

## Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia

**<sup>1</sup>Hendra Junawan, Nurdin Laugu<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Kosentrasi ilmu perpustakaan dan informasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

<sup>2</sup>Kosentrasi ilmu perpustakaan dan informasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta<sup>2</sup>

Jl. Laksda Adisucipto, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

e-mail:hendrajunawan2@gmail.com

### ABSTRACT

**Introduction.** This article discusses the existence of social media YouTube, Instagram and Watsapp in the midst of the Covid-19 pandemic among virtual communities in Indonesia. The development of social media is increasing every year, especially in the conditions of the corona virus outbreak. The development of social media in Indonesia has experienced a very significant increase, it can be seen that Indonesia is in the 3rd position of social media users in the world.

**Data Collection Method.** The method used in this article is by using the literature method by reading literature related to discussion and it can be analyzed that the existence of social media such as YouTube in the midst of the Covid pandemic has experienced a surge in users of around 88% and is then followed by Watsapp social media with the number of accesses of 84% and Instagram with 79%.

**Results and Discussions.** Based on the data above, we can see the development and level of existence of several social media which is frequently accessed by the world's population during the Covid 19 pandemic. This development has certainly experienced a very clear penetration of internet users among the Indonesian virtual community.

**Conclusions.** the development of social media in Indonesia and globally has increased very significantly. The existence of social media which was popular during the Covid-19 pandemic, which placed YouTube as the first media that was very popular with the highest number of users in the world.

**Keywords:** Media Sosial, youtube, instagram dan watsapp, Covid-19

### ABSTRAK

**Pendahuluan.** Artikel ini membahas tentang eksistensi media sosial youtube, instagram dan watsapp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual di indonesia. Perkembangan media sosial sangat meningkat setiap tahunya terlebih lagi dalam kondisi wabah virus korona. Perkembangan media sosial di indoensia mengalami peningkatan yang sangat signifikan dapat di lihat bahwa indonesia menempati posisi ke 3 pengguna media sosial terbedar di dunia.

**Metode Penelitian.** Metode yang digunakan dalam artikel ini dengan menggunakan metode kepustakaan dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan pembahsan serta dapat di analisis bahwa eksistensi media sosial seperti youtube ditengah pandemi covid mengalami lonjakan pengguna sekitar sekitar 88% dan selanjutnya disusul oleh media sosial Watsapp dengan jumlah akses sebesar 84 % serta instagram dengan 79%.

**Hasil dan Pembahasan.** Berdasarkan data diatas maka hal ini dapat kita lihat perkembangan dan tingkat eksistensi beberapa media sosial yang sering diakses oleh penduduk dunia selama pandemi covid 19. Perkembangan ini tentunya mengalami penetrasi yang sangat jelas dari para pengguna internet dikalangan masyarakat virtual indonesia.

**Kesimpulan dan Saran.** perkembangan media sosial di indonesia dan global mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Eksistensi media sosial media yang populer selama masa pandemi Covid-19 yang menempatkan youtube sebagai media pertama yang sangat digemari dengan jumlah pengguna tertinggi didunia.

**Kata kunci:** Media Sosial, youtube, instagram dan watsapp, Covid-19

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi media yang sangat pesat serta dengan kemajuan teknologi-teknologi yang semakin hari semakin berkembang baik itu di negara indonesia maupun diseluruh dunia. Dalam hal ini khususnya negara Indonesia mengalami peningkatan penggunaan Media Sosial yang diakses dari *handphone* serta berbagai macam proses penggunaan seperti yang kita lihat serta dari berbagai macam sumber yang menyebutkan bahwa indonesia mengalami pertumbuhan penggunaan media sosial yang menempatkan indonesia saat ini dengan menempati peringkat ke 3 dengan pengguna internet terbesar setelah China. Dalam hal ini media sosial dikonsumsi oleh berbagai macam kalangan masyarakat indonesia seperti mahasiswa, peneliti, pelajar beserta masyarakat umum.

Dominasi sosial Media yang banyak digunakan seperti youtube yang memang menjadi pavorit dikalangan masyarakat indonesia dengan jumlah pengguna dalam mengakses youtube sekitar 88% dan selanjutnya disusul oleh media sosial Whatsapp dengan jumlah akses sebesar 84 % , instagram dengan 79% serta disusul oleh media sosial Facebook dengan jumlah 79 % data ini dijelaskan oleh salah satu website databoks.com. Hal ini sudah dapat terlihat bahwa pengguna media sosial melalui jaringan internet di indonesia cukup besar serta penggunaanya juga beragam dimulai dari usia 16 sampai 64 tahun. Banyak orang menggunakan media sosial *handphone* dengan berbagai macam kepentingan didalamnya serta berbagai macam orang yang dapat menjakangkaunya, hal ini dapat menimbulkan beberapa dampak dikalangan masyarakat seperti banyaknya berita hoak bahkan konten-konten yang kurang mendidik.<sup>1</sup>

Data diatas sangat mengejutkan sekali melihat perkembangan media sosial di indonesia yang sangat signifikan mengalami perkembangan dan kemajuan. Dengan jumlah data seperti itu maka dapat kita gambarkan pula bagaimana perilaku orang atau

---

<sup>1</sup> <https://databoks.com> Orang indonesia menghabiskan waktu hampir 8 jam untuk berinternet. Diakses pada tanggal 20 april 2020 jam 11:14 wib

kelompok yang menggunakan media sosial saat ini ditegah pandemi virus korona. Dalam hal ini Masyarakat virtual sepertinya sangat menaruh perhatian yang tinggi terhadap media sosial sehingga terlihat dari 64 % masyarakat mampu mengakses internet dengan durasi rata-rata 7 jam 59 menit sampai dengan 8 jam.

## B. KAJIAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Penggunaan Media Sosial

Penggunaan kata ataupun obyek dapat dimaknai sebagai salah satu cara dalam proses pemanfaatan sesuatu atau pemakaian.<sup>2</sup> Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang.<sup>3</sup> Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu:

- a. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs;
- b. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.<sup>4</sup>

Media sosial yang sering kita ketahui adalah salah satu jejaring laman sosial media yang dapat memungkinkan seseorang untuk saling berkomunikasi ataupun berinteraksi dengan berbagai macam kebutuhan dan keperluan<sup>5</sup>

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam

---

<sup>2</sup> Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), hal. 852

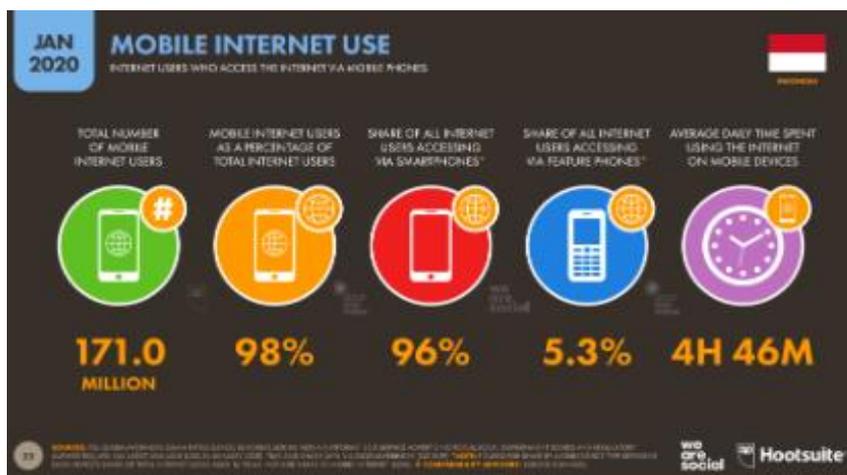
<sup>3</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), hal. 125

<sup>4</sup> Thea Rahmani, 2016, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, hal. 22

<sup>5</sup> Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". (Business Horizons, 2010), hal. 59–68

beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.<sup>6</sup>

Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional meupun organisasi.<sup>7</sup> Dalam penggunaannya media sosial dapat diakses melalui jejaring internet serta aktivitas-aktivitas online terus terjadi berdasarkan perdetik. Hal ini dapat dilihat hampir 80% penggunaan internet di sebuah ponsel pintar yang digunakan oleh seseorang untuk sosial media. Dalam hal ini maka durasi penggunaan internet indonesia mencapai 4 jam 46 menit dan ternyata yang mengejutkan sekali bahwa 3 jam 46 menit hanya dihabiskan untk bermedia sosial. Data 2020 menyebutkan bahwa ada peingkatan dalam penggunaan media sosial melalui internet diantaranya:



### Statistik: wearesocial

Gambar 1. Durasi Penggunaan Internet di Indonesia

Data ini sangat mengejutkan sekali bahwa kalau memang benar-benar menggambarkan perilaku bersosial media di indonesia.<sup>8</sup> Dalam hal ini terlihat bahwasanya masyarakat indonesia sangat menaruh perhatian sekali terhadap jejaring sosial media

<sup>6</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 11

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm 11

<sup>8</sup> <https://hootsuite.com/id/research/social-trens-2020> , diakses tanggal 14 April 2020



menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang 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 sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.<sup>9</sup>

- b) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa 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 efektifitas operasional organisasi.
- c) 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, sampai menghimpun respons masyarakat.<sup>11</sup>
- d) 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. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial.

---

<sup>9</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial*, hal 65-

Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblokir atau memengaruhi pemahaman publik.

#### 4. Klasifikasi Media Sosial

Media sosial yang sering kita lihat sebenarnya memiliki berbagai bagian yang dilihat dari berbagai kemajuan teknologi seperti forum kelas meeting ataupun layar visual. Dalam hal ini media sosial merupakan satu kedatuan dalam berbagai macam perangkat yang dapat dilihat berdasarkan pembagiannya. Hal ini tentu saja dapat memicu berbagai macam skema yang dapat dibagi menjadi enam bagian diantaranya<sup>10</sup>

##### a) Proyek Kolaborasi

Dalam hal ini kita dapat melihat dan merasakan sebuah proyek kolaborasi yang terdapat didalam media atau sistem tertentu seperti yahoo dll. Dalam hal ini sebuah website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove konten-konten yang ada disebuah website. Contohnya seperti websitenya wikipedia.

##### b) Blog Dan Microblog

Dalam hal ini sebuah web site memberiakan peluang kepada setiap pengguna untuk leluasa dalam mengakses sebuah website ataupun aplikasi online. Dalam hal ini posisi user lebih bebas dalam membuat dan mengekspresikan sesuatu di sebuah laman blog seperti curhat-curhatan, kritikan dan saran atas kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter.

##### c) Konten

Sosial media yang ini lebih cenderung untuk menekankan konten-konten yang bervariasi disetiap halaman web sehingga dapat memancing para pengguna untuk melihat dan membagikannya ke khalayak seperti sosial media youtube.

##### d) Situs jejaring sosial

Dalam jejaringan sosial seperti pengelolaan aplikasi memungkinkan akan terjadinya kegiatan dalam sebuah aplikasi seperti aplikasi akan mengizinkan para pengguna

---

<sup>10</sup> Febriyaningsih, Nunuk. *Keterbukaan informasi publik dalam pemerintahan terbuka menuju tata pemerintahan yang baik (public information Disclosure in open Government Toward Good Governance)*. Media pembinaan Hukum Nasional Vol.1 Nomor 1. April 2012

untuk mengakses dan mempublis sebuah konten seperti foto-foto. Contohnya line dan instagram.

e) Virtual game word

Membahas mengenai dunia virtual maka banyak orang mulai akan mengaplikasikan dalam berbagai hal seperti membuat kualitas konfigurasi layar yang dapat memungkinkan seseorang pemakai melakukan interaksi tidak hanya di layar virtual melainkan merasakan suasana seperti pada dunia nyata . Contohnya penggunaan game online.

f) Virtual Social Word

Dalam dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual. Sama sama seperti virtual game word yang mampu berinteraksi dengan yang lain. Namun, virtual social word lebih bebas dan lebih mengarah ke kehidupan dan dapat kita lihat contohnya seperti second life.

### C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi pustaka. Metode dengan studi kepustakaan merupakan teknik yang digunakan untuk meneliti dalam memecahkan suatu masalah dengan cara penelahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiono penelitian deskriptif yaitu suatu metode penelitian sesuai fakta-fakta yang ada terkini untuk memecahkan suatu masalah dengan menggunakan cara penyelidikan bisa berupa penggambaran objek dan subjek dan bisa berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya.<sup>11</sup> Dalam hal ini mengungkapkan bahwa suatu metode untuk menganalisis dan menggambarkan suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas maka disebut dengan metode deskriptif.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

<sup>12</sup> Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian*. Bandung. Alfabeta.

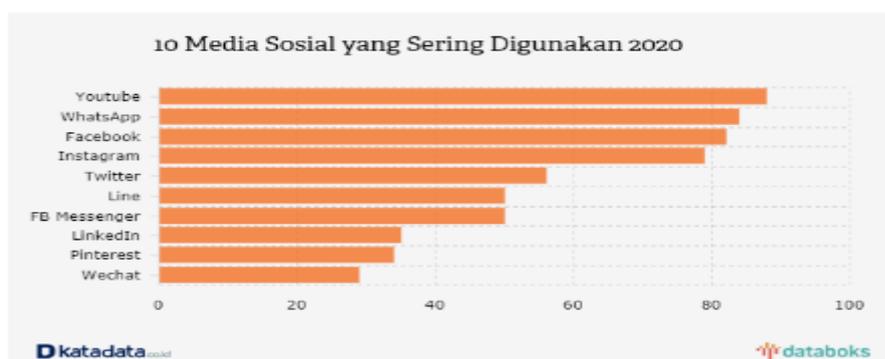
## D. HASIL PEMBAHASAN

### 1. Traffik Penggunaan Media Sosial Di Indonesia Ditegah Pandemi Virus Covid-19

a) Media sosial Youtube.

Media sosial youtube adalah sebuah situs *web vidio sharing* yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, berbagai klip video. Dalam hal ini perlu kita ketahui bersama bahwasanya youtube didirikan oleh 3 orang mantan karyawan *paypal* pada bulan Februari 2005. Youtube biasanya berisikan video-video klipfilm, TV, serta video buatan penggunanya sendiri. Dalam hal ini kita dapat melihat betapa populernya youtube ini dan bisa dikatakan bahwa youtube adalah salah satu database vidio terbesar di dunia internet.

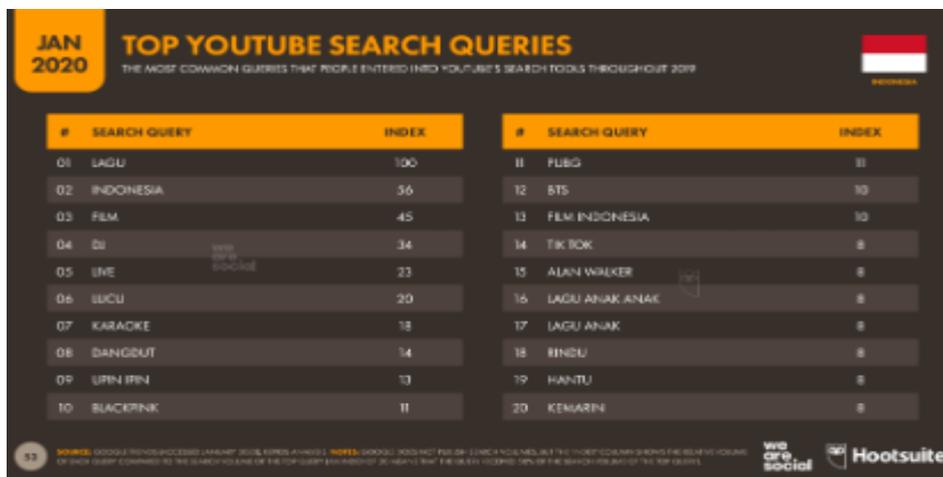
#### DATA TERKAIT



Gambar 3. 10 media sosial yang sering digunakan pada tahun 2020

Saat ini media sosial youtube menjadi situs online video provider yang banyak digunakandi USA bahkan menguasai 43% pasar. Dapat diperkirakan bahwa ada sebanyak 20 jam durasi di upload ke youtube setiap menitnya dengan 6 miliar *views*. Dalam hal ini sosial media youtube sudah memiliki lebih dari 1 milyar pengguna dan dalam hal ini hampir dari 70% pengguna di dunia melakukan aktivitas di youtube dengan ratusan jam kali penayangan. Dalam hal ini perlu kita ketahui juga sebagaimana bukan hanya youtube yang memiliki kemajuan yang sangat pesat melainkan banyak provider-provider seperti yahoo, vomio dan lainnya. Namun diantara web-web tersebut Youtube tetaplah menjadi pilihan utama bagi para

pengguna baik itu dijadikan sebagai sharing maupun dijadikan sebagai wadah penampung kreativitas masyarakat dunia.<sup>13</sup>



Data: wearesocial  
Gambar 4. Kata yang paling banyak di car di You tube

Berdasarkan data statistik diatas maka media sosial youtube adalah salah satu platform yang menduduki posisi paling populer yang di indonesia dimulai dari usia 16 hingga 64 tahun persentase penggunaan media sosial youtube mencapai 88% dan disusul oleh whatsapp sebesar 84%, facebook 82% dan instagram 79%. Dalam hal ini berdasarkan data tersebut maka keseluruhan pengguna media sosial di indonesia mengaami peningkatan sebesar 160,0 juta pengguna pada januari 2020, meningkatnya pengguna media sosial dengan 12 juta(+8,1% antara april 2019 dan jauari 2020.<sup>14</sup>

b) Media Sosial Instagram

Media sosial instagram merupakan salah satu platform yang sering digunakan oleh sebagian kalagan milenial di dunia terutama di indonesia. Media sosial ini menyediakan ruang untuk berbagi foto dan vidio serta mampu menerapkan filter digital dan hal ini tentu memancig banyaknya pengguna yang penasaran akan manfaat dari instagram ini.<sup>15</sup> Dalam kesempatan ini instagram juga banyak

<sup>13</sup> Fatty faiqiah dkk, “Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram”, jurnal komunikasi kareba. Vol. 5 no.2 juli-desember 2016. Hlm.260

<sup>14</sup><https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>. Diakses pada tanggal 14 april 2020

<sup>15</sup><https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram>. Diakses pada tanggal 14 april 2020

digunakan bukan hanya untuk keperluan pribadi melainkan diperlukan oleh beberapa kelompok orang yang memanfaatkan instagram sebagai wadah untuk memasarkan produk atau bertukar informasi dari satu kelompok ke kelompok lain. Berdasarkan pengguna maka instagram saat ini hampir mendekati angka satu milyar diseluruh dunia, dan indonesia dalam hal ini menempati peringkat ke 3 untuk jumlah *reach* yang bisa dicapai. Angka ini berkisar sebesar 63 juta adalah seluruh pengguna yang ada di indonesia. Kalau kita bandingkan dengan populasi pengguna internet di indonesia yang mencapai sepertiga dari sebuah populasi maka 3 dari 10 orang pengguna internet di indonesia dapat dijangkau menggunakan instagram. Dimasa pandemi covid 19 ini tentunya banyak kebutuhan masyarakat dalam menggunakan media sosial seperti instagram. Dilansir dari media techCrunch yang melakukan survei sejak 14 hingga 24 maret bahwa data menunjukkan ada peningkatan penggunaan dari anak perusahaan facebook sebesar 40% sehingga dapat itu meningkat dari 27% diawal pandemi ke angka 41% pada saat ini. Dalam hal ini terdapat dua laporan yang dilansir oleh marketing klear yang menyebutkan bahwa peningkatan perilaku pengguna instagram sejak masa pandemi diantaranya pengguna mengunggah *insta story* sebanyak 6,1 kali dalam sehari. Dalam hal ini jumlahnya pun meningkat dari minggu ke minggu, bukan hanya itu saja melainkan *impresi stories* instagram juga meningkat sebanyak 21%.<sup>16</sup>

#	COUNTRY / TERRITORY	REACH	Δ DOG	Δ DOG
01	U.S.A.	120,000,000	+3.4%	+4,000,000
02	INDIA	80,000,000	+9.6%	+7,000,000
03	BRAZIL	77,000,000	+6.9%	+5,000,000
04	INDONESIA	63,000,000	+5.0%	+3,000,000
05	RUSSIA	44,000,000	+4.8%	+2,000,000
06	TURKEY	38,000,000	+2.7%	+1,000,000
07	JAPAN	29,000,000	+7.4%	+2,000,000
08+	MEXICO	24,000,000	+9.1%	+2,000,000
08+	U.K.	24,000,000	+4.8%	+2,000,000
10	GERMANY	21,000,000	+5.5%	+1,100,000
11	ITALY	20,000,000	+2.6%	+500,000
12	FRANCE	18,000,000	+6.3%	+1,100,000
13	ARGENTINA	17,000,000	+4.3%	+700,000
14	SPAIN	16,000,000	+2.6%	+800,000
15+	CANADA	13,000,000	+4.8%	+600,000
15+	SOUTH KOREA	13,000,000	+8.3%	+600,000
17+	COLOMBIA	12,900,000	+6.2%	+700,000
17+	MALAYSIA	12,000,000	+9.1%	+700,000
17+	SAUDI ARABIA	12,000,000	0%	+700,000
17+	THAILAND	12,000,000	+2.6%	+700,000

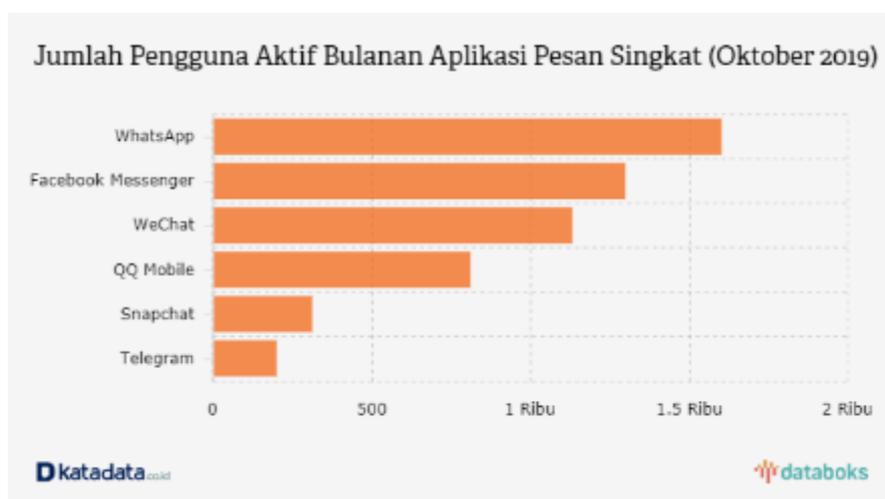
Tabel: Wearesocial  
Gambar 5. Peringkat pencarian Instagram

<sup>16</sup> Hieronimus patardo, *Trafik Media sosial meningkat selama masa pandemi corona/Covid 19* [www.tek.id/tek/](http://www.tek.id/tek/) diakses pada tanggal 12 April 2020

Berdasarkan tabel diatas maka peningkatan *reach* instagram terus mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun yang lalu. Ada pertumbuhan besar yang terjadi sekitar 5% dalam satu tahun atau setara dengan 3 juta pengguna baru yang bisa dijangkau.

c) Media Sosial *Watsapp*

*Watsapp* merupakan sebuah amlikasi olah pesan terpopuler diseluruh dunia pada oktober 2019 berdasarkan jumlah aktif bulanan. Melalui media sosial *watsapp* ini lah banyak orang diseluh dunia melakukan komunikasi secara virtual sehingga dapat memungkinkan untuk saling berkirim pesan, vidia, audio, gambar dan panggilan.



Gambar 6. Jumlah pengguna aktif aplikasi pesan singkat (Oktober 2019)

Berdasarkan kutipan dari J. Clement yang menyebutkan bahwa Pada 24 april 2020 ada sebanyak 2 milyar pengguna melakukan aktivitas pada amlikasi *watsapp* secara bulanan. Dalam hal ini kekuatan penetrasi dari amlikasi ini sangat kuat dipasar amerika serikat. Media sosial facebook mengakuisisi amlikasi *watsapp* sebesar 19 milyar dolar AS.<sup>17</sup> Di indonesia tentunya amlikasi perpesanan inisnagat populer dalam masyaakat virtual indonesia sehingga melalui media sosial ini sungguh sangat membantu dalam melkukan berbagai interaksi.

<sup>17</sup> J. Clement, *amlikasi olah pesan terpopuler didunia pada oktober 2019 berdasarkan jumlah pengguna aktif*, Statistika 2020:24 April 2020

## 2. Keberadaan Media Sosial Ditengah Pandemi COVID-19 Masyarakat Virtual Indonesia

Media sosial dikalangan masyarakat Indonesia bahkan di dunia sudah mengenal yang namanya media sosial seperti *facebook, twitter, line, Wa, Instagram, whatsapp*, dan lain-lain. Karena di Indonesia penggunaan media sosial sangat tinggi serta informasi yang menyebar pun juga sangat meningkat dari biasanya.<sup>18</sup> Biasanya informasi yang beredar di media sosial bermacam-macam bentuknya dan jenisnya. Keberadaan media sosial di Indonesia juga banyak menimbulkan polemik yang dapat mempengaruhi berbagai sektor seperti sosial budaya, ekonomi politik dan berbagai sektor lainnya. Keberadaan media sosial dapat juga memicu polemik yang ditandai dengan adanya:

### a. Munculnya berita Hoax

Dalam hal ini keberadaan media sosial di Indonesia telah kita lihat bersama dalam faktanya bahwa di Indonesia penggunaan informasi sangat marak dilakukan dan disebarkan baik itu informasi yang mengandung nilai dan ada juga informasi yang tidak ada manfaatnya serta di Indonesia akhir-akhir ini maraknya berita-berita yang disampaikan oleh seseorang individu atau kelompok yang sangat meresahkan bahkan dapat mengemparkan dunia maya. Dalam hal ini dapat kita lihat bahwa keterbukaan informasi publik di media sosial sangat terbuka lebar dan hal ini perlu adanya kontrol dari pemerintah terhadap media-media yang masuk ke Indonesia. Penyebaran berita bohong melalui media sosial seperti *wa, instagram, facebook, telegram, line* dan berbagai jenis lainnya. Contoh berita hoax di Indonesia seperti berita pada pemilu 2019 lalu yang mengabarkan bahwa kotak suara pemilu hilang dengan 7 kontainer yang membuat masyarakat Indonesia panik. Hal ini adalah salah satu dampak dari media sosial yang memungkinkan seseorang mengakses berbagai informasi dan menyebarkan informasi baik itu positif maupun negatif.

### b. Pencurian data privacy

Media sosial banyak mengalami perubahan-perubahan di setiap saat dan di berbagai media sosial pastinya akan mengarahkan pengguna pada proses-proses penggunaan media sosial yang biasanya dimulai dengan membuat akun, lalu membuat nama anggota serta *log in* ke sebuah media tersebut. Dalam hal ini tentu setiap orang yang memiliki media sosial pasti memiliki akun dan disinilah dapat

---

<sup>18</sup> *Ibid* hal 73

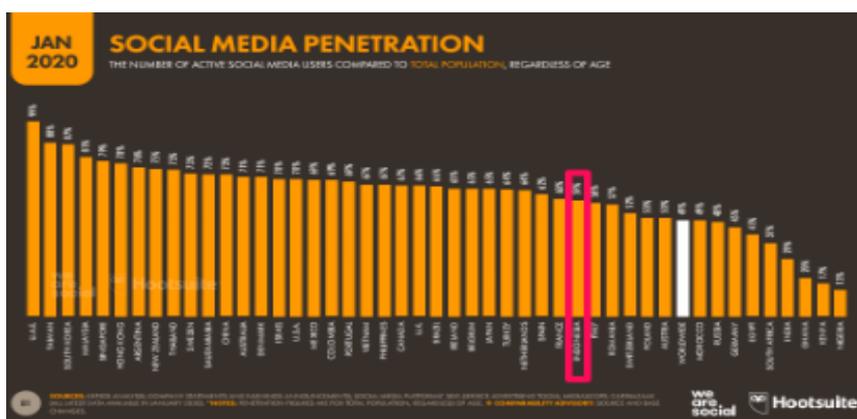
memicu pencurian informasi data *privacy*. pencurian data *privacy* seperti menggunakan nama orang lain atau menggunakan foto orang lain serta biasanya yang sering terjadi di Indonesia penggunaan akun orang lain dalam melakukan tindakan kejahatan seperti penipuan dan kejahatan lainnya.

c. memicu berubahnya tingkah laku

dalam hal ini media sosial adalah salah satu media yang sangat berpengaruh di Indonesia. Maka dari itu Indonesia perlu melakukan kontrol informasi yang dapat mempengaruhi masyarakat ke tingkah laku yang serba instan. Tingkah laku yang sering muncul yang disebabkan dengan adanya media sosial ini seperti masyarakat cenderung malas-malasan mau bertindak seperti pemesanan barang sudah melalui *smartphon* dan penggunaan uang juga sudah pakai *E-money*. Hal ini juga berdampak kepada tingkah laku pada anak-anak Indonesia seperti kenakalan remaja hujatan-hujatan dan berakhir dengan tindakan kejahatan.

### 3. PENETRASI PENGGUNA SOSIAL MEDIA DI INDONESIA

Dalam penggunaan media sosial tentunya banyak sekali yang menjadi fokus masyarakat dunia dengan berbagai kebutuhan yang semuanya terkait dengan media sosial. Tidak heran jika data-data selanjutnya terkait media sosial yang ada di Indonesia secara konsisten menempati posisi ranking yang tinggi di peringkat dunia.<sup>19</sup> Dalam hal ini dapat kita lihat bahwa perkembangan media sosial di Indonesia mengalami penetrasi yang sangat tajam diantaranya dapat dilihat pada tabel berikut:



Bagan: Wearesocial  
Gambar. 7 Penetrasi Sosial Media

<sup>19</sup> Bagus ramadhan, *Data internet di Indonesia dan prilakunya tahun 2020*. Diakses pada tanggal 14 april 2020, <https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476>.

Data diatas dapat kita lihat bahwasanya penetrasi dari sebuah media sosial mealui jejaring internet mengalami peninigkatan dan hal ini menggambarkan sejumlah data sehinggadapat kita gambarkan degan jumlah data tersebut sama seperti setara dengan 12 juta pengguna sosial media baru dalam satu tahun. Degan begitu sekarang indonesia menempati posisi ke 3 dunia dalam pertumbuhan penggunaan sosial media setelah cina dan india. Dalam hal ini masing-masing mencapai 15 juta dan 130 juta pertumbuhan pengguna dalam jangka waktu satu tahun.

#### **E. KESIMPULAN**

Bedasarkan penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perkembangan media sosial di indonesia dan global mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Berdasarkan data yang didapatkan menyebutkan bahwa indonesia pengguna internet terbesar no 3 dunia bersama degan jepang dan india. Pengguna internet di indonesia mengalami lonjakan sekitar 17.3 % juta dari 64% dari total penduduk Indonesia mayoritas pengguna menggunakan posel sebanyak 171 juta atau setara dengan 98% . Menyikapi hal tersebut maka dapat dilihat bahwa Eksistensi dari berbagai media juga mengalami peingkatan dalam suasana pandemi covid-19 ini seperti media sosial youtube adalah salah satu media sosial dengan pengguna terbesar dunia khususnya indonesia dengan jumlah pengguna sekitar 88% dan selanjutnya disusul oleh media sosial Whatsapp dengan jumlah akses sebesar 84 %, instagram dengan 79% dengan hal itu dapat kita lihat perbandingan dari tingkat eksistensi media sosial media yang populer selama masa pandemi Covid-19 yang menempatkan youtube sebagai media pertama yang sangat digemari dengan jumlah pengguna tertnggi d idunia.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004)
- Bagus ramadhan, *Data internet di Indonesia dan prilakunya tahun 2020*. Diakses pada tanggal 14 april 2020, <https://teknoloia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc747>
- Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002)
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Thea Rahmani, 2016, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial*, 2017
- Febriyaningsih, nunuk. *Keterbukaan informasi publik dalam pemerintahan terbuka menuju tata pemerintahan yang baik (public information Disclosure in open Government Toward Good Governance)*. Media pembinaan Hukum Nasional Vol.1 Nomor 1. April 2012.
- Fatty faiqiah dkk, “*Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassar vidgram*”, jurnal komunikasi kareba. Vol. 5 no.2 juli-desember 2016
- Hieronimus patardo, *Trafik Media sosial meningkat selama masa pandemi corona/Covid 19* [www.tek.id/tek/](http://www.tek.id/tek/) diakses pada tanggal 12 April 2020
- <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>. Diakses pada tanggal 14 april 2020
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram>. Diakses pada tanggal 14 april 2020
- <https://databooks.com> *Orang indonesia menghabiskan waktu hampir 8 jam untuk berinternet*. Diakses pada tanggal 20 april 2020 jam 11:14 wib
- <https://hootsuite.com> / id/research/social-trends-2020 , diakses tanggal 14 April 2020.
- J. Clement, *amlikasi olah pesan terpopuler didunia pada oktober 2019 berdasarkan jumlah pengguna aktif*, Statistika 2020:24 April 2020

Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". (Business Horizons, 2010), hal.

Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017)