

Literasi Media Sosial Pemberitaan Covid-19: Perspektif Generasi Z Kota Bandar Lampung

Eni Amaliah; Umi Rojiati; Nadya Amalia Nasution; Ade N Istiani

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

eni.amaliah@radenintan.ac.id, umirojiati@radenintan.ac.id,
nadyaamalia@radenintan.ac.id, adenuristiani@radenintan.ac.id

Diterima 21 September 2022 / Disetujui 29 November 2022

ABSTRACT

Media literacy is an ability that not only involves the ability to use ICT (Information, Communication and Technology), but also the ability to socialize and have attitudes, think critically and creatively as digital competencies. This study aims to find out whether social media literacy about covid 19 news in Bandar Lampung city can influence the perception of generation Z people so that there is a change in attitude. The research method used is a descriptive qualitative method with observation and dissemination of questionnaires. The data that has been collected is calculated in the form of a percentage which is intended to find out the status of something that is presented and presented in the form of a percentage and then interpreted into qualitative sentences. The results of this study show that media literacy about Covid-19 news has a positive effect on public perceptions in forming attitudes, this result is supported because Generation Z of Bandar Lampung City has technological capabilities and is digitally proficient in social media. .

Keywords: Gen-Z Perspective; Media Literacy; Sense Extension Theory

ABSTRAK

Literasi media merupakan kemampuan yang bukan hanya melibatkan kecakapan menggunakan TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi), melainkan juga kemampuan memiliki sikap dan bersosialisasi, kritis dalam berpikir dan sebagai kompetensi digital dapat kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah literasi media sosial tentang pemberitaan Covid 19 di kota Bandar Lampung mampu mempengaruhi persepsi masyarakat generasi Z sehingga terjadinya perubahan sikap. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan observasi dan penyebaran angket. Data yang telah terkumpul disajikan dengan bentuk presentase bertujuan untuk mengetahui status yang dipresentasikan dan disajikan berwujud presentase kemudian ditafsirkan menjadi kalimat yang bersifat kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi media tentang pemberitaan Covid 19 berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat dalam pembentukan sikap, hasil ini di dukung karena Generasi Z Kota Bandar Lampung memiliki kemampuan teknologi dan cakap digital dalam media sosial.

Kata Kunci: Literasi Media; Perspektif Gen-Z; Sense Extention Theory

PENDAHULUAN

Saturated era kini tengah berlangsung, yakni era dimana media massa mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari teknologi medianya ataupun dari konten yang dimuat oleh media itu sendiri (Kendal, 2022). Salah satu media massa yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah internet dengan menghadirkan media digital yang menawarkan berbagai cara untuk berinteraksi, berkomunikasi dan bersosialisasi dengan fitur-fitur pendukung yang sangat menarik serta memudahkan setiap penggunanya untuk saling berbagi informasi dengan sangat mudah.

Asosiasi Jasa Internet Indonesia (APJI) yang bekerjasama dengan Teknopreneur Indonesia pada tahun 2017, berkolaborasi melakukan riset yang dilakukan di daerah urban, rural-urban, dan rural dengan hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia sejak 2016-2017 meningkat 54,68%. Pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia sebesar 132,7 juta jiwa, pada tahun 2017 meningkat menjadi 143,26 terjadi peningkatan dari 262 juta masyarakat Indonesia (APJI, 2017) Riset lebih lanjut menunjukkan pengguna internet berusia 19-34 tahun merupakan mayoritas pengguna yakni berjumlah 49,52%. Dari data tersebut terlihat mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah digital natives yakni pengguna yang lahir setelah tahun 1980. Lebih lanjut riset memperlihatkan layanan aplikasi obrol (89,35%) adalah yang paling sering diakses, diikuti media sosial (87,13%), *search engine* (74,84%), gambar atau foto (72,79%), serta unduh video (70,23%). Untuk pemanfaatan bidang edukasi, sebanyak 55,30% pengguna internet membaca artikel, 49,87% melihat video tutorial, dan 21,73% membagikan artikel atau video edukasi. (Rani Rastaty, 2018).

Secara garis besar, Prensky (2001) membagi pengguna internet dalam dua golongan besar yakni *digital immigrants* dan *digital natives*. Digital natives adalah generasi yang lahir sebelum teknologi ditemukan. Sementara digital immigrants yakni generasi yang lahir setelah teknologi ditemukan. Keduanya merupakan generasi yang memiliki ketertarikan paling tinggi terhadap adanya internet sekaligus mengadopsinya dalam berbagai aspek dan dapat dikatakan sebagai generasi internet, yang kemudian terbagi menjadi dua yaitu Generasi Y (1980-1995) dan Generasi Z (1996-2009).

Penelitian ini difokuskan kepada Generasi yang sering dianggap sebenarnya sebenarnya generasi internet, yakni generasi Z. Generasi Z lahir ketika teknologi tersebut sudah tersedia, hal itulah yang membuat generasi ini fleksibel, lebih cerdas, memiliki karakter yang menggemari teknologi, serta toleran pada perbedaan budaya. Selain itu gen

Z juga terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual. Meskipun demikian, gen Z ini adalah generasi yang menyukai budaya instan serta kurang peka terhadap esensi privat karena secara konstan dan gemar mengunggah kehidupannya di media sosial.

Dalam praktiknya, penggunaan media digital dapat menyebabkan munculnya dua kelompok sosial yang berbeda, yang masing-masing ditandai dengan penggunaan internet yang tidak sehat, seperti penyebaran berita atau informasi yang tidak dapat dipercaya, intoleransi, dan kebencian terhadap ujaran. Selain itu, kurangnya pemahaman dan ketidaktertarikan masyarakat terhadap media digital telah membawa konsekuensi negatif bagi kehidupan pribadi dan sosial. Bidang lain, seperti *e-commerce*, model bisnis, bentuk-bentuk lapangan kerja baru berbasis media digital, dan pengembangan bakat sastra juga diharapkan tumbuh. Pertumbuhan media digital telah memberikan dorongan yang signifikan pada sektor ini. Potensi manfaat perkembangan digital adalah munculnya usaha-usaha baru dan ekonomi kreatif untuk menyediakan lowongan pekerjaan. (Kemdikbud, 2017).

Teknologi digital memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Seperti pada masa pandemi Covid-19 masyarakat perlu memahami teknologi juga literasi digital, bahwa keduanya merupakan hal penting. Literasi dibutuhkan agar dapat berpartisipasi dan mengantisipasi penyebaran informasi negatif berkaitan dengan Covid-19. Literasi digital sama pentingnya dengan membaca, menulis, berhitung, dan disiplin ilmu lainnya. Setiap orang diharapkan dapat bertanggung jawab tentang bagaimana teknologi digunakan untuk berinteraksi dengan lingkungan.

Literasi media atau bisa disebut dengan “melek media” berkaitan dengan menelusuri dan mengkritisi informasi. Literasi media adalah kemampuan membaca dalam mengidentifikasi kebutuhan akan informasi, literasi media juga (Kendal, 2022). Literasi media merupakan seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif saat mengakses media masa untuk menginterpretasikan pesan yang dihadapi (Hasugian, 2009). Literasi media meliputi kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk media (Saputra, 2015).

Penggunaan literasi media sosial dengan tepat guna diharapkan mampu menjadi solusi di tengah-tengah permasalahan yang marak akibat media sosial pada saat pandemi Covid-19, seperti kurang berimbangannya informasi, maraknya berita hoaks dan tidak

akuratnya berita. Karena itu pengguna media sosial harus mampu memilih, mengurangi disinformasi dan yang tidak terkontrol serta mengakses, menetapkan, menggunakan, mengelola, dan mengevaluasi sebuah informasi yang masuk sehingga mampu mengambil putusan yang tepat, cepat dan cerdas dari suatu informasi menjadi trigger positif dalam menghadapi pandemik Covid -19.

Merujuk dari Jurnal dengan judul Literasi Media Sosial Dalam Pemasyarakatan Moderasi Beragama Dalam Situasi Pandemi Covid 19 yang menjelaskan pada saat pandemi Covid-19 berlangsung, menyebutkan bahwa sebagai pengguna media sosial, masyarakat umum harus bisa menilai apa yang boleh dikatakan dan apa yang harus dibungkam, terutama yang berkaitan dengan masalah agama, seperti banyaknya hoax yang beredar di media sosial. Manusia modern yang menggunakan media sosial di era Covid-19 harus mampu memperoleh informasi yang terkandung di dalamnya dengan sikap wasat atau adil. (Kosasih et al., 2020).

Selanjutnya jurnal dengan judul Gerakan Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 mengungkapkan literasi digital akan menciptakan tatanan masyarakat dengan pola pikir dan pandangan yang kritis-kreatif. Selain itu konsep gerakan literasi digital yang bisa dilaksanakan pada masa pandemi covid-19. Dua jenis literasi digital yang dimungkinkan di era pasca-Covid adalah literasi digital keluarga dan literasi digital di kalangan masyarakat umum. Tujuan dari gerakan sastra ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pembaca untuk kritis, kritik konstruktif media digital dalam kehidupan sehari-hari. Dalam pasal tersebut juga disebutkan kebijakan untuk tidak mengabaikan pemberitaan di masa Pandemi Covid-19. (Sutrisna, 2020).

Artikel jurnal tentang Literasi Digital Menangkal Hoaks Covid-19 Di Media Sosial merujuk dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengungkapkan isu hoaks alias berita bohong menjadi satu dari beberapa alasan yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat yang berkurang akan pemberitaan Covid-19. Pada 23 Januari 2020 hingga 12 Mei, laporan hoaks Covid-19 2021 yang jumlahnya mencapai 1.587 isu. Data itu sejalan dengan laporan yang menunjukkan bahwa isu hoaks mayoritas ditemukan di media sosial. Jika dilihat dari laporan artikel terdahulu lainnya, terutama tentang efek pemberitaan Covid-19 pada masyarakat Provinsi Lampung direntang usia 16-22 tahun/mahasiswa, media sosial terutama instagram adalah media yang paling banyak dijadikan sumber acuan dalam menambah informasi seputar Covid-

19, dengan nilai support 58,14%, namun apakah semua informasi yang didapatkan melalui media sosial dapat dipertanggungjawabkan, hal ini masih menjadi perdebatan, karena di media sosial, siapa saja bisa berperan menjadi komunikator (Nasution, 2021). Untuk itu, literatur digital penting untuk memerangi praktik buruk serta mengidentifikasi berita tentang Covid-19 di media sosial dan bagaimana praktik buruk terkait Covid-19 di media sosial dibahas dalam artikel ini.

Douglas A.J. menjelaskan bahwa ada dua elemen penting yang harus dipahami ketika mempelajari sastra digital, yaitu kritis dan kognitif, yang menjadi tema utama artikel ini. Sehingga ditemukan fakta bahwa perlunya menambah pemahaman, menumbuhkan kesadaran untuk menyeleksi sumber, usahakan mencari dan mengecek informasi dari beberapa sumber media dan penting untuk mengembangkan tradisi mengoreksi berita di masyarakat.

Dari keempat pemaparan artikel terdahulu, belum tampak penelitian yang menggali persepsi masyarakat kaitannya dengan perubahan perilaku khususnya generasi Z di Kota Bandarlampung tentang berita Covid-19 ketika ditinjau dari literasi media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai media literasi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan observasi dan penyebaran angket ke peserta didik/ mahasiswa di Kota Bandarlampung. Usia responden antara 13 sampai 25 termasuk dalam kategori Generasi Z. Selain itu, beberapa data dan sumber pendukung yang berkenaan dengan topik didapat dari jurnal, buku, internet, dan pustaka. Data yang didapat kemudian dianalisis untuk memperoleh jawaban atas masalah penelitian.

Data yang terkumpul berbentuk angka, lalu dihitung dlm bentuk presentase yang dimaksudkan untuk mengetahui status sesuatu disajikan berbentuk presentase, dan ditafsirkan ke dalam kalimat yang bersifat kualitatif. Data kualitatif yang diangkakan dilakukan agar mempermudah penggabungan dua atau lebih variabel. Kemudian setelah hasil akhir tersaji, dapat dikualifikasikan kembali, teknik seperti ini biasa disebut dengan teknik deskriptif kualitatif dengan presentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

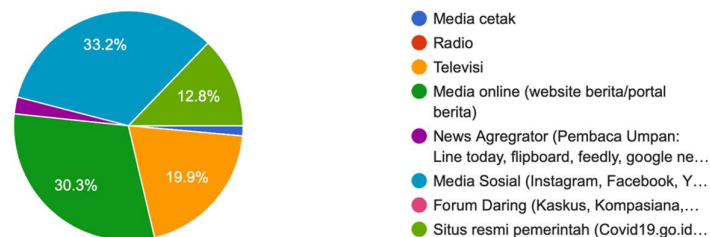
Hasil Penelitian

Penyajian Data

Penelitian ini merupakan hasil dari 211 responden yang kesemuanya merupakan masyarakat yang berdomisili di Kota Bandarlampung khususnya generasi Z dengan rentang usia 13-25 tahun dari berbagai lembaga pendidikan dan universitas. Didominasi oleh rata-rata wanita 56,4%, dengan rata-rata generasi Z 20-25 tahun berjumlah 65,4%, 13-20 tahun berjumlah 34,6%.

Preferensi pilihan media yang pertama dipilih oleh responden generasi Z di Kota Bandarlampung adalah 33,2% adalah media sosial, 30,3% media online (website dll), 19,9% televisi, 12,8% situs resmi pemerintah, serta diikuti media cetak, radio, serta forum daring. Hasil tersebut dapat dilihat pada diagram berikut:

Media apa yang pertama Anda pilih untuk mencari informasi awal seputar COVID -19?
211 responses

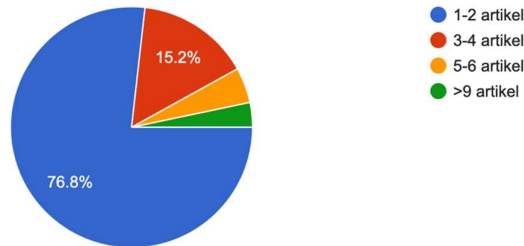


Gambar 1. Preferensi pilihan Media
Sumber: Hasil Survey peneliti, 2021

Nama media yang sering muncul menjadi sumber rujukan utama responden generasi Z di Kota Bandarlampung, berkaitan dengan Covid-19 meliputi media cetak, elektronik, digital, seperti Instagram, Detik.com, Metro TV, Peduli lindungi, Lampost.com. Selain media, durasi dan kuantitas artikel yang di baca oleh responden juga berpengaruh terhadap persepsi generasi Z di Kota Bandarlampung. Sebanyak 76.8% responden membaca 1-2 artikel perhari, 15,2% membaca 3-4 artikel perhari, selebihnya hanya sedikit yang membaca 5-6 dan >9 artikel. Durasi dalam membaca artikel, hasil jawaban responden sebanyak 77,7% memilih mengkonsumsi artikel berita <1 jam, dan

17,5% mengkonsumsi berita 1-2 jam perhari, sisanya memilih 2-3 jam, 3-4 jam dan >4 jam perhari.

Seberapa banyak artikel yang Anda baca tentang COVID-19 dalam satu hari?
 211 responses



Gambar 2. Kuantitas Artikel yang di Konsumsi Responden
Sumber: Hasil Survey peneliti, 2021

Sebanyak 46% responden menyatakan mereka mampu membayangkan realita, namun tidak mengetahui atau tidak dapat memastikan kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. Kemudian sebanyak 20,4% responden meyakini ada perbedaan antara realita dengan apa yang diberitakan oleh media massa, 14,7% responden menganggap media hanya membesar- besarkan isu Covid-19. Sebanyak 10%, responden meyakini bahwa pemberitaan media adalah gambaran realistis atas apa yang terjadi di lapangan. Hanya 9% menganggap pemberitaan yang dilakukan media membuat mereka lelah.

Apa pendapat Anda tentang pemberitaan COVID-19 di media massa?
 211 responses



Gambar 3. Pendapat responden tentang pemberitaan Covid-19
Sumber: Hasil Survey peneliti, 2021

Dalam diri individu penerima pesan/ komunikan, efek komunikasi merupakan setiap perubahan yang terjadi. Perubahan yang dimaksud berupa pengetahuan, sikap,

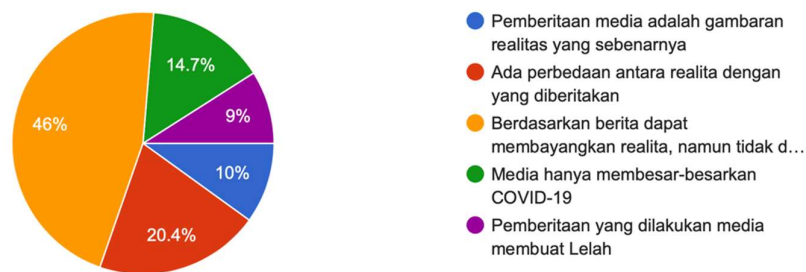
serta perilaku sehari-hari. Efek komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks komunikasi, termasuk di dalamnya komunikasi massa, dan lebih spesifik kepada media sosial, yang merupakan proses penyampaian/penerimaan pesan yang menggunakan media perantara.

Terdapat tiga aspek efek komunikasi massa, yakni efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif. Efek kognitif termasuk peningkatan kesadaran, pembelajaran, dan tambahan ilmu. Efek efektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan sikap, sementara tindakan konatif terlibat dengan maksud bertindak dan melakukan sesuatu dengan cara tertentu.

Efek Kognitif

Efek kognitif terjadi apabila ada perubahan terhadap pengetahuan, atau perubahan terhadap apa yang diketahui, dipahami dan dipresepsi. Seringkali muncul pada penerima pesan dan sifatnya memberi informasi bagi pribadi. Dengan adanya media massa seseorang mendapatkan informasi tentang berbagai hal, seperti ketika pada kasus Covid-19 memuncak, media massa termasuk media sosial memberitakan seputar virus, pencegahannya, gejala-gejala, dan penanganannya, sehingga kita sebagai komunikan dapat mengetahui Covid-19 dan bagaimana cara menghindarinya. Kenyataan yang ditampilkan oleh media massa adalah kenyataan yang telah dipilih khalayak umum dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan kemampuan kognitif. Oleh karenanya, media massa menurut Mc. Luhan adalah perpanjangan alat indera manusia *sense extention theory*.

Apa pendapat Anda tentang pemberitaan COVID-19 di media massa?
211 responses



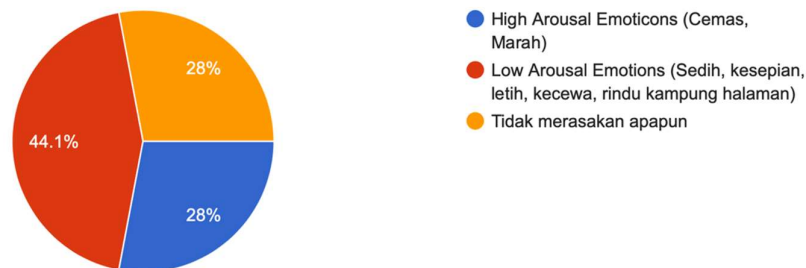
Gambar 4. Efek Kognitif Pemberitaan Covid-19 Masyarakat Bandarlampung
Sumber: Hasil Survey peneliti, 2021

Efek afektif

Efek afektif merupakan kelanjutan dari efek kognitif. Efek kognitif memiliki kadar yang lebih tinggi daripada efek kognitif, karena tujuan komunikasi massa sendiri, bukan hanya sekedar memberikan informasi kepada khalayak agar komunikasi menjadi tahu akan sesuatu, tetapi lebih dari pada itu, yakni khalayak diharapkan mampu merasakannya. Dengan kata lain, dampak ini sangat erat kaitannya dengan perasaan, penilaian, rangsangan emosional dan sikap. Dalam perkembangan berita Covid-19, setelah masyarakat mendapat informasi seputar Covid-19, dan mengetahui cara pencegahannya, efek kognitif tercermin ketika masyarakat memahami, berempati kepada korban jiwa, serta perjuangan pasien-pasien positif untuk sembuh, meskipun berstatus negatif Covid-19, hal tersebut kemudian mendorong masyarakat untuk bersikap taat protokol.

Dampak pemberitaan media sosial terkait Covid-19 terhadap afeksi responden. Hasilnya, sekitar 44,1% responden menyatakan keprihatinannya tentang munculnya Covid-19 (*low-arousal emotions*) atau apa yang dapat digambarkan sebagai emosi yang kuat, seperti kesepian, rindu kampung halaman, sedih, letih, dan kecewa. Selain itu, sebagian besar responden—sekitar 28%—menyatakan bahwa pemberitaan media tentang Covid-19 yang meluas tidak membuat mereka percaya apa pun, dan 28% lebih lanjut menyatakan bahwa mereka meyakini bahwa emosi yang menimbulkan (*high-arousal emotions*), seperti cemas dan marah.

Pemberitaan media massa terkait COVID-19 membuat saya (dampak afektif)?
211 responses

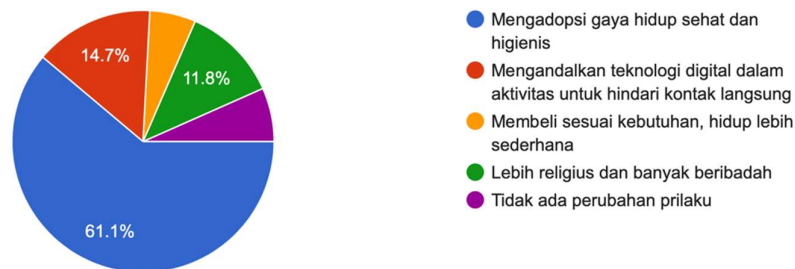


Gambar 5. Efek Afektif Pemberitaan Covid-19 Masyarakat Bandar Lampung
Sumber: Hasil Survey peneliti, 2021

Efek Konatif

Efek konatif/behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Pada saat pemberitaan Covid-19 meningkat, tak sedikit masyarakat yang merespon cenderung ekstrim, paranoid, takut, yang kemudian bertindak dengan ekstrim pula, seperti menjadi individualistis. Namun tak sedikit pula masyarakat yang memilih bersikap normal seperti tidak terjadi pandemi. Hal ini tentu sangat berkaitan dengan penerimaan berita, dan berita yang seperti apa yang khalayak tersebut konsumsi.

Pemberitaan media massa terkait COVID-19 membuat saya (perubahan perilaku)?
211 responses



Gambar 6. Efek Konatif Pemberitaan Covid-19 Masyarakat Bandarlampung
Sumber: Hasil Survey peneliti, 2021

Pembahasan

Literasi media pada praktiknya memerlukan kemampuan untuk memproses informasi, menyebarkan pengetahuan yang dimiliki, memanfaatkan media digital dalam upaya produktifitas, dan mengasah kreativitas dalam koneksi di media sosial secara profesional, bukan hanya dapat mengoperasikan komputer atau telepon pintar untuk membaca atau menulis seperti konteks literasi pada umumnya. Seseorang yang bisa berkomunikasi secara efektif, mengolah informasi, dan menangkap pesan dalam bentuk yang bermacam-macam merupakan arti dari literasi digital. Dalam konteks ini, maksud dari bentuk tersebut adalah termasuk membuat, mengomunikasikan, melakukan kerja sama, dan bekerja dengan mengetahui etika atau aturan sehingga dapat mengetahui tempat dan keadaan dalam mengelola teknologi supaya tujuan yang ingin dicapai dapat melalui proses yang efektif (Sutrisna, 2020). Dengan memahami literasi media dalam

konteks digital, masyarakat dapat memanfaatkan teknologi secara positif dan bisa menggunakan teknologi dengan bijak. Peneliti menyajikan data dari hasil penelitian dan setelah di analisis ada beberapa temuan yang akan di urai pada bab pembahasan ini, temuan itu antara lain terkait dengan kondisi literasi media di Kota Bandar Lampung dan persepsi masyarakat tentang literasi media sebagai faktor perubah dalam perubahan sikap.

Sebelum membahas hasil temuan dari data yang di kumpulkan tentang literasi media di Kota Bandar Lampung. Peneliti merasa perlu memaparkan terlebih dahulu bagaimana kondisi dalam lingkup Indonesia secara luas sebagai bagian dari komparasi dan gambaran. Berdasarkan *World Digital Competitiveness Ranking*, Indonesia dalam survey daya saing digital menempati urutan 56 dari 62 negara di dunia. Rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia hingga menyebabkan terjadinya penyebaran berita hoax, hate speech, bullying, tindakan penipuan, dan paham radikalisme menjadi alasan Indonesia berada di peringkat bawah. Hal tersebut terbukti dari data Kominfo yang terindikasi ternyata di Indonesia setidaknya ada 800.000 situs penyebar berita hoax. Dilansir dari situsupplychain.com, peluang masyarakat Indonesia terkena serangan siber termasuk tinggi, yaitu mencapai angka 76%. Survei juga membuktikan masih banyak pengguna media sosial di Indonesia yang menaruh informasi pribadinya di media sosial. Padahal kita tahu bahwa ini merupakan suatu tindakan yang sangat beresiko. Hasil Survey literasi digital tahun 2020 memberikan fakta baru bahwa indeks literasi media Indonesia menduduki level “sedang”. Indeks literasi yang disurvei memperoleh hasil sebagai berikut.

1. Sub-indeks 1 informasi dan literasi data sebesar 3,17;
2. sub-indeks 2 komunikasi dan kolaborasi sebesar 3,38;
3. sub-indeks 3 keamanan sebesar 3,66; dan
4. sub-indeks 4 kemampuan teknologi sebesar 3,66.

Jelas dari keempat sub-indeks tersebut, Indonesia masih belum memenuhi skor baik pada nilai 4,00. Jika ditinjau kembali, data terbaru yang dirilis oleh APJII menyatakan pada tahun 2020 sebanyak 73,7 % atau 196,71 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan internet. Dari sekian banyak media sosial, tercatat penggunaan Whatsapp, Youtube, dan Facebook ialah media sosial dengan pengguna yang banyak diminati. Bahkan 40 % dari pengguna Whatsapp mengakses lebih dari 5 jam/sehari. Hal tersebut menunjukkan adanya lompatan pengguna internet di Indonesia, terlebih di masa

pandemi yang jika digunakan dengan baik akan memberikan dampak positif. Oleh karena itu, jelas perlu adanya peningkatan kemampuan literasi digital bagi masyarakat Indonesia yang harus dibudayakan pula.

Lalu bagaimana temuan yang ada di Kota Bandar Lampung terkait ini, Preferensi pilihan media yang pertama dipilih oleh responden generasi Z di Kota Bandarlampung adalah 33,2% adalah media sosial, 30,3% media online (website dll), 19,9% televisi, 12,8% situs resmi pemerintah, serta diikuti media cetak, radio, serta forum daring. Nama media yang sering muncul menjadi sumber rujukan utama responden generasi Z di Kota Bandarlampung, berkaitan dengan Covid-19 meliputi media cetak, elektronik, digital, seperti Instagram, Detik.com, Metro TV, Peduli lindungi, Lampost.com. Temuan ini mengindikasikan bahwa generasi Z masih aktif tertinggi sebagai pengguna media sosial sebesar 33.2%.

Selain media, durasi dan kuantitas artikel yang di baca oleh responden juga berpengaruh terhadap persepsi generasi Z di Kota Bandarlampung. Sebanyak 76.8% responden membaca 1-2 artikel perhari, 15,2% membaca 3-4 artikel perhari, selebihnya hanya sedikit yang membaca 5-6 dan >9 artikel. Durasi dalam membaca artikel, hasil jawaban responden sebanyak 77,7% memilih mengkonsumsi artikel berita <1 jam, dan 17,5% mengkonsumsi berita 1-2 jam perhari, sisanya memilih 2-3 jam, 3-4 jam dan >4 jam perhari.

Berdasarkan pemberitaan tentang Covid-19 di Kota Bandar Lampung, sebanyak 46% responden menyatakan mereka dapat membayangkan realita, namun tidak tahu atau tidak dapat memastikan kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. Kemudian sebanyak 20,4% responden meyakini ada perbedaan antara realita dengan apa yang diberitakan oleh media massa, 14,7% responden menganggap media hanya membesar- besarkan isu Covid-19. Sebanyak 10%, responden meyakini bahwa pemberitaan media adalah gambaran realistis atas apa yang terjadi di lapangan. Hanya 9% menganggap pemberitaan yang dilakukan media membuat mereka lelah.

Hasil temuan di atas menjadi indikator bahwa terdapat dampak dari proses literasi media sosial, salah satu dampaknya adalah bagaimana penggunaan itu membentuk Persepsi dan Persepsi itu menjadi faktor perubah pada perubahan sikap masyarakat. Dalam diri individu penerima pesan/ komunikan, efek komunikasi merupakan setiap

perubahan yang terjadi. Perubahan yang dimaksud berupa pengetahuan, sikap, serta perilaku sehari-hari. Efek komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks komunikasi, termasuk di dalamnya komunikasi massa, dan lebih spesifik kepada media sosial, yang merupakan proses penyampaian/penerimaan pesan yang menggunakan media perantara.

Berkaitan dengan efek media masa, adanya perubahan perilaku yang terjadi sangat erat kaitannya dengan penelitian ini. Pengertian sikap dan perilaku sendiri merupakan sebuah tindakan yang bermakna sangat luas antara lain : melakukan kegiatan, bekerja, berjalan, berbicara, menangis, tertawa, menulis, membaca, dan sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa perilaku manusia merupakan segala bentuk aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003).

Sedangkan Menurut Ruch (2010) persepsi pada hakikatnya berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan yang dikehendaki. Persepsi merupakan suatu proses tentang petunjuk-petunjuk iderawi (*sensory*) dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur pada suatu situasi tertentu. Menurut Irwanto, persepsi adalah proses diterimanya rangsangan (objek, kualitas, hubungan antar gejala, maupun peristiwa) sampai rangsangan disadari, dimengerti. Setiap perasaan yang dimiliki seseorang dapat diterprestasikan berbeda-beda, disesuaikan dengan apa yang menjadi penyebab dan dari konteks yang lebih luas yaitu mengenai adat istiadat, kesukaan, dan rasa keinginan yang berbeda-beda akan tetapi proses sebuah stimulus atau rangsangan yang terjadi merupakan hal yang penting, karena lewat pengindraan mampu membuat manusia menyadari adanya rangsangan yang nantinya menimbulkan persepsi dalam memandang suatu hal.

Pada pembahasan hasil berikut ini, peneliti menemukan beberapa perubahan yang terjadi pada generasi Z di Bandar Lampung, temuan tentang perubahan sikap ini adalah bagian dari bentuk Persepsi sebagai faktor perubah, dimana rangkuman pembahasan ini penulis rangkum berdasarkan kategorisasi setiap komponennya :

Kognitif, pada penelitian ini peneliti bertanya terhadap informan tentang Apa pendapat anda tentang pemberitaan di media massa tentang Covid 19. adapun generasi Z menjawab dengan persentase sebagai berikut :

- a. Pemberitaan media adalah gambaran realitas yang sebenarnya dengan presentasi 10% jawaban dari informan.
- b. Ada perbedaan antara realitas dengan yang di beritakan sekitar 20.4%
- c. Berdasarkan berita dapat membayangkan realita sekitar 46% dengan tingkatan presentase tertinggi.
- d. Media hanya membesarkan covid 19 sebesar 14.7%
- e. Pemberitaan yang di lakukan media membuat lelah sekitar 9%.

Afektif, aspek ini mengarah pada komunikasi dengan harapannya mengubah penerimaan dari yang tidak berminat atau tidak tertarik jadi berminat atau tertarik. Dampak pemberitaan media sosial terkait Covid-19 terhadap afeksi responden. Hasilnya, sebanyak 44,1% responden menjawab pemberitaan tentang Covid-19 menimbulkan (*low-arousal emotions*) atau dapat dikatakan emosi di tingkat yang rendah, seperti, kesepian, rindu kampung halaman, sedih, letih serta merasa kecewa. Sementara itu, masing-masing sebanyak 28% responden menjawab pemberitaan media massa tentang Covid-19 tidak membuat mereka merasakan apapun dan 28% responden mengaku menunjukkan respon emosional yang tinggi (*high-arousal emotions*), termasuk cemas dan marah.

Konatif, adapun perubahan yang peneliti temukan pada komponen ini adalah

- a. Mengadopsi gaya hidup sehat dan higienis berupa 61.1%
- b. Mengandalkan teknologi digital dalam aktifitas untuk hindari kontak langsung sekitar 14.7%
- c. Lebih religius dan banyak ibadah 11.8%
- d. Sisanya dari faktor lain dan tidak ada perubahan sama sekali

Dari hasil temuan diatas tentang persepsi masyarakat terhadap literasi media dalam pemberitaan tentang Covid 19 mengindikasikan terjadinya perubahan sikap. persepsi tersebut mengarah kepada hal yang positif dengan hasil temuan preferensi terbesar antara lain 1. masyarakat mengadopsi gaya hidup sehat dan higienis berkat adanya literasi media dengan persentase sebesar 61.1%, 2. Dengan literasi media, masyarakat Berdasarkan dapat membayangkan realita sebenarnya 46%, 3. Dampak pemberitaan media sosial terkait Covid-19 terhadap afeksi responden. Hasilnya, sebanyak 44,1% responden menjawab pemberitaan tentang Covid-19 menimbulkan (*low-arousal emotions*) atau dapat dikatakan emosi di tingkat yang rendah, seperti, kesepian, rindu kampung halaman, sedih, letih serta merasa kecewa.

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa Literasi media tentang pemberitaan Covid-19 berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat dalam pembentukan sikap. Tentunya ini di dukung karena masyarakat Kota Bandar Lampung memiliki kemampuan teknologi dan cakap digital dalam media sosial. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sutrisna,2020 dengan judul Gerakan Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 mengungkapkan setiap individu perlu menguasai literasi digital karena berpengaruh pada perubahan tatanan masyarakat dengan pola pikir dan pandangan yang kritis-kreatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini tentang literasi media sosial pemberitaan covid-19 di masa pandemi dapat disimpulkan bahwa literasi media berpengaruh secara positif terhadap persepsi masyarakat Kota Bandar Lampung khususnya generasi Z. Saran bagi pembaca diharapkan hasil penelitian ini memberikan manfaat sebagai acuan dalam menjalankan penelitian yang sejenis dan sebagai sumber ilmu.

DAFTAR PUSTAKA

- Damanhuri, Setia Budi IPB, *Tinjauan Pustaka*, 2014, (<http://www.damanhuri.or.id>)
- Gumilar, G. (2017). Literasi media: Cerdas menggunakan media sosial dalam menanggulangi berita palsu (hoax) oleh siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Harjono, H. S. (2018). *Literasi Digital: Prospek dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa*. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*. 8(1). 1-7.
- Hasugian, J. (2009). *Dasar-dasar ilmu perpustakaan dan informasi*. USUpress.
- Kendal, E. (2021). Public health crises in popular media: how viral outbreak films affect the public's health literacy. *Medical Humanities*, 47(1), 11-19.
- Kusumalestari, R. R., Permatasari, A. N., Anjani, M., & Nadifah, N. N. (2021). Gen Z's Reception of Covid-19 Information on Digital Media. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(2), 157-167.
- Liliwari, Alo. 2008. *Dasar-dasar Komunikasi Kesehatan*. Jakarta : Pustaka Pelajar
- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V. S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the

- pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120600.
- Nasution, N. A., & Satria, F. (2021). The Influence of COVID-19 News for Religious Activities in Lampung using Apriori Algorithm. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer dan Sistem Informasi)*
- Notoatmodjo, Soekidjo, 2003, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nurhaida, I., Aryanti, N. Y., Windah, A., & Purnamayanti, A. (2021). *Literasi Informasi Digital: Tantangan Bagi Para Santri Dalam Menjalankan Peran Sebagai Global Citizen (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Darussa" Adah Bandar Lampung)*. *KOMUNIKA*, 4(2), 203-213.
- Permatasari, A. N., Kusumalestari, R. R., Nadifah, N. N., & Anjali, M. (2022, April). *How Generation Z Trust in Sources of Information Related to Covid-19*. In *4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)* (pp. 4-6). Atlantis Press.
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? On the horizon*.
- Ruch, F. L. 2010, *Psychology and Life*, 7 Edt. Scott. Foresman and Company. Atlanta.
- Saputra, M., Siddiq, A., & Huda, I. (2020). *Social Media and Digital Citizenship: The Urgency of Digital Literacy in the Middle of a Disrupted Society Era*. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 15(7).
- Sarlito W. Sarwono dan Eko A.Meinarno. *Psikologi Sosial*. (Jakarta: Salemba Empat, 2012)
- Sulthan, M., & Istiyanto, S. B. (2019). *Model literasi media sosial bagi mahasiswa*. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1076-1092.
- Sutrisna I,P,G .(2020). *Gerakan Literasi Digital pada masa Pandemi Covid-19*. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Seni* 8 (2), 269-283.
- Suwana, F., Pramiyanti, A., Mayangsari, I., Nuraeni, R., & Firdaus, Y. (2020). *Digital Media Use of Gen Z During COVID-19 Pandemic*. *Jurnal Sositologi*, 19(3), 327-340.
- Khatik, S. K., Joshi, R., & Adwani, V. K. INFERRING THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ON GEN Z'S INVESTMENTS DECISIONS.

Kosasih, E., Raharusun, A. S., Dalimunthe, R. P., & Kodir, A. A. (2020). Literasi media sosial dalam pemasyarakatan moderasi beragama dalam situasi pandemi Covid-19. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.

<https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>