



Sumber Informasi Unggulan Tentang Covid-19 di Desa Mamben Daya Lombok Timur

Nur'azizah

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram
nura89404@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi media social di Desa Mamben Daya Kabupaten Lombok Timur terutama Ketika terjadi pandemic Covid-19. Sejauh mana media social di desa mamben dapat diandalkan untuk memperoleh informasi mengenai pandemic. Metode yang digunakan daam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan melakukan survey terhadap masayarakat yang tinggal di desa Mamben Daya. Data dianalisis dengan menggunakan analisis statistic. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Mamben lebih memilih menggunakan media social untuk memperoleh informasi mengenai Covid-19 daripada media di TV, radio, dan media lainnya.

Kata Kunci: Media Sosial, Desa Mamben, Informasi.

Pendahuluan

Pemenuhan akan kebutuhan informasi terkait pandemic saat ini menjadi hal yang wajib dilakukan oleh masyarakat. Pemenuhan ini tidak semata-mata dilakukan dengan menerima segala bentuk informasi secara langsung, melainkan masyarakat di tuntut kreatif dalam mencari dan memilih informasi di era digital seperti sekarang ini. Sebab, perkembangan teknologi yang begitu cepat dapat mempermudah setiap orang dalam menyebarkan informasi secara luas melalui berbagai media yang ada. Kemudahan dalam penyebaran informasi khususnya terkait covid-19 tidak jarang disalah gunakan oleh beberapa oknum untuk menyebarkan berita hoax yang dapat meresahkan masyarakat.

Pada 15 Juni 2020, Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 (GTTPC19) selama pandemi melakukan pengamatan dan penegakan hukum. Dari upaya tersebut berita *hoax* yang berhasil diidentifikasi mencapai 137.829 kasus. Dari sejumlah kasus tersebut telah dilakukan penyidikan oleh satuan siber Polri sebanyak 130.680 kasus (Beritasatu, 15 Juni 2020). Pemberitaan ini dapat menjadi rujukan bagi masyarakat untuk memfilter informasi terlebih dahulu sebelum dijadikan acuan dalam mencari informasi terkait Covid-19. Melalui proses penyaringan terhadap informasi yang beredar baik secara langsung maupun melalui media, dapat meminimalisasi penyebaran berita hoax dalam masyarakat.

Disisi lain, pemerintah tidak mampu bekerja sendiri dalam upaya melawan pandemic covid-19 saat ini, dibutuhkan kerjasama atau kolaborasi dengan berbagai kalangan diantaranya adalah semua elemen masyarakat. Hal ini dilakukan untuk dapat memanajemen informasi yang masuk ke dalam masyarakat. Sehingga, masyarakat memiliki pengetahuan yang memadai untuk membentengi diri dalam menghadapi pandemic. Selain itu, dibutuhkan kesadaran dari masyarakat dalam mengupayakan pemutusan penyebaran covid-19 dengan menumbuhkan inisiatif sendiri untuk mencari informasi seperti informasi terkait cara pencegahan dan penularan covid-19.

Kehidupan masyarakat di era digital seperti saat ini menjadikan media sosial sebagai trend dalam pemanfaatan perkembangan teknologi. Pemanfaatan media sosial tidak hanya dilakukan oleh kalangan milenial melainkan dapat menjangkau berbagai

kalangan tanpa batasan usia dan pendidikan. Berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Begitu juga dengan data terkait penggunaan media sosial, tercatat 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. (Agus Tri Haryanto. Detikinet, 20 Februari 2020).

Berdasarkan data tersebut maka pemerintah memiliki peluang yang besar untuk memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyebarkan pemberitaan terkait Covid-19. Peluang tersebut telah dimanfaatkan oleh pemerintah dengan membuat berbagai akun resmi di berbagai media sosial sebagai upaya penyebaran informasi atau pemberitaan Covid-19. Media sosial yang digunakan diantaranya adalah Facebook dengan angka pengguna tertinggi, Instagram, Line, dan lain sebagainya. Hal inilah yang mendasari peneliti dalam melakukan penelitian tentang eksistensi media sosial di era digital sebagai sumber informasi unggulan di desa Mamben Daaya Lombok Timur. Pertanyaan penelitian yang hendak dijawab adalah bagaimana bentuk eksistensi media sosial di era digital sebagai sumber informasi unggulan pemberitaan Covid-19 di Desa Mamben Daya Lombok Timur

Kajian Pustaka

Pendekatan *Uses and Gratification* adalah sebuah pendekatan untuk memahami mengapa khlayak secara aktif mencari media yang khusus yang dapat memenuhi kebutuhan khlayak. Pendekatan *uses and gratification* merupakan salah satu pendekatan untuk memahami komunikasi massa yang berpusat pada khalayak. Berbeda dengan teori komunikasi massa lainnya yang berpusat pada apa yang dilakukan media pada khalayak, pendekatan *uses and gratification* menitikberatkan pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media.

Asumsi dasar teori *uses and gratification* memberikan kekuasaan khalayak untuk memutuskan media mana yang akan dipilih atau dikonsumsi. Khalayak memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintegrasikan media kedalam kehidupannya. Dalam teori ini khalayak bertanggung jawab terhadap pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Pendekatan *uses and gratification* memiliki lima asumsi dasar yaitu (Rahmat, 2001: 205):

- 1) Khalayak dianggap aktif dan penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan.
- 2) Dalam proses komunikasi massa, inisiatif lebih banyak berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- 3) Media massa berkompetisi dengan sumber-sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhannya.
- 4) Tujuan penggunaan media massa dapat disimpulkan dari data yang disediakan oleh anggota khalayak.
- 5) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Konsep dasar dari *uses and gratification* dating dari Elihu Katz yang mengenalkan istilah *uses and gratification approach* pada tahun 1959. Katz berpendapat bahwa penelitian tentang media tidak lagi bertumpu pada apa yang media lakukan terhadap khalayak namun lebih menekankan kepada apa yang dilakukan oleh khalayak terhadap media. Menurut Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974), cakupan pendekatan *uses and gratification* meliputi , Asal usul kebutuhan, Kebutuhan sosial dan psikologis, Pengharapan yang timbul akibat kebutuhan sosial dan psikologis, Media massa dan sumber-sumber lainnya yang digunakan, Perbedaan pola terpaan media akibat keterlibatan dalam aktivitas lain, Timbulnya pemenuhan kebutuhan, Timbulnya akibat-akibat yang mungkin tidak direncanakan.

Konsep khalayak yang aktif menurut Jay G. Blumler (1979) yang dimaksud dengan khalayak yang aktif dalam pendekatan *uses and gratification* adalah aktif dalam:

- 1) *Utility* atau penggunaan, media digunakan khalayak dan khalayak dapat menempatkan media ke dalam berbagai fungsi penggunaan.
- 2) *Intentionally* atau kesengajaan, motivasi utama khalayak dalam mengkonsumsi ini media.
- 3) *Selectivity* atau selektivitas, penggunaan media oleh anggota khalayak merepleksikan adanya minat dan preferensi.
- 4) *Imperviousness to influence* atau ketahanan terhadap pengaruh, anggota khalayak membentuk arti sendiri terhadap isi yang kemudian mempengaruhi

apa yang ia pikirkan dan lakukan. Mereka dapat menghindari berbagai macam pengaruh media.

Penggunaan media oleh khalayak pada dasarnya didasari oleh berbagai motif. Ditengah kondisi pandemic saat ini peneliti menemukan motif penggunaan media yang dapat menggambarkan secara umum motif-motif masyarakat dalam memilih dan menggunakan media yaitu motif yang di paparkan oleh Denis McQuail (1987: 72), Motif-motif tersebut diantaranya adalah encari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia; Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal lain berkaitan dengan penentuan pilihan; Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum; Belajar, pendidikan diri sendiri; memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan. (Ambar, 2017).

Media baru (era digital) adalah istilah yang digunakan dalam kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi computer. Media baru sering digunakan untuk menggambarkan teknologi digital. Media baru memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan atau internet. Selain internet seperti media cetak, televise, majalah, koran dan lain-lain bukanlah termasuk dalam kategori media baru.

Media sosial menjadi salah satu media baru yang mampu mempertahankan eksistensinya di era digital. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan media yang memanfaatkan jaringan internet sebagai penghubung antar individu dalam berkomunikasi.

Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Begitu juga dengan data terkait penggunaan media sosial, tercatat 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. (Agus Tri Haryanto. Detikinet, 20 Februari 2020).

Catatan angka penggunaan media sosial tidak hanya dalam lingkup masyarakat melainkan juga pemerintahan. Setelah memasuki era digital pemerintah Indonesia terus melakukan inovasi guna memenuhi perkembangan teknologi. Inovasi tersebut berupa pemanfaatan media sosial dengan membuat berbagai akun resmi pemerintahan sebagai media baru untuk menyampaikan informasi secara luas kepada masyarakat.

Di masa pandemic saat ini, pemerintah melakukan kolaborasi dengan berbagai media sosial untuk menciptakan konten-konten yang mnegandung informasi terkait

Covid-19. Contohnya adalah aplikasi Facebook yang menyediakan informasi edukasi seputar Covid-19 di beranda Facebook dan kolom pencarian, tujuannya adalah untuk mengurangi informasi palsu terkait virus corona di Facebook, Whatsapp, dan Instagram.

Edukasi tersebut berbentuk pesan pop-up berisi tombol yang menghubungkan pengguna dengan otoritas dan organisasi kesehatan, termasuk Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). (Salsabila, 2020). Pemerintah pusat juga melakukan kerjasama dengan berbagai pemerintah daerah untuk dapat menyediakan akun media sosial ataupun web resmi pemerintah yang dapat dijadikan sumber informasi terkait covid-19 oleh masyarakat.

Eksistensi media sosial yang terus meningkat dapat dijadikan sebagai tolak ukur dari efektivitas dan skala penggunaan media baru dengan jaringan internet di tengah masyarakat. Selain itu, beragamnya fitur yang disediakan di berbagai aplikasi media sosial mampu menjangkau segala bentuk motif penggunaan media oleh masyarakat. Beragamnya fitur yang disediakan di berbagai aplikasi media sosial mampu menjangkau segala bentuk motif penggunaan media oleh masyarakat. Seperti, motif mencari informasi yang meliputi upaya mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia, Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal lain berkaitan dengan penentuan pilihan, Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, Belajar, pendidikan diri sendiri, Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

Dalam aspek identitas pribadi, McQuail memaparkan motif berupa menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai, dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri. Pada integrasi dan interaksi sosial motif penggunaan media diantaranya adalah memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain atau empati sosial, mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial, membantu menjalankan peran sosial, dan memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

Dalam aspek hiburan, motif penggunaan media biasanya terdiri dari upaya individu melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu luang, penyaluran emosi dan lain sebagainya (Ambar, 2017). Media

sosial dengan pemanfaatan jaringan internet dan adanya kebebasan bagi pengguna dapat memenuhi berbagai motif penggunaan media tersebut. Selain itu, trend yang diciptakan era digital berupa internet menjadi landasan masyarakat untuk memilih beralih dari media massa seperti Televisi, radio, koran dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan nilai praktis dan keberagaman manfaat positif dari media sosial mampu menjangkau semua aspek kebutuhan akan informasi bagi masyarakat.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugioyo (2008), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan dengan variabel lain. Penelitian deskriptif ini merupakan salah satu jenis penelitian kuantitatif non eksperimen. Penelitian ini menggambarkan data kuantitatif yang diperoleh menyangkut keadaan subjek atau fenomena dari sebuah populasi. (Lembaga Penelitian Mahasiswa Penalaran Universitas Negeri Makassar, 2018).

Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2006: 130) “populasi adalah keseluruhan objek penelitian” (Hendri, 2015). Penelitian hanya dapat dilakukan bagi populasi terhingga dan subjeknya tidak terlalu banyak. Populasi dalam penelitian ini adalah semua lapisan masyarakat yang ada di Desa Mamben Daya kecamatan Wanasaba.

Sampel penelitian menurut Sugiyono (2019: 127) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Dusun Renga, Desa Mamben Daya.

Teknik Analisis Data

Analisis statistic deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2010: 208) dari (Huda, 2017).

Dengan statistik deskriptif data yang terkumpul dianalisis dengan perhitungan rata-rata dan presentasi, sehingga dapat menggambarkan Demografi dari sampel penelitian yaitu Dusun Renga Desa Mamben Daya Lombok Timur.

Hasil dan Pembahasan

Profil Dusun Renga Desa Mamben Daya

Dusun Renga merupakan salah satu dusun yang terletak di Desa Mamben Daya, kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat. Desa Mamben Daya memiliki luas 2,53 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 9160 orang dan jumlah kepala keluarga sebanyak 2801 (WARUNG INFORMASI UPTD Bale ITE, 2015).

Desa Mamben Daya dikenal sebagai desa dengan produksi batu bata terbaik di Lombok Timur, sehingga sebagian masyarakat Khususnya di Dusun Renga memiliki mata pencaharian sebagai buruh dalam pembuatan batu bata. Selain itu, Dusun Renga dikenal dengan masyarakat dengan kesadaran terhadap pendidikan yang tinggi. Hal ini dibuktikan dari sebagian besar masyarakat memiliki strata pendidikan yang baik mulai dari lulusan S1, S2 dan S3. Perkembangan teknologi dan informasi di desa ini dapat dikatakan sangat maju, karena sebagian masyarakat memiliki kepekaan tinggi terhadap perkembangan teknologi serta penggunaan internet. Hampir disebagian besar rumah ditemukan jaringan WI-FI yang digunakan untuk mengakses internet.

Selain itu, penggunaan berbagai platform media sosial di kalangan masyarakat cukup tinggi serta masyarakat juga memiliki inisiatif yang tinggi dalam mencari tahu informasi terkini atau peristiwa yang sedang terjadi, seperti pada kondisi sekarang ini, dimana masyarakat sangat update terhadap perkembangan informasi terkait Covid-19, baik pencarian melalui media sosial seperti informasi yang disebarakan melalui grup Facebook dan whatsapp keluarga.

Disisi lain, dusun Renga juga sangat familiar dengan aspek keagamaan yang kental. Di dusun ini tokoh agama memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pengambilan keputusan dan penyebaran informasi. Selama pandemic Covid-19, para tokoh agama di Desa Mamben Daya sering melakukan pengajian baik secara langsung dengan memperhatikan protokol kesehatan dan diawasi oleh aparat keamanan serta melakukan

pengajian secara daring yang bisa di liat melalui halaman resmi di media sosial Facebook yang dibuat oleh aparaturnya dan bekerjasama dengan tokoh-tokoh agama.

Deskripsi Responden

Jenis Kelamin	Usia	Dusun	Tingkat Pendidikan	pekerjaan
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Pelajar/mahasiswa
Perempuan	16-24	Renga	Perguruan Tinggi	Pelajar/mahasiswa
Perempuan	35-44	Renga	SMA/Sederajat	Wiraswasta
Perempuan	55-64	Renga	SMA/Sederajat	Wiraswasta
Laki-laki	16-24	Renga	Perguruan tinggi	Pelajar/mahasiswa
Laki-laki	16-24	Renga	Perguruan tinggi	Pelajar/mahasiswa
Perempuan	35-44	Renga	SMA/Sederajat	Karyawan/pegawai
Laki-laki	25-34	Renga	SMA/Sederajat	Lainnya
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Pelajar/mahasiswa
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Karyawan/pegawai
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Lainnya
Laki-laki	25-34	Renga	Perguruan tinggi	Wiraswasta
Perempuan	25-34	Renga	Perguruan tinggi	Honorir
Laki-laki	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Pelajar/mahasiswa
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Lainnya
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Pelajar/mahasiswa
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Pelajar/mahasiswa
Laki-laki	45-54	Renga	Perguruan tinggi	Wiraswasta
Perempuan	16-24	Renga	SMA/Sederajat	Pelajar/mahasiswa
Laki-laki	25-34	Renga	SMA/Sederajat	Wiraswasta
Perempuan	25-34	Renga	Perguruan tinggi	Honorir
Perempuan	25-34	Renga	Perguruan tinggi	Honorir
Perempuan	25-34	Renga	Perguruan tinggi	Karyawan



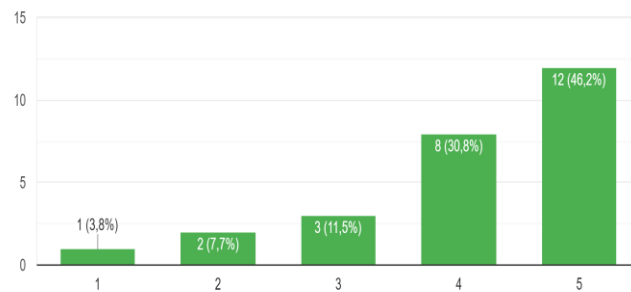
Data hasil kuisioner yang dilakukan di Dusun Renga Mamben daya, melibatkan responden dengan jenis kelamin perempuan sejumlah 18 orang dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 8 orang. Dari aspek pendidikan terakhir yang diselesaikan tercatat 1 responden dengan pendidikan terakhir SMP/Sederaja, 11 orang SMA/Sederajar, dan 11 orang yang menyelesaikan pendidikan Perguruan Tinggi.

Data terkait strata pendidikan ini menunjukkan sebagian besar masyarakat di dusun Renga memiliki kepedulian terhadap pendidikan yang cukup tinggi. Usia dari responden pada penelitian ini meliputi usia 16-24 tahun sebanyak 14 orang, 25-34 tahun sebanyak 8 orang, 35-44 tahun sebanyak 2 orang dan 1 orang usia 55-64 tahun. Jika diperhatikan rentan usia yang ikut serta sebagai responden maka dapat diketahui tingkat penggunaan teknologi dan internet mencangkup berbagai usia yang artinya pemahaman atau tingkat pengetahuan tentang media sosial dan internet di dusun Renga cukup tinggi.

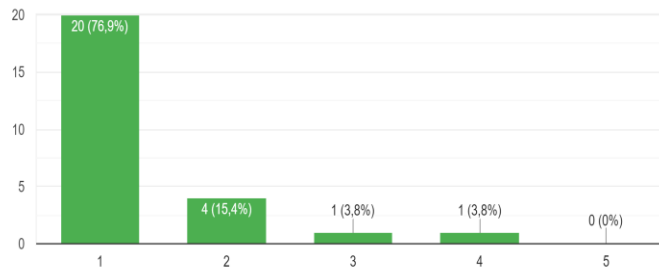
Dari table tersebut terlihat berbagai macam pekerjaan masyarakat di dusun Renga Desa Mamben Daya, mulai dari pekerja buruh batu bata, karyawan, honorer, dan pelajar/mahasiswa.

Media yang dijadikan sumber informasi terkait pemberitaan covid-19 di Dusun Renga Desa Mamben Daya.

Media sosial (Facebook, Youtube, Instagram, Whatsapp, Twitter, dll)
26 tanggapan

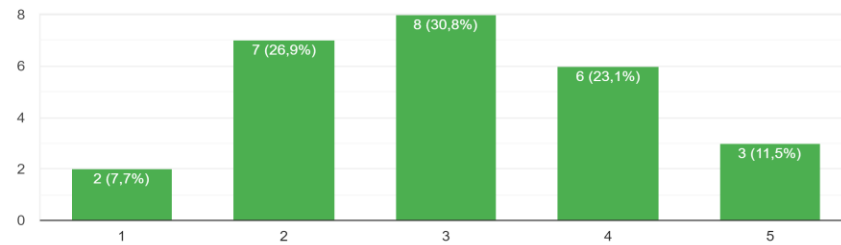


Radio
26 tanggapan



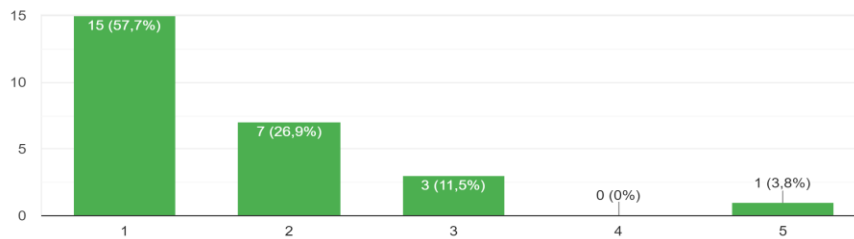
Televisi

26 tanggapan



Surat kabar cetak/ Koran

26 tanggapan



Website/Portal Berita Online

26 tanggapan

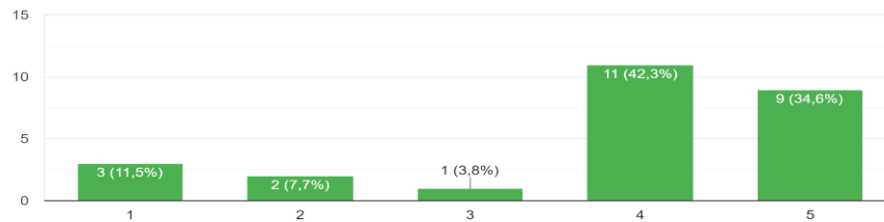


Diagram tersebut menunjukkan media yang digunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi terkait Covid-19 adalah didominasi oleh Media sosial (Facebook, Youtube, Instagram, Whatsapp, Twitter dll. Kemudahan dalam memperoleh informasi

melalui media sosial menjadi dasar masyarakat di Dusun Renga dalam memilih Media Sosial sebagai media sumber unggulan dalam mencari informasi covid-19.

Pembahasan

Penggunaan media sosial dikalangan masyarakat yang terus mengalami peningkatan menjadikan media sosial sebagai trend sumber informasi yang lebih unggul di era digital. Penggunaan jaringan internet membuat media sosial dapat mempertahankan eksistensinya jika dibandingkan dengan media massa seperti televisi, surat kabar, radio dan lain sebagainya.

Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Begitu juga dengan data terkait penggunaan media sosial, tercatat 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. (Agus Tri Haryanto. Detikinet, 20 Februari 2020). Keputusan khalayak atau masyarakat khususnya di dusun Renga dalam memilih media sosial sebagai sumber informasi didasari karena media sosial mampu menjadi solusi bagi masyarakat terkait pemenuhan motif penggunaan media sosial.

Kemudahan dalam mengakses informasi maupun menyebarkan informasi membuat media sosial lebih dipilih oleh masyarakat. Penggunaan smartphone dikalangan masyarakat juga menjadi alasan tersendiri untuk memutuskan penggunaan media sosial, karena melalui smartphone masyarakat dapat melakukan pencarian informasi secara praktis tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Hal tersebut sesuai dengan Asumsi dasar dari teori *uses and gratification* yang memberikan kekuasaan bagi khalayak untuk memutuskan media mana yang akan dipilih atau dikonsumsi. Khalayak memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintegrasikan media kedalam kehidupannya. Dalam teori ini khalayak bertanggung jawab terhadap pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Pendekatan *uses and gratification* memiliki lima asumsi dasar yaitu (Rahmat, 2001: 205):

1. Khalayak dianggap aktif dan penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif lebih banyak berkaitan dengan pemuasan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.

3. Media massa berkompetisi dengan sumber-sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhannya.
4. Tujuan penggunaan media massa dapat disimpulkan dari data yang disediakan oleh anggota khalayak.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Selanjutnya, media sosial dipilih oleh masyarakat karena dapat memenuhi motif penggunaan media saat ini yaitu khususnya untuk mencari informasi, motif mencari informasi ini meliputi upaya mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia, Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal lain berkaitan dengan penentuan pilihan, Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, Belajar, pendidikan diri sendiri, Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan dan motif untuk sebagai hiburan bagi masyarakat.

Kesimpulan

Pemenuhan akan kebutuhan informasi terkait pandemic saat ini menjadi hal yang wajib dilakukan oleh masyarakat. Kehidupan masyarakat di era digital seperti saat ini menjadikan media sosial sebagai trend dalam pemanfaatan perkembangan teknologi. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Begitu juga dengan data terkait penggunaan media sosial, tercatat 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. (Agus Tri Haryanto. Detikinet, 20 Februari 2020).

Data tersebut menunjukkan tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap pemilihan media sosial sebagai sumber informasi oleh masyarakat Dusun Renga Mamben Daya. Media sosial memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk mencari maupun menyebarkan menyebarkan informasi. kebebasan ini sejalan dengan konsep dasar dari teori *uses and gratification* yang merupakan pendekatan untuk memahami mengapa khlayak secara aktif mencari media yang khusus yang dapat memenuhi kebutuhan khayalak.

Pemilihan media sosial sebagai sumber informasi dikarenakan media sosial menciptakan fitur-fitur yang dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi melalui media sosial. Pemenuhan kebutuhan akan informasi selama pandemic ini menjadi salah satu motif penggunaan media sosial oleh masyarakat.

Media sosial dengan pemanfaatan jaringan internet dan adanya kebebasan bagi pengguna dapat memenuhi berbagai motif penggunaan media tersebut. Selain itu, trend yang diciptakan era digital berupa internet menjadi landasan masyarakat untuk memilih beralih dari media massa seperti Televisi, radio, koran dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan nilai praktis dan keberagaman manfaat positif dari media sosial mampu menjangkau semua aspek kebutuhan akan informasi bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Hatmoko, Jefri Hendri. 2015. SURVEI MINAT DAN MOTIVASI SISWA PUTRI TERHADAP MATA PELAJARAN PENJASORKES DI SMK SE-KOTA SALATIGA TAHUN 2013. *Jurnal of Physical Education, Sport, Health and Recreations*. Diakses pada 9 Juni 2020, dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/peshr/article/download/4855/4419/>
- Agus Tri Haryanto. (2020, Februari 20). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. Diakses pada 8 Juli 2020, dari <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Ambar. (2017, April 18). Landasan Teori Uses and Gratification Menurut Para Ahli-Asumsi dan Motifnya. Diakses pada 8 Juni 2020, dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications>
- Beritasatu.com. (2020, Juni 15). 137.829 Hoax Covid-19 Teridentifikasi Gugus Tugas. Diakses pada 8 Juli 2020, dari <https://www.beritasatu.com/digital/645413-137829-hoax-covid19-teridentifikasi-gugus-tugas>
- Huda, Fatkhan Amirul. (2017, Juli 26). Teknik Pengumpulan Data Dan Analisis Dalam Penelitian. Diakses pada 8 juni 2020, dari <http://fatkhan.web.id/teknik-pengumpulan-data-dan-analisis-dalam-penelitian/>
- Salsabila, Putri Zakia. (2020, April 6). Facebook Punya Halaman Khusus untuk Informasi Resmi Seputar Covid-19. Diakses pada 8 Juli 2020, dari <https://amp.kompas.com/tekno/read/2020/04/06/14030047/facebook-punya-halaman-khusus-untuk-informasi-resmi-seputar-covid-19>