

STUDI SOCIAL JUDGMENT PERILAKU GEN-Z DI BENGKULU SELAMA MASA PANDEMI

STUDY OF SOCIAL JUDGMENT OF GEN-Z BEHAVIOR IN BENGKULU DURING PANDEMIC

Nurlianti Muzni¹, Dwi Aji Budiman²

¹Universitas Bengkulu

Jl. WR. Supratman, Kandang Limun, Bengkulu, Indonesia

²Universitas Bengkulu

Jl. WR. Supratman, Kandang Limun, Bengkulu, Indonesia

¹nurlimuzni@unib.ac.id; ²dabudiman@unib.ac.id

Di terima tgl. 19 Agustus Di revisi tgl. 20 September Di setujui tgl. 1 Desember

ABSTRACT

Generation Z (1997-2012) is a generation that is very close to the growth and development of technology. During the pandemic, information is received by this generation through face-to-face communication in the closest circle, as well as virtual information media that use WhatsApp the most, followed by Instagram, Facebook and Twitter. This study looks at how social judgment involving ego is formed in Generation Z in Bengkulu and their attitudes and behavior during the pandemic. Changing the individual's concept of processing messages that were originally in the form of stimulation, into acceptance, rejection, or noncommitment. Receipt of information is seen when the issue is related or occurs in their immediate environment. Rejection of information when Generation Z ignores health protocols. Meanwhile, the indifferent attitude only runs without knowing the essence of what is being done.

Keywords: *Generation Z, Social Judgment, Ego Involvement*

ABSTRAK

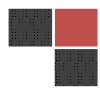
Generasi Z (1997-2012) merupakan generasi yang sangat dekat dengan pertumbuhan dan perkembangan teknologi. Selama masa pandemi, informasi diterima oleh generasi ini melalui komunikasi tatap muka pada lingkungan terdekat, maupun media informasi virtual yang paling banyak menggunakan WhatsApp, yang selanjutnya Instagram facebook dan twitter. Penelitian ini melihat bagaimana social judgment yang melibatkan ego (*ego involved*) terbentuk pada Generasi Z di Bengkulu serta sikap dan perilaku mereka di massa pandemi. Mengubah konsep individu memproses pesan yang semula berupa stimulasi, menjadi penerimaan, penolakan, atau pengabaian. Penerimaan informasi terlihat ketika isu tersebut berkaitan atau terjadi di lingkungan terdekat mereka. Penolakan dan penyangkalan saat Generasi Z mengabaikan protokol kesehatan. Sedangkan sikap acuh hanya menjalankan tanpa mengetahui esensi yang dilakukan.

Kata Kunci: *Generasi Z, Social Judgment, Ego Involvement*

Pendahuluan

Sejak akhir tahun 2019, Virus SARS-CoV-2 atau covid-19 pertama kali terdeteksi di China, dan pada Juni 2021 virus tersebut telah menyebar keseluruh dunia. Perubahan secara sosial dan ekonomi terlihat jelas dalam setiap pemberitaan maupun penelitian yang muncul selama pandemi. Laporan yang dikeluarkan oleh Unicef dengan judul "Analysis of the Social and Economic Impacts of COVID-19 on Households and Strategic Policy Recommendations for Indonesia" menuliskan bahwa pandemi memberikan dampak multi dimensi terutama pada kemiskinan anak serta penyandang disabilitas. Kemiskinan yang dikhawatirkan pada kerawanan pangan, penyediaan Kesehatan dan





vaksin bagi anak dan keluarga, serta akses umum lainnya. Pendidikan dan penyediaan Kesehatan bagi anak menjadi sangat terbatas, terutama pada wilayah yang tidak didukung oleh ketersediaan teknologi serta penunjang lain seperti internet.

Kepanikan masyarakat bertambah ketika berbagai informasi hadir dalam ruang-ruang media yang begitu beragam. Media online, media elektronik, maupun media cetak, menuliskan informasi dengan berbagai sudut pandang. Situs berita online misalnya, secara serentak mengangkat topik kecemasan masyarakat dalam situasi pandemi. Seperti misalnya tempo.com (4/3/2020) menuliskan judul “Psikolog sebut Penyebab Kepanikan ada Virus Corona di Indonesia”, Kompas.com (12/3/2020) membuat judul “Virus Corona di Indonesia Bikin Masyarakat Panik, ini Sebabnya”, serta beberapa berita online lainnya.

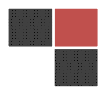
Pada topik yang hampir sama, muncul berbagai isu mengenai masa depan generasi Z (Gen-Z) di Indonesia bahkan dunia. Data sensus penduduk tahun 2020, jumlah Gen Z (lahir tahun 1997-2012) berada pada persentase 27,94 % dari 270,20 Juta Jiwa (berita statistic no.07/01/Th. XXIV, 21 Januari 2021). Perubahan yang begitu cepat, bahkan mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat mengharuskan generasi ini untuk beradaptasi lebih cepat. Situasi ini pun menimbulkan dampak multi dimensi bagi generasi ini, karena akses pendidikan, ekonomi, sosial, budaya yang tidak lagi sama dengan sebelum virus masuk.

David Stillman dan Jonah Stillman dalam bukunya *Gen Z @Work: How The Next Generation is Transforming the Workplace* (2017, dalam lpmp jatim.kemdikbud) memberikan gambaran tentang karakter Gen Z, yaitu: *phygital*, *fear of missing out (FOMO)*, hiperkustomisasi, terpacu, *Weconomist*, *do it yourself (DIY)*, dan realistis. Ciri lain dari Generasi Z adalah kedekatan mereka dengan dunia virtual dan dunia sosial (tatap muka) yang hampir sama. Gen Z akan menggunakan media digital untuk berbagai tujuan, misalnya, “mengembangkan dan memelihara koneksi, membangun citra diri, mengekspresikan pikiran dan emosi, dan mencari hiburan” (Nuzulita & Subriadi, 2020, hal.1). Bertolak belakang pada kebutuhan informasi tentang kesehatan dimasa pandemik, Gen Z bahkan dikategorikan sebagai pengguna dengan frekuensi dan durasi ringan dalam menerima dan berbagi informasi terkait covid-19. Mereka menghabiskan waktu mereka selama lebih dari empat jam per hari menggunakan digital media, dengan tidak banyak mencari informasi terkait covid-19 (Suwana, et al, 2020).

Covid-19 juga memberikan dampak pembentukan perilaku yang berbeda pada Generasi Z. Dalam environics institute.org menuliskan laporan lebih lanjut bahwa covid memberikan dampak Kesehatan mental dan kebahagiaan generasi Z. “A majority of Millennial and Gen Z Canadians say that the COVID-19 pandemic has had at least a moderate impact on their lives, with the impact felt most acutely in terms of emotional health and well-being”. Terjadi krisis yang dialami oleh Generasi Z, yang Sebagian muncul dalam bentuk psikologis, menunjukkan kerentanan oleh generasi ini dimasa pandemi.

Gen Z merupakan suatu individu yang merasa diri mereka sebagai seorang yang bebas. Berkaitan dengan Social Judgment Theory (SJT), menyampaikan bahwa pesan yang disampaikan seseorang akan dimaknai berdasarkan *ego involvement* (melalui kognitif dan mental). Sejalan dengan teori tersebut menyebutkan bahwa Generasi Z memiliki cara untuk melakukan adopsi pada perubahan situasi yang diakibatkan oleh Covid. Adopsi yang mereka lakukan baik dikarenakan pertumbuhan kognitif yang mereka dapatkan melalui berbagai sumber informasi tatap muka, media massa, maupun Kesehatan mental yang berusaha mereka pertahankan melalui berbagai pengalihan aktifitas lain. Generasi Z juga memiliki pilihan untuk menerima informasi apa dan dari mana sumber informasi itu mereka terima.





Tulisan ini melihat bagaimana social judgment terbentuk pada Generasi Z di Bengkulu serta sikap dan perilaku mereka dimasa pandemik dalam bentuk pilihan informasi mereka. Selama masa Pandemi, Provinsi Bengkulu pernah menjadi provinsi dengan tingkat kematian akibat Covid-19 tertinggi se Indonesia (Kompas.com/6/8/2020). Sebagai suatu Batasan masalah, tulisan ini berfokus pada Generasi Z rentang usia 18 s/d 24 tahun yang telah dapat menentukan sikap dan keinginan mereka untuk memperoleh Kesehatan mental dan kebahagiaan dimasa pandemik yang harus mereka hadapi.

Konsep dan Teori

Sosial judgment theory

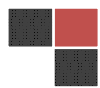
Social Judgement Theory dicetuskan oleh Muzafer Sherif pada tahun 1961 dan menjelaskan tentang bagaimana sebuah pesan yang disampaikan kepada seseorang dimaknai berdasarkan ego involvement (kognitif dan mental) yang membantu dalam menentukan perilaku selanjutnya (*attitude*) sebagai respons dari pesan yang diterima. Pesan yang diterima oleh seseorang akan disesuaikan dengan anchors atau “jangkar” yang dimiliki oleh orang tersebut (Griffin, 2006. p. 207). Granberg (1982) mengemukakan bahwa Sherif (1961) menjelaskan bahwa proses psikologi seperti pembentukan persepsi dipengaruhi oleh faktor internal seseorang juga oleh konteks budaya. Lebih jauh lagi disampaikan bahwa seseorang akan melewati berbagai proses jika faktor sosiokultural diabaikan, seperti dalam banyak kejadian di bidang psikologi.

Teori ini juga menyatakan bahwa lingkungan sosial dalam bentuk interaksi dengan orang lain akan menciptakan penilaian manusia, yang sekaligus menjadi upaya dalam memahami proses penilaian yang harus dihadapi oleh masing-masing orang. Penjelasan dalam teori ini berupa proses mengubah konsepsi bagaimana individu memproses pesan dari yang semula berupa stimulasi selanjutnya dikonfirmasi sebagai *individual's stand on a particular social issues*. Kemudian berubah menjadi referensi yang berbentuk *range of position* berupa garis diantara 2 titik yaitu diantara sikap penerimaan atau *commitment* dan penolakan atau *non commitment* terhadap pesan yang disampaikan (Larson, 2010).

Teori SJT dikonseptualisasikan dan diuji pada tingkat individu. Namun tetap bisa diterapkan pada tingkat kelompok yang lebih besar dengan asumsi bahwa persepsi normative akan memberikan hubungan pada tingkat keyakinan dan norma individu di tingkat kolektif (Smith et al, 2006). Teori ini tidak hanya untuk memahami penilaian manusia, tetapi untuk menciptakan dan mengembangkan upaya-upaya perbaikannya. Tujuan itu mengarahkan pada bagaimana perbedaan yang muncul dapat membawa penilaian kognitif seseorang yang terlibat dalam suatu pandangan. Secara khusus yang terjadi pada pembentukan pendapat dapat diterima atau ditolak seseorang jika isu/ informasi yang diberikan cukup dekat atau jauh dari kehidupannya. “*a presented opinion is acceptable (unacceptable) to a person if it is perceived to be sufficiently close to (far from) his/her own stand point. This presented opinion is said to be in his/her latitude of acceptance (rejection)*” (Chau et al, 2014).”

Beberapa penelitian menggunakan teori ini untuk melihat seberapa besar pengaruh persuasif komersil terhadap pilihan atau sikap yang seseorang ambil. Misalnya, Boer dan Lesmana (2018) menggunakan teori ini untuk melihat bagaimana customer memaknai pesan persuasif dan campaign sepatu dengan merk Keds yang selanjutnya juga melihat bagaimana tahap-tahap dalam pengambilan keputusan pembelian oleh customer. Penentuan sikap seseorang untuk menerima pesan, menolak, atau menganggap acuh dari komunikator (penyampai pesan) juga melibatkan ego (*ego involved*). Dimana





sikap seseorang untuk mengambil atau menerima pesan tergantung dari kedekatan seseorang terhadap penyampai pesan tersebut, yang akhirnya dikenal dengan *assimilation-contrast*. "*Ego-involvement is the key here, in that the displacement effects were expected to occur as a function of ego-involvement*" (Granberg, 1982). Sehingga untuk menunjukkan suatu jawaban yang tidak memiliki keberpihakan, maka dibutuhkan orang-orang yang memiliki kenetralan dalam berfikir maupun dalam mengenal seseorang yang akan dijadikan sebagai suatu rujukan kasus.

Kesehatan Mental dan Psikologis Gen Z

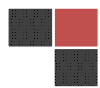
Generasi Z (Gen Z) merupakan Generasi yang lahir antara tahun 1997 sampai dengan 2012, artinya jika dihitung sampai dengan tahun ini, maka usia yang dikategorikan sebagai Generasi Z adalah 9-24 tahun. Generasi Z sangat berkaitan dengan masa-masa perkembangan teknologi informasi terutama *smartphone*, mereka dibesarkan sepenuhnya pada rentan waktu teknologi informasi mengalami berbagai perubahan dan kemajuan. Sehingga generasi ini melalui berbagai perubahan tata sosial, administrasi dan kemajuan teknologi yang berbeda jauh dari masa sebelumnya. Kemajuan teknologi menjadikan generasi Z ingin melakukan dan mendapatkan semuanya dengan mudah dan cepat, berdasarkan pada *platform* media yang serbacepat dan instan. *The Generation-Z want to get everything easily and quickly, addicted to technology and social media, get information from the internet and consistently share the information online* (Berkup, 2014).

Teknologi informasi yang berkembang pesat memunculkan pertanyaan, bagaimanakah Generasi Z dapat menjaga psikologis dan Kesehatan mental mereka. Secara terbuka, generasi ini dengan mudah memperoleh informasi baik secara lokal, nasional maupun internasional dalam jangkawaktu yang berdekatan. Pada isu lokal, Generasi Z dikenalkan dengan isu perubahan aturan mengenai proses pembelajaran sistem pendidikan, mendengar kasus kriminal, kasus politik dan lain sebagainya yang mereka tangkap dengan dasar pengetahuan mereka masing-masing. Pada isu Nasional, Generasi Z mendengar bagaimana hidup mereka sangat bergantung pada kebijakan pemerintah dan kesigapan dunia Kesehatan dalam membendung kancangnya virus Covid-19 yang masuk ke Indonesia. Sedangkan pada isu internasional, bisa saja mereka mendengar isu yang semakin beragam, misal isu perubahan iklim, kerusakan lingkungan, perkembangan globalisasi, ekonomi, politik, pariwisata, dan lain-lain.

Semua isu tersebut dapat mereka tangkap pada satu waktu yang bisa sama, sebagai dampak dari kemajuan teknologi informasi yang selalu berada dalam genggamannya mereka. Di negara-negara maju seperti Amerika, Kanada dan lain-lain, menjadikan isu Kesehatan mental dan psikologis generasi Z sebagai salah satu kajian penting. Selain sebagai suatu perkembangan pengetahuan, kekhususan mempelajari Kesehatan mental dan psikologis Generasi Z juga akan berkaitan dengan pembangunan dan peluang perubahan negara di masa depan.

Dalam bidang psikologis, Generasi ini berani untuk menyampaikan apa yang menjadi asumsi pemikiran hingga apa yang menjadi masalah pribadi mereka. Trend Sosial media yang menunjukkan keterbukaan masalah sosial dan pribadi mendorong mereka untuk berani membicarakan apa yang mereka pikirkan, bahkan apa yang sedang mereka rasakan. Berani membicarakan suatu hal yang dirasakan seseorang merupakan suatu bentuk sikap positif yang dapat mengurangi rasa kesendirian dan rasa sakit yang mendalam dari seseorang. Kesehatan mental dapat terjadi salah satunya ketika seseorang dapat menceritakan apa yang sedang menjadi masalah di kehidupannya yang mereka jalani. Arthur C. Evans Jr., PhD, kepala eksekutif APA (dalam apa.org/2019) mengatakan bahwa "*the high percentage of Gen Z reporting fair or poor mental health could be an indicator that they are more aware of and accepting of mental health issues. Their openness to mental health topics represents an opportunity to start discussions about managing their stress, no matter the cause.*" Upaya untuk





melaporkan atau menceritakan mengenai Kesehatan mental menjadi suatu temuan paradoksial. Di satu sisi menunjukkan keterbukaan dan upaya kesiapan mereka dalam mengelola stress dan Kesehatan mental mereka, namun di sisi yang berbeda akan menunjukkan berbagai kerentanan yang menjadi isu Generasi ini.

Emma Adam, seorang Psikolog Perkembangan Amerika (apa.org) juga menyebutkan bahwa generasi Z mengalami tingkat stress yang meningkat ditahun 2020. Selama bertahun-tahun, stress, depresi dan kecemasan telah meningkat hingga menjadi temuan yang mengejutkan ditahun 2020. Tingkat stress meningkat pada kasus yang berhubungan dengan rumah, Kesehatan keluarga, dan teman, terutama pada Generasi dengan tingkat sosial ekonomi yang cukup rendah.

Pembahasan

Media Sosial dan informasiCovid pada GenerasiZ

Direktur Jendral WHO, Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus (The Jurnal Lancet, 2020, dalam Suwana et al, 2020) mengatakan bahwa “*we’re not just fighting an epidemic; we’re fighting an infodemic*”. Begitu informasi yang menyebar sama cepatnya dengan pandemik yang terjadi di seluruh dunia, menjadikan ketakutan baik kepada seseorang, kelompok organisasi sosial bahkan negara. Indonesia merupakan rumah bagi 160 Juta pengguna media digital seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, dan twitter sebagai lima media sosial terbanyak bagi penggunanya (Kemp, 2020).

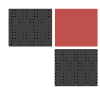
Kampanye Kesehatan yang dilakukan oleh pemerintah, organisasi Sosial, maupun pesan-pesan secara personal gencar dilaksanakan selama pandemik. World Health Organization dan United Nations Children’s Fund (2020) mengeluarkan panduan interm dengan judul Pelayanan kesehatan berbasis komunitas, termasuk penjangkauan dan kampanye, dalam konteks pandemi COVID-19. Dimana salah satu bagian isinya menuliskan peran Penyedia layanan sektor swasta dan LSM, termasuk organisasi keagamaan, pemangku kepentingan dan penyedia layanan yang penting di komunitas-komunitas tertentu untuk menyebarkan informasi terkait covid kepada masyarakat luas.

Namun, pesan yang tertuju bagi seluruh lapisan masyarakat nyatanya tidak diterima secara sama oleh masing-masing orang. Bagi kelompok usia rentan, maupun yang memiliki penyakit penyerta, peta sebaran pandemik melalui pesan-pesan di media sosial menjadi sangat penting. Selain untuk memperhatikan perkembangan dunia, ekonomi, penyediaan layanan Kesehatan, serta informasi yang dapat menjadi batasan bagaimana kesiapan dibentuk untuk menjaga dari tertular virus.

Berbeda dengan Generasi Z, yang tidak akan langsung menerima informasi covid sebagai suatu hal penting yang harus dilaksanakan. Penguatan informasi mereka, terjadi pada saat komunikasi langsung dari keluarga maupun tim penyuluh, maupun dari media sosial. Generasi Z, terutama pada rentang usia 18-24 tahun diharuskan untuk meng-update pesan-pesan terkait dengan covid. Jika pun tidak dengan sengaja mencari informasi seputar covid, informasi akan mereka terima sejalan dengan intensitas mereka menggunakan media sosial. Media sosial yang memiliki kedekatan penyebaran informasi, membuat mereka melek terhadap informasi yang masuk ke generasi ini, dengan atau tanpa persetujuan mereka. Menjadi catatan bahwa informasi tersebut akan mereka klasifikasikan sendiri apakah termasuk penting atau tidak untuk mereka konsumsi.

Tren penggunaan media sosial di Indonesia juga semakin meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data laporan berjudul Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital, Angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen





dibandingkan bulan Januari 2020, dengan youTube, WhatsApp, Instagram, dan facebook masing-masing paling banyak digunakan.

Sementara untuk memperoleh informasi terkait covid-19, Generasi Z paling banyak menggunakan WhatsApp, yang selanjutnya Instagram dan twitter. Selain mudah digunakan, media sosial WhatsApp juga dianggap efektif dalam menyebarkan dan menerima informasi terkait covid-19 (Suwana, 2020). Generasi Z mengakui, bahwa selama masa pandemik, hampir setiap hari grup whatsapp dengan berbagai anggota mengirim atau memberikan informasi yang berkaitan dengan covid.

Sebagai salah satu temuan penelitian, bahwa generasi Z yang mendapat informasi mengenai covid-19 mengalami masa yang mereka sebut sebagai “titik jenuh”. Informasi yang datang secara bertubi-tubi, ditambah dengan perubahan perilaku dan keharusan mereka untuk mematuhi protokol kesehatan secara ketat. Belum lagi kebijakan-kebijakan yang selalu berubah, menjadi alasan bagi mereka untuk setengah-setengah menjalankan protokol kesehatan. Pelanggaran protokol kesehatan yang kerap mereka lakukan seperti menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan sesekali melepas masker. Namun, mereka akui bahwa masker dan handsanitizer sudah menjadi bagian dari kebutuhan yang harus ada dalam setiap aktivitas mereka.

Isu terdekat yang membuat mereka harus mengetahui informasi seputaran pandemik adalah yang berkaitan dengan pendidikan mereka. Dimana informasi pandemik akan memberikan informasi seputar metode pembelajaran, tugas-tugas sekolah, media pembelajaran, serta pengembangan pembelajaran lain. Jika informasi seputar pandemik tidak mereka ikuti, maka mereka tidak akan mengetahui seperti apa sikap yang harus mereka ambil. Pada intinya, informasi covid akan menjadi sangat penting untuk mereka ikuti dalam segi protokol kesehatan, Ketika ada keluarga terdekat mereka yang terdampak. Lebih dari pada itu, kepatuhan protokol kesehatan dan penjangkauan informasi covid mereka adopsi karena kebutuhan bagi kelanjutan pendidikan mereka.

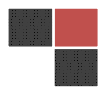
Ego involvementGenerasi Z pada informasi Covid-19

Social Judgment theory menyatakan bahwa lingkungan sosial akan menciptakan penilaian manusia, serta proses penilaian yang harus dihadapi oleh masing-masing orang. Konsepsi ego involvement dari teori ini menunjukkan bagaimana seseorang mengubah dan memproses pesan yang akhirnya mereka terima, tolak, atau mengabaikan/ acuh pada pesan yang diberikan. Generasi Z menerima informasi terkait covid dari berbagai sumber. Mulai dari komunikasi tatap muka melalui keluarga dan teman terdekat, maupun melalui media sosial.

Sejumlah penerimaan dan penolakan informasi mengenai Covid-19 terjadi pada generasi Z. Penerimaan informasi terlihat ketika isu tersebut berkaitan atau terjadi dilingkungan terdekat mereka. Misalnya jika terjadi kasus yang menjadikan anggota keluarga mereka sebagai korban covid-19. Selain itu penerimaan informasi ini juga mereka lakukan ketika berkaitan dengan kebutuhan informasi terutama mengenai pendidikan. Penerimaan mereka direpresentasikan dalam bentuk menjalankan protokol kesehatan serta mengikuti prosedur pendidikan yang ditetapkan.

Sedangkan, banyak penolakan dan penyangkalan yang dilakukan oleh Generasi Z terhadap informasi covid, bahkan pelaksanaan kepatuhan pada aktifitas yang berkaitan dengan protokol kesehatan. Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi, menerima referensi yang beragam untuk mereka pilih, termasuk informasi Covid. Gen Z bersifat Mobile (Rubiyanti, 2016), yang artinya dukungan teknologi (termasuk transportasi) membuat mereka relatif lebih mudah untuk menjangkau beragam tempat di berbagai wilayah. Pertemuan dimana mana dan berpindah-pindah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Penjangkauan yang lebih beragam dan luas bagi generasi Z.





Kesehatan mental misalnya mengenai kehidupan masa depan seperti pekerjaan, penghasilan ekonomi dan sejenisnya juga mereka rasakan, walaupun belum merupakan satu-satunya isu yang paling prioritas bagi mereka selama covid terjadi. Mereka memiliki banyak alternatif untuk mencoba banyak hal terutama yang berkaitan dengan teknologi. Dampak multi dimensi seperti dampak ketika mereka berinteraksi, terlihat dari cara mereka mengaktualisasikan diri di media online dan dunia nyata. Sekalipun bentukan psikologis mereka belum secara penuh dapat menanggung tuntutan perubahan dan perkembangan yang terjadi. Dampak ini muncul Ketika mereka diharuskan untuk berdiam diri di rumah dalam waktu yang cukup lama, serta terbatasnya seluruh aktivitas fisik mereka selama berada di luar, pengalihan situasi yang monoton mereka lakukan pada ruang virtual misal melalui gadget atau menonton di tv dan tontonan berbayar.

Referensi informasi yang beragam tersebut membuat mereka tidak hanya melihat dalam satu sisi, ada proses pemilihan yang mereka adopsi untuk dilaksanakan sesuai dengan lingkungan sosial yang sedang mereka masuki. Mereka juga akan cenderung mengikuti kebanyakan yang dilakukan oleh teman sebaya mereka. Dengan karakteristik yang terbuka, dan memiliki mobilitas yang tinggi, kecenderungan untuk mematuhi proses secara menyeluruh terasa berat.

Termasuk pada kebijakan yang berubah-ubah tentang aturan pelaksanaan protokol kesehatan. Misalnya kebijakan pertama pemerintah menerapkan **PSBB (Pembatasan Sosial Skala Besar)** Kebijakan ini diatur lewat Permenkes nomor 9 Tahun 2020, **PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Jawa-Bali** mulai 11 sampai 25 Januari 2021, **PKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Mikro** dimulai 9 Februari 2021, **Penebalan PPKM Mikro** diatur dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 14 Tahun 2021, **PPKM Darurat, PPKM Level 3-4**, hingga **PPKM Level 1-2**). Kebijakan yang berubah tersebut tidak hanya menimbulkan kebingungan, namun juga persepsi terhadap kebijakan maupun terhadap data yang disajikan. Pada akhirnya Sebagian generasi Z akan menunjukkan sikap Acuh, dengan cara melanggar protokol kesehatan yang telah dibuat.

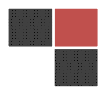
Generasi Z dalam penelitian ini mengetahui dengan baik, bahwa penularan covid-19 dapat terjadi melalui droplet maupun sentuhan yang tidak dibersihkan terlebih dahulu. Merekapun mengetahui bahwa masker dan handsanitizer merupakan senjata yang harus dibawa kemana-mana. Namun, tidak semua dapat mereka jalankan dengan baik, sesuai dengan kondisi yang terjadi dilingkungan kehidupan mereka.

Pada konteks komunikasi tatap muka, orang-orang terdekat memiliki peran yang kuat dalam menginformasikan serta mengontrol anggota keluarga untuk tetap mematuhi protokol kesehatan. Walaupun pada akhirnya yang diinformasikan tersebut hanya selesai dalam tataran keluarga, namun minim implementasi. Informasi yang beragam terutama dari media sosial dapat memburamkan informasi yang sebelumnya telah disajikan dengan baik.

Kesimpulan

Generasi Z merupakan kelompok yang dilahirkan dan dibesarkan dengan kemajuan perkembangan teknologi. Masa waktu tersebut membentuk generasi Z sebagai kelompok yang memiliki banyak pilihan dalam menerima dan mengadopsi informasi. Selama covid-19 generasi Z menerima, menolak, bahkan mengabaikan informasi Covid-19 yang direpresentasikan dalam bentuk menjalankan protokol kesehatan. Penerimaan informasi terlihat ketika isu tersebut berkaitan atau terjadi dilingkungan terdekat mereka. Misalnya jika terjadi kasus yang menjadikan anggota keluarga mereka sebagai korban covid-19. Selain itu penerimaan informasi ini juga mereka lakukan ketika berkaitan dengan kebutuhan informasi terutama mengenai pendidikan. Penerimaan mereka direpresentasikan dalam



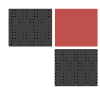


bentuk menjalankan protokol kesehatan serta mengikuti prosedur pendidikan yang ditetapkan. penolakan dan penyangkalan yang dilakukan oleh Generasi Z terhadap informasi covid, bahkan pelaksanaan kepatuhan pada aktifitas yang berkaitan dengan protokol kesehatan. Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi, menerima referensi yang beragam untuk mereka pilih, termasuk informasi Covid. Sedangkan sikap acuh dalam bentuk hanya menjalankan tanpa mengetahui esensi yang dilakukan. Kesehatan mental misalnya mengenai kehidupan masa depan seperti pekerjaan, penghasilan ekonomi dan sejenisnya juga mereka rasakan, walaupun belum merupakan satu-satunya isu yang paling prioritas bagi mereka selama covid terjadi. Mereka memiliki banyak alternatif untuk mencoba banyak hal terutama yang berkaitan dengan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, N. (2019). Generation Z's Smartphone and Social Media Usage: A Survey. *Journalism and Mass Communication*, 9(3), 101–122. <https://doi.org/10.17265/2160-6579/2019.03.001>
- Berkup, S. B. (2014). Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>
- Boer, rino F, Dionisius Lesmana. (2018). Eksplorasi Faktor Beliefs dan Attitudes: Kajian Terhadap *Social Judgement Theory* di Era Media Digital. *Bricolage Vol.4 (No. 1) : 51 - 94. Th. 2018 ISSN: 2502-0935 E-ISSN: 2615-6423*
- Chau, H.F, S.Y.Wong, and Chi-Hang Fred Fung. (2014). Social Judgment Theory Based Model On Opinion Formation, Polarization And Evolution. arXiv:1308.2042v2 [nlin.AO] 26 Jul 2014.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Granberg, Donald. (1982). Social Judgment Theory. *Annals of the International Communication Association*, 6:1, 304-329, DOI: 10.1080/23808985.1982.11678502
- Griffin, E. (2006). *A First Look At Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Kemp, S. (2020). Digital 2020: Indonesia. Retrieved May 27, 2020, from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Nuzulita, N., & Subriadi, A. P. (2020). The role of risk-benefit and privacy analysis to understand different uses of social media by Generations X, Y, and Z in Indonesia. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 86(3), 1–17. <https://doi.org/10.1002/isd2.12122>
- Smith, Sandi W, et al. (2006). A Social Judgment Theory Approach to Conducting Formative Research in a Social Norms Campaign. *Communication Theory* 16 (2006) 141–152 a 2006 International Communication Association doi:10.1111/j.1468-2885.2006.00009.x
- Suawan, Fiona, et al. (2020). Digital Media Use of Gen Z During Covid-19 Pandemic. *Jurnal Sosio Teknologi*, Volume 19, No 3, Desember 2020
- The Lancet Journal. (2020). Editorial COVID-19 : fighting panic with information. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30379-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30379-2)
- Canadian Millennial and Gen Z Social Values Study 2020. (2020). March 2021 Impact of The Covid-19 Pandemic on Millennial and Gen Z Canadians. Dalam <https://www.environicsinstitute.org/docs/default-source/default-document-library/impact-of-the-covid-19-pandemic-on-millennial-and-genz-canadians>





UNICEF, UNDP, Prospera, and SMERU. (2021). Analysis of the Social and Economic Impacts of COVID-19 on Households and Strategic Policy Recommendations for Indonesia, Jakarta. Mei, 2021.

WHO dan UNICEF. (2020). Pelayanan Kesehatan Berbasis Komunitas, Termasuk Penjangkauan dan Kampanye, dalam Konteks Pandemi COVID-19. Panduan interim Mei 2020.

<https://www.umassd.edu/cmr/research/2020-baycoast-bank-white-paper-series.html>

<https://www.verywellmind.com/how-different-generations-are-responding-to-covid-19-4802517>

<https://pmpjatim.kemdikbud.go.id/site/detailpost/gen-z-pendidikan-harus-bertransformasi>

<https://www.apa.org/monitor/2019/01/gen-z>, diakses pada 14/10/2021.

<https://www.apa.org/research/action/speaking-of-psychology/gen-z-stress>. Diakses pada 14/10/2021.

<https://tekno.kompas.com/image/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial?page=3>

<https://www.tribunnews.com/corona/2021/08/26/update-corona-global-26-agustus-2021-tambahan-kasus-baru-dan-kematian-baru-di-as-tertinggi-dunia>.

<https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>

<https://kibocommerce.com/blog/millennials-gen-z-2021/>

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/11/104000165/hari-ini-dalam-sejarah--who-tetapkan-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>

