

BAB I

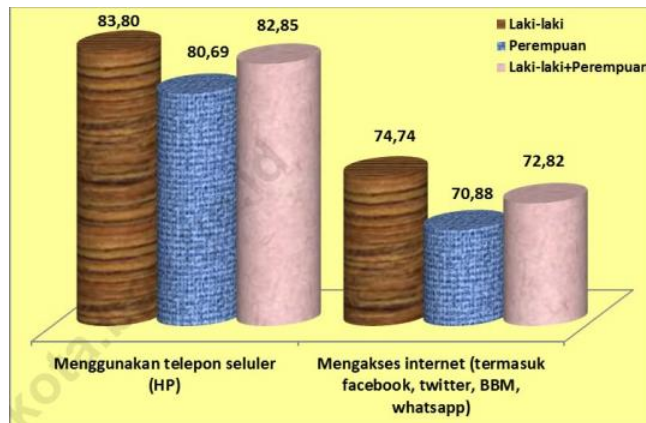
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung dikenal sebagai kota yang memiliki ragam perkembangan pariwisata, mulai dari destinasi wisata alam, edukasi, hiburan, kuliner dan perbelanjaan. Hal ini menjadikan Bandung sebagai kota dengan julukan “ Paris Van Java“. Oleh karena itu Bandung menjadi salah satu kota dengan wisatawan terbanyak di Indonesia. Namun, seiring dengan adanya pandemi COVID-19, aktivitas sosial masyarakat kota Bandung tentu mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan ini didasari oleh perubahan perilaku tiap individu didalamnya serta beberapa perkembangan yang terjadi secara tidak terduga, seperti terbitnya aturan mengenai pembatasan sosial, penghentian penggunaan angkutan umum, pembatasan perjalanan dan lain sebagainya.

Perkembangan tidak terduga tersebut membuat peralihan aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara fisik, menjadi bermigrasi pada aktivitas yang dilakukan secara digital di dunia maya seperti hadirnya pembelajaran online (*online learning*), pekerjaan daring (*Work From Home*), digitalisasi perbankan, digitalisasi perbelanjaan, dan lain sebagainya. Digitalisasi yang berkembang begitu pesat dimasa pandemi membuat penggunaan internet meningkat semakin tinggi. Di Indonesia, provinsi terbanyak dalam penggunaan internet adalah Jawa Barat dengan angka 35.100.61 jiwa, yang selanjutnya disusul oleh Jawa Tengah dengan angka 26.536.320 jiwa dan Jawa Timur 26.350.802 jiwa (APJI,2022). Dengan angka tersebut, kota Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat tentu berkontribusi besar dalam sumbangsih jumlah pengguna internet terbanyak di Jawa Barat.

Internet membuat berbagai informasi mudah di dapatkan melalui akses smartphone. Di antara kemudahan mengakses segala informasi yang bisa didapatkan oleh masyarakat Bandung, Menurut BPS Kota Bandung (2020), penggunaan internet melalui smartphone telah mencapai 82,85% dari total penduduk dan 72,82% di antaranya melalui akses internet media sosial.



Gambar 1. 1 Persentase Penduduk Kota Bandung Pengguna Smartphone dalam Akses Internet
Sumber : Statistik Daerah Kota Bandung (2020)

Dengan tingginya angka tersebut, informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat, diantaranya informasi mengenai *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19). Informasi tentang Covid sendiri pertama kali ditemukan di Wuhan, China. Yaitu, betacoronavirus jenis baru yang disebut Coronavirus Case 2019, atau yang lebih dikenal dengan COVID-19 oleh World Health Organization. COVID-19 menyebar sangat cepat karena dapat menyebar langsung dari orang ke orang melalui droplet, kontak fisik, dan permukaan yang terkontaminasi (kemenkes.co.id). Menurut Kementerian Kesehatan (2021), dengan merebaknya kasus COVID-19 di Indonesia, masyarakat positif terkena virus tersebut sebesar 1.368.069 orang dan 37.026 orang yang positif COVID-19 dinyatakan meninggal. Pada gambar di bawah dapat dilihat jumlah kasus COVID-19 di 10 provinsi di Indonesia:



Gambar 1. 2 Kasus Konfirmasi Tertinggi COVID-19
Sumber : Kemenkes (2021)

Berdasarkan laporan Kementerian Kesehatan (2021), DKI Jakarta menjadi provinsi paling tinggi kasus terkonfirmasi COVID-19 terbanyak di negara Indonesia, disusul Jawa Barat dan provinsi yang lain. Data Kementerian Kesehatan mengungkapkan, pandemi COVID-19 yang sudah berlangsung hampir dua tahun ini tampaknya tidak menunjukkan penurunan terus-menerus yang menandai berakhirnya pandemi COVID-19. Pemerintah juga telah membentuk gugus tugas COVID-19 dengan tujuan menjawab kebutuhan informasi terkait perkembangan COVID-19. Dalam upaya penanggulangannya, pemerintah mengimbau masyarakat untuk turut serta menyebarluaskan informasi penyebaran COVID-19 untuk dapat dicegah bersama-sama melalui internet.

Namun, penyebaran informasi tersebut membuat perubahan perilaku pada individu terdampak, seperti halnya pada generasi Y di kota Bandung yang cenderung bisa menggunakan internet namun belum semahir generasi penerusnya, sehingga hal tersebut memungkinkan generasi Y lebih banyak mengalami perubahan perilaku dalam menerima berita COVID-19. Selain itu masyarakat kota Bandung di dominasi oleh generasi Y dan generasi setelahnya, yaitu Generasi Z. Pernyataan tersebut didukung dengan data dari Portal Bandung (2022) dari 2,44 juta penduduk Kota Bandung, 51% diantaranya didominasi oleh generasi milenial (generasi Y) dan generasi Z. Lebih lanjut, Badan Pusat Statistika (BPS, 2022) mencatat usia generasi Y sebagai berikut:

Kelompok Umur	Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur (Jiwa)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-laki dan Perempuan		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
0 - 4	89 709,00	93 130,00	92 798,00	83 869,00	88 986,00	88 580,00	173 578,00	182 116,00	181 378,00
10 - 14	107 269,00	100 747,00	98 826,00	101 512,00	94 907,00	93 211,00	208 781,00	195 654,00	192 037,00
15 - 19	93 886,00	103 333,00	102 232,00	89 483,00	97 910,00	96 706,00	183 369,00	201 243,00	198 938,00
20 - 24	96 541,00	100 998,00	100 290,00	94 502,00	98 555,00	97 357,00	191 043,00	199 553,00	197 647,00
25 - 29	95 686,00	101 413,00	101 090,00	96 215,00	98 774,00	98 185,00	191 901,00	200 187,00	199 275,00
30 - 34	92 812,00	97 954,00	97 745,00	90 839,00	94 243,00	93 728,00	183 651,00	192 197,00	191 473,00
35 - 39	107 028,00	98 555,00	98 581,00	103 919,00	93 041,00	92 833,00	210 947,00	191 596,00	191 414,00
40 - 44	99 162,00	96 362,00	96 582,00	98 072,00	92 988,00	93 003,00	197 234,00	189 350,00	189 585,00
45 - 49	88 870,00	84 923,00	85 944,00	88 958,00	83 894,00	84 974,00	177 828,00	168 817,00	170 918,00
5 - 9	109 216,00	92 153,00	90 935,00	102 428,00	88 249,00	87 077,00	211 644,00	180 402,00	178 012,00
50 - 54	77 044,00	75 393,00	76 611,00	78 714,00	76 527,00	77 989,00	155 758,00	151 920,00	154 600,00
55 - 59	60 656,00	62 677,00	64 166,00	64 428,00	65 667,00	67 580,00	125 084,00	128 344,00	131 746,00
60 - 64	49 223,00	48 996,00	50 611,00	51 558,00	51 457,00	53 561,00	100 781,00	100 453,00	104 172,00
65 - 69	35 518,00	36 689,00	38 312,00	36 011,00	39 945,00	41 893,00	71 529,00	76 634,00	80 205,00
70 - 74	19 139,00	19 961,00	21 481,00	22 324,00	22 328,00	24 005,00	41 463,00	42 289,00	45 486,00
75 +	25 192,00	17 832,00	18 930,00	30 681,00	25 573,00	27 127,00	55 873,00	43 405,00	46 057,00
Jumlah	1 246 951,00	1 231 116,00	1 235 134,00	1 233 513,00	1 213 044,00	1 217 809,00	2 480 464,00	2 444 160,00	2 452 943,00

Gambar 1. 3 Data Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Usia

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Bandung (2022)

Pada gambar diatas rentang usia generasi Y berada pada kelompok umur 20 – 24 hingga 40-44. Terlihat dalam gambar tersebut bahwa jumlah angka pada kelompok umur yang sudah disebutkan sebelumnya, dominan lebih tinggi dari pada kelompok umur lainnya. Berdasarkan definisinya sendiri generasi Y merupakan kelompok generasi Yang lahir pada tahun 1980 hingga 2000. Dengan demikian dapat di perkirakan bahwa usia generasi Y berada dalam rentang 22 – 42 tahun pada tahun 2022.

Beberapa peneliti telah mengkaji perubahan perilaku, seperti Ayu Nur Indah Sari (2021), yang meneliti bagaimana perubahan perilaku sosial masyarakat dalam melaksanakan upacara pernikahan. Kemudian penelitian lain yang dilakukan oleh Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi, Elva Ronaring Roem (2021) meneliti perubahan perilaku yang berdampak pada perilaku komunikasi yang mulanya dilakukan secara *face to face* menjadi tatap layar. Selain itu terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rosyid Nur Ismail, Kurnia Noviantati, Syahril, Achmad Rizatul Fikri (2021) dan juga Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi, & Nalal Muna (2022) yang menganalisis perilaku konsumtif masyarakat dalam berbelanja, juga bagaimana media online juga generasi milenial berperan dalam munculnya berita COVID-19.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bagaimana pandemi COVID-19 berpengaruh pada perilaku sosial, perilaku komunikasi, dan perilaku konsumtif. Sementara itu belum ditemukan penelitian mengenai perubahan perilaku yang dialami oleh individu baik yang secara sadar dirasakan maupun tidak, selain itu belum terdapat penelitian yang mengkaji bagaimana informasi dapat merubah kebiasaan serta pola aktivitas pada generasi Y baik dari *lifestyle*, transaksi jual beli, dan sisi lain dari perubahan perilaku pada umumnya berdasarkan latar belakang individu masing-masing. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai perubahan perilaku komunikasi terutama pada generasi Y yang terdampak dalam menerima berita COVID-19. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan judul **“Perubahan Perilaku Generasi Y di Kota Bandung dalam Menerima Berita COVID-19 melalui Internet”**. Penelitian ini nantinya dilakukan dengan cara wawancara mendalam kepada masyarakat kota Bandung yang berada dalam kelompok generasi Y untuk mengetahui bagaimana perubahan perilaku yang dialami oleh tiap-tiap Individu.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui perubahan perilaku yang terjadi pada generasi Y di kota Bandung dalam menerima berita COVID-19 melalui internet

1.3 Pertanyaan Penelitian

Tujuan penelitian tersebut menjadi acuan peneliti dalam merumuskan masalah penelitian di bawah ini:

1. Bagaimana perubahan perilaku yang terjadi pada generasi Y di kota Bandung dalam menerima berita COVID-19?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan dalam dunia akademis dan kegunaanya diharapkan dapat membantu dan diterapkan secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan masukan bagi pengembangan penelitian komunikasi. Khususnya pada literasi digital yang akan terus berkembang di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pembaca dan juga masyarakat yang gemar menggunakan media sosial untuk membaca informasi agar lebih peka dalam membaca sebuah informasi dan berita yang berada di internet agar dapat menyaring suatu berita, dan juga sebagai referensi bagi mahasiswa dalam membuat jurnal maupun skripsi.

1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian

1.6.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Januari 2022 sampai bulan Juli 2022 dengan rincian sebagai berikut:

Tahapan Penelitian	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Mencari ide, menyusun kerangka penelitian, dan mengajukan judul								
Mencari referensi dan mengumpulkan data penelitian								
Penyusunan Proposal Skripsi								
Desk Evaluation								
Membuat dan menyusun hasil analisa dan mengolah data								
Penyusunan Skripsi								
Sidang Skripsi								

Tabel 1. 1 Tabel Waktu Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

1.6.2 Lokasi Penelitian

Kota Bandung merupakan lokasi penelitian yang akan dipilih oleh peneliti didalam penelitian ini. Kota Bandung secara geografis terletak di Provinsi Jawa Barat yang sekaligus menjadi Ibukotanya. Berdasarkan statusnya sebagai Ibukota Jawa Barat, kota Bandung menjadi sentral kegiatan perekonomian dan pendidikan di Jawa Barat sehingga banyak masyarakat yang melakukan urbanisasi ke kota Bandung. Hal tersebut tentu berdampak kepada peningkatan jumlah penduduknya, dimana pada tahun 2019 penduduk kota Bandung tercatat sebanyak 2.507.888 jiwa yang terdiri 1.243.972 jiwa penduduk perempuan, dan 1.263.916 jiwa penduduk laki-laki. Dilihat dari kategori usia, masyarakat kota Bandung di dominasi oleh tingkatan usia 35-39 tahun yaitu sebanyak 210.947 jiwa yang terdiri

107.028 jiwa penduduk laki-laki dan sebanyak 103.919 jiwa penduduk perempuan (BPS, 2020).

Mayoritas penduduk kota Bandung dengan rentang usia 22-42 tahun jika dimasukkan ke dalam kategori kelompok generasi maka termasuk kedalam kelompok Genneration-Y/NetGen. Sehingga, secara umum masyarakat kota Bandung dapat menggunakan kemajuan teknologi untuk melakukan komunikasi tanpa melalui tatap muka (online), seperti melakukan pengiriman pesan melalui e-mail dan mencari informasi melalui berbagai media sosial (Idrus, 2014). Adanya kemampuan dalam penggunaan teknologi informasi dari masyarakat kota Bandung sejalan dengan perkembangan penggunaan internet yang saat ini sudah masuk ke seluruh sektor kehidupan masyarakat, seperti kegiatan ekonomi, sosial, dan pemberitaan.

Kemudahan akses informasi dengan adanya perkembangan teknologi informasi tersebut berpengaruh pada perubahan perilaku masyarakat kota Bandung khususnya generasi Y dalam menerima berita-berita diberbagai macam fasilitas internet