



Peran Media Sosial Dimasa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian Di Masyarakat

Novita Risnawati

novitarisnawati2708@gmail.com

Program Studi Manajemen

Institut Manajemen Wiyata Indonesia

Received: 11 08 2021. Revised: 13 08 2021. Accepted: 16 08 2021.

Abstract : Social media is now a daily food. Starting from the children to the older generation can not be separated from the existence of social media. The existence of social media makes it easier for us to obtain and convey information, gain social and economic benefits, makes it easier for us to interact with many people, expand relationships, distance and time are no longer a problem. It has been more than a year that this pandemic has changed the order of people's lives in Indonesia. So that many places of business do not develop, and many end up in bankruptcy. All activities are carried out online to avoid gathering people in various places. The current pandemic is engulfing various parts of the world, including Indonesia, causing various impacts on people's lives, especially in the economic field (many have gone out of business, many have been laid off, and others). Therefore, the purpose of this paper is to find out the role of social media during the pandemic for the progress of the community's economy. The results of this paper indicate that social media can play a role in restoring the community's economy, and become an alternative during this pandemic. This study uses a literature review method, with data collection techniques via the internet, journals and books related to the theme.

Keywords : Social Media, Pandemic.

Abstrak : Media sosial sekarang menjadi makanan sehari-hari. Mulai dari kalangan anak-anak hingga generasi tua tidak terlepas dari adanya media sosial. Dengan adanya media sosial memudahkan kita memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan bagi sosial maupun ekonomi, memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi jadi masalah. Sudah setahun lebih pandemi ini merubah tatanan kehidupan masyarakat Indonesia. Sehingga banyak tempat usaha yang tidak berkembang, dan banyak yang berakhir pada kebangkrutan. Segala aktivitas dilakukan dengan cara online untuk menghindari berkumpulnya manusia di berbagai tempat. Pandemi saat ini melanda di berbagai dunia termasuk Indonesia, sehingga menimbulkan berbagai pengaruh bagi kehidupan masyarakat terutama di bidang perekonomian (banyak yang gulung tikar, banyak yang di phk, dan lain-lain). Maka dari itu, tujuan penulisan ini yaitu untuk mengetahui peran media sosial dimasa pandemi untuk kemajuan perekonomian di masyarakat. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa dengan adanya media sosial dapat berperan memulihkan perekonomian masyarakat, dan menjadi alternatif pada masa pandemi ini. Penelitian ini menggunakan metode literatur review,

dengan teknik pengumpulan data melalui internet, jurnal dan buku yang berkaitan dengan tema.

Kata Kunci : Media Sosial, Pandemi.

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial di zaman sekarang ini sudah semakin maju dan banyak di gunakan juga oleh masyarakat secara umum, mulai dari kalangan anak - anak hingga generasi tua tidak terlepas dari adanya sosial media. Seperti menurut Wijayanto (2004), Dalang utama yang aktif menggerakkan perkembangan teknologi informasi komunikasi kebanyakan berasal dari kaum muda, seperti pelajar dan mahasiswa. Kepemilikan media sosial sebenarnya tidak terbatas baik itu pada kaum menengah ke atas yang memang memiliki akses internet yang cukup baik dan juga berbagai perangkat yang sangat mendukung, misalnya tidak pula terbatas umur, jenis kelamin, dan suku. Menurut Primack (2017), kebanyakan orang di era digital memiliki setidaknya satu atau dua media sosial. Media sosial bias diartikan sebagai alat komunikasi.

Sedangkan menurut McLuhan & Fiore (2001), dengan ungkapan yang sangat terkenal "*medium is the message*" menunjukkan bahwa medium atau media adalah pesan yang bisa mengubah pola komunikasi, budaya komunikasi sampai bahasa dalam komunikasi antarmanusia. Para ahli percaya bahwa media sosial tidak hanya mencakup berbagai platform media baru, tetapi juga berbagai sistem, seperti FriendFeed, Facebook, dan lain- lain. Sistem biasanya dianggap sebagai jejaring sosial hal ini dikarenakan pemiliknya dapat dengan mudah mengakses media sosial melalui smartphone kapan saja dan dimana saja. Platform media sosial juga sangat beragam, seperti Tiktok, Snapchat, Facebook, Twitter, Instagram, line, dan lain-lain. Pada saat yang sama, tren media sosial yang sedang berkembang dan banyak digunakan oleh masyarakat adalah Tiktok, Instagram, Facebook, Like dan Snapchat.

Sejak 11 Maret, World Health organization atau yang sering kita sebut WHO telah resmi mengumumkan virus corona sebagai salah satu pandemi dunia. Pernyataan pandemi tersebut didasarkan atas tingkat penyebaran wabah yang tak terkendali diberbagai dunia. WHO juga menjelaskan bahwa virus Corona adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan pada diri manusia. Infeksi virus ini disebut COVID19. Virus Corona menyebabkan penyakit seperti flu biasa sampai penyakit yang lebih parah misalnya seperti MERS-CoV atau *sindrom Pernafasan Timur Tengah* dan SARS-CoV atau *Sindrom Pernafasan Akut Parah*, hingga yag terbaru, *Covid-19*. Pemerintah Indonesia juga melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa kota agar virus tersebut dapat di cegah

dan tidak menyebar lagi ke kota yang lain. Adapun pembatasan tersebut seperti kegiatan sekolah, kampus-kampus dirumahkan, bekerja dari rumah (*work from home*), pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan fasilitas umum, pembatasan sosial budaya, pembatasan roda transportasi, dan pembatasan kegiatan lainnya yang dapat menyebabkan timbulnya keramaian / perkumpulan. Memang harus diakui bahwa pandemi Covid-19 ini membuat daya beli masyarakat sangat menurun. Dikarenakan publik telah mengurangi berbagai interaksi diluar ruangan untuk menekan persebaran pandemi yang ada pada saat ini. Dengan demikian, sekarang ini banyak sekali konsumen yang kemudian menjaga jarak dan mengalihkan pembelian secara digital atau sering disebut belanja online.

Dengan adanya pandemi dan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) serta penyebaran virus Corona yang telah meluas ke berbagai belahan dunia membawa dampak kepada perekonomian Indonesia, misalnya dalam hal perdagangan, investasi dan pariwisata menjadi turun, banyak masyarakat yang di phk dari pekerjaannya, banyak toko-toko yang gulung tikar, transportasi umum terbatas, dan UMKM yang omzetnya semakin menurun. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kembali perekonomian, salah satu caranya yaitu dengan memanfaatkan media sosial, seperti memperdagangkan beraneka macam barang secara online, bahkan pembeli tidak harus pergi ke tempat penjualan, cukup diam dirumah saja dan menerima barang yang dipesan.

Di dalam penelitian ini penulis melihat ada beberapa hal yang berpengaruh dalam masa Pandemi antara lain, menurunnya pendapatan, lapangan pekerjaan semakin susah didapat, kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, kebermanfaatan media sosial dalam meningkatkan ekonomi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat karya ilmiah berjudul "Peran Media Sosial Dimasa Pandemi Untuk Kemajuan Perekonomian Di Masyarakat". Adapun alasan yang melatarbelakangi penulisan ini ialah agar dapat memahami apa itu media social serta peranannya, apa itu pandemi dan gejalanya. Sehingga tujuan dalam penulisan ini ialah dapat mengetahui peran media sosial dimasa pandemi untuk kemajuan perekonomian di masyarakat.

Media sosial merupakan salah satu media instan dengan berbagai kegunaan. Media sosial selain berfungsi sebagai alat komunikasi, media sosial juga berfungsi juga menjadi sarana bagi penggunanya untuk menggali secara macam informasi yang dibutuhkan dan menentukan pembentukan realitas, serta pemikiran dan pandangannya tentang dunia dan realitas sosial di dalamnya. Media sosial memiliki fungsi peranan dan berbagai pengaruh dalam kehidupan masyarakat, sehingga harus didesain ulang agar media sosial semacam ini

tetap mempertahankan fungsi dan tujuan dari media sosial itu sendiri, serta menghadirkan berbagai aspek dalam kehidupan setiap individu atau kelompok.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein menjelaskan media sosial sebagai seperangkat aplikasi berbasis internet, berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0, yang mampu menciptakan dan bertukar konten yang dibuat pengguna. Phillip Kotler dan Kevin Keller juga menjelaskan definisi lain dari media sosial adalah cara bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sedangkan yang dikemukakan oleh Henderi, konsep media sosial adalah situs jejaring sosial berbasis web yang memungkinkan setiap orang untuk membangun profil publik atau semi public dalam sistem terbatas, mencantumkan pengguna lain yang berhubungan dengan mereka, dan melihat dan jelajahi daftar kontak yang dibuat oleh mereka, orang lain dan sistem.

Dari pengertian media sosial diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang dapat digunakan untuk berbagi ide, informasi, debat, pemikiran, dan kreasi, serta dapat juga bisa digunakan untuk menemukan teman baru melalui aplikasi online, dan smartphone. Di era teknologi internet dan telepon seluler semakin matang, media sosial juga akan berkembang pesat. Misalnya, Anda dapat mengakses instagram atau media sosial lainnya dari mana saja dan tentu saja Anda dapat mengaksesnya kapan saja, dimana saja hanya dengan menggunakan smartphone Anda. Demikian pula keberadaan media sosial memunculkan fenomena utama arus informasi, tidak hanya di negara maju, tetapi tentunya juga di Indonesia. Karena dengan pesatnya perkembangan media sosial juga akan mulai menggantikan media massa tradisional dalam menyebarluaskan berita yang ada.

Macam-macam media sosial diantaranya, yaitu: Facebook adalah media sosial yang dibuat oleh Mark Zuckerberg. Ini adalah layanan jejaring sosial yang berkantor pusat di Menlo Park, California. Diluncurkan pada Februari 2004. WhatsApp adalah aplikasi yang digunakan pada smartphone untuk mengirim pesan menggunakan internet. Berdasarkan data yang dihimpun dari We Are Social, menurut catatan, 83% masyarakat Indonesia pernah menggunakan media sosial whatsapp. Line adalah media chatting yang dikembangkan oleh Line Corporation. Baris pertama dirilis pada Juni 2011. Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan juga video. Menurut data yang dihimpun dari We Are Social, 80% masyarakat Indonesia pernah menggunakan media sosial Instagram. Artinya, ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia, dan sekitar 120 juta di antaranya sudah menggunakan

instagram. Twitter adalah aplikasi media untuk berbagi postingan yang dibuat oleh Jack Dorsey. Layanan ini disediakan oleh Twitter, Inc., yang berkantor pusat di San Francisco, California dan memiliki lebih dari 25 kantor di seluruh dunia. Path adalah media berbagi gambar dan pesan yang dikembangkan oleh Dave Morin dan Shawn. Youtube, media berbagi video yang diunggah, merupakan salah satu platform penyedia layanan video dan media streaming online. Menurut data yang dihimpun dari We Are Social, menurut catatan, 88% masyarakat Indonesia pernah menggunakan media sosial Youtube. Artinya, Indonesia memiliki 150 juta pengguna media sosial, dimana sekitar 132 juta orang di antaranya sudah menggunakan Youtube. Tiktok pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dan dikembangkan oleh ByteDance adalah salah satu perusahaan di negeri tirai bambu China. Dan masih banyak lagi.

Dampak media sosial dimasa pandemi, media sosial menjadi hal yang paling dibutuhkan saat ini, karena menjadi wadah untuk meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat. Selama masa pandemi, akibat kebijakan stay at home, para pedagang tidak bisa lagi langsung memajang barang dagangannya (misalnya di toko, pasar, dan lain – lain). Agar para pedagang tetap mempromosikan dproduknya, media sosial perlu dijadikan sebagai pasar (marketplace). Semua produk dapat dilihat dan dipesan secara online. Dengan adanya media sosial, permintaan dapat dipenuhi dengan cepat tanpa keluar rumah, pembeli hanya perlu duduk manis di rumah. Namun, hal ini tentunya juga dapat membuat dompet lebih cepat habis. Kemudahan transaksi dan harga promosi membuat masyarakat bertindak konsumtif. Keinginan untuk memuaskan keinginan berbelanja semakin tinggi.

Mengutip studi Chayapa & Cheng Lu ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan belanja online seseorang yaitu; Kenyamanan. Faktor ini sangat penting mengingat kebanyakan orang mulai berusaha menghindari keramaian saat berbelanja di sebuah pusat perbelanjaan. Oleh karena itu, memilih belanja online menjadi pilihan baru yang bisa membuatnya lebih efektif. Kelengkapan informasi. Ketersediaan produk dan jasa. Hanya dengan mengakses website, masyarakat dapat dengan cepat mengetahui ketersediaan barang tanpa harus berkunjung ke toko tersebut. Efisiensi Biaya dan Waktu.

Di masa pandemi seperti ini, kebutuhan paling sangat mendasar adalah bersosialisasi atau berkomunikasi. Ketika kebijakan pemerintah (seperti PSBB saat ini) menjadi kendala bagi semua orang untuk menjalin interaksi langsung, kehadiran media sosial sangat membantu semua orang. Media Sosial menghadirkan fitur chat, call, dan video call, sehingga kita tetap bisa terhubung dengan orang lain. Media sosial juga menjadi tempat bertukarnya

informasi. Media Sosial inilah yang menjadi ladang sumber ilmu pengetahuan. Berdasarkan pemanfaatannya menurut Whiting & Williams (2013), terdapat tujuh kategori alasan menggunakan media sosial, yaitu: (1) sebagai alat komunikasi; (2) untuk wadah mencari informasi; (3) sebagai interaksi sosial; (4) menonton video atau musik sebagai hiburan atau relaksasi; (5) mengisi waktu luang; (6) sebagai pengisi waktu kosong; (7) bisnis online.

Manfaat media sosial sebagai penyebaran situs media sosial yang sedang berkembang telah memudahkan banyak orang dari dunia untuk berinteraksi. Dampak positif dari situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Namun, media sosial juga memiliki dampak negatif, yaitu berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, kecanduan yang melebihi berlebihan, serta masalah moral dan hukum yang disebabkan oleh konten yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Pengguna media sosial bahkan dapat aktif, berperan dan membuat keputusan independen tentang konten di media sosial kapan saja dan dimana saja. Disisi lain, kekuatan besar media sosial ini memberikan harapan pencerahan bagi masyarakat, tetapi di sisi lain, jika digunakan untuk berbagi, memengaruhi dan mobilitas kekuatan negatif, destruktif, teror dan tidak manusiawi, itu juga merupakan ancaman.

Media sosial merupakan bagian dari sistem hubungan, koneksi dan komunikasi. Berikut sikap yang harus kita bentuk terhadap peran, dan manfaat media sosial: Cara belajar, mendengarkan, dan berkomunikasi. Berbagai aplikasi media sosial dapat Anda manfaatkan untuk mempelajari berbagai informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten di media sosial berasal dari seluruh dunia, dengan budaya, sosial, ekonomi, kepercayaan, tradisi dan kecenderungan. Oleh karena itu, dalam arti positif, media sosial memang merupakan sebuah ensiklopedi global yang berkembang pesat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu memiliki pisau analisis yang kritis, tajam, refleksi mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan, dan emosi yang terkontrol.

Dokumentasi, administrasi dan fasilitas integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya adalah gudang dan dokumentasi berbagai konten, dari dalam bentuk profil, informasi, insiden pelaporan, rekaman peristiwa, hingga hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, institusi dan individu dapat menggunakannya dengan membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya untuk semua karyawan, untuk memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target yang telah diluncurkan. Beberapa hal yang dapat dilakukan dengan media sosial, antara lain, menciptakan blog organisasi, mengintegrasikan

berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai dengan efisiensi, tujuan, dan efektivitas operasi organisasi.

Fasilitas perencanaan, strategi dan manajemen. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para ahli manajemen dan pemasaran dapat menjadi senjata yang besar untuk meluncurkan perencanaan dan strateginya. Misalnya, untuk melakukan promosi, mengumpulkan loyalitas pelanggan, menjelajahi pasar, mendidik masyarakat, sampai mengumpulkan respons masyarakat.

Fasilitas kontrol, evaluasi dan pengukuran. Media sosial dapat digunakan untuk kontrol organisasi, dan juga dapat mengevaluasi berbagai rencana dan strategi yang telah diterapkan. Ingatlah bahwa reaksi publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana orang memahami suatu masalah, bagaimana prosedur-prosedur dipatuhi atau dilanggar oleh publik, dan apa keinginan masyarakat akan dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, harapan, kecenderungan, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat direkam dengan benar di media sosial. Oleh karena itu, media sosial juga dapat berfungsi sebagai pencegah yang kuat untuk memblokir atau mempengaruhi pemahaman publik.

World Health Organization (WHO) secara resmi menyatakan virus corona (COVID-19) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020. Dengan kata lain, virus corona telah menyebar luas ke seluruh dunia. Pandemi adalah wabah yang menyebar ke suatu tempat atau mencakup yang luas pada waktu yang bersamaan. Pandemi COVID-19 juga berdampak dari berbagai bidang kehidupan termasuk ekonomi, sosial dan juga pendidikan.

Tanda dan Gejala Covid-19 paling umum adalah: demam, batuk kering, dan kelelahan. Gejala lain yang kurang umum dan dapat mempengaruhi beberapa pasien meliputi: Kehilangan rasa atau bau, Hidung tersumbat, Konjuktivitas (juga dikenal dengan mata merah), Sakit tenggorokan, Sakit kepala, Nyeri otot atau sendi, Berbagai jenis ruam kulit, Mual atau muntah, Diare, Menggigil atau pusing. Gejala penyakit Covid-19 yang parah meliputi: Sesak napas, Kehilangan selera makan, Kebingungan, Nyeri atau tekanan terus menerus di dada, Suhu tinggi (di atas 38°C). Gejala lain yang kurang umum adalah: Sifat lekas marah, Kebingungan, Kehilangan kesadaran (kadang-kadang berhubungan dengan kejang), Kecemasan, Depresi, Gangguan tidur, Komplikasi neurologis yang lebih serius dan jarang seperti stroke, radang otak, delirium, dan kerusakan saraf.

Pengaruh pandemi terhadap ekonomi masyarakat yaitu satu dari 10 orang di Indonesia hari ini hidup di bawah garis kemiskinan nasional. Angka kemiskinan anak juga akan meningkat secara signifikan. Tanpa adanya bantuan sosial dari pemerintah, dampak negatif terhadap situasi sosial ekonomi bisa lebih parah. Dalam menghadapi krisis ekonomi ini, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan serangkaian rencana stimulus fiskal skala besar di kawasan Asia Pasifik (ADB, 2021) melalui Rencana Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Pada tahun 2020, Pemerintah Indonesia akan mengalokasikan sekitar Rp695,2 triliun (sekitar US\$49 miliar) untuk PEN. Ketika krisis berlanjut, pada Februari 2021, Pemerintah Indonesia kembali mengumumkan alokasi Rp699,43 triliun (sekitar US\$49,3 miliar) untuk melanjutkan rencana PEN.

Pasca pandemi COVID-19, Indonesia terus bekerja keras untuk memperkuat berbagai program perlindungan sosial dalam menghadapi krisis. Program perlindungan sosial juga telah diperluas untuk melindungi masyarakat miskin dari guncangan ekonomi. Jumlah masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah terus meningkat, tetapi mudah jatuh miskin di masa depan. Selain itu, usaha kecil juga tetap bertahan di tengah keterpurukan ekonomi dan membatasi aktivitas masyarakat serta mendapat bantuan pemerintah. Sektor ekonomi informal juga terpukul. Jutaan petani dan pekerja migran di seluruh dunia menghadapi situasi ekonomi yang sulit dengan pendapatan yang berkurang atau bahkan hilang.

Kinerja ekonomi yang lemah ini juga berdampak pada situasi ketenagakerjaan di Indonesia. SMERU Research Institute merupakan lembaga independen yang melakukan penelitian dan kajian publik, pada Agustus 2020 mengeluarkan pernyataan kebijakan yang berjudul "Memprediksi Potensi Dampak Krisis Pandemi COVID-19 terhadap Sektor Ketenagakerjaan". Dalam catatan itu, tim peneliti SMERU menyoroti setidaknya ada dua dampak krisis ekonomi yang dialami Indonesia di sektor ketenagakerjaan. Salah satunya adalah peningkatan jumlah pengangguran, dan yang lainnya adalah perubahan struktur pasar tenaga kerja setelah krisis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review. Penulis menggunakan berbagai jurnal dan sumber internet untuk mendukung penulisan artikel ini. Ada lebih dari 5 jurnal untuk referensi penulisan. Komentar yang ditulis untuk artikel ini juga didasarkan pada pengalaman pribadi tentang bagaimana media sosial mempengaruhi sektor ekonomi masyarakat selama pandemi. Dari berbagai sumber akan ada referensi dari hasil penulisan

artikel ini. Subyek penelitian ini adalah masyarakat Indonesia. Dalam penelitian ini, tema utama yang akan dijabarkan adalah peran media sosial dimasa pandemi untuk kemajuan perekonomian di masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis memiliki definisi jelas tentang topik penelitian. Dengan cara itu, media sosial diketahui menjadi alternatif untuk memajukan perekonomian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada zaman sekarang ini media sosial bukan lagi hal yang baru bagi masyarakat Indonesia. Kemudahan dalam mengakses media sosial didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin maju pesat, canggih, dan sangat mudah dijangkau. Media sosial pun pasti memiliki beberapa dampak positif dan negatif, salah satu dampak positifnya adalah masyarakat mudah mencari, dan mendapatkan informasi. Peran media sosial dimasa pandemi yaitu menambah pengetahuan tentang gejala covid-19, berjualan dimedia sosial, bagaimana cara promosi, dan lain sebagainya. Di masa pandemi ini media sosial dapat menjadi jalan alternatif dalam berjualan untuk memperbaiki perekonomian.

Media sosial dapat diakses dimana dan kapan saja melalui smartphone. Bagi masyarakat Indonesia, khususnya anak muda, media sosial seolah sudah menjadi candu, dan tiada hari tanpa menyalakan media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone. Berbagai platform bermunculan, dan memiliki fungsi dan keunggulan masing-masing. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain; Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, LINE, Whatsapp, tiktok. Hasil dari literatur review dari beberapa jurnal, rata-rata masyarakat yang mempunyai media sosial tidak hanya memiliki 1 platform media saja, tetapi biasanya memiliki lebih dari 2 platform. Kalangan pengguna media sosial dapat menjadi pengguna yang hiperaktif karena sering memposting kegiatan sehari-hari yang seolah-olah menggambarkan gaya hidup yang ingin mendapatkan kepopuleran. Saat memposting sisi hidup mewah dan bahagia, tidak jarang merasakan perasaan sebaliknya dalam hidup.

Sebetulnya media sosial merupakan alat pendukung untuk meningkatkan pengetahuan, memudahkan dalam bekerja, bisa saling bertukar kabar. Melalui media sosial kita dapat menciptakan kreasi, saling debat, berbagi pikiran dan pengalaman, bisa juga mendapatkan berita terkini, bisa menjadi penghibur dikala pandemi, bisa dimanfaatkan untuk berbisnis, bisa mendapat teman baru, dan lain sebagainya. Adanya pandemi ini membuat masyarakat berubah haluan pekerjaan, bahkan sekolah, pertokoan, perkantoran, pedagang kaki lima, mall,

terkena imbasnya. Beberapa ada yang terkena phk yang berakibat banyaknya pengangguran, ada juga yang gulug tikar.

Dampak positif dan dampak negatif media sosial adalah dampak positif dari media sosial adalah: Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang. Memperluas pergaulan. Biaya lebih murah. Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. jarak dan waktu bukan lagi masalah (Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi menjadi kendala besar, kita tetap bisa berinteraksi dengan orang lain kapan saja). Lebih mudah untuk mengekspresikan diri (Media sosial menyediakan cara baru untuk berekspresi bagi manusia. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu takut untuk mengungkapkan pendapatnya di depan umum, akhirnya bisa mengungkapkan pendapatnya dengan bebas). Dampak negatif dari media sosial adalah: Dapat menjauhkan orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Interaksi secara tatap muka cenderung menurun. Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet. Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Menimbulkan konflik.

Kemajuan teknologi dan informasi di era modern ini akan membawa banyak perubahan dan mempengaruhi banyak aspek kehidupan. Di era digital saat ini, siapa pun dapat menggunakan ponsel untuk melakukan bisnis dengan lebih mudah. Melalui perangkat komunikasi yang terkoneksi dengan internet, masyarakat dapat berbelanja tanpa harus ke toko, memesan tiket bioskop menggunakan aplikasi tanpa mengantri, atau memesan makan melalui aplikasi tanpa ke luar rumah, dan tentunya banyak keuntungan lainnya. Kemajuan teknologi dan informasi memudahkan manusia untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginannya. Di era pandemi Covid-19, banyak yang merasakan dampaknya dari penurunan ekonomi. Salah satunya adalah perekonomian menurun, pengangguran, mengurangi staf karyawan, dan banyak pelajar putus sekolah karena ekonomi orang tua yang tidak mencukupi.

Tingginya penggunaan internet di Indonesia seiring dengan meraknya perdagangan online atau yang biasa disebut e-commerce di Indonesia. Electronic Commerce adalah kegiatan jual beli barang/jasa atau pengiriman uang/data melalui jaringan elektronik yaitu internet. Perkembangan perdagangan e-commerce akan berdampak kuat pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Bentuk e-commerce di Indonesia adalah toko online seperti Tokopedia, Buka Lapak, Lazada, Shopee yang merupakan aplikasi belanja online paling populer untuk masyarakat umum.

Kehadiran e-commerce membuat belanja menjadi sangat mudah. Apalagi dimasa pandemi ini, e-commerce sangat diincar oleh masyarakat. Belanja online sedang booming savt

ini karena orang cenderung lebih memilih kegiatan bersifat nyaman dan mudah, efisien dan cepat. Penggunaan e-commerce juga menguntungkan bagi UMKM khususnya yang baru memulai bisnis, dari segi biaya operasional. E-commerce membantu mengurangi biaya operasional seperti sewa toko, display produk, strategi pemasaran dan logistik. Jadi, media sosial di masa pandemi ini sangat bermanfaat bagi perekonomian karena semakin banyak orang membeli secara online yang bermanfaat bagi mereka para pelaku bisnis online, sehingga dapat meningkatkan perekonomian.

SIMPULAN

Media sosial adalah sebuah media online, dan penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu tidak lagi menjadi masalah, lebih mudah untuk mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat, dan biaya lebih murah. Meskipun dampak negatif dari media sosial adalah membuat orang tetap dekat dan sebaliknya, interaksi tatap muka cenderung menurun, membuat orang kecanduan internet, menyebabkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk dari orang lain. Namun dimasa pandemi ini, media sosial sangat dibutuhkan karena bisa digunakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat yaitu dengan cara berbisnis online.

DAFTAR RUJUKAN

- Aida Risma, Ellyn Normelani, Sidharta Adyatma. "PERAN MEDIA SOSIAL DIMASA PANDEMI UNTUK KEMAJUAN PEREKONOMIAN DI MASYARAKAT." *JPG*, 2016.
- Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein. *Users of the world, unite! The challenge and opportunities of Social Media*. Vol. 53 Issue 1. Business Horizons, 2010.
- Anita Whiting, David Williams. "Why people use social media: a uses and gratifications approach ." *Qualitative Market Research* 16, no. 4 (Agustus 2013).
- Arianto, Bambang. "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no. No 2 (Desember 2020).
- Diah Handayani, Dwi Rendra Hadi, Fathiyah Isbaniah, Erlina Burhan, Heidy Agustin. "Penyakit Virus Corona 2019." *JURNAL RESPIROLOGI INDONESIA*, 2020.

Harahap, Rara Julia Timbara. “KARAKTERISTIK KLINIS PENYAKIT CORONAVIRUS 2019.” *Jurnal Penelitian Perawat Profesional* 2, no. Nomor 3 (Agustus 2020).

MACHYUDIN AGUNG HARAHAAP, SUSRI ADENI. “TREN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI DI INDONESIA .” *Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.7 No.2 Desember 2020*, 2020.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th . Harlow, Essex Pearson Education Limited, 2016.

Purbohastuti, Arum Wahyuni. “EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI .” *Tirtayasa EKONOMIKA* 12, no. No. 2 (Oktober 2017).