhati-hati dalam media sosial. Aksi penipuan ini biasanya dengan modus *online shop* gadung, yaitu ketika pembeli sudah mengirimkan sejumlah uang sebagai transaksi, sang pemilik *online shop* malah menghapus akunnnya ataupun mengubah nama akun sehingga sulit untuk dicari. Selain itu, banyak kasus juga dilakukan terkait hubungan asmara untuk meraup keuntungan ataupun sekadar untuk menjalankan hubungan ke ranah yang lebih serius. Biasanya sang penipu menggunakan foto profil yang bukan miliknya (biasanya yang ditampilkan adalah foto orang dengan berwajah tampan/cantik) dan informasi pribadinya dibuat semenarik mungkin, misalnya pekerjaannya adalah artis, tentara, polisi, ataupun yang lainnya kemudian mencari korban dengan rayuan mautnya yang mampu membuat luluh korbannya.
5. Pornografi. Pornografi terkadang tersebar luas di media sosial. Hal ini tentu meresahkan sebagian orang yang tak ingin melihat konten tersebut. Selain itu, adanya konten pornografi dalam media sosial membuat orang tua, pengajar, dan pemerintah harus ekstra waspada dalam melindungi generasi selanjutnya dari paparan pornografi yang dapat merusak psikis dari generasi penerus bangsa. Sudah beberapa langkah yang dilakukan oleh pemerintah untuk memberantas

pornografi di media sosial, namun konten pornografi terus saja mendapatkan celah untuk berkembang dan menyebar. Terkait salah satu risiko media sosial ini perlu perhatian khusus bagi semua masyarakat untuk sama-sama memberantasnya.

6. Kekerasan. Di media sosial juga kadang tersebar luas konten kekerasan, seperti video perkelahian antarsiswi SMP yang saling berebut pacar, kekerasan pada anak, orang tua, ataupun hewan. Konten kekerasan ini cenderung mudah berpengaruh pada anak dan remaja. Sehingga konten ini harus mendapatkan filter di media sosial.
7. Eksploitasi seksual dan *self-harm* serta *destructive behavior*. Menyangkut eksploitasi seksual, biasanya anak dan remaja sangat rentan dalam kasus ini. Biasanya anak atau remaja diiming-imingi penghasilan tinggi dengan mengirimkan foto pose sensual atau yang lainnya kepada pihak yang nantinya akan memperjualkan foto tersebut. *Self-harm* serta *destructive behavior* adalah perbuatan menyakiti diri sendiri. Biasanya dilakukan dengan mengiris tangan dengan silet, membenturkan diri ke tembok bahkan percobaan bunuh diri. Hal ini didasari atas beberapa faktor baik internal seperti masalah keluarga ataupun eksternal seperti perundungan maya.
8. Rasa panik/cemas/rendahnya rasa percaya diri/gagap sosial; terlalu sering menggunakan media sosial dan meyakini sesuatu yang ada di dalamnya tanpa berupaya bertanya dapat berdampak pada rasa percaya diri seseorang, yaitu kegagapan, perasaan mudah panik, dan cemas.
9. Melakukan/menjadi korban intimidasi. Kesalahan atau kekurangwaspadaan seseorang saat berinteraksi dengan orang lain,

meniru sesuatu yang salah dari teman dan keluarga, melakukan *posting* tanpa mempertimbangkan dampak dapat membuat seseorang menjadi pelaku maupun korban intimidasi.

10. Adiksi media sosial dan game *online*. Rentan pada semua usia, baik anak, remaja, dewasa muda, dewasa, bahkan lansia sekalipun. Perilaku adiksi ditunjukkan saat seseorang tidak bisa lepas dari media sosial, menghabiskan banyak waktu di media sosial tanpa tujuan yang jelas, dan resah apabila tidak dapat mengakses media sosial.

COVID-19 membuat semua aktivitas harus dirumahkan. Keberadaan media sosial di tengah pandemi ini membawa peranan yang cukup penting. Berikut uraiannya:

1. Media Sosial sebagai Wadah untuk Ubah Perilaku Masyarakat dalam Menyikapi Pandemi

Media sosial menjadi wadah bagi para pakar seperti dokter, peneliti, dan pemerintah, untuk memberi edukasi kepada masyarakat. Kehadiran peneliti, dokter, dan pemerintah di ekosistem media sosial dapat menciptakan interaksi dengan pengguna lain yang efektif dalam mencegah penyebaran hoaks. Dokter dan peneliti biasanya memanfaatkan akun media sosialnya untuk memberi edukasi kepada masyarakat. Edukasi yang diberikan dapat melalui deskripsi seperti pada Facebook dan Twitter atau melalui komik dan gambar seperti pada Instagram.

Masyarakat dapat menggunakan fasilitas kolom komentar atau pesan pribadi untuk bertanya seputar COVID-19. Biasanya dokter dan peneliti tersebut akan menjawabnya. Masyarakat lain yang juga mengikuti akun dokter atau peneliti tersebut otomatis akan melihat jawaban dari dokter atau peneliti tersebut sehingga jangkauan dari jawaban yang

diberikan semakin luas. Semakin banyak orang yang tereduksi, diharapkan tingkat kesadaran diri akan penyebaran COVID-19 juga meningkat. Sehingga bersama kita mencegah penularan COVID-19



Gambar 4.1. Contoh edukasi masyarakat tentang COVID-19

Sumber: <https://m.Facebook.com/KementerianKesehatanRI/photos/a.1021894937840606/4022082697821800/?type=3&source=48>

2. Peranan Media Sosial di Lingkungan Keluarga

Peran media sosial saat pandemi di lingkungan keluarga, ada tiga utamanya, yakni sebagai sarana hiburan bagi keluarga, mempermudah komunikasi keluarga, sebagai media pembelajaran bagi anak yang melaksanakan PJJ, dan mempermudah komunikasi orang tua yang bekerja dari rumah. Sebagai sarana hiburan keluarga, banyak kreator YouTube

yang gigih berinovasi di tengah pandemi ini. Sehingga YouTube banyak diakses oleh keluarga untuk menonton bersama saat sedang di rumah.

Peran selanjutnya adalah mempermudah komunikasi keluarga. Di tengah pandemi yang bertepatan dengan hari raya Idulfitri dan Iduladha ini menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi antar keluarga yang sedang jauh. Komunikasi itu dapat berlangsung dalam media sosial pribadi seperti WhatsApp. Keluarga dapat menggunakan fitur panggilan video untuk mempererat komunikasi. Komunikasi jalan, melindungi diri pun aman.

Peran selanjutnya adalah media sosial berfungsi sebagai media pembelajaran bagi anak yang melaksanakan PJJ. PJJ dilaksanakan biasanya menggunakan WhatsApp untuk mengumpulkan tugasnya atau pemaparan materinya. Begitu pula dengan orang tua yang bekerja dari rumah. Orang tua menggunakan media sosial untuk tetap terhubung dengan rekan kerjanya.

Selain 4 peran positif tadi, ada salah satu hal yang perlu disorot, yaitu penggunaan media sosial oleh anggota keluarga, khususnya remaja dan dewasa muda saat pandemi ini. Meningkatnya intensitas anak, remaja, dan dewasa muda menggunakan media sosial dapat membuat mereka ketergantungan, seperti takut ketinggalan informasi, bersifat apatis, dan menjadi malas. Pada anak dan remaja, media sosial adalah sesuatu yang menarik, karena media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana akumulasi penguatan identitas. Terkait dengan relasi mereka dengan teman-temannya. Apabila anak dan remaja absen menggunakan media sosial yang serupa dengan teman-teman, termasuk tidak melakukan apa yang teman mereka lakukan di media sosial maka mereka akan

menghadapi kemungkinan ketinggalan berita atau kurang *update* (Triastuti, dkk., 2017).

Anak dan remaja merupakan kelompok masyarakat dengan usia yang sedang memasuki fase penting terkait upaya aktualisasi diri dalam era digital saat ini. Salah satu tindakan yang menunjukkan hal tersebut yaitu berbagi status mengenai apa yang sedang mereka lakukan dan rasakan di berbagai *platform* media sosial yang mereka gunakan. Berbagi status terkait pula dengan fakta bahwa mereka juga terhubung dengan teman-teman mereka sehingga segala sesuatu yang dibagikan berpotensi diterima dan dicerna serta dikomentari (Triastuti, dkk., 2017).

Tindakan lainnya yang paling lekat dalam keseharian anak dan remaja dalam bermedia sosial adalah *chatting* atau bercakap-cakap dengan orang lain sesama pengguna aplikasi (*instant messenger*). Pengguna lain ini dapat mencakup teman, keluarga, hingga orang yang belum dikenal sama sekali. *Platform* yang populer digunakan yaitu WhatsApp, *Telegram*, dan Facebook. *Stalking* atau menguntit juga menjadi tindakan favorit anak dan remaja dalam aktivitas bermedia sosial. Sosok yang menjadi sasaran *stalking* beragam, dari mengikuti akun atau mencari informasi (foto, video, status) mengenai figur publik/idola, keluarga, teman, gebetan, atau siapa pun yang menurut mereka penting (Triastuti, dkk., 2017).

Bagi para siswa sebagai pelaku dalam institusi pendidikan, media sosial menyediakan ruang untuk memperoleh solusi/bantuan dalam mengerjakan tugas sekolah, membaca dan belajar saat menghadapi ujian sekolah. Terkait kegiatan membaca di media sosial, selain membaca sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan sekolah juga termasuk membaca sesuatu yang bersifat nonakademis seperti hobi, berita, gosip, komunitas dan lain sebagainya. Media sosial yang sering digunakan dalam

hal ini yaitu Facebook. Aplikasi lain seperti *Tiktok* dan Instagram biasanya digunakan oleh sesama pelajar/nonpelajar untuk membagikan tips dan trik belajar, seperti informasi mengenai *website* yang biasa digunakan untuk mencari jurnal nasional maupun internasional, inspirasi jualan untuk siswa, dan juga beberapa tips licik, seperti membuka kunci jawaban dari *platform* Google Classroom (Triastuti, dkk., 2017).

Hal lain yang juga merupakan poin penting yang harus disoroti adalah penggunaan media sosial untuk mengisi waktu kosong. Waktu kosong yang diisi dengan bermedia sosial semata tanpa kontrol yang memadai dari orang tua atau wali berpotensi menyebabkan anak dan remaja mengalami kecanduan media sosial. Jika sudah jadi candu, sulit untuk mengubah kebiasaan anak dan remaja. Namun diperlukan strategi bagi orang tua dan guru dalam penghentian aktivitas bermedia sosial pada anak sehingga tidak menimbulkan trauma pada anak dan remaja (Triastuti, dkk., 2017).

Penghentian aktivitas bermedia sosial jika disertai dengan kekerasan baik verbal ataupun nonverbal akan menimbulkan trauma pada anak usia sekolah dasar. Sementara anak-anak dengan usia yang lebih tua, seperti yang duduk di bangku SMP dan SMA cenderung akan resistan dan menciptakan strategi yang berisiko. Risiko tersebut beraneka ragam, mulai dari melakukan aktivitas media sosial dengan cara sembunyi-sembunyi atau semakin penasaran sehingga melakukan aktivitas media sosial di luar rumah seperti ke warnet ataupun meminjam perangkat milik teman. Dampak lain yang sering terjadi adalah perasaan gelisah saat dirinya dipisahkan dari perangkat bermedia sosial karena mereka beranggapan tidak memiliki banyak alternatif penghilang rasa bosan atau pengisi waktu selain bermedia sosial. Adapun beberapa tips yang dapat diadopsi oleh

orang tua dan guru untuk mengingatkan anaknya agar bemedial sosial dengan bijak menurut Triastuti, dkk. (2017), yakni:

- a. Bantu anak-anak memahami informasi apa yang seharusnya bersifat pribadi. Katakan pada mereka mengapa penting untuk menyimpan beberapa hal –tentang diri mereka sendiri, anggota keluarga dan teman—untuk diri mereka sendiri. Informasi seperti nama lengkap mereka, nomor telepon, alamat jalan, dan informasi keuangan keluarga seharusnya bersifat pribadi dan harus tetap seperti itu.
- b. Kunjungi dan pelajari akun media sosial seperti yang dimiliki oleh anak. Biarkan mereka tahu bahwa Anda berada di sana, dan bantulah mengajari mereka cara bertindak saat mereka bersosialisasi secara *online*.
- c. Pelajari dan gunakan pengaturan privasi untuk membatasi siapa yang dapat mengakses dan mem-*posting* di situs media sosial anak Anda.
- d. Ingatkan anak-anak Anda bahwa setelah mereka mem-*posting* informasi secara *online*, mereka tidak dapat menghapusnya kembali. Jejak maya sangat berbahaya dan sulit untuk menghilangkan bekasnya.
- e. Bicaralah dengan anak-anak Anda dengan hati-ke-hati. Beritahu mereka bahwa kata-kata yang mereka ketik dan gambar yang mereka poskan dapat memiliki konsekuensi dunia nyata. Buatlah batasan bagi anak dalam bermedia sosial. Beritahukan kepada anak untuk berbicara/melaporkan kepada orang tua jika mereka mendapat perundungan, percakapan seks, dan perilaku *online* berisiko.

3. Peran Media Sosial di Bidang Ekonomi

Berbagai macam cara dilakukan oleh pengusaha untuk tetap memutar roda usahanya tetap berputar di saat pandemi seperti sekarang ini. Salah satu cara yang digunakan oleh pengusaha pada saat pandemi ini adalah menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Sistem pemasaran produk dengan menggunakan media sosial ini disebut juga sebagai pemasaran media sosial. Pemasaran media sosial adalah bentuk mempromosikan beragam konten bisnis dalam berbagai cara kepada pengguna media sosial.

Pemasaran media sosial atau *social media marketing* adalah bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau badan lain dan dilakukan dengan menggunakan alat-alat dari web sosial seperti *blogging*, *microbloging*, jejaring sosial, *bookmark* sosial. Konten *social media marketing* mencakup taktik tertentu seperti berbagi kupon atau mengumumkan penjualan di Facebook atau Twitter, atau bisa mencakup yang lebih luas seperti berkomunikasi dengan orang-orang atau menciptakan konten yang menarik di blog, dalam sebuah video yang diunggah ke YouTube atau dalam presentasi bersama berbagi *slide*. Selain itu pemasaran media sosial menawarkan kesempatan besar untuk pengusaha, perusahaan menengah, dan perusahaan besar untuk membangun merek mereka dan bisnis mereka (Gunelius, 2011: 10).

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2020) memaparkan bahwa media sosial dapat meningkatkan penjualan produk dan memperluas target pasar. Hal ini didasari karena banyaknya konsumen yang menggunakan media sosial dalam mencari produk yang dibutuhkan. Transaksi jual belinya pun terjadi secara *online* sehingga sesuai dengan kondisi pandemi

sekarang. Media sosial yang banyak digunakan untuk memasarkan produk secara *online* adalah Facebook. Media sosial lain yang juga banyak digunakan adalah Instagram, Twitter, Line, dan WhatsApp.

Meningkatkan penjualan di media sosial dapat dimulai dengan mengunggah konten yang menarik. Media sosial adalah sarana menebarkan konten ibarat memasang iklan di tempat-tempat keramaian yang *eye catching*. Konten yang dihadirkan jenisnya beragam untuk menarik minat pembeli, seperti dengan membuat konten umum yang menarik, mengadakan ajang lomba, memberi promosi dan pemberian secara gratis.

Membuat konten umum yang menarik contohnya *brand* besar menggunakan jasa *copywriter* untuk membuat konten yang menarik. *Copywriter* ini membuat suatu konten tips agar wajah terlihat *glowing* pada Instagram suatu produk kecantikan. Selain itu *brand* besar juga mengadakan ajang lomba. Strategi ini digunakan sebagai ajang untuk berpromosi dan mengikat audiensi. Ajang lomba kadang dikemas sederhana tetap mengharuskan peran serta audiensi *online*, misalnya, dengan: (1) mengisikan informasi data diri dan teregistrasi di website *brand*. (2) memberi *like* atau mengikuti jejaring sosial milik *brand*, atau bahkan (3) sekadar *mem-posting* foto dengan produk *brand* tertentu. Partisipasi audiensi ini akan mendapatkan kesempatan untuk memperoleh hadiah. Informasi ini pun disebar pada berbagai jejaring sosial milik *brand* untuk mengajak para partisipan yang lebih banyak lagi. Selain 2 metode tadi, ada juga pemberian produk secara gratis kepada pengunjung media sosial akun *brand* tersebut. Selain untuk uji produk, pembagian gratis ini juga cara mengiklankan produk yang paling “indah” di mata konsumen

(Sulianta, 2015). Berikut beberapa kiat untuk membuat konten di media sosial untuk menarik minat pembeli menurut Pranoto (2020):

- a. Membuat judul dan *headline* yang menarik.

Headline atau judul adalah hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen sehingga judul yang kita buat harus memiliki pesan yang kuat dan emosi pembacanya. Oleh karena itu, kita harus membuat judul yang mampu menarik minat konsumen untuk membacanya, tetapi kita harus membuat pesan yang berbeda dari setiap konten yang kita tulis.

- b. Memberikan pesan yang optimal di setiap media sosial

Kita harus memahami bahwa *platform* yang terdapat di media sosial memiliki keunikan tersendiri. Oleh karena itu, jika kita ingin membagikan konten di beberapa *platform*, kita harus memastikan terlebih dahulu konteks media sosial yang akan kita gunakan.

- c. Variasi di setiap konten merupakan kunci

Konten yang sama dan berulang akan membuat audiens merasa bosan. Hal ini dapat mengurangi pengikut terhadap *brand* kita di media sosial. Oleh sebab itu, jangan sering menggunakan konsep yang sama pada konten yang kita buat. Kita juga dapat menyiasatinya dengan menyisipkan beberapa fitur, seperti video pendek untuk menambah minat audiens.

- d. Hindari menumpuk berbagai hal dalam sekali *update*

Kita harus menjadwalkan waktu *posting* di berbagai media sosial agar tidak terjadi penumpukan jadwal *posting* karena akan mengganggu pengikut kita. Kita juga dapat menggunakan media sosial yang berasal dari *digital agency* untuk melakukan penjadwalan dan *posting* konten di setiap media sosial kita.

Selain membuat konten yang menarik, perlu juga untuk melakukan *branding* secara konsisten. Berikut kiat untuk melakukan *branding* menurut Pranoto (2020):

a. Memilih media sosial yang akan kita gunakan

Kita harus memilih media sosial yang akan digunakan dengan cermat dan jeli untuk melihat karakteristik media sosial dan karakteristik bisnis atau produk kita. Kita dapat melihat informasi demografi penggunaan media sosial untuk memutuskan jenis media sosial yang kita gunakan.

b. Menggunakan konten visual

Kita harus menciptakan konten visual yang menarik dengan menggunakan warna dan logo yang dapat menguatkan *branding* bisnis kita.

c. Menyampaikan pesan dan informasi yang benar

Kita jangan sampai memberikan pesan atau informasi yang salah karena akan membuat *brand* kita menjadi turun. Sebaliknya, kita harus memberikan informasi yang lengkap, jelas, dan benar.

d. Menggunakan *influencer*

Influencer akan sangat membantu kita untuk memasarkan produk kita karena konsumen akan tertarik jika seorang tokoh masyarakat atau idolanya merekomendasikan produk tersebut. Bagi *netizen*, dalam pemasaran media sosial, peran *influencer* ini sangat terikat dengan kata *endorse*. Pada awalnya *endorse* atau *endorsement* adalah sebuah tindakan mendukung atau setuju terhadap sesuatu. Namun, sekarang istilah tersebut bergeser menjadi pemberian intensif dari pemilik usaha atau jasa kepada *influencer* untuk mempromosikan produk tersebut. Kegiatan *endorse* ini tentu

meningkatkan penjualan produk, mengingat yang mempromosikan produk adalah seorang *influencer* atau pemengaruh yang banyak memiliki pengikut di media sosial. Kegiatan *endorse* bukan hanya berasal dari usaha kecil, menengah, dan besar. Namun, kegiatan *endorse* kadang dilakukan atas inisiatif *influencer* itu sendiri untuk meningkatkan penjualan produk usaha mikro yang terdampak pandemi COVID-19 seperti usaha kopi keliling dan bakso tanpa dipungut biaya apapun.

Berikut beberapa kiat untuk membuat konsumen tetap “setia” mengikuti akun media sosial penjual menurut Sulianta (2015):

- a. Tetap personal: media sosial digunakan untuk merangkul audiensi, maka selalu hadirkan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi yang sebenarnya.
- b. Membuka diri: semua orang membutuhkan perhatian dan ingin diperhatikan, maka cara termudah adalah membuat pernyataan dan pertanyaan yang secara langsung mengajak audiens untuk berpartisipasi.
- c. Tanggap: sigap dengan apapun pernyataan audiens dan tetap profesional dalam menanggapi.
- d. Ucapkan terima kasih: terima kasih adalah cara terindah dalam menyapa audiens.
- e. Informasi interaktif: penjual dapat menyisipkan konten video, foto, dan tulisan interaktif.
- f. Berikan apa yang disukai audiens: membuat konten yang benar-benar disukai audiens tidaklah mudah, diperlukan riset dan pemahaman *market* perihal apa yang sedang tren, apa saja topik

yang sedang hangat dibicarakan, dan buatlah konten berdasarkan daya pengamatan.

- g. Hindari berbicara terlalu banyak perihal diri sendiri: membicarakan *brand* atau peraihan *brand* ada porsi tersendiri, tetapi jika berlebihan, justru audiens akan meninggalkan Anda. Bicarakan tentang hal sosial kemanusiaan, bicarakan tentang pengetahuan, atau aktivitas yang dilakukan oleh audiens.
- h. Bisnis bukan segalanya: jika lansiran media sosial Anda hanya membombardir audiens dengan produk bisnis, lama kelamaan mereka akan jenuh. Lansiran akan terlihat sebagai spam. Berikan lansiran informatif, menarik, atau menghibur tanpa harus menyimpang jauh dari visi dan misi *brand* Anda.
- i. Jaring-jaring layanan *online*: semakin banyak media sosial yang saling terintegrasi, maka *brand* Anda semakin dikenal.

Sebagai contoh konkret, di Kota Palopo khususnya pandemi ini, beberapa usaha kuliner berganti metode penjualan, sebelumnya hanya mengutamakan berjualan secara langsung, kini mereka mulai berjualan secara *online*. Atau bahkan ada yang baru membuka usahanya di tengah pandemi COVID-19. Kuliner yang dijajakan pun beragam, mulai dari kesukaan masyarakat, seperti kapurung, es pisang ijo, pisang peppe', sarabba, dan ubi goreng ataupun kesukaan remaja-dewasa muda seperti pisang goreng *nugget*, dimsum, *banana roll*, *thai tea* dan *green tea* hingga inovasi terbaru dalam bidang kuliner seperti nasi bakar, ayam goreng korea, atau bronis pisang.

Selain kuliner, media sosial juga digunakan untuk mempromosikan jualan seperti pakaian, *skin care*, masker dan *hand sanitizer*, atau bahkan jasa, seperti jastip, kurir makanan, kurir kebutuhan pokok, ekspedisi

antarwilayah dalam provinsi (seperti Palopo-Malili). Media sosial yang banyak digunakan oleh penjual di Kota Palopo yaitu Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Dengan menggunakan Facebook dan Instagram, penjual biasanya mempromosikan jualannya dengan mengunggah gambar produk/jasa dilengkapi dengan *caption* yang berisi spesifikasi produk. Fitur lain yang digunakan adalah fitur *Live*. Fitur *Live* ini banyak digunakan oleh penjual pakaian dan *skin care* dengan menunjukkan produknya secara *real time*.

Selain itu tak jarang juga beberapa penjual yang di-*endorse* usahanya oleh tokoh masyarakat, misalnya oleh anggota DPR, sehingga warga tertarik untuk membelinya. Media sosial lain yang banyak digunakan oleh para penjual adalah WhatsApp, yaitu dengan menjadikan gambar dagangannya sebagai *story* ataupun menulis spesifikasi produknya pada *story*. Tak jarang juga penjual kadang mem-*broadcast* pesannya pada kontak dan grup WhatsAppnya.

4. Peranan Media Sosial di Lingkungan Sosial Masyarakat

Media sosial memiliki peran yang vital pada lingkup sosial masyarakat, terlebih di saat pandemi sekarang ini. Media sosial dapat menjadi wadah bagi siapa saja untuk menyebarluaskan suatu informasi, entah itu benar atukah salah. Komunikasi masyarakat kini digantungkan pada komunikasi *online* untuk bertukar informasi dan untuk mendukung koordinasi sumber daya termasuk peralatan kesehatan, pengelolaan kesehatan, personel kesehatan, dan informasi selama situasi krisis pandemi COVID-19 (Sampurno, 2020).

Informasi yang diperoleh dari media sosial dapat menjadi dasar persepsi dan norma dalam masyarakat mengenai COVID-19. Media sosial

sendiri memiliki algoritma yang dapat memberikan tawaran menuju tautan resmi tentang COVID-19. Usaha dari media sosial yang mengarahkan langsung berita-berita terkait COVID-19 merupakan bentuk pencegahan terhadap maraknya hoaks yang dapat berpotensi meresahkan masyarakat Indonesia dan berpotensi meruntuhkan rantai kenasionalisme masyarakat (Irianingsih, dkk., 2018).

Masyarakat menggunakan media sosial untuk berbagi pendapat, mencari informasi, dan berbagi cerita tentang pengalaman mereka. Penelitian menunjukkan bahwa 60% dokter melihat media sosial sebagai jalan untuk memberikan layanan kesehatan yang lebih baik kepada pasien (Hanson, dkk. 2011). Bagi pasien, media sosial adalah tempat untuk mendapatkan saran dari rekan-rekan yang mungkin mengalami masalah kesehatan yang sama.

Mereka juga mencari saran untuk membuat perubahan gaya hidup dan solusi untuk masalah kesehatan yang mungkin mereka alami. Misalnya, seseorang yang peduli tentang pencegahan COVID-19 melalui gerakan cuci tangan menggunakan sabun, mereka dapat mencari blog, atau meminta saran dari anggota komunitas media sosial. Mereka berusaha untuk meredakan kekhawatiran tentang COVID-19 dengan mengakses dan/atau membuat konten media sosial tentang efektivitas gerakan cuci tangan menggunakan sabun guna membunuh virus SARS-CoV-2 (Sampurno, 2020).

Selain itu, khususnya di Kota Palopo, media sosial berperan untuk membantu orang lain yang sedang membutuhkan donor darah. Juga berperan untuk memberitahukan berita duka (kematian) seseorang kepada orang lain. Media sosial juga digunakan untuk memberikan kritik terhadap pemerintah atau mengeluhkan tidak mendapat bantuan ataupun meminta

bantuan bagi orang yang terdampak secara ekonomi pada pandemi COVID-19. Media sosial juga kerap digunakan beberapa warga Kota Palopo untuk menyebarluaskan informasi yang menyesatkan dan meresahkan warga lain.

Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat penelitian dan *tracking* dalam kesehatan masyarakat terkait COVID-19. Misalnya para peneliti telah menggunakan media sosial untuk melacak dan memperkirakan penyebaran wabah COVID-19. Dengan begitu banyak informasi yang tersedia secara publik tentang berbagai penyakit dan masalah kesehatan masyarakat lainnya, ada potensi besar untuk menggunakan media sosial sebagai sumber penambangan data untuk pengembangan penanganan pandemi. Media sosial bahkan dapat digunakan untuk melacak opini publik misalnya terkait penggunaan disinfektan dan upaya-upaya lain untuk pencegahan serta penanganan COVID-19 (Sampurno, 2020).

5. Penggunaan Media Sosial pada Lingkup Politik di Indonesia

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik di Indonesia paling marak ketika pemilihan presiden Republik Indonesia pada tahun 2014. Maraknya penggunaan media sosial dalam kampanye Pilpres 2014 berkaitan dengan semakin banyaknya pengguna internet di negeri ini. Media sosial yang mulai digunakan secara intensif dalam aspek politik memiliki konteks yang lebih spesifik. Oleh publik, media sosial dijadikan sebagai medium baru untuk mengekspresikan partisipasi politik, sementara bagi para politisi sendiri media sosial menjadi sarana baru dalam menjalin komunikasi, membangun interaksi, dan menyebarkan informasi politis kepada publik. Selain itu, media sosial memberikan

keleluasaan penuh kepada setiap warga negara untuk mengaktualisasikan partisipasi politiknya. Media sosial memberikan ruang alternatif bagi publik untuk mengekspresikan partisipasi politiknya. Salah satu yang paling korelatif dengan fakta ini adalah generasi muda yang memang merupakan segmen sosial paling akrab dengan media sosial (Andriadi, 2016).

Media sosial berperan penting dalam sistem *marketing* politik di Indonesia, baik untuk pemilu legislatif, pemilu presiden, maupun pemilihan kepala daerah (pilkada) dalam mempromosikan kandidat calon politisi. Kampanye politik tidak lagi sekadar memanfaatkan televisi koran, majalah, radio, tabloid, brosur, pamflet, atau spanduk tetapi kini juga memanfaatkan media baru yaitu internet (Heryanto, 2018).

Peran media sosial dalam dunia politik, terlebih saat pilkada di tengah pandemi ini adalah kampanye. Media sosial dipandang sebagai suatu alat untuk berinteraksi yang efektif oleh partai politik dan kandidatnya, termasuk untuk mempromosikan produk atau kampanye mereka. Keunggulan utama dilaksanakannya kampanye lewat media sosial saat pandemi adalah mengurangi kerumunan masyarakat yang bisa menjadi potensi penularan COVID-19. Keunggulan lainnya menggunakan media sosial dalam berkampanye adalah biaya kampanye yang jauh lebih murah. Media sosial juga unggul karena memberi kesempatan kepada para calon pemilih untuk berdialog dua arah dengan kandidat politisi, tidak seperti model kampanye tradisional yang cenderung searah. Adanya media sosial dapat berperan penting untuk mendongkrak suara secara signifikan bahkan membentuk opini. Munculnya opini berhasil membentuk kekuatan masing-masing calon. Banyaknya pernyataan bisa ikut memengaruhi calon pemilih dalam menentukan siapa yang harus dipilih (Munzir, dkk., 2020).

Model kampanye pilkada yang digunakan dalam media sosial biasanya dapat berupa *vlog* keseharian kandidat paslon. Selain itu, dapat berupa gagasan dari tokoh masyarakat yang memaparkan keunggulan dari suatu paslon sehingga menggiring opini dan persepsi publik untuk ikut mendukung paslon yang diunggulkan. Selain itu, dapat berupa foto dari paslon tersebut, atau pembuatan akun tim pemenang paslon.

Peranan lain media sosial dalam kehidupan politik Indonesia selama pandemi adalah pengembangan melek politik masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda. Kehadiran media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat termasuk mahasiswa sebagai bagian dari kehidupan sosial politik harusnya dapat dimaksimalkan dengan baik. Namun, adanya berita-berita tidak sesuai fakta dan hal-hal negatif lewat media sosial bisa mempengaruhi bagaimana melek politik mahasiswa menjadi tidak maksimal (Munzir, dkk., 2019).

Media sosial juga digunakan untuk membahas isu-isu hangat terkait kebijakan pemerintah. Salah satu isu hangat yang mencuat pada saat pandemi adalah pengesahan *omnibus law* undang-undang cipta kerja. Ramai pemberitaan yang membahas *omnibus law* ini di media sosial. Dari media sosial pula beberapa tokoh masyarakat mengeluarkan opininya, sehingga menggiring opini publik. Dari pemberitaan ini muncul opini-opini yang berasal dari mahasiswa. Ada juga yang hanya menyimak pemberitaan ini karena menganggap *omnibus law* ini merupakan materi yang berat, sehingga sulit dicerna. Beberapa aksi dilancarkan dan membuat kerusakan di beberapa tempat di Indonesia. Ini menjadi catatan penting untuk setiap anggota masyarakat agar hendaknya memproses informasi yang didapatkan, berpendapat namun paham akan masalah yang sedang diperdebatkan agar terhindar dari tunggangan orang ketiga dalam

menjalani aksi yang seharusnya berpihak pada rakyat dan berujung solusi yang solutif bagi semua pihak.

Peran media sosial yang ketiga adalah meningkatkan partisipasi pemilih, khususnya pemilih pemula (Munzir, dkk., 2019). Media sosial kebanyakan digunakan oleh pemilih pemula, sehingga diharapkan dengan intensnya promosi kandidat di media sosial dapat mempengaruhi pilihan paslon pemilih pemula.

Reseesi adalah periode penurunan ekonomi sementara, yaitu perdagangan dan aktivitas industri berkurang, umumnya ditandai dengan PDB dalam dua kuartal berturut-turut (Putsanra, 2020). Melansir Forbes, resesi adalah penurunan signifikan dalam kegiatan ekonomi yang berlangsung selama berbulan-bulan atau bahkan bertahun-tahun (Rizal, 2020). Sedangkan menurut KBBI, resesi adalah kelesuan dalam kegiatan dagang, industri, dan sebagainya (seolah-olah terhenti); menurunnya (mundurnya, berkurangnya kegiatan dagang /industri).

Penyebab terjadinya resesi secara umum menurut CNN Indonesia (2020), terdapat 6 faktor penyebab resesi ekonomi. Penyebab itu antara lain:

1. Guncangan ekonomi tiba-tiba yang dapat menimbulkan kerusakan finansial yang serius. pandemi global COVID-19 ini merupakan salah satu contohnya. Di Indonesia, ketakutan orang terpapar virus telah menyebabkan aktivitas perekonomian hampir lumpuh.
2. Utang yang berlebihan. Meningkatnya *default* utang dan kebangkrutan dapat dengan mudah membalikkan perekonomian.
3. Menggelembungnya aset. Ketika investasi didorong oleh emosi, investor bisa menjadi terlalu optimis selama ekonomi kuat dan

mulai menggelembungkan pasar saham atau gelembung *real estat*. Ketika gelembung itu meletus, *panic selling* dapat menghancurkan pasar dan menyebabkan resesi.

4. Inflasi atau deflasi berkepanjangan. Inflasi adalah tren harga yang stabil dan naik dari waktu ke waktu. Inflasi bukanlah sesuatu yang buruk, namun jika berlebihan, resesi bisa terjadi lantaran daya beli tergerus dan konsumsi yang jadi salah satu penggerak ekonomi melemah. Deflasi adalah saat harga turun dari waktu ke waktu yang menyebabkan upah menyusut. Ketika umpan balik deflasi lepas kendali, orang dan bisnis berhenti berbelanja, yang merusak ekonomi.
5. Perubahan teknologi. Perubahan teknologi memang sangat bermanfaat bagi produktivitas dan membantu perekonomian dalam jangka panjang. Namun perubahan besar dalam teknologi ternyata juga dapat menyebabkan resesi, misalnya ketika Revolusi industri membuat banyak profesi menjadi tidak berguna dan pengangguran bertambah banyak.

Resesi pada suatu negara dapat tercermin dalam beberapa keadaan menurut (Samsul, 2006), yakni:

1. Indeks bursa efek turun terus menurun
2. Banyak barang yang ditawarkan, banyak kredit yang ditawarkan
3. Mulai pemutusan hubungan kerja
4. Mulai penutupan usaha

Indikator semacam itu disebut juga *leading indicator* pasar ke arah *bearish market*. Penurunan kegiatan ekonomi mungkin hanya berlangsung beberapa bulan (<6 bulan) dan kemudian sudah membaik lagi, sehingga

belum masuk siklus resesi ekonomi. Akan tetapi, jika setelah 6 bulan krisis ekonomi masih belum membaik, maka dikatakan sedang memasuki siklus ekonomi resesi. Resesi ekonomi dapat terjadi beberapa bulan sebelum membaik atau pulih kembali. Apabila resesi sudah berjalan 18 bulan dan ternyata belum pulih juga, maka hal tersebut merupakan tanda krisis ekonomi akan lebih parah. Apabila resesi sudah melewati 18 bulan dan belum selesai atau belum ada tanda-tanda akan membaik, berarti siklus akan memasuki depresi ekonomi, yaitu suatu keterpurukan ekonomi yang akan lebih panjang lagi atau memasuki siklus depresi (Samsul, 2006).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa salah satu penyebab resesi adalah guncangan ekonomi dunia, seperti pandemi COVID-19. Penerapan PSBB membuat aktivitas perekonomian terhenti. Mobilitas manusia dibatasi, sektor usaha harus menghentikan sebagian aktivitasnya, bahkan ada yang harus tutup total. Akibatnya, pertumbuhan ekonomi yang pada kuartal I masih tumbuh 2,97%, pada kuartal II berkontraksi hingga 5,32%. Kuartal II merupakan puncak dari semua kelesuan ekonomi karena hampir seluruh sektor usaha ditutup untuk mencegah peredaran virus (Pramisti, 2020).

Memasuki kuartal III saat PSBB mulai dilonggarkan, kegiatan ekonomi mulai menggeliat. Kontraksi ekonomi mulai berkurang menjadi 3,49%. Dengan catatan dua kuartal berturut-turut berkontraksi, maka ekonomi Indonesia secara teknis masuk dalam resesi. Pada kuartal IV, ekonomi diperkirakan masih akan mengalami kontraksi 1,6% hingga 0,6%, menurut perhitungan pemerintah. Itu artinya, Indonesia diperkirakan menutup tahun 2020 pada angka pertumbuhan ekonomi minus. Pertumbuhan ekonomi memburuk karena daya beli masyarakat tergerus signifikan akibat

pandemi. Daya beli masyarakat turun terutama karena berkurangnya penghasilan, di samping karena terbatasnya aktivitas (Pramisti, 2020).

A. PENGARUH RESESI PADA *ENTREPRENEUR* DAN PEKERJA

Resesi ekonomi adalah kelesuan ekonomi yang ditandai dengan menurunnya aktivitas ekonomi secara signifikan yang berlangsung dalam waktu beberapa lama. Resesi tentu berdampak langsung pada dunia *entrepreneur*. Menurut Setiawan (2020), resesi ekonomi menyebabkan pendapatan dan keuntungan perusahaan (*entrepreneur*) menurun. Dengan menurunnya pendapatan dan keuntungan, perusahaan terpaksa harus mengambil langkah selanjutnya, yaitu ada 2 kemungkinan, memberhentikan sebagian aktivitasnya yang berarti harus berhenti merekrut karyawan baru dan terpaksa memutus kerja karyawan lama, mengurangi ongkos produksi, mengurangi pengembangan produk baru, meminimalkan pengeluaran untuk pemasaran ataukah harus menutup usaha secara total.

Selain itu, turunnya pendapatan *entrepreneur* dapat diikuti dengan merosotnya harga saham dan dividen. Harga saham naik saat pendapatan dan keuntungan perusahaan meningkat sedangkan harga saham turun saat pendapatan dan keuntungan perusahaan menurun. Merosotnya harga saham tampak jelas saat terjadinya resesi ekonomi. Investor enggan mengambil risiko menempatkan dananya dalam waktu yang dalam bentuk saham. Selanjutnya, pembayaran kredit perusahaan tersendat-sendat. Gangguan yang terjadi pada bisnis akibat resesi ekonomi menyebabkan perusahaan kesulitan membayar kredit yang menjadi kewajibannya. Pasalnya, pendapatan yang turun menjadi hambatan perusahaan dalam

membayar kredit atau utang. Apabila perusahaan berada dalam situasi gagal bayar, perusahaan bisa dianggap bangkrut. Reputasi perusahaan pun menjadi jelek karena terlambat membayar kredit. Buruknya reputasi dapat berdampak pada kepercayaan pemberi kredit.

Dampak selanjutnya, resesi ekonomi berdampak pada kualitas dan kuantitas produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Adanya pengurangan produksi bisa saja membuat produktivitas perusahaan dalam membuat produk menurun. Produk yang dihasilkan dapat dalam keadaan kurang baik ataupun terkesan langka.

B. PENGARUH RESESI PADA NELAYAN

Bagi para pelaku sektor perikanan, terutama nelayan, resesi ekonomi adalah penyakit baru saat pandemi. Sekitar 80% lebih nelayan Indonesia merupakan nelayan skala kecil yang menggantungkan kehidupan dari tangkapan ikan. Nasution (2020) mengungkapkan dampak negatif pandemi berimplikasi pada perikanan skala kecil antara lain seperti tangkap ikan setop, risiko kesehatan nelayan, akses pasar terganggu, dan penangkapan ikan ilegal meningkat. Hasil tangkapan ikan merupakan jantung bagi produk perikanan. Harga-harga ikan hasil tangkapan menurun, menyebabkan pendapatan nelayan berkurang. Belum lagi, penutupan di beberapa wilayah yang menyebabkan rantai pasok ikan sedikit terganggu (Mardhia, 2020). Masalah lain, ketika rantai distribusi ikan terganggu, berdampak terberat pada daerah-daerah pesisir yang tak memiliki lemari pendingin sebagai tempat penampungan ikan. Maka dari itu, hasil tangkapan akan terbuang sia-sia atau dijual dengan harga yang sangat murah kepada *tengkulak*. Kondisi ini membuat nelayan menjadi korban.

Dampak lain pandemi adalah akses pendidikan bagi anak-anak nelayan. Tidak semua wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil memiliki akses internet yang baik dan juga terkadang akses listrik pun tidak merata. Bagian Kelautan dan Perikanan di Bappenas awal Agustus 2020 menyatakan, sektor perikanan dapat jadi kekuatan ekonomi dalam mencegah potensi resesi, namun sangat disayangkan harapan ini tidak dapat terealisasi. Setidaknya ada tiga hal berpotensi jadi dampak dari resesi ekonomi bagi nelayan menurut Nasution (2020), yakni:

1. Resesi ekonomi akan berdampak pada penurunan daya beli masyarakat, tidak terkecuali pada produk-produk perikanan. Ketika permintaan menurun, penjualan akan makin berkurang dan berujung pada harga tangkapan nelayan anjlok. Nelayan skala kecil adalah pihak yang paling terdampak. Meskipun musim sedang bagus namun jika pembeli berkurang dan harga ikan anjlok, hal tersebut sama saja saat berada di musim paceklik.
2. Nelayan dikategorikan sebagai sektor pekerjaan informal. Untuk sektor informal ini musuh terbesar sebagai dampak resesi ekonomi bukanlah PHK, melainkan utang. Penelitian Kholis, dkk. (2020) terhadap nelayan skala kecil di Kota Bengkulu memprediksi bahwa pendapatan nelayan menurun tajam akibat pandemi. Mereka akan terus berutang untuk bertahan hidup hingga akhir 2020.
3. Industri perikanan skala besar juga berpotensi terganggu dan bukan hal tidak mungkin melabuhkan kapal-kapal penangkapan, secara tak langsung merumahkan ABK. Hal ini bisa lebih buruk lagi dengan pengurangan karyawan yang bekerja di industri-industri pengolahan ikan.

Pemerintah sudah berupaya menolong masyarakat dalam menghadapi pandemi. Pemerintah juga sudah memberikan berbagai macam insentif bagi nelayan untuk menghadapi pandemi. Namun permasalahan yang terjadi di lapangan adalah apakah bantuan ini tepat sasaran? Pemerintah harus menyediakan insentif fiskal bagi industri perikanan skala besar. Insentif ini bisa berupa pengurangan pajak selama masa pandemi, relaksasi pembayaran utang, dan pinjaman modal dengan bunga ringan, dan tenor yang fleksibel. Pemberian insentif harus dibarengi dengan persyaratan perusahaan tidak boleh memecat karyawannya. Bagi nelayan kecil, dengan memberikan insentif berbentuk tunai dapat membantu mereka tidak jatuh dalam jeratan utang yang lebih dalam. Selain itu pemerintah juga perlu menyediakan alat tangkap untuk meningkatkan hasil tangkapan nelayan (Nasution, 2020).

C. PENGARUH RESESI PADA PETANI

Sektor pertanian sendiri terbukti cukup tahan banding dan terus produktif di tengah pandemi COVID-19. Pada kuartal satu ia tumbuh tipis 0,02 persen *year on year* (YoY), dan meningkat ke 2,12 persen di Q2. Sektor pertanian dalam arti luas ini meliputi subsektor tanaman pangan (padi dan palawija), subsektor hortikultura (sayur, buah, dan tanaman obat), subsektor perikanan (budidaya dan tangkap), perkebunan (kakao, karet, kopi, sawit, tembakau, tebu, dan teh), peternakan (ayam, telur, daging, dan susu), dan kehutanan (kayu bangunan, kayu *furniture*, dan kayu untuk industri kertas). Menteri pertanian (Mentan), Syahrul Yasin Limpo menyatakan bahwa sektor yang dipimpinnya terutama dari subsektor tanaman pangan, hortikultura, dan peternakan ikut terpapar pandemi. Namun, dampaknya tidak seburuk yang lain (Trihusodo, 2020).

Melihat kondisi riil di lapangan, Mentan yakin bahwa di Q3 2020, sektor pertanian bisa tumbuh lebih tinggi dari Q2. Ada sejumlah alasan yang disampaikan Mentan, yaitu pertama, hasil produksi tanaman pangan, hortikultura, dan peternakan, terus meningkat, karena tidak terganggu anomali musim, dan tak pula terlalu terkendala oleh pandemi. Kedua, produknya terserap oleh pasar karena berupa bahan pangan. Yang ketiga, rantai pasok tetap lancar, mulai dari proses produksi, panen hingga ke pemasaran (Trihusodo, 2020).

Hal ini berbanding terbalik dengan ungkapan beberapa petani di beberapa wilayah di Indonesia. Posisi petani sebagai produsen dan konsumen membuat petani turut merasakan dampak resesi. Beberapa petani mengeluhkan harga jual yang turun sehingga beberapa petani menyalaki agar panen di awal supaya tidak merugi. Di lain sisi, seorang petani padi mengungkapkan bahwa sebelum pandemi ia mengelola sawah seluas 3 Ha, namun karena pandemi ia hanya mengelola 1 Ha sawah. Ia mengirit pupuk yang dimilikinya karena harus menunggu masuknya pasokan pupuk dari luar daerah. Pengiriman pupuk antarpulau pun terhambat karena pembatasan sosial (Yuniar, 2020).

D. SOLUSI ANCAMAN RESESI BAGI INDONESIA

Pemerintah telah mengeluarkan beberapa kebijakan yang terlampir pada Undang-undang Nomor 2 Tahun 2020 dalam upaya menghadang resesi dan penanganan COVID-19 yang dilansir dari Mulya (2020), yakni:

1. Melakukan penyesuaian batasan defisit anggaran melalau relaksasi batasan defisit anggaran melampaui 3% sampai dengan akhir tahun 2022 dan membatasi pinjaman paling tertinggi sebesar 60% dari PDB.

2. Melakukan penyesuaian besaran *mandatory spending*, yakni terdiri dari anggaran kesehatan sebesar 5% dan dana desa sebesar 10%.
3. Memberikan kewenangan untuk menerbitkan Surat Utang Negara (SUN) dan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) yang dapat dibeli oleh Bank Indonesia (BI), Badan Usaha Milik Negara (BUMN), investor korporasi, dan/atau investor ritel, serta menetapkan sumber-sumber pembiayaan anggaran yang berasal dari dalam dan/atau luar negeri, dan memberikan pinjaman kepada Lembaga Penjamin Simpanan.
4. Melaksanakan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dalam upaya melindungi dan meningkatkan kemampuan ekonomi para pelaku usaha dari sektor keuangan dan riil dalam menjalankan usaha.
5. Melakukan *refocusing* dan realokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

Selain beberapa kebijakan melalui undang-undang, ada pula kebijakan menarik yang dipaparkan oleh Adyuta Banurasmi Balapradhana (Mahasiswa Program Studi Ilmu Hubungan Internasional UPN “V” Yogyakarta) dan Eko Waluyo (Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Syiah Kuala) dalam Buku Minda Mahasiswa Indonesia Seri II: Antisipasi Resesi dan Krisis Pangan Akibat Pandemi. Solusi resesi ekonomi yang dipaparkan oleh Balapradhana ialah dengan *Universal Basic Income* (UBI). Sedangkan Waluyo membahas tentang peran distribusi ekonomi Islam dalam menghadapi dampak pandemi COVID-19.

Universal Basic Income (UBI) merupakan sebuah kebijakan untuk memberikan sejumlah uang dengan jumlah tertentu supaya kebutuhan dasar setiap individu terpenuhi. Sekilas kebijakan ini memiliki kemiripan

dengan Bantuan Langsung Tunai (BLT) dan Program Keluarga Harapan (PKH) yang sama-sama memiliki skema pemberian uang tunai secara langsung kepada masyarakat. Tetapi, UBI tidak menasar hanya pada kalangan tertentu seperti kalangan bawah atau miskin, melainkan semua kalangan orang dewasa usia produktif yang bekerja (20 hingga 40 Tahun), dari semua kalangan ekonomi. Selain itu, uang tunai yang diberikan kepada masyarakat dalam jumlah yang tetap berdasarkan jumlah rata-rata uang yang diperlukan masyarakat per bulannya.

Skema UBI adalah pemerintah memberikan sejumlah uang yang ditentukan berdasarkan jumlah rata-rata uang yang dibutuhkan setiap orang dalam memenuhi kebutuhannya. Kemudian, pendistribusian uang melalui lembaga sosial seperti kementerian atau dinas sosial jika targetnya para pekerja informal atau kalangan menengah ke bawah. Selain itu, UBI bisa diterapkan ke perusahaan atau UMKM dengan memberikan pengampunan semua jenis pajak yang dibayar oleh perusahaan dan subsidi keperluan produksi, seperti listrik dan air dalam jangka waktu tertentu, dengan syarat suatu perusahaan atau UMKM yang bersangkutan harus membayar gaji karyawannya sesuai dengan jumlah UBI yang diterapkan pemerintah. Dengan demikian, pengusaha tidak perlu khawatir atas pembayaran gaji pekerja yang membebani keuangan perusahaan di tengah krisis yang mengakibatkan menurunnya aktivitas produksi, sehingga lebih fokus untuk mengurus masalah produksi agar keuangan perusahaan tetap membaik.

Langkah UBI ini tentu tidak luput dari kritikan. Banyak yang menilai bahwa pemberian bantuan seperti ini akan membuat ketergantungan, membeli barang yang tidak bermanfaat seperti rokok dan alkohol, serta membuat malas para pekerja. Namun beberapa penelitian menepis anggapan miring tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Bank

Dunia mengatakan bahwa tidak ada peningkatan penggunaan uang transfer bantuan tunai untuk pembelian alkohol atau tembakau, mayoritas uang dipakai untuk membeli kebutuhan pokok seperti kebutuhan pangan. Penelitian yang dilakukan oleh D.T. Cochrane juga membuktikan bahwa UBI atau Tunjangan Jaminan Pekerjaan mampu menurunkan angka PHK akibat pandemi dan membantu pengusaha agar tetap melakukan aktivitas perekonomian tanpa harus khawatir defisit neraca keuangan perusahaan akibat membayar gaji karyawan.

Penerapan sistem UBI menurut Balapradhana, mengungkapkan bahwa memang penerapan UBI merupakan suatu kebijakan kesejahteraan warga yang cukup mahal karena dapat menghabiskan anggaran belanja suatu negara hingga lebih dari sepertiganya. Tetapi, manfaat yang diberikan sebanding dengan pengorbanan anggaran karena dapat mencegah peningkatan angka pengangguran yang diakibatkan oleh menurunnya produksi dan konsumsi di tengah COVID-19. Jika angka pengangguran dan kemiskinan akibat pandemi dapat diatasi dengan baik melalui UBI, maka tak perlu khawatir atas penurunan pertumbuhan ekonomi akibat pandemi dan dapat menjalankan perekonomian secara stabil pasca pandemi.

Selain gagasan dari Balapradhana dengan sistem UBI-nya, kini beralih pada gagasan Waluyo dengan Peran Distribusi Ekonomi Islam dalam Menghadapi dampak dari COVID-19. Ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang membantu manusia dalam mewujudkan kesejahteraan melalui alokasi dan distribusi berbagai sumber daya dengan tujuan syariah, yaitu manusia dapat merealisasikan tugasnya sebagai khalifah di muka bumi (Chapra, 1997). Konsep distribusi dalam Islam menjadi sebuah metode yang tepat untuk membantu menanggulangi

dampak ekonomi masyarakat di tengah wabah pandemi COVID-19, sehingga kebijakan pemerintah yaitu *social distancing* dapat terlaksana dengan baik, dan masalah ekonomi di tengah masyarakat dapat terselesaikan.

Konsep distribusi menurut Islam sendiri adalah peningkatan dan pembagian bagi hasai kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada-dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di golongan tertentu saja (Madnasir, 2010). Sistem ekonomi Islam menawarkan sistem pendistribusian ekonomi yang mengedepankan nilai kebebasan dalam bertindak dan berbuat dengan dilandasi oleh ajaran agama serta nilai keadilan dalam kepemilikan yang disandarkan pada dua sendi, yaitu kebebasan dan keadilan (Holis, 2016). Bentuk-bentuk pendistribusian harta dengan mekanisme non-ekonomi ini menurut Holis (2016) antara lain:

1. Pemberian harta negara kepada warga negara yang dinilai memerlukan.
2. Pemberian harta zakat yang dibayarkan oleh *muzaki* kepada para *mustahik*.
3. Pemberian infak, sedekah, wakaf, hibah, dan hadiah dari orang yang mampu kepada yang memerlukan.
4. Pembagian harta waris kepada ahli waris dan lain-lain.

Pada prinsipnya, distribusi mewujudkan beberapa hal berikut menurut Holis (2016), yakni:

1. Pemenuhan kebutuhan bagi semua makhluk.
2. Memberikan efek positif bagi pemberi itu sendiri seperti halnya zakat. Selain membersihkan diri dan harta, juga meningkatkan keimanan dan menumbuhkan kebiasaan untuk berbagi.

3. Menciptakan kebaikan di antara semua orang.
4. Mengurangi kesenjangan pendapatan dan kekayaan.
5. Pemanfaatan lebih baik terhadap sumber daya dan aset.
6. Memberikan harapan pada orang lain melalui pemberian.

Adapun pandangan dari Waluyo (2020), sistem ZISWAF dapat mengatasi problematik di tengah masyarakat pada saat pandemi COVID-19. Data dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) 2020, perolehan dana zakat, sedekah, dan infak di Indonesia terus mengalami peningkatan dan secara rata-rata mengalami pertumbuhan sebesar 36,2% selama periode 2019-2020 (BAZNAS, 2020). Instrumen zakat berpotensi dalam mengurangi biaya penanganan dampak COVID-19, khususnya dalam pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat yang terdampak, serta membantu pemerintah dan tenaga medis dalam mencukupi alat-alat kebutuhan medis. Adanya potensi ini mengindikasikan bahwa instrumen ZISWAF merupakan metode yang dapat diterapkan membantu masyarakat dan pemerintah untuk bersatu mencegah penularan COVID-19.

Dengan adanya instrumen ZISWAF, maka diharapkan pemerataan pemberian zakat dapat diberikan kepada orang yang kehilangan pekerjaan, terancam kebutuhan pokoknya, terdampak langsung COVID-19, dan tenaga medis sehingga orang yang disasar tersebut tidak keluar rumah dan dapat membantu pemerintah untuk menjalankan programnya mencegah penularan COVID-19. Peran pemerintah juga sangat dibutuhkan dalam mencapai metode ini, dengan menghimbau kepada masyarakat untuk membayarkan zakatnya lebih awal guna membantu para *mustahik* (orang penerima zakat) yang sangat membutuhkan bantuan.

Pendistribusian dana zakat agar lebih efektif dan efisien dapat juga dilakukan dengan menggunakan implementasi digitalisasi, seperti media

pembayaran melalui ATM, *platform* teknologi pembayaran finansial seperti SIMBA (BAZNAS) dan SANDRA (Dompot Duafa) sehingga dapat meningkatkan pengelolaan dana zakat yang lebih efektif, dalam aspek pengumpulan, operasional, dan penyaluran dana zakat. Untuk pendistribusian pengelolaan dana zakat, sedekah, dan infak dapat menggunakan *digital payment* syariah dan ojek *online* untuk didistribusikan kepada orang yang berhak menerimanya.

Selain 2 gagasan tersebut, menurut penulis sendiri, salah satu yang bisa menyelamatkan Indonesia dari jurang resesi adalah UMKM. Definisi UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan, perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah

kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang diatur dalam undang-undang ini.

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Selain definisi tersebut, adapun kriteria UMKM dalam bentuk permodalan menurut Pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008, yakni:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Berdasarkan sejarah krisis ekonomi di Indonesia, banyak korporasi besar (Usaha Besar) yang jatuh akibat krisis ekonomi seperti tahun 1998. Sektor UMKM terbukti mampu menahan ekonomi sehingga tidak jatuh lebih dalam (Hasparamudilla, 2020). Hal ini terjadi karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis (Komara, dkk., 2020).

Krisis ekonomi '98 dan krisis ekonomi akibat pandemi tentu adalah dua hal yang cukup berbeda. Dampak positif UMKM saat pandemi yakni banyaknya PHK saat pandemi mendesak mantan pekerja tersebut untuk melakukan kegiatan ekonomi apa saja yang dapat dikerjakan dengan modal yang ada dan sumber daya yang dimiliki saat itu, baik dengan membuka usaha sendiri ataupun bekerja di usaha kecil milik orang lain yang masih dapat beroperasi (Liana dan Indriyaningrum, 2008). Berdasarkan gambaran kecil ini, dapat disimpulkan bahwa UMKM berdampak positif terhadap pertumbuhan jumlah unit usaha, jumlah pekerja, dan pengusaha baru.

A. PANDANGAN MASYARAKAT TERHADAP PANDEMI COVID-19

1. Pandangan Mahasiswa terhadap Pandemi COVID-19

“Saya sebagai mahasiswa merasakan dampak dari COVID-19. Semua aktivitas kita sehari-hari di luar rumah dihentikan untuk sementara, salah satunya yaitu kuliah tatap muka. Pandemi COVID-19 memberikan dampak positif dan negatif. Positifnya, kita lebih menjaga kesehatan dengan meningkatkan imun dan memperhatikan pola hidup sehat, lebih melek teknologi, dan banyak mendapatkan bantuan, khususnya bantuan UKT dan kuota untuk mahasiswa. Negatifnya, mempengaruhi ekonomi keluarga, tidak semua kalangan bisa melek teknologi, dan dengan kuliah online beberapa materi kurang bisa saya pahami”.

(AP, Mahasiswi, 19 tahun)

“Sebagai mahasiswa, COVID-19 adalah virus yang penyebarannya luas dan membuat aktivitas seperti kuliah tatap muka harus dihentikan. Untuk saya pribadi, mata kuliah teori yang diberikan dalam perkuliahan daring sulit untuk dipahami dan mata kuliah praktik yang diajarkan sulit untuk dibayangkan”.

(AM, Mahasiswi, 20 Tahun)

“Menurut saya, COVID-19 itu berbahaya. Banyak yang sudah merasakan dampaknya. Karena COVID-19 juga kita diharuskan

oleh pemerintah untuk melakukan segala aktivitas di rumah, salah satunya kuliah. Tapi, yang saya rasakan, kuliah di rumah sangat tidak efektif, bahkan seperti jauh dari kata kuliah karena selama kuliah di rumah, dosen atau pengajar sebagian besar seperti lepas tanggung jawab atau acuh tak acuh pada mata kuliah yang mereka bawakan. Hanya tugas yang diberikan kepada kami, sedangkan materi yang dibawakan oleh dosen tidak dijelaskan secara lengkap. Dalam perkara tugas, baiklah, kami bisa cari referensinya di Google. Namun, mahasiswa seperti saya yang cara belajarnya hanya bisa mengerti jika dijelaskan oleh dosen akan membuat saya sangat tertinggal dari mahasiswa lainnya”.

(NIH, Mahasiswi, 19 Tahun)

“Dampak pandemi COVID-19 bagi mahasiswa membuat para mahasiswa harus menjalani kuliah secara online yang membuat mahasiswa kurang memahami materi dari bapak dan ibu dosen. Adanya pandemi juga membuat mahasiswa kurang berkomunikasi secara langsung kepada bapak dan ibu dosen terutama mahasiswa baru yang bahkan belum pernah bertemu secara langsung dengan dosen pengampu mata kuliah yang pada akhirnya membuat dosen dan mahasiswa kurang mengenal satu sama lain”.

(NR, Mahasiswi, 19 Tahun)

“Menurut saya, ada banyak sekali dampak dari pandemi COVID-19 bagi mahasiswa. Mulai dari akses jaringan yang terkadang sulit, tugas yang banyak, hingga mencari bahan referensi tugas dari pagi hingga pagi lagi. Dalam hal pemberian tugas, terkadang dosen terlalu banyak memberikan tugas hingga terkadang kami membatin, apalagi jika rentang waktu yang diberikan untuk mengerjakannya sangat mepet. **Frustrasi** adalah kata yang tepat menggambarkan keadaan kami saat ini. Jika disuruh memilih, antara kuliah daring atau luring, tentu kami akan memilih kuliah secara luring atau tatap muka. Selama kuliah daring, saya merasa hanya mendapat pengetahuan sebesar 10% saja, itu pun jika masih ingat. Tenaga pengajar yang terlalu monoton dalam memberikan perkuliahan

membuat mahasiswa juga turut tak acuh saat perkuliahan berlangsung. Terkadang saya merasa heran dengan dosen-dosen yang sekadar masuk mengabsen dan memberikan materi, kemudian menghilang begitu saja. Akibat pola ajar seperti ini, kami sebagai mahasiswa pun akhirnya menyerah, dan menganggap bahwa kuliah daring hanya sebatas mengabsen, membaca materi, kemudian mengerjakan tugas. Sangat melelahkan!”.

(NF, Mahasiswi, 19 Tahun)

“Menurut saya dampak pandemi COVID-19 sangat merugikan saya sebagai mahasiswa. Semua kegiatan perkuliahan dilakukan secara daring. Perkuliahan secara daring ini menurut saya kurang efektif dan sangat merepotkan. Saya sangat sulit untuk menerima materi yang diajarkan oleh dosen saat perkuliahan daring berlangsung. Di sisi lain pandemi COVID-19 juga sangat menghalangi kami dalam beraktivitas terutama dalam berorganisasi. Banyak program kerja yang telah kita susun untuk periode ini, namun terkadang tidak berjalan secara maksimal bahkan ada yang tidak terlaksana sama sekali”.

(RH, Mahasiswa, 20 Tahun)

“Menurut saya pribadi, pandemi COVID-19 pastinya sangat berdampak untuk perkuliahan. Awalnya, sih, lumayan keteteran. Apalagi dengan jadwal kuliah lebih fleksibel. Materi yang diberikan lumayan lebih sedikit. Maka dari itu, kita sebagai mahasiswa harus lebih aktif untuk mencari tambahan materi”.

(JD, Mahasiswa, 20 Tahun)

2. Pandangan Pengajar terhadap Pandemi COVID-19

“Dampak dari COVID-19 bagi kami sebagai guru mengaji, sebenarnya saat awal penerapan PSBB pengajian untuk anak-anak sempat terhenti selama kurang lebih 3 bulan. Sekarang memasuki masa AKB yang aktivitas di luar rumah sudah diperbolehkan namun tetap memperhatikan protokol kesehatan, kami melaksanakan

kembali pengajian untuk anak-anak tentunya dengan izin dari orang tua mereka. Akibat libur panjang, anak didik kami harus mengulang kembali bacaannya baik untuk anak yang sedang menghafal Al-Qur'an dan juga anak yang masih belajar makhrjal huruf hijaiyah".

(DH, Guru Mengaji, 23 Tahun)

3. Pandangan ASN terhadap Pandemi COVID-19

"COVID-19 dalam pandangan saya, memberikan dampak positif dan negatif. Saat lockdown, sebenarnya saya cukup senang untuk tinggal di rumah. Menghabiskan waktu bersama keluarga dan memulai hobi baru. Negatifnya, ada banyak capaian program yang tidak tercapai karena anggaran difocusing untuk dana dalam menanggulangi pandemi COVID-19".

(RAG, ASN, 32 Tahun)

"COVID-19 adalah virus yang sangat mematikan. Makanya, saat keluar rumah atau di dalam rumah kita harus pakai masker, cuci tangan, dan jaga jarak. Saat Pandemi COVID-19 hal yang menurut saya amat terdampak adalah perekonomian. Bisa kita lihat di mana-mana ada pengurangan jumlah karyawan dan kebutuhan masyarakat tidak terpenuhi. Kami sebagai ASN berusaha dan berupaya bagaimana cara memulihkan perekonomian. Kami sebagai ASN bersyukur dengan adanya bantuan yang diberikan kepada masyarakat".

(NA, ASN, 50 Tahun)

4. Pandangan Pekerja Swasta Terhadap Pandemi COVID-19

"Pandemi COVID-19 bagi saya, Alhamdulillah tidak memberikan banyak halangan dari segi pekerjaan. Namun, sebagai pekerja lapangan (marketing) yang tiap hari bertemu dengan banyak orang membuat saya harus ekstra waspada. Saat sampai di rumah, saya langsung mandi. Tidak boleh menyentuh apapun sebelum mandi".

(AAA, Pekerja Swasta, 29 Tahun)

5. **Pandangan Petani terhadap Pandemi COVID-19**

“Selama pandemi COVID-19, saya sebagai petani tetap menjalani hari-hari saya di sawah dan saya rasa di sawah warga tidak berkerumun sehingga tingkat penularan COVID-19 bisa dikatakan cukup kecil. Dari segi ekonomi, segala bahan pangan mengalami kenaikan harga sehingga membuat saya menjalankan pekerjaan sampingan. Pekerjaan sampingan yang saya lakukan adalah beternak bebek dan sapi”.

(KNR, Petani, 25 Tahun)

6. **Pandangan Wirausaha terhadap Pandemi COVID-19**

“Pendapat saya, pandemi COVID-19 ada rugi dan untungnya. Ruginya, karena kegiatan di luar rumah harus dibatasi, otomatis pengantaran barang (ngurir) harus dikurangi dan untungnya kami punya banyak waktu bersama keluarga karena sebelum pandemi berlangsung kami disibukkan dengan pekerjaan masing-masing. Dampak pandemi secara khusus dalam usaha online shop saya yakni usaha saya tidak berjalan seperti sebelumnya, karena ada penurunan harga produk agar produk tersebut tetap laku, ongkos pengantaran yang dikurangi, dan barang yang saya sediakan tidak sebanyak dulu. Walau begitu, Alhamdulillah setidaknya saya masih untung walaupun tidak sebesar keuntungan sebelum pandemi terjadi”.

(NZA, Mahasiswi (Online Shopper), 19 Tahun)

7. **Pandangan Ibu Rumah Tangga terhadap Pandemi COVID-19**

“Saya pribadi, tidak begitu merasakan dampak dari pandemi COVID-19. Saya melakukan aktivitas seperti biasanya. Pada saat pandemi ini, saya menghabiskan waktu dengan menonton kontes dangdut di salah satu stasiun televisi swasta. Alhamdulillah, keadaan ekonomi keluarga saya saat pandemi ini tetap stabil. Saya harap, semoga pandemi ini segera berakhir dan semoga kita diberi

kekuatan oleh Allah Swt., sehingga kita kuat dalam menghadapi pandemi ini.”

(NA, Ibu Rumah Tangga, 62 Tahun)

8. Pandangan Penyintas COVID-19

“Gejala awal yang saya rasa sih, demam, saya kira demam biasa, namun demamnya tidak kunjung menurun. Seminggu setelah demam, tiba-tiba radang di tenggorokan. Setelah itu saya ke dokter untuk check-up. Pertamanya dites untuk tes tipes dan malaria namun hasilnya negatif. Dua hari kemudian keadaan saya tidak kunjung membaik. Maka dari itu, saya datang lagi ke dokter, kemudian diinstruksikan untuk rontgen. Nah hasil rontgennya ternyata terdapat flek pada paru. Setelah itu saya opname di RS. Panti Nirmala. Setelah empat hari, kondisi paru saya makin memburuk. Keadaan itu membuat saya masuk ke dalam ruang ICU RS. Panti Nirmala dan kemudian dirujuk ke RSUD. Saiful Anwar, lalu masuk ke ruang isolasi, kemudian di tes swab, urine, dan darah. 5 hari setelah tes pertama, baru diberitahu bahwa saya positif. 3 hari setelahnya saya diizinkan untuk pulang karena tes swab saya sudah negatif dan kondisi klinis saya kian membaik. Dokter menyarankan saya untuk mengonsumsi makanan bernutrisi, soalnya COVID-19 bisa dilawan dengan imunitas. Imun bisa diperoleh dari makanan yang bernutrisi. Ini wabah, ya, siapa saja bisa terkena. Seharusnya jangan dikucilkan, malah didukung sih menurut saya”.

(Rhesa Harya W., Penyintas COVID-19)

https://www.YouTube.com/watch?v=1WeO3uSP_L8

“Saya (Ferawati) dikonfirmasi positif karena telah dilakukan tes di tempat saya bertugas. Awal mulanya saya sempat syok dan sangat sedih waktu itu karena mengingat saya punya bayi dan anak-anak di rumah. Rumah saya sempit untuk mendapatkan ventilasi di rumah sehingga saya memilih isolasi di luar rumah. Untuk keluarga saya dilakukan swab apakah mereka positif atau tidak. Ternyata seperti

yang saya perkirakan, keluarga saya terkonfirmasi positif. Pada saat itu saya edukasi anak-anak, yang pertama komunikasi kepada pasangan, keluarga besar, dan juga tetangga. Kami tidak menutup-nutupi bahwa kami terkonfirmasi COVID-19. Keluarga besar kami juga memberi dukungan positif kepada kami. Saya mengajarkan anak-anak untuk isolasi selama 14 hari, tidak boleh kontak dengan orang lain, cuci tangan, berjemur di pagi hari, konsumsi buah dengan rutin setiap hari. Pada hari ke tiga isolasi saya di rumah, saya memutuskan untuk isolasi di tempat yang disediakan oleh pemerintah Banda Aceh. Justru pada saat itu saya mendapat stigma disitu, tepatnya dari warga sekitar, mereka mengira saya akan menularkan virus di lingkungan sekitar, padahal tidak begitu, justru lebih aman karena kita diisolasi di suatu tempat. Saya sebagai dokter, menyatakan bahwa apa yang sebagian masyarakat percaya bahwa COVID-19 hoaks itu adalah tidak benar. COVID-19 itu ada dan saya sekeluarga sudah mengalami. Diisolasi dan terpisah jauh dari keluarga itu adalah hal yang sangat berat. Cukup lakukan 3 hal, 3 hal saja. Memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak adalah hal yang sangat mudah dilakukan oleh siapa saja untuk menjaga diri dari COVID-19. Untuk yang sedang terkena COVID-19, saya mengimbau untuk tetap semangat dan menyugesti diri dengan pikiran positif.”

(dr. Ferawati dan Keluarga, Penyintas COVID-19)

<https://www.YouTube.com/watch?v=68ddbNVIWZM>

“Terpapar COVID-19 pertama kali itu tanpa gejala waktu itu virus di dalam tubuh saya masih sedikit, sehingga tidak begitu terdampak. Proses penyembuhannya cukup cepat, hanya sekitar 10 hari saya dinyatakan sembuh. Nah, hanya yang kedua ini yang agak lama. 3 minggu atau sebulan lah saya dinyatakan negatif. Pada paparan yang pertama, Alhamdulillah, hanya saya yang positif, namun pada paparan yang kedua, istri dan keluarga saya ikut positif. Saat paparan kedua saya mengalami penurunan mental serta sakit fisik mulai dari rasa tertusuk pada tubuh, demam, diare, dan kehilangan nafsu makan. Untuk masyarakat, jangan tidak percaya pada

COVID-19, Karena COVID-19 ini betul ada dan sangat mengganggu jika terpapar. Saya mengingatkan kepada seluruh masyarakat untuk tetap di rumah, patuhi protokol kesehatan, menjaga kesehatan dan makanan, serta pakai masker jangan lepas.

(Sefpri Kurniadi, Penyintas COVID-19 dari 2 kali paparan)

<https://www.YouTube.com/watch?v=30BSH4MeRUs>

B. KUMPULAN RISET TENTANG COVID-19

1. Riset mengenai Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks COVID-19

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku (pengetahuan, sikap, dan tindakan) masyarakat terkait penyebaran hoaks COVID-19. Penelitian yang dilakukan oleh Christiany Juditha (2020) menggunakan metode survei dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini memiliki jumlah total responden sebanyak 625 responden yang keseluruhannya sebagai pengguna internet yang berdomisili di Indonesia. Responden didominasi oleh perempuan sebanyak 57% dan laki-laki sebanyak 43%. Responden didominasi usia 17-25 tahun sebanyak 32,6%, menyusul usia 26-35 tahun (27,4%), usia 36-45 tahun (22,4%), dan rentang usia responden yang paling sedikit yaitu >65 tahun sebanyak 0,2%. Untuk tingkat pendidikan responden terbanyak adalah S1 (45%), menyusul kemudian SMA (26,6%), S2/S3 sebanyak 22,2%, dan yang paling rendah tamat SD (0,2%). PNS adalah profesi responden yang paling banyak mencapai 30,1%, menyusul pelajar dan mahasiswa 28,6%, dan pegawai swasta 17,4%. Sementara responden yang tidak bekerja merupakan paling rendah persentasenya yaitu hanya 0,5%.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa pengetahuan responden tentang COVID-19, hoaks secara umum dan hoaks tentang COVID-19

sangat memadai, dan dikategorikan sebagai pengetahuan level dua, yaitu memahami. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan responden dalam mendefinisikan apa itu virus Corona dan juga hoaks. Informasi Terkait COVID-19 banyak diperoleh responden dari situs berita, media social, televisi, pesan instan, serta website resmi pemerintah. Hoaks Terkait COVID-19 kebanyakan responden peroleh dari media sosial dan pesan instan.

Meskipun pengetahuan responden tentang hoaks COVID-19 memadai, namun kebanyakan mereka ragu dan berada di posisi yang kadang dapat membedakan hoaks kadang juga tidak. Ini disebabkan banyaknya informasi yang diperoleh setiap hari yang juga sudah termasuk hoaks tentang COVID-19. Kepanikan masyarakat akan virus SARS-CoV-2 mengakibatkan berbagai informasi meski hoaks terus disebar dengan harapan informasi tersebut dapat berguna mencegah maupun mengobati. Sebagian kecil responden bertindak tetap menyebarkan hoaks tentang COVID-19 karena menganggap jika informasi tersebut benar, bermanfaat, bagi orang lain, serta diperoleh dari orang yang dapat dipercaya. Sedangkan responden yang tidak menyebarkan hoaks COVID-19, karena menganggap informasi tersebut tidak benar, ingin memutus rantai penyebaran hoaks sampai pada diri sendiri saja, menganggap informasi itu tidak bermanfaat, dan membahayakan kesehatan orang lain.

2. Survei Penerimaan Vaksin COVID-19 di Indonesia

Survei ini dilakukan oleh Kementerian Kesehatan, ITAGI, UNICEF, dan WHO. Survei ini dilakukan secara daring dari tanggal 19-30 September 2020. Lebih dari 115.00 responden dari 34 provinsi mengikuti survei ini. Tiga persen dari total responden berusia di bawah 18 tahun.

Kebanyakan responden (76%) berusia 18-45 tahun dan lebih dari 1 persen berusia di atas 65 tahun. Sedikit lebih dari separuh responden adalah laki-laki. Responden diberi pertanyaan seputar ketertarikan terhadap informasi mengenai vaksin COVID-19 dan sumbernya serta saluran komunikasi pilihan mereka.

Sekitar 65% responden menyatakan bersedia menerima vaksin COVID-19 jika disediakan oleh pemerintah, sedangkan 8% di antaranya menolak. 27% sisanya menyatakan ragu dengan rencana pemerintah untuk mendistribusikan vaksin COVID-19. Kelompok ini penting untuk mendorong keberhasilan program vaksinasi. Berdasarkan survei, tingkat penerimaan vaksin paling tinggi tampak di provinsi-provinsi di Pulau Papua, Jawa, dan Kalimantan. Tingkat penerimaan di beberapa provinsi di Sumatera, Sulawesi, dan Maluku lebih rendah. Provinsi Papua Barat paling tinggi tingkat penerimaannya (74%) dibandingkan dengan seluruh provinsi lainnya, sedangkan Provinsi Aceh paling rendah (46%).

Tingkat penerimaan vaksin COVID-19 antara responden laki-laki dan perempuan hampir sama. 10% responden laki-laki menyatakan menolak divaksin dan kurang dari lima persen responden perempuan menyatakan demikian. Lebih jauh, responden perempuan tampak lebih ragu daripada responden laki-laki. Alasan penolakan vaksin COVID-19 paling umum adalah terkait dengan keamanan vaksin (30%), keraguan terhadap efektivitas vaksin (22%), ketidakpercayaan terhadap vaksin (13%), kekhawatiran adanya efek samping seperti demam dan nyeri (12%), dan alasan keagamaan (8%).

Terkait ketersediaan untuk membayar, 65% responden tidak bersedia membayar untuk memperoleh vaksin COVID-19. Provinsi dengan kemauan membayar terendah ada di Sumatera Barat dan Gorontalo

sedangkan tertinggi ada di DKI Jakarta. Kemauan membayar terendah berasal dari masyarakat yang tergolong miskin dan rentan, sementara yang tertinggi berasal dari responden yang tergolong kelas atas. Responden berusia 65 tahun paling tahu banyak soal vaksin COVID-19 yang sedang dikembangkan serta paling bersedia divaksin dan membayarnya. Responden pegawai negeri, disusul responden wiraswasta/pengusaha paling bersedia divaksin dan membayarnya. Sebagian besar responden mungkin tidak bersedia membayar atau tidak dapat membayar vaksin jika harganya di atas Rp100.000.

Terkait sumber informasi mengenai vaksin COVID-19, tenaga kesehatan dan staf medis dianggap paling dipercaya oleh responden (57%) dalam membimbing responden yang masih ragu supaya memutuskan untuk bersedia atau menolak divaksin. Selain itu, anggota keluarga merupakan pilihan kedua responden yang ingin berkonsultasi dengan orang lain. Namun responden juga ingin mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai keamanan dan keefektifan vaksin melalui akademisi dan ilmuwan, jurnal dan artikel media, media sosial dan internet, tabib, dan sukarelawan yang menerima vaksin COVID-19 sebagai bagian dari proses uji klinis.

3. Riset Dampak COVID-19 terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar

Penelitian ini dilakukan oleh Wahyu Aji Fatma Dewi (2020). Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi mengenai dampak pandemi COVID-19 terhadap implementasi pembelajaran daring di sekolah dasar, apakah efektif atau tidak. Penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan. Hasilnya, dampak pandemi COVID-19 terhadap

implementasi pembelajaran daring di sekolah dasar dapat dilakukan dengan baik. Pembelajaran yang biasanya dilakukan di sekolah sekarang menjadi belajar di rumah dengan menggunakan berbagai macam aplikasi seperti Ruang Guru, Google Classroom, Zoom, Google Document, Google Form, maupun melalui grup WhatsApp.

Kegiatan belajar dapat berjalan dengan baik dan efektif sesuai dengan kreativitas guru dalam memberikan materi dan soal latihan kepada siswa, dari soal-soal latihan yang dikerjakan oleh siswa dapat digunakan untuk nilai harian siswa. Untuk anak SD kelas I-3, yang belum dapat mengoperasikan gawai, maka dari itu dibutuhkan kerja sama antara guru dengan orang tua, untuk orang tua yang bekerja sehingga tidak bisa mendampingi anak saat belajar dapat memberikan jadwal-jadwal belajar khusus agar bisa belajar seperti siswa lainnya. Jadi adanya kerja sama timbal balik antara guru, siswa, dan orang tua menjadikan pembelajaran daring berjalan efektif.

4. Riset tentang Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Umat Beragama Menghadapi COVID-19

Penelitian yang dilakukan oleh Ruhana dan Burhani (2020), yang berjudul “Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Umat Beragama Menghadapi COVID-19” dilakukan dengan cara survei yang melibatkan 18.743 responden di 34 provinsi Indonesia. Survei ini dilakukan pada 24-28 April 2020 melalui jalur komunikasi dan media sosial ke seluruh negeri. responden yang mengikuti riset ini adalah umat beragama. Proporsi responden terbesar berada di Pulau Jawa dengan persentase sebanyak 59,91%. Mayoritas responden berada di usia aktif-produktif, didominasi laki-laki, dan berlatar belakang pendidikan strata 1. Berdasarkan pemeluk agama, mayoritas responden adalah Islam.

Berdasarkan survei ini, mayoritas responden mengetahui COVID-19 dan memandangnya berbahaya (87%). Mereka juga umumnya (95,12%) tahu berbagai kebijakan/ imbauan terkait COVID-19 dan umumnya (59,36%) juga merasa perlu mengikuti protokol kesehatan dan imbauan pemerintah (termasuk fatwa/ imbauan keagamaan). Responden yang kebanyakan dari Gen X (43,34%) dan Gen Milenial (36,81%) ini, umumnya (51,92%) berpendidikan sarjana dan banyak mendapat informasi dari media sosial (56,87%).

Survei ini juga menggambarkan sikap mayoritas responden yang siap mematuhi butir-butir protokol kesehatan dan kebijakan Terkait pencegahan COVID-19, termasuk kebijakan keagamaan. Hanya saja, terkait imbauan “beribadat di rumah”, meski pada umumnya bersikap siap dan patuh pada imbauan ini, ada total 24,98% responden dari 18.743 responden di 34 provinsi ini, yang bersikap cenderung tidak siap untuk tidak beribadah di rumah ibadah.

Terkonfirmasi dalam tindakannya, meskipun pada umumnya 46,24% tidak lagi beribadah di rumah ibadah demi menghindari paparan virus SARS-CoV-2, ternyata ada 20,89% responden yang masih abai dengan imbauan *social distancing* tersebut. Bahkan, setelah ditelusuri, pada umumnya (50,48%) responden yang abai itu berada di zona merah.

Hasil survei ini memberi saran kepada pemerintah untuk lebih memberdayakan tokoh/ pemuka agama dalam mensosialisasikan pencegahan penyebaran COVID-19 ini. Bentuk sosialisasinya dapat berupa dialog intens oleh pakar atau tokoh agama, *hotline* konsultasi agama oleh tokoh agama, koordinasi dengan pondok pesantren, majelis taklim, dan dewan masjid, serta melalui pembahasan dalam kajian daring yang menyampaikan tuntutan agama di saat kondisi darurat wabah.

5. Riset tentang Ancaman Krisis Ekonomi sebagai Dampak COVID-19

Riset ini dilakukan oleh Burhanuddin dan Abdi (2020) yang bertujuan untuk mengetahui ancaman krisis ekonomi sebagai dampak COVID-19 dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi akibat COVID-19 terhadap perekonomian global. Berdasarkan penelitian melalui beberapa artikel dalam jurnalnya, di kuartal pertama tahun 2020 terjadi beberapa fluktuasi ekonomi sevara global, baik itu dari sektor keuangan hingga nilai tukar emas yang terus melonjak tinggi. Selain itu, juga terjadi penetrasi di pasar versi *Chicago Board Options Exchange* (CBOE). Dari sektor pasar modal, COVID-19 membuat para investor lari kocar-kacir. Pasar ekuitas global bergerak sangat liar atau dengan voatilitasnya yang sangat tinggi. Selain itu, COVID-19 juga mempengaruhi tingkat keputusan investasi dari beberapa investor sehingga terlihat begitu signifikan dampaknya. COVID-19 juga membuat kondisi mental investor menjadi panik dan membuat pasar saham global mendapat tekanan hebat. Kalau dihitung sejak awal tahun kinerja bursa saham global masih mencatatkan pelemahan.

Pada sektor perdagangan surat utang, imbal hasil (*yield*) surat utang AS bertenor 10 tahun yang berada di level terendahnya dalam sejarah. *Yield* obligasi pemerintah AS untuk tenor 10 tahun berada di level 0,7070% pada Jumat, 6 Maret 2020. Artinya, investor dalam 3 tahun terakhir telah mengambil keputusan tiba-tiba di tengah kondisi COVID-19 dengan memutuskan untuk tidak tertarik dengan surat utang yang dikeluarkan oleh AS.

Pada sektor perdagangan emas, harga emas kembali melambung dan mencetak rekor tertingginya dalam tujuh tahun. Pada penutupan

perdagangan pasar spot pada Jumat, 6 Maret 2020, harga emas ditutup di level US\$ 1.673/ troy ons. Artinya emas perkasa dalam 3 tahun terakhir. Hingga bulan Maret tahun 2020 EMAS telah mencapai nilai sekitar Rp800.000, mengingat nilai emas di 3 bulan sebelumnya masih dikisaran harga Rp600.000. Emas yang semula hanya dikategorikan sebagai *save haven* atau aset yang minim risiko telah menjadi wadah investasi yang cukup menggiurkan. Hal ini dibuktikan dengan perdagangan emas di pasar spot yang terus mengalami lonjakan di tengah kepeungan COVID-19.

Berbagai kebijakan dan stimulus dilakukan oleh Indonesia dalam rangka menangkal kondisi ekonomi global yang diakibatkan oleh COVID-19. Pergerakan nilai tukar dan harga minyak yang berkontraksi terus menerus mengharuskan pemerintah segera mengambil kebijakan seperti memberikan kebihakan suku bunga dan diskon harga tiket pesawat agar masyarakat tetap tertarik untuk melakukan kunjungan wisat ke beberapa kota destinasi wisata. Variasi stimulus untuk mengurangi tekanan yang dialami dan volatilitas ynag tinggi di pasar saham tanah air, otoritas bursa akhirnya memutuskan untuk menghentikan transaksi *short selling* di tengah kondisi kepanikan seperti sekarang.

Terkait apakah ekonomi RI dan pasar keuangan domestik bisa selamat atau tidak tentu harus melihat banyak faktor seperti sampai kapan wabah ini akan menjangkiti dunia, seperti apa langkah atau respon serta koordinasi negara-negara di dunia dalam melawan COVID-19 baik dari segi sistem kesehatan hingga stimulus fiskal maupun moneter.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, M., dkk. 2019. *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Padang: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo.
- Albertus, A. 2020. “Penatalaksanaan Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)”. Tersedia: <https://www.alomedika.com/penyakit/penyakit-infeksi/Coronavirus-disease-2019-COVID-19/penatalaksanaan> (diakses pada 12 Oktober 2020).
- Amelia, K. dan Zahara, C.R. 2020. *Minda Mahasiswa Indonesia: Antisipasi Resesi dan Krisis Pangan Akibat Pandemi*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Amin, M., Saleh, Akhmad M., dan Bilfaqih, H. Z. A. 2020. *COVID-19 (Corona Virus Disease 2019): Tinjauan Perspektif Keilmuan Biologi, Sosial, dan Agama*. Malang: Inteligencia Media.
- Andriadi, F. 2016. *Demokrasi di Tangan Netizen*. Jakarta: Semesta Rakyat Merdeka.
- Anggraini, A.P. 2020. “Sering Dianggap Sama, Ini Beda Vaksinasi dan Imunisasi”. (Online). Tersedia: <https://health.kompas.com/read/2020/10/25/090900768/sering-dianggap-sama-ini-beda-vaksinasi-dan-imunisasi?page=all>. Diakses pada 27 Desember 2020.
- Anwar, S. M. dkk. 2020. Community empowerment in manufacturing and online marketing of environmentally friendly hand soap made from *Reu Gongga Bulbs* in the middle of COVID-19. *IOP Conf.*

Series: Earth and Environmental Science 575 (2020) 012053
doi:10.1088/1755-1315/575/1/012053.

- Aryulina, D., Muslim, C. M., Syalfinaf. 2010. *Biology 1B For Senior High School Grade X Semester 2*. Jakarta: Esis.
- Azizah, N. 2020. "Struktur dan Kultur Budaya dalam Keluarga di Era AKB (Adaptasi Kebiasaan Baru) di Lingkungan Keluarga Kota Bandung". *Jurnal Az-Zahra*. 1 (1). 1-11
- BKKBN. 2020. *Adaptasi Terhadap Kebiasaan Baru: Panduan Kerja Sehat, Aman, dan Produktif dalam Masa Pandemi COVID-19*. Jakarta: Direktorat Bina Lini Lapangan BKKBN.
- Black, J. G. 2008. *Microbiologi*. Edisi ketujuh. United States: John Willey & Son, Inc.
- Budianto, Y. 2020. "Bersiap Menghadapi Mutasi dan Varian Virus Korona". (Online). Tersedia: <https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/12/29/bersiap-menghadapi-mutasi-dan-varian-virus-korona/>. Diakses 26 Desember 2020.
- Burhan, E., dkk. 2020. *Pneumonia COVID-19*. Jakarta: Perhimpunan Dokter Paru Indonesia.
- Burhanuddin, C. I. dan Abdi, M. N. 2020. "Ancaman Krisis Ekonomi Global dari Dampak Penyebaran Virus Corona (COVID-19)". *Jurnal Akmen*. 17 (1). 90-98.
- Campbell, N.A. dan Reece, J. B. 2010. *Biologi Edisi Kedelapan jilid 3 (Terjemahan Oleh Damaring Tyas Wulandari)*. Jakarta: Erlangga.
- CNN Indonesia. 2020. "Syarat dan Cara Daftar Relawan Uji Vaksin Corona China di RI". Tersedia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200728114450-199-529697/syarat-dan-cara-daftar-relawan-uji-vaksin-Corona-china-di-ri>. (Diakses pada 12 Oktober 2020).

- Dewan Pers. 2017. "Dewan Pers Beberkan Ciri-ciri Berita Hoax". Buletin Etika 2017. (Online). Tersedia: <https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buletin/646-AGUSTUS%202017.pdf>
- Dewi, W. A. F. 2020. "Dampak COVID-19 Terhadap Implementasi Pembelajaran Daring Sekolah Dasar". *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*. 2 (1). 55-61.
- Dzulfaroh, A. N. 2020. "Update Terkini Vaksin Covid-19: dari Indonesia hingga Dunia". Tersedia: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/08/084000965/update-terkini-vaksin-COVID-19--dari-indonesia-hingga-dunia?page=all>. (Diakses: 12 Oktober 2020).
- Fajar, W. H. 2020. "Aturan Baru demi Dorong Pemulihan Nasional". <https://indonesia.go.id/layanan/perdagangan/ekonomi/aturan-baru-demi-dorong-pemulihan-nasional> (diakses pada 7 Oktober 2020).
- Goffman, E. 1963. *STIGMA Notes on the Management of Spoiled Identity*. USA: Prentice-Hall, Inc.
- Gunadi. 2020. "Riset: Mutasi Virus Corona D614G Berpengaruh Besar di Indonesia". (Online). Tersedia: <https://www.kompas.com/sains/read/2020/12/21/180800923/riset--mutasi-virus-Corona-d614g-berpengaruh-besar-di-indonesia?page=all>. Diakses 26 Desember 2020.
- Handayani, D., dkk. 2020. "Penyakit Virus Corona 2019". *Jurnal Respirologi Indonesia*. 40 (2). 119-129.
- Harumiaty, N. 2016. *Belajar Mandiri Menggunakan Webinar untuk Meningkatkan Kompetensi Pustakawan di Indonesia. Prosiding Peranan Jejaring Perpustakaan dalam Meningkatkan Kompetensi Pustakawan*. Sumenep: 21-23 September 2016. 299-311.

- Hasrul, M. 2020. "Aspek Hukum Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Penanganan *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)*". *Legislatif*. 3 (2). 385-398.
- Heryanto, G. G. 2018. *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Holis, M. 2016. "Sistem Distribusi dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Perbankan Syariah*. 1 (2). 1-14.
- Ika. 2020. "Virus Corona Terus Bermutasi Jadi Tantangan Pengembangan Vaksin". (*Online*). Tersedia: <https://ugm.ac.id/id/berita/19453-virus-Corona-terus-bermutasi-jadi-tantangan-pengembangan-vaksin>. Diakses 27 Desember 2020.
- Inayati, T. 2020. "Mensos Sampaikan 3 Usulan Bansos Khusus dalam Penanganan COVID-19". (*Online*). Tersedia: <https://kemosos.go.id/mensos-sampaikan-3-usulan-bansos-khusus-dalam-penanganan-COVID-19>. Diakses pada 3 November 2020.
- Isbaniyah, F., dan Susanto, A. D. 2020. "Pneumonia Corona Virus Infection Disease-19 (COVID-19)". *J Indon Med Assoc*. 70 (4). 87-94.
- Juditha, C. 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation". *Jurnal Pekommas*. 3 (1). 31-44.
- Juditha, C. 2020. "Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks COVID-19". *Jurnal Pekommas*. 5 (2). 105-116.
- Kemenkes RI. 2020. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian CORONAVIRUS DISEASE (COVID-19)*. Revisi ke-5. Jakarta: Kemenkes RI.
- Khatimah, H. 2018. "Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat". *Jurnal Tasimuh*. 16 (1). 119-136.

- Kholis, M., Fratnesi., Wahidin, L. 2020. “Prediksi Dampak COVID-19 Terhadap Pendapatan Nelayan Jaring Insang di Kota Bengkulu”. *Jurnal Albacore*. 4 (1). 1-11.
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B., dan Kurniawan, A. 2020. “Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi COVID-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global”. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 17 (3). 342-359.
- Liana, L., dan Indriyaningrum, K. 2008. “Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan Program-program Berbasis *Knowledge Management*”. *Jurnal Dinamika Ekonomi*. 1 (1). 30-38.
- Livana, PH., Setiawati, L., dan Sariti, I. 2020. “Stiga dan Perilaku Masyarakat Pada Pasien Positif COVID-19”. *Jurnal Gawat Darurat*. 2 (2). 95-100.
- Madnasir. 2010. “Distribusi dalam Islam”. *Jurnal ASAS*. 2 (1). 34-44.
- Magfiroh, M. U. 2020. “Tingkat Perceraian pada Masa Pandemi COVID-19 di Pengadilan Agama Salatiga”. *Skripsi*. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Mardhia, D., Kautsari, N., Ilham, S. L., Ramdhani, W., dan Okta Rasiardhi, C. 2020. “Penerapan Protokol Kesehatan dan Dampak COVID-19 Terhadap Harga Komoditas Perikanan dan Aktivitas Penangkapan”. *International Journal of Applied Science and Technology*. 1 (2). 80-87.
- Mastel. 2017. “Hasil Survey MASTEL Tentang Wabah HOAX Nasional”. (Online). Tersedia: <http://mastel.id/infografis-hasil-survey-masteltentang-wabah-hoax-nasional/>. Diakses pada 17 November 2020.

- Maudiarti, S. 2018. "Penerapan *E-Learning* di Perguruan Tinggi". *Jurnal Perspektif Ilmu Pendidikan*. 32 (1). 53-68.
- Muhyiddin. 2020. "COVID-19, *New Normal*, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia". *The Indonesian Journal of Development Planning*. 4 (2). 240-252.
- Mukaromah, Vina Fadhrotul. 2020. "Jokowi Teken Perpres Vaksin COVID-19, Ini Ketentuan soal Vaksinasi di Indonesia". Tersedia: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/07/192700165/jokowi-teken-perpres-vaksin-COVID-19-ini-ketentuan-soal-vaksinasi-di?page=2>. (Online) (Diakses 16 Oktober 2020).
- Mulya, J. F. 2020. "Resesi Global Menjagal Rupiah". (Online). Tersedia: <https://fh.unpad.ac.id/resesi-global-menjagal-rupiah/>
- Nasution, A. M. 2020. "Resesi Ekonomi, Pandemi, dan Kesusahan Nelayan". (Online). Tersedia: <https://www.mongabay.co.id/2020/10/19/resesi-ekonomi-pandemi-dan-kesusahan-nelayan/>. Diakses pada 27 Desember 2020.
- Pramisti, N. Q. 2020. "9 Bulan Pandemi, Bisakah Indonesia Keluar dari Resesi?". (Online). Tersedia: <https://tirto.id/9-bulan-pandemi-bisakah-indonesia-keluar-dari-resesi-f7FX>
- Pratiwi, A.A.M. 2020. "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan *Online* saat Pandemi COVID-19". *Jurnal Satyagraha*. 3 (2). 73-81.
- Putra, A. C., dan Fitriani, S. 2020. *Tanya Jawab COVID-19: Informasi yang Harus Diketahui Seputar Coronavirus*. Jakarta: Guepedia.
- Putri, G. S. 2020. "Update Perkembangan Uji Klinis Vaksin COVID-19 Sinovac di Indonesia". Tersedia: <https://www.kompas.com/sains/read/2020/10/15/173200123/update-perkembangan-uji-klinis->

- vaksin-COVID-19-sinovac-di-indonesia?page=all.(online)
(diakses pada 16 Oktober 2020)
- Putsandra, D. V. 2020. “Arti Resesi Ekonomi: Penyebab, Dampak & Ciri Negara yang Mengalami”. (Online). Tersedia: <https://tirto.id/f2ww>. Diakses pada 14 Desember 2020.
- Putsanra, D. V. 2020. “Syarat New Normal dari WHO: Negara Sudah Mampu Kendalikan COVID-19”. (Online). Tersedia: <https://tirto.id/syarat-new-normal-dari-who-negara-sudah-mampu-kendalikan-COVID-19-fDnC>. Diakses pada 17 November 2020.
- Ristyawati, A. 2020. “Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Masa Pandemi Corona Virus 2019 oleh Pemerintah Sesuai Amanat UUD NRI 1945”. *Administrative Law & Governance Journal*. 3 (2). 240-249.
- Rizal, J. G. 2020. “Arti Resesi, Apakah Akan Terjadi di Indonesia”. (Online). Tersedia: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/29/083300165/arti-resesi-apakah-akan-terjadi-di-indonesia?page=all>. Diakses: 15 Desember 2020.
- Ruhana, A. S. dan Burhani, H. 2020. “Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Umat Beragama Menghadapi COVID-19”. *Majelis Reboan*.
- Samsul, M. 2006. *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sapitri, E. 2020. “Paud Dikdasmen Sebut ada 4 Kebijakan Pembelajaran Selama Pandemi COVID-19”. (Online). Tersedia: <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-01375412/paud-dikdasmen-sebut-ada-4-kebijakan-pembelajaran-selama-pandemi-COVID-19>

- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. “Survei Penerimaan Vaksin COVID-19”. (*Online*). Tersedia: <https://covid19.go.id/p/hasil-kajian/COVID-19-vaccine-acceptance-survey-indonesia>.
- Septiawan, L. F., Mulyani, S. and Susanti, D. A. 2018. “Stigma Patient Leader In Sumberarum Village District Dander District Bojonegoro Year 2017”. 8(2). 27–32.
- Setiawan, R. 2020. “Resesi Ekonomi Bayangi Amerika Serikat, Ini 5 Dampak yang Patut Diwaspadai”. (*Online*). Tersedia: <https://lifepal.co.id/media/resesi-ekonomi-ini-dampaknya-ke-bisnis/>. Diakses 16 Desember 2020.
- Sharan, S., & Carucci, J. 2014. *Webinar for Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Sobih. 2019. “Mengenal Tujuh Jenis Hoaks”. (*Online*). Tersedia: <https://www.medcom.id/telusur/cek-fakta/4KZ6rAqK-mengenal-7-jenis-hoaks>
- Hasparamudilla, D. “Menguatkan Sang Pahlawan Ekonomi dari Gempuran Pandemi”. *Media Keuangan*. 15 (158). 10.
- Sucahyo, N. 2020. “Cerai di Masa Pandemi: Ditahan PSBB Didorong Ekonomi”. (*Online*). Tersedia: <https://www.voaindonesia.com/a/cerai-di-masa-pandemi-ditahan-psbb-didorong-ekonomi-5578035.html>. Diakses 27 Desember 2020.
- Susanti, R. 2020. “Relawan Tidak Tahu Apakah Disuntik Vaksin COVID-19 atau Plasebo”. Tersedia: <https://bandung.kompas.com/read/2020/09/02/12014921/relawan-tidak-tahu-apakah-disuntik-vaksin-COVID-19-atau-plasebo?page=all>. Diakses pada 12 Oktober 2020.
- Susilo, A., dkk. 2020. "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini". *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*. 7(1). 45-67.

- Tambunan, D. 2020. "Investasi Saham di Masa Pandemi COVID-19" *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*. 4 (2). 117-123.
- Teristi, A. 2020. "Uji Klinis Fase III Vaksin Covid 19 Diyakini Selesai Januari 2021". Tersedia: <https://mediaindonesia.com/read/detail/336167-uji-klinis-fase-iii-vaksin-COVID-19-diyakini-selesai-januari-2021>. (Online) (diakses pada 16 Oktober 2020).
- Tim Mapping Hoaks Komite Litbang MAFINDO. 2020. "Pemetaan Hoaks COVID-19 Semester I 2020". (Online). Tersedia: https://www.mafindo.or.id/wp-content/uploads/2020/11/Executive-Summary_COVID19-Hoax-Mapping-Semester-1-2020.pdf
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- Triastuti, E., Adrianto, D., dan Nurul, A. 2017. *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial bagi Anak dan Remaja*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Trihusodo, P. 2020. "Kontribusi Petani Menahan Resesi". (Online). Tersedia: <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kontribusi-petani-menahan-resesi>. Diakses 29 Desember 2020.
- Van Dijk, J. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- WHO (a). 2020. Transmisi SARS-CoV-2: Implikasi terhadap Kewaspadaan Pencegahan Infeksi. Tersedia: https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/transmisi-SARS-CoV-2---implikasi-untuk-terhadap-kewaspadaan-pencegahan-infeksi---pernyataan-keilmuan.pdf?sfvrsn=1534d7df_4

- WHO (b). 2020. Social Stigma Associated with COVID-19. “A Guide To Preventing And Addressing Social Stigma Associated With COVID-19”. Risk Communication and Community Engagement. https://www.who.int/publications/m/item/a-guide-to-preventing-andaddressingsocial-stigma-associatedwithcovid19?gclid=CjwKCAjwxLH3BRApEiwAqX9arUVPCv8C7puK9wCahyw5gT8LbwTzNcHZfLAAAAAKRxZgn9BUiQzJRoCOzwQAvD_BwE.
- Wibowo, Agus. 2020. “Warga Bisa Gunakan Masker Kain Cegah Antisipasi COVID-19, Asal Jaga Jarak”. (*Online*). Tersedia: <https://covid19.go.id/p/berita/warga-bisa-gunakan-masker-kain-cegah-antisipasi-COVID-19-asal-jaga-jarak>. Diakses pada 3 November 2020.
- Yuniar, R. W. 2020. “Resesi di Depan Mata, Petani Paling Terdampak Harus Hadapi Harga yang Hancur”. (*Online*). Tersedia: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-53670116>. Diakses pada 28 Desember 2020.
- Zhou, Wang. 2020. *Buku Panduan Pencegahan Coronavirus*. Penerjemah: Shan Zhu, Qing Chen, dan Jun Li. Penerbit: Wuhan Center for Diseases Control and Prevention.

PROFIL PENULIS



Dr. Salju, S.E., M.M. lahir di Walenrang, 2 April 1968. Beralamat di Jalan K.H.A Razak Lr. Masjid Sempowae No. 59 Palopo. Pada tahun 1981 lulus di SD Negeri Singgasari, Kec. Walenrang, Kabupaten Luwu. Tahun 1984 penulis melanjutkan pendidikan SMP Negeri Rantedamai, Kec. Walenrang, Kabupaten Luwu dan pada tahun 1987 lulus di SMA

Muhammadiyah Palopo. Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata-1 (S-1) di STIE Muhammadiyah Palopo Program Studi Manajemen. Pendidikan magister (S-2) dan program doktor (S-3) Program Studi Manajemen ditempuhnya di Universitas Muslim Indonesia.

Pada tahun 1984-2005 bekerja dan mengabdikan dirinya sebagai staf dan dosen di STIE Muhammadiyah Palopo. Tahun 2009, penulis ditunjuk sebagai Konsultan Urban Sector Development Reform Project (USDRP). Selanjutnya, tahun 2010-2019 menjabat sebagai Rektor STIE Muhammadiyah Palopo dan tahun 2019 sampai sekarang menjabat kembali sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.

Selain menjadi dosen, penulis juga telah mengikuti beberapa pelatihan, yaitu (1) pelatihan pekerti untuk dosen muda, (2) pelatihan *aplikaid approach* (AA), (3) pelatihan pengukuran tes, (4) pelatihan penulisan artikel ilmiah, (5) pelatihan metode penelitian, dan (6) pelatihan dan klinik proposal penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di

Palopo pada April 2017. Pada tahun 2016-2018, penulis aktif mengikuti seminar, seperti (1) Workshop Article Writing Colloquium for International Reputation Journal Conducted di Jakarta, April 2016; (2) International Conference on Green Entrepreneurship and Innovation for Sustainable Development (ICGISD) di Gresik, Agustus 2017; (3) pemakalah Call for Paper “Membangun Kekuatan Ekonomi Ummat Berbasis Riset” di Surabaya, November 2017; (4) International Conference to Enhance Indonesia Lecturers Research Qualities and Competencies di Samarinda, Januari 2018; (5) peserta Seminar Asesor Kompetensi Editing dan Penulis di Jakarta, April 2018.

Penulis aktif melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dipublikasikan di berbagai jurnal. Selain itu, penulis juga aktif di berbagai organisasi, yaitu (1) Asosiasi Dosen Indonesia (ADI), (2) Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi (APPTI), (3) Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia (APTISI) wilayah Sulawesi komisariat Tana Luwu dan Tana Toraja, (5) Wakil Ketua Pimpinan Daerah Muhammadiyah.

Buku *Melentingkan Kinerja Dosen di Era Digital: Melalui Motivasi, Kepribadian, dan Kepemimpinan* merupakan buku pertamanya yang membahas tentang peningkatan kinerja dosen melalui motivasi, kepribadian, dan kepemimpinan. Buku *ELEGI PANDEMI: Tinjauan Fenomena Covid-19 dari Berbagai Perspektif* merupakan buku kedua yang ditulis bersama Suhardi M. Anwar dan Harmita Sari. Buku yang lahir karena sebuah masalah Covid-19 yang terus meresahkan masyarakat memaksa penulis untuk menuliskan fenomena Covid-19 yang tak kunjung selesai. Penulis semakin tergerak dan semangat untuk menulis buku dan

jenis karya ilmiah lainnya. Tuangkan inspirasimu dalam bentuk tulisan, teruskan menulis, menulis, dan menulis hingga karyamu bermanfaat untuk semua orang.



Dr. H. Suhardi M. Anwar, Drs., M.M., CIQaR.

lahir di Bone-Bone, Luwu, 14 November 1962. Beralamat di Jalan Karangtaruna No. 2 Lataggiling RT 01/RW 01 Desa Karang-karangan. Penulis adalah anak dari pasangan (Alm.) Mappe Anwar Dg. Pasiar dan Hj. Andi Nahari Andi Ara. Penulis memiliki

empat orang anak, yaitu Azhima Firliyah S. Andi Ara, Azhima Qadriyah S. Andi Ara, Azhima Asshiddiq S. Andi Ara, Azhima Khofifah S. Andi Ara. Pada tahun 1975 lulus di SD Negeri Sidomukti, Kec. Bone-Bone, Kab. Luwu Utara. Tahun 1979 penulis melanjutkan pendidikan SMP Negeri Ajene, Kabupaten Majene dan pada tahun 1982 lulus di SMA Negeri 58 No. 158 Palopo. Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata-1 (S-1) di Fisipol Universitas Hasanuddin Jurusan Manajemen. Pendidikan magister (S-2) Manajemen Pascasarjana STIE IPWI Jakarta dan program doktor (S-3) Ilmu Ekonomi Islam Universitas Airlangga Surabaya.

Pada tahun 1988-1996 terangkat sebagai Dosen Tetap Yayasan STISIPOL Veteran Palopo. Tahun 1996-2019 diangkat sebagai Dosen Kopertis Wil. IX Dpk STIE Muhammadiyah Palopo. Tahun 2002-2010 menjabat sebagai Ketua STIE Muhammadiyah Palopo (periode I dan II). Selanjutnya, tahun 2019 sampai sekarang sebagai Dosen LLDIKTI Wil. IX Sulawesi Dpk FEBI dan Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Palopo.

Selain menjadi dosen, penulis juga telah mengikuti beberapa pelatihan, yaitu (1) pelatihan pekerti; (2) pelatihan *aplied approach*; (3) pelatihan penulisan artikel ilmiah; (4) pelatihan tenaga pengelola lembaga penelitian PTS; (5) *training of trainers* pendidikan kewirausahaan di Surabaya; (6) asistensi penyusunan RENSTRA PTS Kopertis Wil.IX

Akt.III; (7) pelatihan analisis regresi linier, ordinal dan logistik Akt.I Unair Surabaya; (8) pelatihan sertifikasi keahlian pengadaan barang/jasa Politeknik Negeri Ujung Pandang; (9) pelatihan SPMI perguruan tinggi swasta; (10) pelatihan auditor mutu internal PTMA; (11) TOT dosen pendidikan antikorupsi; (12) TOT dosen dan praktisi keuangan inovasi produk bank syariah, *hybrid contract*, *refinancing*, Musyawarah Mutanaqishah (MMq), dan Ijarah Muushufah Fiz Zimmah (IMFZ).

Pada tahun 1985-2020, penulis juga aktif dalam berbagai organisasi, seperti (1) wakil dan sekretaris pengurus pimpinan daerah pemuda Muhammadiyah Kab. Luwu, (2) Ketua PDP Hizbhu Wathan Kab. Luwu, (3) Ketua APTISI komisariat Tana Luwu dan Toraja, (4) Anggota Dewan Pendidikan Kab. Luwu, (5) Ketua PC Muhammadiyah Bua, (6) auditor perguruan tinggi Muhammadiyah & Aisyiah (PTMA), dan organisasi lainnya.

Penulis aktif melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dipublikasikan di berbagai jurnal. Hasil penelitian yang diseminarkan, yaitu (1) 1st ICTMSS2016 “*Spiritual Investment An Imaginary Dialog Investement in the Perspective of PSAK No. 13 and A Spiritual Perspective: Conceptual Studies*” dan (2) 1st ICONSS 2017 “*Proverty of Tradiotianal Fisherman as well as The Influence Toward Ditry Village*”.

Penulis mendapatkan penghargaan (1) tanda kehormatan “Satyalencana Karya Satya X Tahun” oleh Presiden RI, Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono; (2) tanda kehormatan “Satyalencana Karya Satya XX Tahun” oleh Presiden RI, Ir. Joko Widodo; (3) tanda penghargaan “Sosialisasi Putusan MPR RI UU No. 22 Tahun 2003” oleh Ketua MPR RI, Dr. H.M. Hidayat Nurwahid, M.A. Penulis menguasai bahasa

Indonesia dan bahasa Inggris pasif. Penulis sudah menulis dan menerbitkan buku pada PT Inkubator Penulis Indonesia dengan judul (1) *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian Konsep Dasar dan Aplikasi SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Penulis* (2019); (2) *Membumikan Kepemimpinan dan Budaya Islami: Sebuah Solusi Meningkatkan Kinerja Keuangan Syariah* (2019); (3) *Melentingkan Kinerja Dosen di Era Digital: Melalui Motivasi, Kepribadian, dan Kepemimpinan* merupakan buku ketiganya yang membahas tentang peningkatan kinerja dosen melalui motivasi, kepribadian, dan kepemimpinan di era digital; (4) *Esensi Sistem Ekonomi dan Perbankan Syariah pada Era Disrupsi* merupakan buku keempat yang berisi tentang pengenalan konsep perekonomian di zaman Rasulullah, pengenalan bank syariah serta penerapan sistem ekonomi dan perbankan syariah pada era disrupsi. Buku *ELEGI PANDEMI: Tinjauan Fenomena Covid-19 dari Berbagai Perspektif* merupakan buku kelima yang ditulis bersama Salju dan Harmita Sari. Buku yang wajib untuk dituliskan karena merupakan salah satu sejarah bagi dunia bencana nonalam (Covid-19) yang merugikan semua sektor, dari masyarakat kecil sampai pada pemerintahan. Penulis semakin tertarik dan semangat menulis buku, penelitian, pengabdian, dan jenis karya ilmiah lainnya. Penulis akan terus menuangkan idenya dalam sebuah tulisan karena akan menjadi karya yang bermanfaat buat diri sendiri dan masyarakat karena menulis adalah berkerja untuk keabadian.



Harmita Sari, S.Pd., M.Pd. lahir di Palopo, 3 Januari 1993. Beralamat di Jalan BTN Surutanga Residence Blok E. 27 Kota Palopo. Penulis adalah putri keempat pasangan Siti Wati dan (Alm.) Sampe Bahrul. Pada tahun 2004 lulus di SDN 260 Inpres Karua Kecamatan Sesean Toraja Utara. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Sesean dan selesai tahun 2007 dan pada tahun 2010 lulus di SMK Negeri 1 Palopo. Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata-1 (S-1) Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Cokroaminoto Palopo (lulus tahun 2015 dengan masa studi 3 tahun 5 bulan dengan predikat Pujian) dan pendidikan magister ditempuhnya di S-2 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Negeri Makassar (lulus tahun 2017 dengan masa studi 1 tahun 7 bulan dengan predikat Pujian). Penulis dinobatkan sebagai mahasiswa Teladan/Berprestasi pada jenjang S-1 dengan IPK 3,97 dan S-2 IPK 3,95.

Selama berkuliah, penulis aktif di berbagai organisasi. Mulai dari organisasi HMPS PBSI (Himpunan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia), HMI (Himpunan Mahasiswa Islam), dan sanggar seni UNCP. Pada bulan Desember tahun 2017 penulis diterima sebagai Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Palopo yang sekarang berubah nama menjadi Universitas Muhammadiyah Palopo. Selain itu, pada tahun 2017-2018 penulis aktif sebagai tentor Bahasa Indonesia di Jakarta Intensive Learning Center (JILC) Palopo. Sekarang ini penulis mendapat amanah sebagai Sekretaris Lembaga Penerbitan dan Publikasi Ilmiah (LPPI) Universitas Muhammadiyah Palopo.

Menjadi seorang dosen bukan hanya sebatas profesi, melainkan sudah menjadi hobi yang tidak bisa dilepaskan dalam kesehariannya. Selain mengajar, penulis juga aktif di berbagai organisasi, seperti Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia (APTISI), Asosiasi Dosen Indonesia (ADI Tana Luwu), dan Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI). Buku *Panduan Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi (Mata Kuliah Dasar Umum)* adalah buku pertamanya yang membahas tentang ilmu dasar bahasa Indonesia. Buku keduanya berjudul *Uang Panai' Fenomena Pernikahan Bugis (Dulu & Kini)*. Buku ketiganya berjudul *PARAPLEGIA (Romansa Dibalik Peristiwa Penyerangan DI/TII)*. Buku yang ditulis bersama Andi Nurhayati berjudul *Bahasa Indonesia (Mahir Penulisan Karya Ilmiah, Teknik Pengutipan, Daftar Pustaka, dan Mendeley)* merupakan buku keempat, buku bahasa Indonesia yang mengupas teknik penulisan karya ilmiah. Buku berjudul *ELEGI PANDEMI: Tinjauan Fenomena Covid-19 dari Berbagai Perspektif* merupakan buku kelima yang ditulis bersama Salju dan Suhardi M Anwar. Buku yang membahas tentang fenomena Covid-19 harus dituntaskan dalam sebuah tulisan hingga masyarakat dapat mengetahui secara detail apa yang terjadi selama pandemi sebagai pelajaran untuk pemerintah dan semua masyarakat untuk bertindak dalam menghadapi bencana nonalam yang kapan saja bisa menghampiri. Setelah menulis beberapa buku, penulis semakin tergerak dan semangat untuk menulis tentang ilmu bahasa dan sastra Indonesia dan jenis karya ilmiah lainnya terus bekerja keras, belajar, dan berkarya demi mempertahankan cita-cita yaitu menjaga kelestarian bahasa Indonesia, sastra, dan budaya.

ELEGI PANDEMI

Tinjauan Fenomena **COVID-19**

dari berbagai
Perspektif

Penyakit pneumonia menular yang penyebabnya belum diketahui berkembang di Wuhan, Tiongkok pada akhir 2019 dan sempat menggemparkan dunia. Penyakit pneumonia itu akhirnya diidentifikasi sebagai Coronavirus Disease atau Covid-19, sebuah pneumonia yang disebabkan oleh virus yang bernama SARS-CoV-2. Dua pasien pertama Covid-19 dikonfirmasi di Indonesia pada Maret 2020. Lambat laun, Covid-19 kian menyebar bukan hanya di Indonesia tetapi di seluruh penjuru dunia hingga status Covid-19 ditingkatkan menjadi pandemi. Covid-19 merupakan salah satu dampak bencana yang menghantui masyarakat, penyebarannya menjangkau seluruh provinsi di tanah air dengan level yang berbeda-beda. Sejak 13 April 2020 hingga saat ini, status bencana non-alam penyebaran Covid-19 sebagai bencana nasional sesuai Keppres Nomor 12 Tahun 2020 belum dinyatakan berakhir.

Buku Elegi Pandemi: Tinjauan Fenomena Covid-19 dari Berbagai Perspektif yang menjadi gambaran kecil bagaimana Indonesia dalam menghadapi pandemi. Buku ini layak dibaca oleh para akademisi, mahasiswa, dan masyarakat awam. Buku ini disusun dengan bahasa yang mudah dipahami dan beberapa istilah yang sering digunakan di masyarakat luas selama pandemi. Buku ini juga disertai beberapa tips yang bermanfaat bagi pembaca. Buku ini berisi tentang (1) pengenalan virus yang menjadi penyebab pandemi Covid-19 dan Covid-19 itu sendiri; (2) kebijakan pemerintah dalam menangani Covid-19, seperti PSBB dan pemberlakuan AKB di Indonesia; (3) meninjau perkembangan hoaks di Indonesia selama pandemi dan juga peranan media sosial; (4) menilik kemungkinan resesi pada masa pandemi; (5) wawancara masyarakat seputar dampak pandemi bagi mereka dan juga pengalaman penyintas Covid-19 dalam memerangi virus SARS-CoV-2.



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)
cs@deepublish.co.id @penerbitbuku_deepublish
Penerbit Deepublish www.penerbitbukudeepublish.com

Kategori : Permasalahan Sosial

ISBN 978-623-02-2410-2

