

Media Sosial dan Transformasi Komunikasi Keluarga Muslim

Lilik Hamidah¹

Nikmah Hadiati Salisah²

Corresponding Author: lilik.hamidah@uinsa.ac.id

Abstract: This study examines the role of social media in the transformation of Muslim family communication during the COVID-19 pandemic and the new normal era in the cities of Surabaya, Sidoarjo, and Malang. Using a descriptive qualitative method, the findings reveal that family communication during the pandemic and the new normal era underwent transformations in the types of consensual, pluralistic, protective, and *laissez-faire* communication, influenced by the conditions and social backgrounds of the informants. Social media serves functions such as correlation, building networks with external family communities, strengthening support and motivation, and minimizing uncertainty. It also acts as a means of finding and producing entertainment, as well as acquiring new knowledge. From the perspective of uses and gratifications, this study highlights that audiences consume and produce media content.

Keywords: Social media, muslim family communication, Covid-19 pandemic, new normal.

Abstrak: Studi ini mengkaji tentang fungsi media sosial dalam transformasi komunikasi keluarga muslim di masa pandemi COVID-19 dan era normal baru di kota Surabaya, Sidoarjo dan Malang. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, hasil penelitian ini menemukan bahwa transformasi komunikasi keluarga pada masa pandemi dan era *new normal* mengalami transformasi dalam tipe komunikasi konsensual, pluralistik, protektif, dan *laissez faire*, sesuai dengan kondisi dan latar belakang sosial informan. Media sosial berfungsi untuk korelasi, membangun *networking* dengan komunitas eksternal keluarga, menguatkan dukungan dan motivasi, meminimalisir ketidakpastian. Pula berfungsi sebagai sarana mencari dan memproduksi hiburan, serta sarana mencari pengetahuan baru. Dalam perspektif *uses and gratification* kajian ini juga menunjukkan khalayak tidak hanya mengkonsumsi media, tetapi juga memproduksi konten media.

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

² Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

Pendahuluan

Ketetapan *World Health Organization* (WHO) atas penyebaran virus Corona (Covid-19) sebagai Pandemi (Anon, 2020) telah membawa dampak bagi warga dunia di berbagai sektor kehidupan. Sebagai salah satu negara terdampak pandemi, masyarakat Indonesia merasakan krisis, khususnya pada kesehatan fisik, mental, ekonomi, pendidikan, dan agama. Dalam konteks perilaku beragama, proses beribadah umat mengalami perubahan, yakni perilaku salat berjamaah di masjid diganti salat berjamaah di rumah masing-masing.

Pemerintah pada masa pandemi dan era normal baru, mengeluarkan beberapa kebijakan untuk memutus mata rantai penyebaran virus. Salah satu kebijakan tersebut adalah menutup sementara fasilitas publik seperti sekolah, tempat perbelanjaan, tempat peribadatan, tempat bekerja dan memberikan anjuran tetap di rumah dengan tujuan menghindari kerumunan atau *physical distancing* sebagaimana yang diimbau oleh Presiden Jokowi (Anon, 2020). Aktivitas seperti *work from home* (WFH), *study from home*, *pray at home* menjadi suatu tatanan kehidupan baru yang mengagetkan dan harus dibiasakan oleh warga Indonesia. Hal ini juga yang disebut dengan istilah *new normal* atau normal baru, yakni sebagai sebuah skema yang dirancang untuk memacu percepatan waktu dalam menangani kasus pandemi Covid-19, terlebih lagi dalam aspek kesehatan dan sosial-ekonomi. (Romadhon, 2020)

Perubahan kebiasaan tersebut awalnya sulit dilakukan, banyak upaya orang untuk menghindari stress karena tidak dapat keluar rumah, seperti menyanyi bersama dengan jaringan media sosial, konser dari rumah, pengajian dari rumah serta aktifitas lainnya untuk mengurangi kejenuhan selama tidak dibolehkan keluar rumah. Perubahan jenis aktivitas yang pada awalnya di luar rumah menjadi di dalam rumah, berdampak pada perubahan bentuk komunikasi dan interaksi. Selain itu perubahan ini tentu akan berdampak pada perubahan bentuk keintiman dan cara pengungkapan diri yang ada. Komunikasi keluarga merupakan suatu proses menata pola kehidupan yang meliputi konstruksi terhadap aspek pendidikan, sikap, ataupun

perilaku seorang anak dan segala sesuatu yang berdampak pada perkembangan anak tersebut.(Bahfiarti, 2012)

Dalam sebuah keluarga bentuk dan jenis interaksi antara anak dan orang tua terbentuk dari adanya suatu keadaan. Dinamika dan problematika intraksi seringkali muncul karena terjadi benturan perbedaan dengan cara kehidupan orang lain dalam beberapa hal (Beebe and Mark 2014). Begitu halnya dengan keadaan masa pandemic Covid-19 ini keadaan juga yang memaksa agar semua orang di rumah saja. Masa pandemi Covid-19 menjadikan anggota keluarga menghabiskan lebih banyak waktu bersama, meningkatkan variasi aktivitas yang dibagikan, mengambil jarak fisik yang lebih pribadi, terlibat dalam lebih banyak kontak fisik, dan menyesuaikan bahasa dengan masing-masing anggota keluarga. Ketika seseorang telah menghabiskan waktu bersama tentu akan berdampak pada pengungkapan diri yang akan dilakukan, seperti halnya pengungkapan diri yang dilakukan oleh anak ke orang tua maupun orang tua kepada anaknya jauh lebih besar daripada sebelum pandemi. Ketika pengungkapan diri lebih besar maka semakin besar keintiman yang terjalin (Parks, 2007).

Keintiman interpersonal sendiri merupakan kondisi psikis yang menggambarkan sejauh mana seseorang saling mengkonfirmasi, menghargai, dan menerima perasaan diri masing-masing. Saat pengungkapan diri dan kedekatan meningkat, maka seseorang akan menjadi semakin bergantung satu sama lain untuk memberikan konfirmasi diri. Dalam hubungan yang paling intim antara dua orang, mereka dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan masing-masing namun memutuskan menerima, sehingga seseorang tidak perlu menyembunyikan kekurangan atau takut akan adanya penolakan. Sebagian besar hubungan intim meningkatkan harga diri dan kepercayaan diri seseorang sambil membantu belajar tentang diri sendiri.(Beebe & Mark, 2014)

Keintiman komunikasi dalam keluarga juga dipengaruhi adanya media sosial sebagai platform yang mempertemukan individu saling berinteraksi dan pola komunikasi dalam media publik untuk saling

berbagi informasi kepada siapapun tanpa mengkhususkan pada individu tertentu (Nasrullah, 2015). Media sosial menyediakan ruang bagi para penggunanya, baik individu maupun kelompok untuk saling berinteraksi, bertukar informasi, berkolaborasi, dan berbagai aktivitas sosial lainnya (Nasrullah, 2015).

Penggunaan media sosial secara umum di Indonesia melebihi waktu secara rata-rata internasional. Data *we are social* yang bekerjasama dengan *hootsuite* menunjukkan dari penduduk Indonesia yang totalnya 274,9 juta jiwa, pengguna media sosial aktif sebanyak 170 juta jiwa, yang setara dengan 61,8 % dari total populasi 2021, angka ini meningkat sebesar 10 juta atau 6,3 %. Sedangkan lama penggunaan internet rata - rata mencapai 8 jam 52 menit atau hampir 9 jam dalam satu hari (Anon, 2020). Media sosial dilihat dari dampaknya bagi komunikasi keluarga merupakan media yang memiliki dampak dua sisi, yaitu positif dan negatif. Sisi positif nya mampu mempererat hubungan karena faktor penggunaan media ini dengan tepat, namun sisi negatif nya semakin menjauhkan hubungan anggota keluarga. Intervensi penggunaan media sosial juga menjadi bagian dari problem komunikasi keluarga pada era pandemi dan masa transisi normal baru.

Keluarga merupakan unit satuan terkecil dalam masyarakat, ketangguhan keluarga dalam menghadapi berbagai persoalan menjadi aset bangsa. Kunci dari bangunan keluarga yang tangguh adalah adanya komunikasi yang harmonis antar anggota keluarga untuk transformasi pengetahuan, nilai-nilai yang diyakini dan juga untuk menanamkan pendidikan dalam keluarga. Namun media sosial yang telah akrab sebagai media interaksi di masyarakat, dan fenomena pandemi yang berdampak bagi komunikasi keluarga menjadi menarik dikaji terlebih dalam melalui riset dengan pendekatan fenomenologi. Oleh sebab itu penelitian ini disusun untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana bentuk transformasi komunikasi keluarga, fungsi media sosial dalam transformasi komunikasi keluarga, dan makna komunikasi bagi anggota keluarga pada masa Covid-19 dan transisi era normal baru.

Kajian Literatur

Penelitian mengenai komunikasi keluarga telah banyak dilakukan sebelumnya. Pertama, penelitian oleh Nisfi Laili Munawaroh dan Nur Azizah yang berjudul, “Disharmoni Keluarga Ditinjau dari Intensitas Komunikasi (Studi Kasus Satu Keluarga di Desa Karangpucung Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas)”, (Munawaroh and Azizah 2018) Kedua, oleh Neneng dkk yang berjudul, “Keintiman Komunikasi Keluarga saat *Social Distancing* Pandemi Covid-19” (Neneng and Dkk 2021). Ketiga, oleh JK.Monin dkk (2020) yang berjudul, “*Family Communication in LongTerm Care During a Pandemic: Lessons for Enhancing Emotional Experiences*” (Monin dkk, 2020). Keempat, oleh Talidong dan Toquero yang berjudul, “*Philippine Teachers’ Practices to Deal with Anxiety amid COVID-19*” (Talidong and Toquero 2020). Kelima, oleh Lin dan Utz yang berjudul “*Self-disclosure on SNS: Do disclosure intimacy and narrativity influence interpersonal closeness and social attraction?*”. (Lin & Utz, 2017)

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas terkait komunikasi keluarga pada masa pandemi, yang memperlihatkan bahwa pentingnya kualitas dalam membangun kebersamaan diantara keluarga karena adanya perubahan aktivitas dan pemahaman yang lebih terhadap pembagian peran antar anggota masing-masing pada saat pandemic covid-19. Selain itu, hasil penelitian mendiskripsikan tentang pentingnya pemilihan metode komunikasi yang efektif selama masa pandemi. Penelitian lainnya yang berfokus di sekolah mengungkapkan terdapat perbedaan perilaku guru di Filipina semasa covid-19. Penelitian terakhir memperlihatkan adanya pengaruh pengungkapan diri di SNS terhadap keintiman interpersonal yang terjalin. Semua penelitian tersebut belum menjelaskan tentang transformasi komunikasi keluarga, meskipun beberapa sama waktunya, dilakukan masa pandemi. Juga belum begitu detail menjeaskan tentang fungsi media. sosial dalam

transformasi komunikasi keluarga era pandemi ini. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk membantu menjelaskan tentang bagaimana transformasi Komunikasi keluarga serta fungsi media sosial dalam transformasi tersebut dan bentuk transformasi komunikasinya.

Sebagai makhluk sosial, manusia memiliki kebutuhan berinteraksi satu sama lain melalui komunikasi. Komunikasi memiliki tujuan diantaranya untuk melengkapi tugas dan fungsi individu dalam kehidupan bersama, mengisi kesunyian dan kesendirian, mengekspresikan diri dan membiarkan orang lain mengetahui kepribadian diri terutama tentang pikiran dan pendapat seseorang tentang suatu hal dalam kehidupan bersama. Stanton dalam bukunya Liliweri (Liliweri, 2011) menyatakan bahwa tujuan komunikasi diantaranya adalah untuk mempengaruhi orang lain, membangun atau mengelola relasi antarpersonal, menemukan perbedaan jenis pengetahuan, membantu orang lain, dan bermain atau bergurau. Ia juga menyampaikan bahwa komunikasi memainkan peranan yang integral dari banyak aspek dalam kehidupan individu. Manusia menghabiskan sebagian besar waktu hidupnya untuk berkomunikasi, karena secara umum komunikasi berfungsi untuk memuaskan kehidupannya saat kebutuhan fisik, identitas diri, kebutuhan sosial dan praktis dapat tercapai.

Brent D. Ruben mengemukakan bahwa keluarga dan citra seseorang tentang keluarga didasarkan, dibentuk dan dipelihara melalui komunikasi dimana anggota keluarga dan hubungan keluarga secara simultan dipengaruhi antara satu dan lainnya. (Ruben & Stewart. 2013). Keluarga dapat didefinisikan dari beberapa perspektif yaitu pertama definisi struktural yang didasarkan pada ada atau tidaknya salah satu anggota keluarga. Kedua, dari definisi tugas psikososial yang didasarkan pada apakah kelompok orang tersebut menyelesaikan tugas-tugas tertentu bersama-sama. Ketiga, definisi transaksional yang didasarkan pada apakah kelompok intim tersebut melalui perilakunya menghasilkan rasa identitas keluarga dengan ikatan emosional dan pengalaman sejarah dan masa depan.

Dari sisi interaksi, terdapat keluarga yang memperlihatkan orientasi percakapan yang didalamnya mereka menciptakan suasana dimana semua anggota keluarga didorong untuk menyuarakan pendapat mereka tentang berbagai topik. Keluarga model ini percaya bahwa keterbukaan dan sering berbagi informasi adakah sangat penting demi kehidupan keluarga yang menyenangkan dan bermanfaat. Ada juga keluarga yang memilih orientasi konformitas yang didalamnya menunjukkan ada tidaknya iklim komunikasi yang ditandai dengan keseragaman nilai, sikap dan keyakinan. Kedua orientasi ini menghasilkan jenis-jenis keluarga yang berbeda, yaitu tipe keluarga konsensual, pluralistic, protektif, dan bebas. (Ruben & Stewart, 2013)

Konsep keluarga dalam perspektif tertentu mengarah pada gambaran dari beberapa orang yang hidup, tinggal dan melakukan kegiatan bersama-sama dengan memprioritaskan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi. Sebuah keluarga dapat terbentuk oleh terjadinya suatu ikatan seperti pernikahan, hubungan darah atau keluarga yang terbentuk dengan hubungan adopsi. Dalam ikatan tersebut kemudian muncul sekaligus diperlukan proses komunikasi agar ikatan tetap terjalin. Komunikasi merupakan salah satu pondasi pilar yang menghubungkan antara individu dengan individu lainnya dalam keluarga. Dari sudut sosiologis dapat dikatakan bahwa keluarga juga menjadi agen sosialisasi bagi para individu didalamnya khususnya bagi anak. Dari sudut psikologis, pernikahan dan hubungan keluarga bagi kebanyakan orang merupakan hubungan antarpribadi yang sifatnya paling langgeng, intim, saling mempengaruhi fungsi dan kondisi mental dan fisiologis para individu yang terikat di dalamnya.

Menurut Fitzpatrick dalam Stephen W. Littlejohn komunikasi keluarga tidak terjadi secara acak melainkan berdasarkan pola tertentu yang menentukan bagaimana anggota keluarga saling berkomunikasi. (Littlejohn & Foss, 2014) pola tersebut terkait dengan pengetahuan tentang seberapa dekat keluarga tersebut, seberapa tingkat individualitasnya dan beberapa faktor eksternal keluarga (teman, pekerjaan, jarak geografis dan lain – lain). Dalam suatu keluarga, komunikasi antara seluruh penghuni rumah harus dibangun dan

dilakukan secara efektif agar keluarga bisa saling memahami dan bisa meraih tujuan hidup bersama dengan baik. Hurlock dalam Tuti Bahfiarti komunikasi keluarga adalah pembentukan pola kehidupan yang didalamnya terdapat unsur pendidikan, membentuk sikap dan membentuk perilaku anak yang berpengaruh pada perkembangan anak. (Bahfiarti, 2012)

Dalam tulisan Tuti Bahfiarti beberapa pakar memfokuskan perhatiannya kepada komunikasi keluarga dengan beberapa alasan berikut: (1) Proses komunikasi dalam keluarga merupakan awal pengalaman sosialisasi (Bahfiarti, 2016). Melalui pengamatan dan interaksi dengan anggota keluarga merupakan awal proses belajar berkomunikasi dan belajar untuk berpikir tentang pentingnya komunikasi. Para anggota belajar bagaimana hubungan dan fungsi komunikasi keluarga, mereka juga belajar bagaimana harus berperilaku. Sederhananya, komunikasi sebagai sarana anggota dalam keluarga untuk menetapkan, memelihara, mempertahankan bahkan membubarkan suatu hubungan. Keluarga terbentuk melalui hubungan/interaksi sosial. (2) Komunikasi sebagai sarana anggota dalam keluarga untuk menetapkan, memelihara, mempertahankan bahkan membubarkan suatu hubungan. Keluarga terbentuk melalui hubungan/interaksi sosial. Setelah suatu keluarga terbentuk, anggota keluarga secara kontinuitas akan terus berhubungan satu sama lain dan hubungan tersebut melalui komunikasi

Komunikasi keluarga adalah komunikasi antara orang tua dan anak dengan tujuan membentuk Kerjasama, kasih sayang, dan kepercayaan dalam suatu hubungan dengan menerapkan keterbukaan pendapat, keterbukaan keinginan dan keterbukaan dalam bersikap sehingga akan terbentuk saling pengertian antar anggota dalam keluarga. Setiap keluarga mempunyai pola komunikasi tersendiri. Relasi atau hubungan antara anak dan orangtua menunjukkan adanya keragaman yang luas. Relasi orang tua dan anak dipengaruhi dan ditentukan oleh sikap orangtua, beragam dari yang mendominasi, memanjakan, acuh tak acuh dan orang tua akrab, terbuka, bersahabat. Sikap orang tua yang berhubungan dengan ambisi dan minat yaitu

sikap orang tua yang mengutamakan sukses sosial, sukses dunia, suasana keagamaan dan nilai-nilai artistik. Perbedaan struktur sosial dapat menyebabkan perbedaan relasi antara orang tua dan anak.

Liliweri menggambarkan indikator Komunikasi Keluarga, (Liliweri, 1997) diantaranya adalah; 1) Keterbukaan, yaitu pikiran, perasaan dan reaksi yang diungkapkan kepada orang lain. 2) Empati, setiap anggota keluarga juga harus mengenali perilaku masing – masing anggota dalam keluarga agar komunikasi yang terjadi lebih jelas dan juga lebih spesifik sehingga bisa menerapkan komunikasi yang tidak menimbulkan perdebatan apabila berbeda pendapat atau tidak menyetujui sesuatu. 3) Dukungan. Jika penerimaan seseorang dalam dirinya besar dan juga bisa menerima orang lain, hal tersebut akan memudahkannya untuk berhubungan dengan orang lain. 4) Perasaan positif. Menurut Supratiknya (Supratiknya, 1995) saat seseorang bisa menerima semua perasaan yang ditunjukkan orang lain kepadanya, itu akan lebih memudahkan untuk saling memahami dan menerima perasaan positif. Perasaan positif penting untuk menjaga keharmonisan dalam keluarga. 5) Kesamaan. Untuk menyelesaikan persoalan, maka pemikiran dan fokus harus dipusatkan dan ditujukan ke arah pemecahan masalah, agar tidak menyimpang dan mencari celah kesalahan masing – masing.

Komunikasi interpersonal hakikatnya adalah komunikasi yang terjadi antara manusia ketika sedang berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam bekerja sama dengan orang lain secara spesifik. Interaksi yang terjadi antara dua individu yang melakukan pertukaran informasi dalam waktu yang bersamaan (*mutual influence*) dalam berlangsungnya proses komunikasi bisa dalam bentuk perasaan, pikiran dan cara mengirimkan informasi secara efektif melalui pertukaran. Mengenai definisi komunikasi interpersonal yang menekankan pada proses dalam komunikasi yang sedang terjadi antara dua individu ataupun lebih secara langsung bertatap muka, sesuai dengan pernyataan R. Wayne Pace 1979 (dalam Cangara, 2002) yang intinya bahwa komunikator dan komunikan berperan saling tukar - menukar, jadi bisa dikatakan bahwa kedudukan komunikan dan komunikator itu

sama, saling mempengaruhi dalam hal pemikiran, perasaan, perilaku, emosi dan hubungan.(Cangara, 2002) Berdasarkan hal tersebut, dalam tulisan Bahfiarti terdapat empat implikasi penting dalam komunikasi interpersonal (Bahfiarti 2016).

Pertama, komunikasi interpersonal berbeda dari beberapa bentuk komunikasi yang lain karena dinamis, yang berarti komunikasi interpersonal terus bergerak dan berubah dari waktu ke waktu. Komunikasi interpersonal diciptakan secara spontan, muncul dari pikiran, suasana hati dan emosi. Kedua, komunikasi interpersonal bersifat transaksional. Ketiga, komunikasi interpersonal terutama diadik, melibatkan dua orang. Komunikasi interpersonal dapat melibatkan lebih dari sekedar dua orang. Terakhir, komunikasi interpersonal menciptakan dampak atau perubahan pikiran, emosi, perilaku, dan hubungan.

Secara umum Wirawan menjelaskan beberapa faktor yang sering menjadi penghambat komunikasi seperti Emosi, Marah, Stres, ekspresi muka/wajah bahkan terkadang humor juga bisa menyebabkan konflik jika berlebihan atau tidak tepat.(Wirawan 2010) Secara lebih spesifik juga terdapat faktor hambatan komunikasi yang bisa terjadi karena adanya perasaan Kurang dihargai, cemburu berlebihan, kurangnya keterbukaan, perbedaan pendapat, kurang kasih sayang, kurangnya komunikasi. Kesalahpahaman atau konflik bisa terjadi karena orangtua atau pihak keluarga yang sibuk untuk urusan bekerja sehingga tidak mempunyai waktu berkomunikasi dengan anak.

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karenanya media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial(Wirawan, 2010). Meike dan Young dalam Nasrullah mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.(Wirawan, 2010) Menurut Boyd dalam Nasrullah media

sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain (Nasrullah, 2015).

Media sosial memiliki karakter khusus, yaitu adanya jaringan (*network*), informasi (*informations*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna (*user-generated content*). Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting*. (Puntoadi, 2011) Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein membagi berbagai media sosial ke dalam enam jenis, (Kaplan & Haenlein 2010) yaitu 1). *Collaborative projects*, memungkinkan adanya kerjasama dalam kreasi konten yang dilakukan oleh beberapa pengguna secara simultan, misalnya Wikipedia, 2). *Blogs*, merupakan salah satu bentuk media sosial yang paling awal yang tumbuh sebagai web pribadi dan umumnya menampilkan *date-stamped entries* dalam bentuk kronologis dan biasanya berbasis teks, 3). *Content communities*, memiliki tujuan utama untuk berbagi konten media diantara para pengguna, termasuk didalamnya adalah teks, foto, video, dan powerpoint presentation. Para pengguna tidak perlu membuat halaman profil pribadi. 4). *Social networking sites*, memungkinkan para pengguna untuk terhubung dengan menciptakan informasi profil pribadi dan mengundang teman serta kolega untuk mengakses profil dan untuk mengirim surat elektronik serta pesan instan, misalnya Facebook, Instgram, dst. 5). *Virtual games worlds*, merupakan platform yang mereplikasi lingkungan ke dalam bentuk tiga-dimensi yang membuat para pengguna tampil dalam bentuk avatar pribadi dan berinteraksi berdasarkan aturan-aturan permainan. 6). *Virtual sosial worlds*, memungkinkan para penggemarnya untuk memilih perilaku secara bebas dan untuk hidup dalam bentuk avatar dalam sebuah dunia virtual yang sama dengan kehidupan nyata (*Second Life*)

Selanjutnya, fungsi media sosial dapat diketahui melalui sebuah kerangka kerja *honeycomb* (Bhatia, 2020) yaitu sebagai wadah untuk membangun *Identity* (identitas diri pengguna), *Conversations*

(percakapan yang mengindikasikan interaksi dengan pengguna lain), *Sharing* (saling berbagi informasi), *Presence* (kehadiran), *Relation-ship* (hubungan), *Reputation* (reputasi), dan *Groups* (pengguna dapat membentuk grup/komunitasnya). Beberapa tahun terakhir ini di seluruh belahan dunia sedang terjadi pandemi yang memiliki dampak relatif besar di seluruh sektor kehidupan manusia.

World Health Organization (WHO) telah menetapkan *Coronavirus Disease* 2019 (Covid-19) sebagai sebuah ancaman pandemi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pandemi diartikan sebagai wabah yang berjangkit serempak dimana-mana atau mencakup geografi yang luas. (Ristyawati, 2020). Virus corona sebagai penyebab utamanya merupakan virus yang menyerang sistem pernapasan sehingga mengakibatkan gangguan pada sistem pernapasan, pneumonia akut, sampai kematian. Oleh karena itu, penularan virus Covid-19 dapat terjadi melalui kontak langsung dengan orang yang terinfeksi dan kontak tidak langsung dengan permukaan atau benda yang dipakai pada orang yang terinfeksi seperti stetoskop atau termometer. (Riyadi, 2019) Menurut Soetjipto dalam Riadi istilah pandemi dapat diartikan sebagai tingkat atau volume penyebaran penyakit yang tergolong paling tinggi. (Riyadi, 2019)

Pandemi Covid-19 menjadi salah satu periode yang sangat berat bagi semua negara yang mengalaminya, bukan hanya memberikan dampak langsung dalam aspek kesehatan, juga menjalar ke aspek ekonomi dan sosial. Kebijakan pembatasan sosial dan karantina wilayah secara otomatis membatasi masyarakat dalam melaksanakan aktivitas ekonomi sehingga sirkulasi barang dan jasa menjadi terhambat. Kondisi tersebut terjadi dalam waktu yang cukup lama sehingga menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi di wilayah yang mengalami pandemi Covid-19. (Chaplyuk dkk, 2021) Pada gilirannya penurunan pertumbuhan ekonomi tersebut kemudian diikuti dampak ekonomi lainnya seperti peningkatan tingkat pengangguran. Dampak pada aspek sosial Nampak pada penduduk miskin yang merupakan salah satu kelompok yang paling rentan merasakan dampak Pandemi Covid-19. (Whitehead, Robinson & Barr,

2021) Menurut catatan BPS, Bank Dunia juga telah memprediksikan peningkatan jumlah penduduk miskin global selama masa pandemic dengan gambaran peningkatan pengangguran menjadi lebih dari 7%, sementara kemiskinan juga meningkat menjadi 9,77% .(Pati, 2021)

Seiring dengan pilihan untuk berdamai dengan pandemi, dicetuskan wacana mengenai tatanan hidup baru, atau bahasa kerennya adalah *new normal* ditengah pandemi covid-19. Dalam siaran pers BNPB pada 28/5.2021 disampaikan bahwa pencetusan new normal merupakan salah satu skenario untuk mempercepat penanganan Covid-19 dalam aspek kesehatan dan sosial-ekonomi. Pemerintah Indonesia telah menetapkan rencana untuk mengimplementasikan skenario new normal dengan mempertimbangkan studi epidemiologis dan kesiapan regional. New normal ini bertujuan untuk menata kehidupan dan perilaku baru pada masa pandemi Covid-19. Transformasi tersebut terus berlangsung hingga vaksin untuk Covid-19 ditemukan. Juru bicara gugus tugas percepatan penanganan covid-19, Achmad Yuriyanto meminta masyarakat untuk tidak menyerah, melainkan tetap jaga produktivitas dan aman dari covid-19, sehingga diperlukan tatanan hidup baru. Diluar kebijakan pemerintah untuk menerapkan new normal, masyarakat harus bersiap untuk menjalani new normal. Ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebagai bekal dalam menjalani kehidupan sehari-hari dalam new normal agar terlindung dari paparan virus corona, saat harus menjalani aktivitas keseharian di luar rumah. Untuk membantu meminimalisir risiko penularan Covid-19, berikut barang-barang yang dianjurkan untuk dibawa masker, *face shield*, *hand sanitizer* dan sabun cuci tangan, disinfektan atau tisu basah, perlengkapan ibadah pribadi, perlengkapan makan minum pribadi, dan tas belanja kain

Dalam teori pola komunikasi keluarga Fitzpatrick dan Koerner, menekankan dua poin utama yang menjadi instrumen pengamatan yaitu *conversation* dan *conformity* dengan mengamati bagaimana keluarga mengambil keputusan (*decision making*), serta bagaimana keluarga mengatasi konflik (*conflict avoidance*) (Littlejohn & Foss, 2011) Melalui kedua instrumen tersebut diamati bagaimana orang tua

menerapkan *conversation* dan *conformity* kepada anak mereka. Aspek komunikasi dan kedisiplinan ini dapat dilihat sebagai pembentuk komunikasi keluarga. Lebih lanjut dinyatakan bahwa pola komunikasi keluarga melibatkan dua orientasi, yaitu orientasi percakapan (*conversation*) dan orientasi konformitas (*conformity*). Melalui kedua orientasi tersebut, dapat diketahui jenis-jenis keluarga berdasarkan pola komunikasi yang berlaku. (Morissan, 2013)

Dalam model pola komunikasi yang dicetuskan oleh Mary Anne Fitzpatrick dan rekannya, dikatakan bahwa komunikasi keluarga bukan bersifat acak melainkan terpola berdasarkan skema tertentu yang menentukan bagaimana anggota keluarga saling berkomunikasi satu dengan lainnya. Fitzpatrick juga menekankan adanya dua jenis orientasi dalam komunikasi keluarga yaitu “orientasi percakapan” dan “orientasi kepatuhan”. Dalam keluarga dengan skema kepatuhan tinggi biasanya memiliki anak-anak yang sering berkumpul dengan orang tuanya, sedangkan keluarga dengan skema kepatuhan rendah memiliki anggota keluarga yang lebih sering menyendiri dan bersifat individualistik. (Fitzpatrick, 2002)

Dengan mengikuti skema tersebut muncul berbagai tipe keluarga dengan pola komunikasi yang berbeda yaitu: (Fitzpatrick, 2002) 1). Tipe Konsensual, yaitu bentuk keluarga yang sering melakukan percakapan dan juga memiliki kepatuhan yang tinggi. Keluarga tipe ini suka berkomunikasi/mengobrol bersama dengan tetap memegang otoritas keluarga dimana orang tua berperan sebagai pihak yang membuat keputusan. 2). Tipe Pluralistik: bentuk keluarga yang sering berkomunikasi/melakukan percakapan namun memiliki kepatuhan yang rendah. Biasanya anggota keluarga sering berkomunikasi terbuka tetapi dalam pembuatan keputusan berjalan masing-masing. 3). Tipe Protektif: bentuk keluarga ini jarang berkomunikasi namun memiliki kepatuhan yang tinggi. Orang tua seringkali tidak perlu mencari alasan mengapa mereka harus menghabiskan banyak waktu untuk mengobrol dan orang tua tetap menjadi pihak utama dalam pembuatan keputusan. 4). Tipe Laissez-Faire: bentuk keluarga yang jarang berkomunikasi dan memiliki kepatuhan rendah. Setiap anggota

keluarga tidak begitu peduli dengan apa yang dikerjakan anggota keluarga lainnya. Orang tua memberi kebebasan penuh secara individual dalam pemilihan dan pembuatan keputusan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memperoleh pemahaman tentang pengalaman subjek penelitian mengenai transformasi komunikasi keluarga muslim pada masa pandemi Covid-19 dan era baru. Karena pendekatan fenomenologi merupakan pendekatan yang digunakan dengan tujuan untuk mencari atau menemukan makna dari hal-hal mendasar dan dari pengalaman hidup individu (Ghony dan Almanshur, 2017). Dalam konteks penelitian ini, pengalaman subjek penelitian tentang transformasi komunikasi keluarga dilihat dari tipe dan bentuk komunikasi keluarga, fungsi media sosial dalam transformasi komunikasi keluarga, dan fungsi media sosial dalam transformasi komunikasi bagi anggota keluarga.

Metode kualitatif dipilih karena tepat untuk menggambarkan data secara naratif deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Sedangkan Informan ditentukan dengan teknik purposive dimana kriteria yang ditentukan adalah keluarga muslim dari latar belakang sosial budaya dan pendidikan dan kondisi literasi media yang beragam, serta memiliki anak usia sekolah, baik di tingkat Dasar, Menengah hingga Perguruan Tinggi. Informan berjumlah 10 (sepuluh) keluarga muslim, terdiri dari tiga (3) keluarga telah terliterasi media (aktifis literasi digital) dan kepala keluarganya lulus Perguruan Tinggi, 2 keluarga memiliki literasi media rata-rata dan kepala keluarga lulus Perguruan Tinggi, 2 keluarga dari pesantren memiliki literasi media rata-rata serta kepala keluarga lulus Perguruan Tinggi, dan 3 keluarga dari masyarakat umum yang kurang memiliki literasi media, dan kepala keluarga lulus Sekolah Menengah Atas. Mereka tinggal di kota Malang, Sidoarjo, dan Surabaya. Tiga (3) kota tersebut dipilih karena merupakan kota

metropolis serta penyanggah metropolis dimana penduduknya memiliki kesibukan yang cukup tinggi, sehingga penggunaan media sosial dalam komunikasi keluarga tidak dapat dihindari.

Untuk mendapatkan data penelitian, dilakukan wawancara dan observasi kepada ibu, bapak dan anak dari 10 keluarga tersebut di rumah mereka, di kantor atau di lokasi yang sudah di janjikan oleh informan. Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman, yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data sampai jenuh. Analisis data dimulai dari proses pengumpulan data, reduksi data, display data, konklusi dan verifikasi (Sugiono; 2018). Data yang sudah diperoleh dipilih dan dipilih berdasarkan fokus penelitian tentang fungsi media sosial dan transformasi keluarga muslim, selanjutnya data tersebut disusun dalam pola yang mudah dipahami dan disajikan, serta dilakukan penarikan kesimpulan yang merupakan temuan penelitian. Triangulasi sumber dilakukan untuk menjamin keabsahan data. Temuan tentang fungsi media sosial dalam transformasi komunikasi keluarga muslim selanjutnya didiskusikan dengan teori komunikasi Fitzpatrick dan Koerner tentang pola komunikasi keluarga.

Transformasi Komunikasi Keluarga Muslim di Era Covid-19 dan *New Normal*

Komunikasi keluarga merupakan aktifitas pertukaran pesan antara orang tua dan anak dalam ruang lingkup keluarga, dimana terdapat tujuan untuk menata pola kehidupan keluarga yang meliputi konstruksi terhadap pendidikan dan pengetahuan, sertansikap dan perilaku. Komunikasi dalam keluarga bertujuan membangun kebersamaan dalam mencapai tujuan keluarga. Melalui percakapan dan keterbukaan antar anggota keluarga, baik

**Hasil dan
Pembahasan**

orang tua kepada anak atau sebaliknya, problematika anggota keluarga dapat dilalui dan terhindar dari konflik.

Masa pandemi Covid-19 pemerintah menerapkan pembatasan kegiatan masyarakat pada berbagai aspek kehidupan, kecuali hal yang vital untuk public. Hal ini memberikan dampak pada komunikasi keluarga. Pendidikan yang semula ada di sekolah dan gedung-gedung kampus, beralih di rumah. Demikian pula pekerjaan yang sebelum pandemi dilakukan di kantor, pada masa pandemi diberlakukan *work from home* atau bekerja dari rumah. Situasi dan kondisi ini memberikan ruang interaksi dan komunikasi antar anggota keluarga selama 24 jam.

Transformasi komunikasi keluarga -dari sebelum pandemi dengan saat pandemi dan era normal baru- terjadi melalui bentuk dan tipe komunikasi yang variatif antar anggota keluarga. Pada keluarga muslim yang memiliki anak usia Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP), komunikasi antara orang tua dengan anak dan sebaliknya terjadi sangat intens dibanding dengan sebelum pandemi. Melalui proses pendampingan belajar yang dilakukan oleh orang tua atau anggota keluarga lainnya, percakapan dan keterbukaan komunikasi antar mereka terjadi untuk memahami cara sekolah melalui *platform* online seperti *google meet* maupun *zoom meeting*, serta materi yang diberikan oleh guru dan tugas-tugas sekolah bahkan jika terjadi kesalahpahaman. Orang tua atau anggota keluarga lainnya yang mendampingi, ikut memahami materi dan tugas yang diberikan pihak sekolah, bahkan mereka merasa seperti sedang bersekolah.

Bentuk komunikasi keluarga melalui *conversation* yang intens antar anggota keluarga dalam pendampingan belajar, memberikan *conformity* atau kepatuhan anak pada orang tua. Dalam konteks ini, tipe komunikasi keluarga dapat dikategorikan *tipe konsensual* sebagaimana dalam teori pola komunikasi keluarga yang disampaikan oleh Fitzpatrick dan Koerner, bahwa percakapan yang intens antar anggota keluarga untuk *decision making* maupun *conflict avoidance* dapat membentuk kepatuhan yang tinggi (Littlejohn dan Foss, 2011). Meskipun bentuk komunikasi pada keluarga yang memiliki anak usia

SD dan SMP sama dan terpola dalam tipe konsensual, namun dalam transformasi komunikasi berbeda. Keluarga dari latar belakang sosial yang memahami literasi media rata-rata, bertransformasi dari tipe pluralitas -dimana komunikasi dilakukan secara intens namun kepatuhan anak rendah- kepada tipe konsensual. Sedangkan pada keluarga yang memiliki latar belakang sosial literasi media rata-rata dan keluarga pesantren, mereka memiliki tipe yang sama baik sebelum maupun saat pandemi, yaitu konsensual. Percakapan dengan anak cukup intens dan kepatuhan anak juga tinggi.

Meskipun memiliki tipe yang sama, namun transformasi terjadi pada isi atau pesan komunikasi. Keluarga dengan anak masih SD dan memiliki latar belakang dari pesantren, memberikan pesan komunikasi tentang fungsi media sosial yang digunakan untuk alat sekolah, bukan untuk bermain. Walaupun keluarga ini menfungsikan sebagai alat mencari hiburan, seperti lagu lagu - lagu anak, tetap dibawah pengawasan orang tua. Demikian pula jika diberi akses untuk game, orang tua mendampingi dan membatasi waktu yang cukup pendek. Keluarga dengan latar belakang orangtua yang cukup literasi medianya, memiliki tipe komunikasi keluarga yang sama, yaitu konsensual. Namun perhatian pada *content* komunikasi kepada anak berbeda, dimana keluarga berlatar belakang pesantren lebih substantif baik sebelum pandemi maupun pada saat pandemi.

Pada keluarga muslim yang memiliki anak usia Sekolah Menengah Atas (SMA) dan yang sedang kuliah di Perguruan Tinggi (PT) bertransformasi secara berbeda-beda pada masing-masing keluarga. Sebelum pandemi, komunikasi keluarga dengan *tipe Laissez Faire* dimana antar anggota keluarga memiliki individualis cukup tinggi karena kurang dalam percakapan sehari-hari disebabkan jarak, terpisah karena menempuh pendidikan di kota yang berbeda, dan orang tua telah mempercayai anaknya sehingga menganggap anaknya telah patuh dan tidak begitu mengontrol kepatuhan atau *conformity*. Pada masa pandemi, komunikasi keluarga dengan tipe ini, bertransformasi dalam bentuk percakapan yang cukup, meskipun tidak intens namun kepatuhan anak tinggi atau disebut sebagai *tipe protektif*

oleh Fitzpatrick dan Koerner (Littlejohn dan Foss, 2011). Pesan komunikasi orang tua dalam tipe ini, lebih pada faktor perhatian akan kesehatan anak dan proses pendidikannya, karena mereka masih keluar rumah saat kebijakan pembatasan aktifitas diberlakukan. Sedangkan pada keluarga yang memiliki literasi media cukup baik, komunikasi keluarga bertransformasi dari tipe protektif pada tipe konsensual. Mereka membuka percakan pada proses mengambil keputusan persoalan penting dan juga menghindari konflik yang terjadi antar anggota keluarga. Pada masa pandemi, percakapan lebih sering dilakukan oleh orang tua yang lebih aktif mengawasi, yang membiasakan anggota keluarga lebih intens dalam pembicaraan sehari-hari dan kepatuhan pada aturan yang disepakati bersama.

Fungsi Media Sosial dalam Transformasi Komunikasi Keluarga Muslim

Media sosial memiliki fungsi yang cukup strategis dalam komunikasi keluarga. Meskipun masa pandemi aktifitas di luar rumah dibatasi, namun komunikasi menggunakan media sosial tetap dilakukan oleh anggota keluarga kepada kerabat, teman, kolega bahkan antar anggota keluarga. Van Dijk berpendapat bahwa media sosial adalah lebih dari sekadar alat komunikasi, tetapi infrastruktur konektivitas yang menghubungkan individu, komunitas, dan institusi (Dijk, 2013). Komunikasi antar anggota keluarga pada masa pandemi Covid-19 dan normal baru lebih banyak dilakukan dalam bentuk *interpersonal communication*, karena keberadaan di rumah bersama sama. Namun media sosial tetap digunakan oleh anggota keluarga untuk berkomunikasi.

Dari hasil kajian tentang transformasi komunikasi keluarga muslim di masa pandemi dan normal baru media sosial memiliki fungsi: *pertama* fungsi korelasi. Bagi keluarga yang memiliki anak usia sekolah, berkomunikasi dengan pihak sekolah, komunitas kelas, guru dan wali murid dengan media sosial. Mereka mendapatkan informasi yang jelas tentang kondisi anak dari pihak sekolah melalui chat dengan wali kelas dan group kelas. Melalui group media sosial Whatsapp,

orang tua dan sekolah saling berkorelasi untuk kelancaran proses belajar dan keberhasilan studi anak serta keberlangsungan proses pendidikan. Bagi keluarga yang anaknya usia Sekolah Menengah Atas dan sedang kuliah di Perguruan Tinggi, media sosial berperan membantu dalam menetapkan agenda keluarga. Karena informasi dari sekolah atau kampus sebagai pihak eksternal keluarga, kemudian dibawa ke dalam komunikasi internal keluarga. Anggota keluarga saling membantu untuk tujuan bersama. Pada posisi ini, media sosial selain berfungsi untuk korelasi eksternal juga pada internal keluarga. Dannis McQuail mengatakan fungsi korelasi merujuk pada peran media dalam menghubungkan berbagai elemen dalam masyarakat. McQuail menjelaskan pula bahwa media membantu membentuk opini publik, menetapkan agenda, dan memberikan interpretasi tentang peristiwa (McQuail, 2010). Elemen keluarga, komunitas sekolah dan Perguruan Tinggi terhubung dan bekerjasama dalam mewujudkan tujuan bersama. Media sosial berfungsi menghubungkan elemen-elemen tersebut pada situasi pandemi Covid-19 dan era normal baru. Dengan adanya korelasi, media sosial berfungsi untuk kolaborasi dalam mencapai tujuan, berbagi agenda dan menguatkan koneksi. Komunikasi antar anggota keluarga dan dengan eksternal keluarga melalui media sosial menunjukkan bahwa media sosial juga memiliki fungsi *Sharing, Collaborating dan Connecting* (Puntoadi, 2011).

Fungsi media sosial dalam transformasi komunikasi keluarga muslim yang kedua adalah mengurangi ketidakpastian dan *presence*. Komunikasi antara anggota keluarga pada keseharian mereka dilakukan dalam bentuk *interpersonal communication* dan juga menggunakan media sosial. Anggota keluarga yang berusia remaja dan dewasa awal, keterbukaan dalam percakapan kepada orang tua relatif kurang, karena mereka merasa sudah dapat mandiri dalam menyelesaikan problemnya, dan merasa malu bercerita pada orang tua. Pada sisi orang tua ada kekhawatiran terhadap anak ketika mereka berada di luar rumah. Meski kebijakan tentang pembatasan aktifitas kegiatan di luar rumah diberlakukan oleh pemerintah, namun mereka masih keluar rumah untuk menghilangkan kejenuhan. Pada kondisi seperti ini, orang tua

memiliki inisiasi berkomunikasi terlebih dahulu, melalui media social, yakni group *Whatsapp* (WA) keluarga.

Tujuan komunikasi orang tua adalah memastikan keberadaan anaknya dan aktifitas yang dilakukannya. Pengurangan ketidakpastian informasi dengan berkomunikasi melalui media sosial kepada anak juga dilakukan pada saat mereka di kamarnya dan lama tidak keluar. Kuliah online yang dilakukan sepanjang hari di dalam kamar, kadang membuat orang tua gelisah karena tidak mengetahui kondisi anaknya. Dalam beberapa kajian yang telah dilakukan tentang fungsi media sosial pada masa pandemi telah membahas pengurangan ketidakpastian karena banyaknya berita atau informasi yang diragukan kebenarannya. Untuk mengurangi ketidakpastian informasi di media sosial yang beredar, Pentingnya memublikasikan hasil riset dari para peneliti yang ilmiah untuk mengurangi ketidakpastian informasi di media sosial (Erdem, 2021) tentang Covid-19.

Beberapa kajian telah membahas pengurangan ketidakpastian pada ruang publik, yang menjadi fungsi media sosial. Media sosial dapat mengkonstruksi ketidakpastian dengan cepat di ruang publik karena sifatnya yang *realtime* dalam menyebarkan informasi, sekaligus juga dapat mengurangi ketidakpastian di ruang publik dengan informasi yang benar. Sifat media sosial dimana kontennya bisa diproduksi dan dikonsumsi oleh setiap individu di masyarakat, memberi ruang kepada semua untuk sharing konten. Ketidakpastian muncul karena adanya informasi yang tidak jelas. Dalam konteks komunikasi keluarga muslim pada waktu pandemi Covid-19 ini, media sosial memiliki fungsi pengurangan ketidakpastian dalam lingkup mikro *interpersonal* keluarga. Komunikasi melalui media sosial keluarga, adalah bukti *presence* atau kehadiran anggota keluarga. Kepastian informasi dieliminir melalui komunikasi antar anggota keluarga, memberi mereka rasa aman dan nyaman. Dalam kerangka kerja *honeycomb* (Bhatia, 2020) fungsi media sosial diantaranya adalah *conversations*, *presence* dan *sharing* serta *relationship*. Kehadiran anggota keluarga di media sosial dengan percakapan dan berbagi informasi

tentang kondisi mereka, menguatkan hubungan antar anggota keluarga dan mengurangi ketidakpastian.

Fungsi *ketiga* membangun *networking* keluarga. Komunikasi melalui media sosial antara orang tua kepada pihak sekolah atau sebaliknya, memberikan ruang *sharing* dan kolaborasi dengan keluarga wali siswa lainnya. Komunitas wali siswa terbagun melalui media sosial, kolaborasi dan terkoneksi dalam kerjasama untuk kesuksesan pendidikan anak-anaknya. Melalui media sosial *networking* antar keluarga terbangun, mereka *sharing* tentang materi atau tugas yang disampaikan guru dalam WAG. Intensitas pendampingan kepada proses pembelajaran anak, mendekatkan secara emosional antar keluarga siswa.

Selain komunitas orang tua dan sekolah, komunikasi keluarga melalui media sosial dalam internal keluarga berkembang pada jaringan keluarga teman anaknya. Anak sebagai anggota keluarga yang masih usia remaja dan pendidikan dasar, lebih sering bercerita tentang temannya kepada orang tua. Dalam upaya menjaga kesehatan anak, seringkali orang tua berkomunikasi dan memastikan kepada keluarga teman anaknya, ketika mereka berada di rumah temannya. Denis McQuail dan Mark Deuze menjelaskan fungsi media sosial sebagai alat untuk menghubungkan individu dalam jaringan sosial yang lebih luas (McQuail & Deuze, 2020). Meskipun pandemic Covid-19 dan *new normal* membatasi interaksi sosial secara fisik, namun komunikasi melalui media sosial dapat memberi solusi dalam menyelesaikan tugas pendampingan pendidikan anak dan sisi positifnya mempermudah jalinan *networking*.

Fungsi Keempat media social adalah produksi hiburan dan sarana hiburan keluarga. Masa pandemi Covid-19 dan era normal baru merupakan masa dimana masyarakat sangat hati-hati dan waspada dalam menjaga kesehatan mereka, baik fisik maupun mental. Informasi tentang adanya korban yang sakit atau meninggal dunia akibat virus ini, membuat perasaan anggota keluarga gelisah. Untuk mengurangi kegelisahan, orang tua sering memberi nasehat dan mengajak anak untuk tetap tenang dan bahagia, dengan tujuan imunitas terjaga. Pada

keluarga yang memiliki anak remaja dan dewasa, anak berinisiasi menggunakan media sosial untuk menghibur diri dan keluarga dengan mengajak untuk membuat konten di media sosial. Mereka memproduksi aktifitas keseharian seperti keakraban keluarga dalam memasak, bertanam bunga, atau bernyanyi bersama sebagai konten media sosial mereka. Sedangkan keluarga yang memiliki anak usia Sekolah Dasar, orang tua membantu anak membuat tugas sekolah, seperti membuat video presentasi atau bercerita tentang aktifitasnya dan diunggah pada akun *Youtube* atau media sosial lain milik anggota keluarga, menjadi aktifitas yang menghibur bagi keluarga. Aktifitas produksi konten media sosial ini, menjadi hiburan bagi anggota keluarga, sekaligus mengalihkan kegelisahan dari ancaman virus Covid-19 di masa pandemi dan *new normal*. Disamping itu, media sosial digunakan sebagai sarana mencari hiburan, seperti menonton film bersama, melakukan senam di rumah, serta menyanyikan lagu-lagu islami dan shalawat yang dilantunkan bersama antara orang tua dan anak. Menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch (West & Turner, 2010) dalam teorinya *uses and gratification* menyatakan bahwa khalayak aktif menggunakan media dan berorientasi pada tujuan, khalayak juga memiliki inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan bermedia, serta mereka memiliki kesadaran diri dalam penggunaan media berdasarkan pada minat dan motif yang dimiliki, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat tentang kegunaan media. Dalam perspektif teori Katz dan Blumer ini, keluarga sebagai khalayak yang menggunakan media, mereka aktif dalam memilih media sesuai dengan yang mereka butuhkan.

Pada sisi lain, dalam perspektif *uses and gratification* ini, tidak memberikan gambaran secara spesifik tentang khalayak sebagai produsen konten media, tetapi khalayak sebagai konsumen media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, personal, sosial maupun *escapism* (pelarian dan pengalihan dari tekanan) atau *diversion*. Masa pandemi dimana teknologi komunikasi telah berkembang, media sosial memberi ruang pada khalayak tidak hanya mengkonsumsi, tetapi juga memproduksi konten, sehingga dapat dikatakan bahwa khalayak tidak

hanya aktif mengonsumsi media, tapi juga menjadi produsen media sosial. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana hiburan keluarga. Mereka menggunakan media sosial untuk mencari konten yang sesuai dengan minat, motif dan tujuan mereka, seperti mencari lagu karaoke dan bernyanyi bersama, serta lagu-lagu islami. Media sosial berfungsi sebagai sarana hiburan keluarga, pada saat interaksi sosial dibatasi. Pengalihan dari ketegangan dan kegelisahan karena pandemi, menjadi kebutuhan *diversion* dengan konsumsi konten media sesuai minat dan tujuan atau dengan kesengajaan atau *intentionality* dan *selectivity* (West & Turner, 2010).

Kelima; Media sosial berfungsi sebagai referensi pengetahuan baru bagi keluarga. Sebelum pandemi sebagian orang tua mengenal dan menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi, khususnya bagi ibu yang tidak berkarir, mereka menggunakan WA untuk berkomunikasi. Di masa pandemi dimana orang tua mendampingi anak dalam proses belajar, memberi ruang orang tua untuk mengenal dan menggunakan beberapa *platform* media sosial seperti google meet, zoom, instagram, dan youtube. Proses pendidikan yang beralih dari gedung ke ruang *online*, tidak hanya mengalihkan tempat belajar, tetapi juga mengalihkan cara keluarga mencari pengetahuan. Ruang kelas yang menjadi sumber pengetahuan anak, ketika berganti menjadi kelas *online* mengurangi akses anak mendapatkan pengetahuan langsung dari guru. Pada saat anak masih belum memahami sepenuhnya materi sekolah atau kuliah, mereka bertanya ke orang tua atau kakaknya. Dalam proses pendampingan belajar anak, beberapa pengetahuan yang belum selesai mereka pahami, pada gilirannya mereka mencari dari internet, Dengan berselancar pada aplikasi pencarian pengetahuan seperti google. Selain aplikasi pencarian, media sosial seperti youtube menjadi tempat mencari pengetahuan baru bagi keluarga. Banyaknya pengetahuan yang diproduksi oleh khalayak di youtube membantu orang tua dan anak dalam menyelesaikan tugas sekolah dan kuliah. Selain sebagai referensi dalam belajar, media sosial juga berfungsi sebagai referensi pengetahuan dan *skill* atau ketrampilan baru bagi mereka. Seperti ketika waktu luang, keluarga mencoba resep

masakan yang mereka dapat dari media sosial, membuat kue dan bercocok tanam, serta cara merawat tanaman. Keterbatasan interaksi sosial karena kebijakan pembatasan aktifitas di luar rumah, membuka jalan lebar setiap individu untuk mencari pengetahuan baru dari media sosial. sebagai rujukan pengetahuan dan ketrampilan baru dalam komunikasi keluarga.

Keenam; Fungsi media sosial bagi anak yang sudah duduk di SMA dan Perguruan Tinggi, selain menjadi referensi pengetahuan dalam mengerjakan tugas sekolah dan kuliah, juga berfungsi sebagai sarana membangun komunitas baru. Penggunaan media untuk minat dan kepentingan anak dalam mencari referensi pengetahuan ini sebagaimana dalam teori *uses and gratification* dimana khalayak akan memilih media sesuai dengan tujuan mereka. (West and Turner, 2010). Selain itu juga mereka membangun jejaring baru berbasis kesamaan minat dengan komunitas daring (dalam jaringan), yang memiliki minat sama untuk bekerjasama saling mempertukarkan ide, pengetahuan, sumberdaya atau membuat pekerjaan. Jan Van Dijk dalam gagasan *the network society* nya menjelaskan bahwa masyarakat jaringan merupakan satu tipe masyarakat modern dengan infrastruktur jaringan sosial dan media yang menjadi ciri dalam cara pengorganisasiannya di setiap tingkat: individu, kelompok/organisasi, dan masyarakat (Dijk, 2020) . Anak yang telah duduk di bangku kuliah dalam keluarga muslim, memiliki pengalaman berteman dengan orang yang memiliki minat yang sama di dunia jaringan. Media sosial menjadi alat untuk mengorganisir komunitas baru tersebut. Komunitas yang mereka bangun, tidak lagi hanya sebatas keluarga, teman kuliah atau teman kerja, tetapi bersama orang-orang baru yang memiliki minat yang sama dalam satu urusan. Selanjutnya Van Dijk juga menjelaskan pada saat awal gagasan ini dicetuskan bahwa:

"... increasingly, these networks link every unit or part of this society (individual, group and organizations), in western societies, the individual linked by networks is becoming the basic unit of the network society, in eastern societies, this might still be the group (family, community, work team) linked by network" (Dijk, 2020).

Dalam konteks kajian ini, fungsi media sosial dalam transformasi komunikasi keluarga muslim, dimana anak yang telah tumbuh menjadi remaja dan dewasa, dan telah berinteraksi dalam jaringan, mereka membangun jaringan tidak hanya sebatas keluarga serta teman kuliah atau kerja saja, tetapi jaringan berdasarkan minat mereka melalui media sosial. Ini menunjukkan bahwa *the network society* yang terhubung melalui jaringan media sosial tidak hanya ada pada masyarakat Barat, tetapi juga pada masyarakat Timur.

Simpulan

Media sosial memiliki fungsi yang strategis dalam transformasi komunikasi keluarga muslim di masa pandemi Covid-19 dan normal baru. Meskipun komunikasi keluarga lebih sering dilakukan secara *interpersonal*, namun media sosial sangat membantu dalam proses komunikasi internal keluarga, maupun dengan pihak luar pada beberapa aspek kehidupan seperti pendidikan dan sosial keagamaan. Transformasi komunikasi terjadi dalam bentuk dan tipe yang variatif. Bagi keluarga muslim yang memiliki anak duduk di bangku kuliah dan SMA, terdapat dua tipe dan bentuk transformasi komunikasi keluarga. Tipe dan bentuk yang pertama adalah dari tipe transformasi komunikasi. *Pertama* dari tipe *Laissez Feire* ke tipe protektif, yaitu keluarga yang tidak bertemu setiap hari karena anak menempuh pendidikan di kota lain. Sebelum pandemi bentuk komunikasinya dengan orientasi percakapan yang sedikit dan kepatuhan yang rendah, selanjutnya bertransformasi ke tipe protektif dimana orientasi percakapan sedikit, namun kepatuhan anak pada orang tua tinggi. *Kedua*, keluarga yang memiliki kemampuan literasi media bertransformasi dari tipe protektif ke tipe konsensual. Karena ditopang oleh pemahaman tentang komunikasi di media sosial, komunikasi yang awalnya sebelum pandemi berorientasi pada percakapan yang sedikit, namun kepatuhan tinggi, bertransformasi pada tipe konsensual dimana orientasi percakapan keluarga intens dan kepatuhan tinggi. Informasi

tentang bahaya virus covid-19, meningkatkan intensitas percakapan keluarga.

Pada keluarga muslim yang memiliki anak usia Sekolah Dasar, terdapat dua tipe dan bentuk komunikasi keluarga. *Pertama*; yang berasal dari latar belakang pesantren, komunikasi keluarga intensitas percakapannya tinggi dan kepatuhan anak juga tinggi, baik sebelum dan pada masa pandemi. Transformasi terjadi dalam konten percakapan, dimana orang tua pada masa pandemi lebih menekankan pada fungsi media sosial sebagai sarana belajar. *Kedua*; komunikasi keluarga yang bertransformasi dari tipe pluralistis -keluarga yang melakukan komunikasi dengan percakapan kurang intens dan kepatuhan anak kurang- ke tipe konsensual, dimana percakapan antar anggota keluarga tinggi dan kepatuhan anak tinggi. Rumah yang menjadi tempat berkumpul keluarga sehari-hari, dan kondisi Covid-19 yang masih belum usai, memberi ruang kepada orang tua untuk lebih perhatian kepada anak dan sebaliknya anak mendengarkan dan mematuhi orang tua mereka.

Dalam transformasi komunikasi keluarga muslim di masa pandemi dan normal baru, media sosial berfungsi untuk korelasi atau menghubungkan keluarga dengan komunitas internal dan eksternal keluarga. Selain itu, media sosial menjadi sarana mengurangi ketidakpastian, karena dapat menghadirkan anggota keluarga ketika mereka tidak di rumah, melalui komunikasi online. *Presence* atau kehadiran anggota keluarga ini dapat menghilangkan kecemasan. Selanjutnya media sosial berfungsi membangun dan memperluas *networking* keluarga, juga sarana produksi dan konsumsi hiburan keluarga. Kebersamaan menghadapi ancaman Covid-19 dalam keluarga mampu menghadirkan karya sebagai upaya menjaga kebahagiaan, melalui produksi hiburan. Masa pandemi, media tidak hanya sebagai sarana konsumsi hiburan keluarga, tetapi juga sebagai alat produksi hiburan. Fungsi selanjutnya adalah sebagai sarana dalam mencari pengetahuan baru dan membangun jaringan baru bagi anak dalam *network society*. Dalam kajian ini, fungsi tidak hanya berorientasi

pada penggunaan media oleh khalayak, tetapi media juga menjadi sarana produksi konten oleh keluarga muslim.

Referensi

- A, Riadi. (2019). Pedoman dan Pencegahan Coronavirus (COVID-19). *Math Didact. J. Pendidik. Mat*, 4(1), 214.
- Anon. (2020). 'Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?' Kompas.com. Diakses February 6, 2021, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahfiarti, T. (2012). *Dasar-Dasar Teori Komunikasi*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Bahfiarti, T. (2016). *Komunikasi Keluarga (Suatu Pendekatan Keberlanjutan Regenerasi Anak Petani Kakao di Sulawesi Selatan)*. Makassar: Kedai Buku Jenny.
- Beebe, S. A., & Redmond, M. J. (2014). *Interpersonal Relating to Others*. USA: Allyn and Bacon.
- Bhatia, P. S. (2020). *Social Media and Mobile Marketing Strategy*. New Delhi: Wiley.
- Cangara, H. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kholil, S. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Medan: Perdana Publishing.
- Liliweri, A. (1997). *Komunikasi Antar-Pribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory* (7th ed.). UK: SAGE Publications.
- Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socio-Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Parks, M. (2007). *Personal Relationships and Personal Networks*. NJ: Erlbaum.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, J. (2006). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruben, B. D., & Stewart, L. P. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (Terjemahan). Jakarta: Rajawali Press.
- Sarosa, S. (2012). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Indeks.
- Supratiknya, A. (1995). *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Wirawan. (2010). *Konflik dan Manajemen Konflik: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika.