

Penggunaan Media Sosial Twitter Masyarakat di Kota Bandung sebagai Media untuk Memperoleh Informasi mengenai *New Normal* dalam Akun @humasjabar

Rio Esaputra Rohman

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain

Universitas ARS Bandung

Email: rioesaputra98@gmail.com

Maya Retnasary

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain

Universitas ARS Bandung

Email: maya.retnasary7@gmail.com

Abstrak

Teknologi saat ini telah berkembang dengan pesat. Kondisi ini membuat media massa terus berkembang sehingga muncul salah satu jenis media massa yaitu Media Sosial. Media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat sebagai media alternatif dalam memperoleh informasi serta kemudahan fitur yang diberikan dan keberagaman informasi yang disajikan. Sejak kurang lebih 3 Bulan virus *Covid-19* mewabah di Indonesia banyak media sosial secara realtime memberikan informasi berupa pemberitaan perkembangan terkait hal ini termasuk media sosial *Twitter*. Dan kini sedang dalam masa transisi menuju *New normal* (Adaptasi Kebiasaan Baru) yang benar-benar baru dalam kehidupan saat ini. Maka dari itu masyarakat memiliki kewenangan untuk memberikan pemaknaan, merespon, dan bertindak atas apa yang telah dilihatnya. Kondisi ini melatar belakangi pentingnya penelitian ini di lakukan. Adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab dampak media massa setelah memperoleh informasi mengenai *New normal* dari akun media sosial *Twitter* @humasjabar pada pengguna *Twitter* di Kota Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori komunikasi massa. Hasil dari penelitian ini adalah instrumen dari dampak media massa yaitu dampak Afektif, Kognitif dan Behaviorisme yang ditimbulkan setelah memperoleh informasi. Data diambil dengan menggunakan teknik wawancara yang mendalam, Wawancara di sini melibatkan masyarakat Kota Bandung pengguna *Twitter* yang sedang dalam transisi menuju *New normal* yang ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Hasil yang ditargetkan yaitu dapat menjelaskan dampak media massa pada masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi Massa, Media Sosial dan Dampak Media Massa

Abstract

Current technology has developed rapidly. This condition makes the mass media continue to grow so that it appears one type of mass media, namely Social Media. Social media are much sought after by the public as alternative media in obtaining information as well as the ease of

features provided and the diversity of information presented. Since approximately 3 months the Covid-19 virus is endemic in Indonesia, many social media in real time provide information in the form of news about developments related to this, including social media Twitter. And now it is in the transition to New Normal (Adaptation of New Habits) which is completely new in life today. Therefore the community has the authority to give meaning, respond, and act on what they have seen. This condition is the background of the importance of this research. The purpose of this study is to address the impact of mass media after obtaining information about New Normal from the social media account Twitter @humasjabar on Twitter users in the city of Bandung. The theory used in this research is the theory of mass communication. The results of this study are instruments of the impact of the mass media that is the impact of Affective, Cognitive and Behaviorism that is caused after obtaining information. Data was collected using in-depth interview techniques. The interview here involved the people of the city of Bandung Twitter users who were in the transition to normal New determined based on predetermined criteria. Targeted results can explain the impact of mass media on society.

Keywords: *Mass Communication, Social Media and Impact of Mass Media*

PENDAHULUAN

Teknologi saat ini telah berkembang dengan sangat cepat, yang menyebabkan kehidupan manusia saat ini tidak pernah benar-benar bisa lepas dari alat-alat yang berhubungan dengan teknologi. Hal ini selaras dengan pendapat (W. Setiawan, 2017) yang menyebutkan perkembangan teknologi ke arah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital saat ini, secara umum manusia memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa lepas dari perangkat yang terdiri dari berbagai macam alat elektronik. Kemajuan teknologi ini tidak terlepas dari kebutuhan manusia yang begitu kompleks sehingga manusia ingin mendapatkan kemudahan dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi saat ini dapat digunakan manusia guna mempermudah dalam memperoleh informasi. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital.

Seiring dengan kemajuan zaman di era digital saat ini media massa mengalami suatu perkembangan. Meskipun mengalami perkembangan, pada dasarnya media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan berupa informasi kepada khalayak dan media sosial menjadi alternatif untuk memperoleh informasi pada dasarnya Media sosial merupakan salah satu media daring yang memungkinkan penggunaannya untuk melakukan interaksi secara *online* dengan mudah serta khalayak dapat melakukan komunikasi, berbagi, networking dan banyak kegiatan lainnya. Selaras dengan apa yang dijelaskan (Phillip Kotler, 2012) Media sosial adalah fasilitas yang disediakan untuk para konsumen guna berbagi informasi melalui

teks, video, gambar, dan audio antara satu orang dengan orang lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain, atau bahkan satu orang dengan perusahaan.

Media sosial kini disebut sebagai "situs media sosial" (Diga & Kelleher, 2009), atau seperangkat teknologi informasi yang memberikan fasilitas berupa interaksi dan jaringan (Kapoor et al., 2018); (Oestreicher-Singer & Zalmanson, 2013). Adapun jenis-jenis Media sosial diantaranya adalah Blog dan Mikroblog di mana setiap penggunaanya dapat mengekspresikan diri dan menyampaikan apa yang mereka pikirkan dengan bebas dan Twitter merupakan salah satu contohnya. Twitter merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi berbagai informasi yang di dalamnya terjadi suatu interaksi antar penggunaanya dengan menggunakan perangkat elektronik berupa handphone ataupun laptop.

Saat ini banyak jejaring sosial yang berbasis komputer dan handphone telah memperoleh perhatian yang sangat tinggi dari masyarakat. Hal ini menjadi wujud yang nyata setelah banyak media sosial yang muncul diantaranya yaitu Friendster, Facebook, Twitter, *Linkd in* dan masih banyak lainnya. Oleh karena itu, tidak heran jika masyarakat semakin banyak menggunakannya karena kemudahan yang diperoleh dari jejaring sosial tersebut. (Zukhrufillah, 2018) Selain daripada itu perkembangan media sosial telah mengubah gaya hidup manusia saat ini. Dengan media sosial penggunaanya dapat selalu *update* dan berbagi informasi secara *realtime* dengan frekuensi tinggi. Maka media sosial saat ini telah menjadi media alternatif yang digunakan untuk melihat perkembangan yang sedang hangat diperbincangkan, serta menjadi wadah untuk berinteraksi dari pengguna satu dengan yang lain dalam menanggapi sebuah isu terkini. (W. Setiawan, 2017).

Mengakses media sosial saat ini menjadi hal yang sangat mudah untuk dilakukan kemudian berubah menjadi rutinitas dalam kehidupan sehari-hari dengan menggunakan perangkat elektronik seperti *smartphone* ataupun laptop. Informasi ataupun berita yang secara *realtime* terus mengalami perubahan atau *up to date* sehingga kita dapat mengetahui informasi ataupun berita yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat di dunia secara cepat. Dengan berbagai fitur media sosial yang begitu memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi, maka media sosial telah berubah menjadi media alternatif dalam memperoleh informasi.

Sejak kurang lebih 3 Bulan virus *Covid-19* mewabah di Indonesia banyak media sosial secara *realtime* memberikan informasi mengenai informasi ataupun berita mengenai

perkembangan tersebut termasuk media sosial *Twitter* baik itu informasi terkait penanggulangan Pandemi Covid-19, kebijakan pemerintah terkait PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), kewajiban menggunakan APD (Alat Pelindung Diri) pada saat melakukan aktivitas di luar rumah, hingga saat ini yang sedang banyak dibicarakan terkait kebijakan *New normal*. Definisi terkait *New normal* menurut (Putsanra, 2020) adalah skenario dalam mempercepat penanganan Covid-19 dalam dua aspek yaitu kesehatan dan sosial-ekonomi. Dua hal tersebut merupakan aspek yang sangat mendasar sehingga perlu diutamakan. Masa transisi saat ini menuju *New normal* (Tatanan hidup baru) menghadapkan masyarakat pada keadaan yang benar-benar baru dalam kehidupan saat ini mulai dari protokol kesehatan yang harus dipatuhi yaitu penggunaan alat pelindung diri (APD) seperti masker, sarung tangan yang biasanya hanya dilakukan dalam keadaan kurang sehat kini hal tersebut diwajibkan untuk digunakan pada saat melakukan kegiatan di luar rumah.

Karena istilah *New normal* ini masih sangat awam di dengar oleh masyarakat. Menurut Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil, sebagian masyarakat di Jawa Barat menilai masih bingung tentang istilah *New normal* ini dan memilih istilah AKB (Adaptasi Kebiasaan Baru) karena istilah *New normal* akan membingungkan masyarakat. Masyarakat akan menganggap aktivitas kehidupan telah normal kembali. Kesalahan persepsi ini jika tidak ditindak lanjuti akan berdampak besar terhadap kehidupan masyarakat. Dalam hal ini peran media massa memang sangat dibutuhkan untuk memberi efek nyata dalam masyarakat. Hal ini selaras dengan yang diutarakan (A. A. Setiawan, 2013) Media massa memiliki suatu jaringan yang terhubung secara luas dan memiliki sifat yang massal kemudian ketika masyarakat membaca tidak hanya orang-perorangan saja, melainkan dapat mencakup sejumlah puluhan, ribuan pembaca, sehingga media massa memiliki pengaruh yang sangat terlihat di permukaan masyarakat. Terkait pembahasan tersebut dapat disimpulkan jika media massa memiliki efek yang mempengaruhi masyarakat dalam berpikir, bertindak, dan bersikap.

Akun Twitter @humasjabar merupakan akun resmi Biro Humas & Keprotokolan Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat dalam timlinenya terdapat banyak hasil *tweet*(cuitan) berupa informasi tentang *Covid-19* dan seputar *New normal* di Jawa Barat dengan konten yang beragam berupa gambaran apa sebenarnya *New normal* atau masyarakat di Jawa Barat mengenalnya dengan istilah Adaptasi kebiasaan baru, kemudian hal-hal apa saja yang dilakukan dalam melaksanakan aktivitas di luar rumah selama pandemi di era *New normal* saat ini. Sebagai contoh "Gimana sih, Akb? Sederhana saja Wajib pakai masker di mana pun

berada” kemudian “Wargi yuk gunakan maskernya dimanapun beraktivitas yaa. Apasih min manfaat pakai masker itu? Nihh, yang paling utama wargi akan terhindar dari droplet, dan tentunya melindungi diri sendiri serta orang di sekitar” serta melakukan interaksi dengan menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pengguna *Twitter*.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti menggunakan teori komunikasi massa Hal ini selaras dengan yang dikemukakan (S. Setiawan, 2020) Media massa berasal dari bahasa inggris: Mass Media yang merupakan singkatan dari Media Komunikasi Massa dalam bahasa inggris Mass Communiation Media, yang berarti media massa yaitu sarana dalam penyampaian pesan, aspirasi masyarakat, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ataupun pesan kepada masyarakat langsung secara luas. Dalam media massa terdapat jenis-jenis media massa salah satunya adalah Media Siber, misalnya seperti: Media sosial, website, portal berita, blog.(S. Setiawan, 2020).

Jenis-jenis dari media massa memiliki sifat yang khas, maka dari itu harus diperhitungkan sesuai dengan kemampuan serta sifat khasnya tersebut. Kemudian (Pearce dalam Wiryanto, 2004) Pearce (2009): komunikasi massa adalah “proses dimana seseorang, sekelompok orang, atau organisasi menciptakan pesan dan mentransmisikannya melalui beberapa jenis media ke audiens yang besar, anonim, dan heterogen.” Teori komunikasi massa juga merupakan penjelasan ataupun menghubungkan komunikasi dengan media massa. Dan yang difokuskan disini adalah dampak media massa yang menimbulkan perubahan perilaku setelah menerima pesan dari media massa. Seperti yang dinyatakan (Donald K. Robert dalam Schramm, W., 1977) ada yang beranggapan bahwa efek hanyalah “perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Karena fokusnya pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa.

Efek Media Massa Terdapat 3 jenis Efek media massa diantaranya yaitu Efek Afektif, Kognitif, dan Behaviorisme. (S. Setiawan, 2020), Efek Afektif adalah akibat yang timbul pada seseorang karena adanya terpaan dari media yang bersifat informati bagi dirinya. (Shanty, 2015). Efek Kognitif adalah Efek kognitif ini dapat mencakup ke dalam tiga tingkatan yaitu pemahaman, pengetahuan, dan pengertian komunikasi. Sehingga kemudian dengan kehadiran pesan dalam media massa dapat memberikan pengetahuan, khalayak yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, yang awalnya ragu menjadi yakin, dan yang tidak jelas menjadi lebih jelas dan paham.(Shanty, 2015) Efek Kognitif adalah pada saat penerima pesan(komunikasi) mendapatkan suatu pengetahuan baru. (Renata, 2018)

Efek Behaviorisme adalah yang dijelaskan (Fitriansyah, 2018) merupakan akibat yang kemudian dapat timbul dalam diri khalayak kedalam 2 bentuk yaitu bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Ketiga dampak tersebut tidak akan muncul begitu saja tanpa adanya faktor yang mengikuti hal tersebut yang kemudian dapat menimbulkan dampak dalam diri masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, peneliti fokus untuk menganalisis dampak media massa yaitu efek afektif, kognitif dan behaviorisme media massa pada pengguna.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, di mana metode ini menjelaskan tentang suatu hal yang sesuai dengan keadaan dalam masyarakat. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh (Mulyadi, 2013) Penelitian deskriptif (*descriptive research*), yang bisa disebut juga penelitian taksonomik (*taxonomic research*), metode penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi serta melakukan klarifikasi mengenai suatu kenyataan social atau fenomena, dengan cara mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkaitan dengan permasalahan serta unit-unit yang akan diteliti. Penelitian ini tidak mempermasalahkan antar-variabel yang ada sehingga kemudian juga tidak bermaksud untuk menarik generalisasi yang menjelaskan variabel-variabel antecedent/independent yang dapat menyebabkan suatu gejala dari kenyataan sosial terjadi (*consequence/dependent*).

Twitter di Kota Bandung. Untuk menganalisis hal tersebut, peneliti melibatkan masyarakat pengguna *Twitter* yang terdampak *Covid-19* dan sedang dalam masa transisi menuju *New normal* (Adaptasi Kebiasaan Baru) di Kota Bandung. Informasi yang paling dicari saat ini adalah seputar berita tentang *New normal*. Sehingga masyarakat kemudian berhak untuk memberikan pemaknaan, respon, dan bertindak atas apa yang telah mereka lihat. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada masyarakat pengguna media sosial *Twitter* di Kota Bandung pada saat masa transisi menuju *New normal* ini dengan melihat dampak yang terjadi setelah mendapatkan informasi terkait *New normal* dari media sosial *Twitter*.

Metode dengan pendekatan kualitatif, dikarenakan pendekatan ini berupaya untuk menjelaskan ataupun memberikan gambaran mengenai bagaimana suatu peristiwa ataupun situasi yang terjadi. Maka peneliti hendak mengevaluasi mengenai pesan ataupun informasi yang disampaikan akun @humasjabar. Peneliti menggunakan analisis deskriptif karena peneliti berusaha untuk mendeskripsikan bagaimana dampak media massa bagi masyarakat

di kota Bandung setelah memperoleh informasi mengenai *New normal* dari akun media sosial Twitter @humasjabar, karena di era ini masyarakat benar-benar dihadapkan dengan situasi baru dalam kehidupan. Untuk mendeskripsikan penelitian ini nantinya peneliti akan mencari data berupa hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam kemudian disesuaikan dengan data yang dibutuhkan.

HASIL PENELITIAN

New normal (Adaptasi Kebiasaan Baru) merupakan suatu situasi di mana masyarakat melakukan kebiasaan yang benar-benar baru dengan mewajibkan mengikuti protokol kesehatan selama masa pandemi ini guna mengantisipasi penularan virus *Covid-19* dan bukan berarti situasi normal kembali. Pada awalnya diksi tersebut membuat kesalahan persepsi pada masyarakat. Namun, pada dasarnya masyarakat telah mengetahui istilah tersebut. Pemahaman ini kemudian diwujudkan dengan senantiasa menjalankan aktivitas secara produktif namun ada suatu perbedaan yaitu penambahan di mana masyarakat diwajibkan untuk melakukan suatu kebiasaan baru dengan menerapkan protokol kesehatan secara wajib seperti menggunakan masker saat beraktivitas, selalu mencuci tangan menggunakan cairan khusus pencuci tangan setelah berpergian ke luar rumah, setelah menyentuh benda-benda di luar rumah, penggunaan *hand sanitizer* yang digunakan sebagai alternatif membersihkan tangan ketika berpergian, dan kemudian tetap menerapkan *social distancing* (jaga jarak) dengan masyarakat lain ketika berada di tempat umum.

Saat ini masyarakat menggunakan media sosial *Twitter* sebagai media alternatif dalam memperoleh informasi. Hal ini terjadi karena *Twitter* menyediakan berbagai macam fitur yang sangat mudah ketika digunakan begitupun dalam hal penyajian informasi ataupun berita sangat beragam yang ditujukan bagi penggunaannya. Maka pada akhirnya tidak heran jika saat ini banyak masyarakat menggunakan media sosial *Twitter*. Pada saat ini di dalam media sosial tersebut sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat mengenai informasi mengenai *New normal* (Adaptasi Kebiasaan Baru) seperti halnya yang dilakukan oleh akun *Twitter* @humasjabar di mana informasi yang disampaikan oleh akun tersebut mengandung informasi yang sangat dibutuhkan sehingga dapat menambah pengetahuan masyarakat serta kualitas informasi yang ada sangat mudah untuk dipahami terlebih karena pada saat masa pandemi ini masyarakat memang perlu mengetahui diberikan suatu informasi ataupun berita tersebut secara ringkas, jelas, dan padat.

Selain itu informasi yang disampaikan berbicara tentang bagaimana cara berperilaku di tengah pandemi ini yaitu perihal mewajibkan masyarakat untuk mengikuti protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, terdapat juga informasi yang mengandung suatu ajakan kepada masyarakat untuk selalu melaksanakan protokol kesehatan dan selalu menerapkan *physical distancing* (menjaga jarak fisik) yang senantiasa harus selalu dipatuhi selama pandemi ini yang di mana dari beberapa informasi tersebut dapat diterima oleh masyarakat karena mengandung keterangan yang jelas. Namun setelah menerima informasi tersebut nampak rasa khawatir dan takut di tengah-tengah masyarakat mengenai penularan virus *Covid-19* di masa *New normal* (Adaptasi Kebiasaan Baru) yang bisa saja terjadi karena masyarakat saat ini kembali beraktivitas seperti biasanya sehingga risiko penularan virus menjadi sangat tinggi.

PEMBAHASAN

Rasa khawatir akan kesadaran dan kepedulian sedikit terbentuk pada masyarakat yang kemudian menganggap informasi tersebut dirasa telah berperan aktif dalam menimbulkan suatu pemikiran yang kemudian timbul perasaan jika informasi ini juga dapat membantu menurunkan risiko penularan virus *Covid-19* selama pandemi ini terjadi, timbul juga rasa ingin menerapkan gaya hidup sehat dan bersih, akan senantiasa selalu menjaga asupan gizi setiap harinya, rutin dalam berolahraga setiap harinya, membatasi setiap pertemuan dengan orang lain, dan keluar rumah jika hanya ada hal-hal yang dirasa penting.

Meskipun pada awalnya pemikiran, perasaan dan perilaku masyarakat sudah terbentuk namun belum secara menyeluruh. Setelah memperoleh informasi tersebut masyarakat kini telah sadar telah menjadi garda terdepan dalam menghadapi *Covid-19* yang telah melekat sebagai kebutuhan dan pada akhirnya lambat laun beradaptasi dalam kebiasaan baru di era *New normal*. Kedisiplinan masyarakat dalam menjaga diri dan kesadaran untuk peduli akan diri sendiri dan orang lain menjadi syarat guna memutus rantai penyebaran virus tersebut. Jika berbicara aspek lain hal ini dapat dilihat dari informasi mengenai *New normal* (Adaptasi Kebiasaan Baru) oleh akun @humasjabar yang menimbulkan suatu dampak pada masyarakat di tengah pandemi *Covid-19* ini yang terkait dengan mengubah perilaku dalam aspek kehidupan diantaranya yaitu merealisasikan apa yang dipikirkan dan dirasakan sebelumnya berupa informasi yang bersifat preventif guna mencegah penularan virus *Covid-19*.

Perubahan sikap maupun tindakan lama menjadi kebiasaan baru ini kemudian dapat terlihat dalam masyarakat yang jika sebelumnya tidak mengindahkan sama sekali mengenai pandemi ini, hal tersebut terjadi karena kesadaran yang telah terbentuk dan pengetahuan masyarakat yang telah bertambah membuat masyarakat paham betul sehingga melahirkan kepedulian terhadap diri sendiri dan orang lain. Masyarakat juga muncul rasa peduli dan berupaya meminimalisir terjadinya penularan akan bahaya *Covid-19*. Pada akhirnya terjadi peningkatan kewaspadaan semakin tinggi yang diwujudkan dalam disiplin menerapkan protokol kesehatan. Protokol kesehatan merupakan proteksi wajib yang dilakukan untuk melindungi diri kita dan orang lain yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari seperti penggunaan masker setiap kali akan keluar rumah, rajin mencuci tangan setelah beraktivitas di luar rumah dan selalu menjaga jarak sosial maupun fisik dengan orang lain.

SIMPULAN

Teknologi khususnya teknologi informasi saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat, terlebih karena kemajuan tersebut kemudian media massa mengalami perkembangan dengan munculnya media sosial. Karena perkembangan zaman media sosial saat ini telah berubah fungsi yang jika sebelumnya hanya digunakan untuk berinteraksi sesama pengguna, berbagi foto, video, dan juga sebagai sarana untuk meluapkan ekspresi ke dalam sebuah status dalam media sosial kita, kini menjadi media alternatif masyarakat dalam memperoleh informasi.

Media sosial *Twitter* merupakan salah satu media yang saat ini menjadi pilihan masyarakat sebagai media alternatif untuk memperoleh informasi. Kemudahan dalam mengakses dan berbagai macam fitur pendukung dan juga keberagaman informasi menjadi faktor mengapa masyarakat menjadikan media sosial ini sebagai media alternatif dalam memperoleh informasi. Terlebih saat masa pandemi ini, masyarakat terdampak *Covid-19* serta yang sedang dalam masa transisi menuju *New normal* (Adaptasi Kebiasaan Baru) sangat membutuhkan informasi yang jelas agar tidak menimbulkan kebingungan di tengah-tengah masyarakat. Dalam akun @humasjabar dalam media sosialnya senantiasa memberikan informasi mengenai seputar era *New normal* ini. Hal ini dapat terlihat bahwa masyarakat pengguna media sosial *Twitter* di Kota Bandung kini telah mengetahui apa itu istilah *New normal* dan masyarakat juga sangat antusias ketika menerima informasi tersebut.

Sehingga dapat terlihat yang jika sebelumnya masyarakat merasakan kekhawatiran mengenai pandemi tersebut namun, setelah memperoleh informasi mengenai *New normal* masyarakat menjadi terbuka pemikirannya dengan memberikan pemaknaan, merespon, serta mengubah perilakunya dari yang sebelumnya tidak memperdulikan sama sekali akan adanya pandemi dan transisi menuju era *New normal* ini, kini masyarakat sangat *aware* (waspada) terhadap hal tersebut dengan menerapkan hidup sehat, mengonsumsi makanan yang bergizi, melakukan aktivitas di luar rumah dengan selalu menggunakan masker ketika akan keluar dari rumah, selalu menjaga jarak dengan orang lain, membatasi untuk tidak selalu keluar rumah dan senantiasa selalu mencuci tangan setelah beraktivitas di luar rumah.

Memang aktivitas yang dilakukan di masa *New normal* tentu belum sepenuhnya aman namun hal ini merupakan jalan tengah untuk menyelamatkan masyarakat dari pandemi *Covid-19*. Kebiasaan baru ini benar-benar harus disadari masyarakat dan dijalankan oleh masyarakat sebagai gaya hidup baru. Maka seperti itulah dampak informasi tersebut pada pemikiran, sikap, dan perilaku masyarakat di Kota Bandung pada era *New normal*.

DAFTAR PUSTAKA

- Diga, M., & Kelleher, T. (2009). Social media use, perceptions of decision-making power, and public relations roles. In *Public Relations Review* (Vol. 35, Issue 4). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.07.003>
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531–558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Oestreicher-Singer, G., & Zalmanson, L. (2013). Content or community? A digital business strategy for content providers in the social age. In *MIS Quarterly: Management Information Systems* (Vol. 37, Issue 2). *MIS Quarterly*. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37.2.12>
- Phillip Kotler, K. L. K. (2012). Marketing management. In *Marketing Management* (14th Editi). Pearson; 14th Edition.
- Putsanra, D. V. (2020). *Apa itu New Normal dan Bagaimana Penerapannya Saat Pandemi Corona ?* Www.Tirto.Id. <https://tirto.id/apa-itu-new-normal-dan-bagaimana->

[penerapannya-saat-pandemi-corona-fCSg](#)

- Renata. (2018). *7 Efek Afektif Dalam Komunikasi Massa*. Pakarkomunikasi.Com. <https://pakarkomunikasi.com/efek-afektif-dalam-komunikasi-massa>
- Schramm, W., D. F. R. (1977). *The Process and Effects of Mass Communication*.
- Setiawan, A. A. (2013). *Peran Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security Di Kota Jayapura*. 2(2), 39–48. <https://doi.org/10.14710/politika.2.2.2011.39-48>
- Setiawan, S. (2020). *Media Massa - Pengertian, Jenis, Karakteristik, Fungsi, Peran, Faktor, Dampak, Contoh*. Gurupendidikan. <https://www.gurupendidikan.co.id/media-massa/>
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 1–9. <https://core.ac.uk/download/pdf/87779963.pdf>
- Shanty, A. P. (2015). *Aspek Kognitif, Afektif, Dan Behavioral Terkait Informasi Ekonomi Dan Investasi Di Kalangan Wakil Pialang Berjangka*. <http://eprints.umm.ac.id/21091/>
- Wiryanto. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *PT Grasindo*. PT Grasindo. www.grasindo.co.id
- Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102. <https://doi.org/10.31764/jail.v1i2.235>