

Simulasi-Simulakra Pandemi Covid-19 dalam Media Youtube

A Y Pranata¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Univeritas Atma Jaya Yogyakarta

E-mail: adrianus.pranata@uajy.ac.id¹

Abstrak. Pandemi Covid-19 memperoleh bermacam-macam tanggapan dari publik yang terekam di berbagai media sosial. Penelitian ini hendak melihat tanggapan-tanggapan yang terekam di media Youtube. Hal utama yang hendak diteliti adalah bagaimana Youtube bisa memberikan pemahaman yang tidak selalu selaras dengan fakta di lapangan dan publik bisa percaya pada hal semacam itu. Inilah nanti yang disebut oleh Baudrillard sebagai munculnya hiperrealitas dalam media komunikasi digital dalam jaringan. Ada enam fenomena yang hendak diamati, yaitu pemberitaan tentang Virus Corona di Wuhan, Covid-19 mulai masuk Indonesia, *work from home*, PPKM, vaksin pertama, dan lepas masker. Data yang diambil adalah transkrip video dan komentar-komentarnya. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *library* Python, yaitu *youtube-comment-downloader* dan *speech-recognition*. Data yang terkumpul akan disusun dalam *wordcloud*. Kemudian data tersebut dibahas secara kualitatif dalam Kerangka Pemikiran Baudrillard tentang Simulasi-Simulakra. Hasil analisis menunjukkan bahwa pembahasan yang relevan mengenai disinformasi melalui media sudah kurang relevan lagi. Pandemi telah mentransformasi pola komunikasi di dalam masyarakat ke era digital. Dalam berbagai informasi melalui media digital, justru pesannya adalah media itu sendiri, bukan Covid-19. Dengan kata lain, cara penyampaian pesan secara virtual telah menjadi realitas baru, bukan hanya saluran. Para pelaku media komunikasi mendapat peran baru, bukan hanya penyampai pesan dan *gatekeeper*, tetapi juga sebagai pembangun ulang hiperrealitas.

Kata kunci: pandemi; simulasi-simulakra; hiperrealitas; Youtube; Baudrillard

Abstract. *The Covid-19 pandemic has been responded by the public, which has been recorded on various social media platforms. This research aims to examine the responses recorded on Youtube. The focus is on how Youtube can provide an understanding that is not always in line with the facts, and still, the public believes in it. It is what Baudrillard referred to as the emergence of hyperreality in digital communication media networks. Six phenomena will be observed, namely the news about the Coronavirus in Wuhan, Covid-19 entering Indonesia, working from home, PPKM, the first vaccine, and removing masks. The data collected consists of video transcripts and comments. Data collection was done using Python libraries, namely youtube-comment-downloader, and speech-recognition. The collected data was arranged in a word cloud and then qualitatively analyzed within the framework of Baudrillard's simulation-simulacra theory. The results of the analysis showed that relevant discussions regarding disinformation through the media were no longer relevant. The pandemic has transformed communication patterns within society into the digital era. In various information through digital media, the message was about the media itself, not just Covid-19. In*

other words, the way messages were conveyed virtually has become a new reality, not just a channel. Communication media practitioners have a new role, not only as message conveyors and gatekeepers but also as rebuilders of hyper-reality.

Keywords: *pandemic; simulation-simulacra; hyperreality; Youtube; Baudrillard*

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang berlangsung mulai dari 2019 lalu mengubah pola kehidupan di dalam masyarakat. Salah satu himbauan yang sangat berpengaruh adalah mengenai menjaga jarak (*social-physical distancing*). Himbauan ini menimbulkan arus perubahan pola relasi dari yang sebelumnya berbasis pada perjumpaan menjadi pola relasi yang berbasis digital. Sebelum pandemi, komunikasi digital hanya sebagai sarana sekunder, yaitu sarana pendukung untuk menjalin relasi dan komunikasi. Ketika pandemi, komunikasi digital menjadi sarana yang primer. Data dari APJII, sebagaimana dikutip oleh Finaka [1] menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penetrasi internet dari 171,17 juta pengguna atau 64,80% di tahun 2018 menjadi 196,71 juta atau 73,70% di tahun 2019-2020. Hal itu diikuti pula dengan frekuensi penggunaannya yang meningkat secara signifikan. Media digital yang banyak digunakan adalah media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dan lain-lain. Tingkat penggunaan media sosial mencapai 98,02% dari total pengguna internet. Pada masa setelah pandemi, kenaikan tingkat penetrasi tidak sebesar pada masa pandemi, yaitu menjadi 210,03 juta pengguna (77,07%) pada 2021-2022 dan 215,63 (78,19%) pada 2022-2023.

Pertukaran informasi melalui media sosial mempunyai ciri divergensi komunikator dan komunikan. Pola komunikasi tidak lagi tersusun secara hierarkis, atas-bawah atau bawah-atas, tetapi secara sirkular dalam posisi yang sejajar. Siapa pun bisa menjadi komunikator dan sekaligus komunikan. Divergensi ini menimbulkan arus informasi beredar di masyarakat menjadi terdesentralisasi. Setiap orang bisa menjadi sumber berita tanpa ada yang melakukan validasi kebenarannya [2].

Covid-19 sebagai fenomena baru tidak banyak dipahami oleh masyarakat. Pihak medis pun masih belum bisa memastikan kebenaran mengenainya karena informasi penelitian yang masih minim. Adanya ketidakpastian ini menimbulkan berbagai keragu-raguan dalam masyarakat mengenai langkah apa yang seharusnya diambil. Informasi yang masih simpang siur tersebut sayangnya banyak beredar melalui media sosial. Divergensi komunikasi melalui media sosial mengenai Covid-19 beresiko menimbulkan misinformasi yang akibatnya adalah tidak adanya kesatuan langkah dalam penanganan pandemi.

Penelitian ini hendak meninjau arus komunikasi mengenai covid yang terjadi di media sosial. Media sosial yang hendak diteliti adalah Youtube (www.youtube.com). Baudrillard [3] menuding bahwa media komunikasi digital telah menciptakan makna baru yang kemudian disebutnya sebagai simulasi-simulakra. Bukan hanya makna baru, lebih jauh lagi, media telah menciptakan realitas baru yang disebutnya sebagai hiperrealitas. Penggunaan kata 'hiper' menyiratkan bahwa realitas tersebut melampaui makna. Dalam kerangka simulasi-simulakra tersebut, hoaks, disinformasi, dan misinformasi mendapat relevansi baru dan menjadi lebih relatif. Pertanyaan yang muncul dari fenomena tersebut adalah apakah pemberitaan Pandemi Covid-19 di Youtube merupakan realitas, simulasi, atautkah simulakra?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan bahasa R untuk menyusun narasi dalam wordcloud. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan library dari python, yaitu youtube-comment-downloader [4]. Sementara itu, transkrip video juga akan diekstrak untuk dibandingkan dengan komentar. Ekstraksi transkrip dilakukan dengan Python. Analisis atas transkrip dan komentar-komentar tersebut akan digunakan untuk melihat bagaimana terjadinya tingkatan simulasi-simulakra (*the order of simulation-simulacra*) dalam pemikiran Jean Baudrillard.

2. Metode

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan memfokuskan pada analisis teks. Objek utama yang diteliti adalah video di media Youtube yang berhubungan dengan Pandemi Covid-19 di Indonesia. Ada dua jenis teks yang diambil sebagai data, yaitu transkrip video dan komentar atas video tersebut. Transkrip video diekstrak dengan menggunakan python dengan skrip `speech-recog-wav.py` [5]. Data teks dalam ekstensi `.txt` hasil dari ekstraksi video tersebut kemudian dianalisis dengan `wordcloud` dalam skrip `wordcloud.R` [6]. Sementara itu, komentar dari video-video Youtube diekstrak dengan `youtube-comment-downloader` [7]. Hasil `scrapping` tersebut kemudian diubah ke *lowercase* dan dihilangkan semua tanda bacanya dengan skrip `text-cleaning.R` [8] dan dianalisis dengan `wordcloud` dengan skrip `wordcloud.R`. Array yang digunakan sebagai `stopwords` adalah `stopwords-id` [9]. Skrip dalam bahasa Python dijalankan dengan Visual Code Studio sedangkan teks dalam bahasa R dijalankan dengan R Studio.

Hasil dari *scrapping* dan analisis atasnya kemudian diinterpretasi dalam kerangka pikir simulasi-simulakra dalam pemikiran Jean Baudrillard (1929-2007). Kerangka pikir ini hendak mengritik (melihat proses utuh) kaitan antara realitas yang hadir secara nyata dengan saluran yang melaporkan realitas tersebut. Data literatur ini dielaborasi dari berbagai tulisan Baudrillard dan berbagai ulasan tentangnya. Pemikiran Baudrillard tentang media bersinggungan dengan pemikiran dari Marshall McLuhan tentang bagaimana cara mengerti media di zaman modern. Dengan demikian, fokus utama dari penelitian ini adalah observasi atas pemberitaan media sosial, khususnya Youtube, mengenai Pandemi Covid-19 serta menganalisis tahapan-tahapan simulakra dalam pemberitaan tersebut.

Pandemi Covid-19 merupakan rangkaian besar yang tersusun dari berbagai peristiwa. Untuk dapat melihat Covid-19 di media Youtube, peneliti perlu melihat gambaran besarnya. Sebuah rangkaian peristiwa memiliki bingkai dasar yang terorganisir dari awal sampai akhir [10] [11]. Peristiwa awal memberikan konteks kepada pemirsa, sedangkan bagian akhir menunjukkan kesimpulan. Di antara awal dan akhir tersebut terdapat peristiwa utama (*main event*) yang merupakan bagaimana konteks awal bisa sampai pada kesimpulan akhir seperti itu.

Pandemi Covid-19 yang melanda di Indonesia merupakan rangkaian peristiwa. Youtube merekam peristiwa-peristiwa tersebut dalam berbagai video yang dimulai dari munculnya pemberitaan mengenai Covid-19 di Wuhan hingga kebijakan lepas masker serta berbagai efek yang ditimbulkannya. Rangkaian peristiwa tersebut dibagi ke dalam enam tahapan penting yang paling memengaruhi opini publik [12], yaitu:

1. Awal munculnya Covid-19 di Wuhan, Tiongkok
2. Awal masuknya Covid-19 ke Indonesia
3. Seruan Pemerintah Indonesia untuk menjalankan aktivitas dari rumah (*work from home, WFH*)
4. PPKM darurat
5. Vaksin Covid-19
6. Indonesia bebas masker

Setiap peristiwa diwakili dengan satu video dari kanal yang banyak mendapat tanggapan, yaitu Tribunnews, Kompas, Metro TV, dan sumber resmi pemerintah.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Data Literatur: Simulasi dan Simulakra dalam Pemikiran Baudrillard

Baudrillard berbicara banyak mengenai realitas sosial, simbolisasi, dan makna. Pemikirannya banyak dipengaruhi oleh pandangan Marxisme. Meskipun demikian, Baudrillard tidak hanya berhenti pada kritik atas kapitalisme sebagaimana dilakukan Marx-Engels dan para Marxian setelahnya, seperti para pemikir dari Sekolah Frankfurt. Pandangan khas dari Baudrillard sebagai neo-marxian adalah mengenai simulasi-dan simulakra.

Sebagaimana dikenal dalam pandangan Marxisme, masyarakat terstruktur ke dalam sub-struktur dan supra-struktur. Sub-struktur merupakan fondasi berdirinya masyarakat sebagai variabel bebas.

Sementara itu, supra-struktur merupakan bangunan atas dalam masyarakat yang terikat pada variabel bebas. Baudrillard mengikuti pendapat Marx bahwa sub-struktur dalam masyarakat adalah ekonomi. Dari sub-struktur ekonomi itulah makna bahasa dalam simbol-simbol di-derivasi.

Salah satu topik utama dalam sistem ekonomi adalah soal komoditas. Marx [13] mendefinisikan komoditas sebagai objek eksternal yang mengalami penambahan nilai guna (*use value*) melalui proses produksi. Dengan demikian, nilai komoditas secara ketat ditentukan oleh nilai guna atau dengan kata lain, komoditas adalah representasi atas penambahan nilai guna tersebut. Sirkulasi pasar dengan berpatokan pada nilai guna komoditas tersebut lama-kelamaan mengalami kesulitan karena nilainya terus berubah cepat mengikuti sistem pasar yang semakin kompleks. Selain itu, banyak faktor produksi yang menjadi variabel bebas pada modal menyebabkan perubahan yang cepat atas nilai komoditas. Dengan mempertimbangkan kesulitan tersebut, pasar membuat mekanisme yang dianggap lebih mudah untuk menentukan nilai komoditas dengan cepat, yaitu dengan sistem uang.

Uang menimbulkan pergeseran dalam konsep ekonomi secara lebih luas. Sebelumnya nilai komoditas berkorelasi linear dengan nilai guna dan faktor produksi, yaitu semakin tinggi nilai guna dan semakin besar faktor produksi, maka semakin tinggi pula nilai komoditas, demikian sebaliknya. Misalnya, mobil dianggap memiliki nilai guna dan faktor produksi yang lebih besar daripada jagung sehingga memiliki nilai komoditas yang lebih tinggi. Dalam sistem uang, relasi antara nilai guna dengan nilai uang itu tidak ada keselarasan yang penuh. Sebagaimana diamini oleh Marx, Ricardo [14] menyebut uang hanya memiliki nilai ekstrinsik tanpa nilai intrinsik. Artinya, dalam dirinya sendiri, uang itu secara intrinsik hanya kertas atau logam yang diberi nilai ekstrinsik berupa label digit angka. Nilai ekstrinsik tersebut didasarkan pada otoritas keuangan yang dipercaya oleh masyarakat seperti misalnya bank sentral. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa uang merupakan kesepakatan bersama dalam sistem sosial. Yang dimaksud kesepakatan bersama tersebut adalah suatu mekanisme pasar dalam menentukan nilai uang dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi (produksi-distribusi-konsumsi). Dengan demikian, dalam sistem uang, modal komoditas telah menjadi modal komersial.

Modal total merupakan akumulasi dari modal konstan dan modal variabel [13] [15]. Modal konstan merupakan modal yang sifatnya tetap seperti bahan dan alat pabrik. Sedangkan modal variabel berubah-ubah sesuai proses produksi, yaitu tenaga kerja. Dari perspektif modal dalam bentuk komoditas, kedua jenis modal tersebut mempunyai referensi fisik yang bisa diidentifikasi dengan jelas. Akan tetapi, dalam sistem modal komersial, kedua jenis modal tersebut (konstan dan variabel) menjadi tidak terlalu signifikan untuk dibahas secara substansial karena yang lebih berpengaruh adalah relasi nilai [16]. Relasi nilai ini sifatnya fleksibel dan non-materi, tetapi objektif yang ditentukan secara sosial [15]. Oleh karena itu, pada perkembangannya, nilai uang tidak selalu berkorelasi linear dengan nilai guna dan faktor produksi sebagai aspek material.

Relasi antara nilai guna, komoditas, dan uang ini paralel dengan relasi antara realitas dan simbol bahasa. Realitas merupakan aspek fisik atau material yang menjadi variabel bebas, sedangkan simbol bahasa adalah aspek mentalnya sebagai variabel terikat. Secara leksikal, simbol itu terikat pada realitas tertentu. Misalnya, sebuah mobil sebagai realitas bisa dibahasakan dengan “mobil”, “*auto*”, “*car*”, dan lain-lain. Kebenaran bahasa ada pada keselarasan antara bahasa dan realitasnya. Dalam semiotika Saussure [17], relasi antara realitas dan simbol ini dinyatakan dengan penanda (*signifier*) dengan apa yang ditandakan (*signified*). Dalam relasi ini, realitas yang ditandakan (*signified*) dibahasakan oleh penanda (*signifier*). Bahasa merupakan sistem simbol yang disepakati dalam suatu masyarakat sebagai cara penyampaian pesan atau informasi dengan mengacu pada realitas tertentu. Proses pertukaran informasi ini mengutamakan aspek kebenarannya, yaitu kesesuaian bahasa dengan realitas yang diacunya.

Baudrillard [18] menyatakan bahwa produksi makna dalam modus *signified-signifier* telah berakhir dan digantikan oleh modus simulasi-simulakra. Penggunaan media digital sebagai alat komunikasi menandai perubahan pola tersebut. Ada empat tahap simulasi-simulakra [3]. Yang pertama adalah adanya keterkaitan yang kuat antara realitas dengan bahasa sebagaimana dalam *signified-signifier*. Kaitan yang erat ini dianalogikan seperti kaitan antara komoditas dengan nilai guna. Pada tahap yang kedua, realitas hadir

dalam simulasi. Manusia merupakan makhluk yang memiliki keterbatasan fisik sehingga dalam beberapa teknologi diperlukan untuk mengatasinya. Simulasi merupakan salah satu teknologi yang dibuat untuk melampaui keterbatasan itu. Hal ini nampak dalam, misalnya, permainan yang berbasis teknologi digital seperti permainan digital-simulator balap mobil '*Forza Horizon*'. Dalam permainan tersebut, manusia seolah-olah sedang melaju balapan padahal secara fisik tidak demikian. Permainan ini dibuat untuk mengatasi keterbatasan manusia dalam memenuhi keinginan balapan mobil tanpa punya mobil dan tanpa bahaya kecelakaan. Meskipun demikian, dunia simulasi masih tetap memiliki referensi pada dunia nyata. Mobil-mobil yang ada di *Forza Horizon* masih memiliki acuan pada mobil yang ada secara riil di dunia fisik.

Pada tahap ketiga, dunia digital memproduksi simulakra yang sebagian mengacu pada realitas fisik, tetapi sebagian menyimpang. Hal ini dapat dijumpai dalam berbagai refleksi yang sudah diubah dengan aplikasi editor. Contohnya, sebuah foto wajah merupakan representasi nyata dalam bentuk dua dimensi dari suatu objek manusia. Seringkali foto yang dihasilkan tidak sesuai dengan keinginan sehingga perlu diedit dengan aplikasi misalnya dengan menghilangkan flek di wajah agar terlihat mulus. Pada kasus ini, wajah mulus tidak sesuai kenyataan asli tetapi hanya mengambil bahan dari dunia fisik dan diberikan realitas baru. Hal yang kurang lebih sama nampak dalam video-video di Youtube yang seringkali tidak ditampilkan apa adanya. Banyak video di Youtube telah menjalani proses *editing* sebelum ditayangkan secara publik untuk menyampaikan pesan dan kesan tertentu.

Di tahap selanjutnya, simulakra mengambil bentuk yang sama sekali tidak memiliki referensi pada realitas. Simulakra ini bahkan menciptakan realitas baru yang oleh Baudrillard [19] disebut dengan hiperrealitas atau simulakra murni. Hiperrealitas ini bahkan bisa lebih nyata dari kenyataan itu sendiri. Seperti uang yang dianggap lebih nyata dan mutlak daripada komoditas dan lebih mencerminkan nilai ekonomi, hiperrealitas membawa manusia pada kenyataan baru yang justru menjadi acuan bagi dunia fisik. Misalnya, dalam ekonomi, uang dalam bentuk digit angka di layar lebih dipercaya keasliannya daripada uang fisik atau komoditas yang dianggap senilai dengannya. Dengan demikian, nilai guna (*use-value*) telah bertransformasi menjadi nilai tanda (*sign-value*)

Dalam teknologi komunikasi, simulakra murni merupakan hasil dari produksi makna. Simbol-simbol dalam komunikasi digital tidak lagi merupakan media yang menjembatani realitas dengan komunikannya, tetapi sekarang media telah menjadi isi dari pesan itu sendiri. McLuhan [20] mengatakan bahwa media merupakan isi pesan karena media bukan hanya sebagai perantara, tetapi memiliki peran penting dalam mengubah pola pikir dan perilaku manusia. Seringkali, isi dari sebuah pesan tidak terlalu penting. Yang justru lebih diperhatikan adalah media apa yang digunakan karena itulah pesan sesungguhnya. Oleh karena itu, media tidak lagi berkarakter netral. Baudrillard [21] kemudian memperluas gagasan McLuhan tersebut. Ia mengatakan bahwa media bukan hanya mengubah cara manusia melihat pesan, tetapi juga mengubah cara manusia memandang realitas.

3.2. Data Pandemi Covid-19 dari Youtube

Pandemi Covid-19 telah berlangsung sejak 2019 lalu secara global dan diberitakan mulai masuk ke Indonesia pada 2020. Pandemi disinyalir memberi dampak yang luar biasa dalam berbagai bidang. Dalam bidang medis, ada banyak prosedur kesehatan yang berubah yang mana perubahan tersebut mengacu pada kebijakan politis dari para *stakeholder*. Selain itu, social distancing yang menjadi protokol kesehatan paling utama mengubah pola relasi manusia dari tatap muka (*offline*) menjadi pola relasi melalui jaringan internet (*online*). Aplikasi-aplikasi *video call conference* menjadi hal yang wajib digunakan seperti Zoom, Cisco, Ms. Teams, Google Meet, dan lain-lain. Bidang ekonomi juga mengalami dampak yang luar biasa sejak diterapkannya *physical distancing* dan terutama *lockdown*. Sebelumnya, ekonomi bertumpu pada sistem transaksi secara *cash on delivery* (COD). Ketika pandemi, sistem transaksi online lah yang menjadi tumpuan utamanya. Secara mendadak, mau tidak mau, digitalisasi merupakan hal utama yang harus dilakukan oleh semua orang [22].

Pandemi juga memberikan kengerian yang hebat bagi masyarakat. Setiap hari selalu ada berita tentang berapa yang positif dan berapa yang meninggal. Selain itu pemberitaan mengenai orang yang kehilangan mata pencaharian semakin ramai. Hampir sebagian besar dampak yang diberitakan merupakan kabar negatif. Yang menjadi pertanyaan adalah, apakah virus ini sedemikian mengerikan hingga membuat orang cemas? Ataukah justru pemberitaan mengenai virus itu yang lebih mengerikan daripada virusnya itu sendiri?

Untuk dapat lebih memahami gambaran besar tentang pemberitaan mengenai Pandemi Covid-19, perlu lah kiranya merangkainya terlebih dulu dalam satu kerangka peristiwa yang sederhana. Artikel ini mengambil enam *checkpoint* sebagaimana diberitakan di Youtube:

- (Video 1) “Korban Virus Corona Bertumbuhan di Jalanan Kota Wuhan China”
(<https://www.youtube.com/watch?v=lxD93HcGSdE&bpctr=1682532320>)
- (Video 2) “Jokowi Umumkan 2 WNI Terinfeksi Virus Corona”
(https://www.youtube.com/watch?v=4Mw_oK3WCtw)
- (Video 3) “Pernyataan Jokowi Serukan Warga untuk Kerja, Belajar dan Ibadah di Rumah”
(<https://www.youtube.com/watch?v=cm1a2cswNVM>)
- (Video 4) “LIVE: Presiden Jokowi Putuskan PPKM Darurat, Istana Merdeka, 1 Juli 2021”
(<https://www.youtube.com/watch?v=nbTguNnjYwM>)
- (Video 5) “Jadi yang Pertama! Presiden Joko Widodo Disuntik Vaksin Corona Sinovac”
(<https://www.youtube.com/watch?v=w5NOTxG3Nhg>)
- (Video 6) “Jokowi Umumkan Indonesia Bebas Masker di Ruang Terbuka”
(<https://www.youtube.com/watch?v=h-WMGej45xc>)

(Keterangan: Video pertama ditandai dengan “*The following content has been identified by the YouTube community as inappropriate or offensive to some audiences*”)

Tabel 1 berikut ini adalah data mengenai video di atas secara ringkas:

Tabel 1. Data Video Youtube

	Id	durasi	Jumlah komentar	kanal
Video 1	lxD93HcGSdE	3 menit 4 detik	1529	Tribunnews
Video 2	4Mw_oK3WCtw	2 menit 14 detik	1451	KOMPASTV
Video 3	cm1a2cswNVM	8 menit 16 detik	2308	KOMPASTV
Video 4	nbTguNnjYwM	4 menit 35 detik	25.331	Sekretariat Presiden
Video 5	w5NOTxG3Nhg	8 menit 49 detik	3946	KOMPASTV
Video 6	h-WMGej45xc	2 menit 13 detik	3649	METRO TV

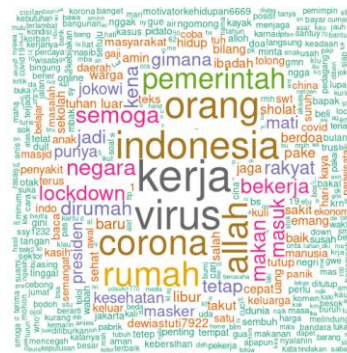
Data yang diambil dari enam video tersebut adalah transkrip teks isi video dan komentar-komentarnya. Transkrip video diekstrak dengan menggunakan python dengan skrip `speech-recog-wav.py` [5]. Data teks dalam ekstensi .txt hasil dari ekstraksi video kemudian dianalisis dengan wordcloud dalam skrip `wordcloud.R` [6]. Sementara itu, komentar diekstrak dengan `youtube-comment-downloader` [7]. Hasil scrapping tersebut kemudian diubah ke *lowercase* dan dihilangkan semua tanda bacanya dengan skrip `text-cleaning.R` [8] dan dianalisis dengan wordcloud dengan skrip `wordcloud.R`. Array yang digunakan sebagai stopwords adalah `stopwords-id` [9]. Skrip dalam bahasa Python dijalankan dengan Visual Code Studio sedangkan teks dalam bahasa R dijalankan dengan R Studio. Hasil transkrip yang lengkap dapat dilihat di `transkrip-video` [23] (Video 5 tidak ada transkripnya karena hanya merupakan liputan kegiatan, tanpa narasi). Scrapping komentar secara lengkap dapat dilihat di `comments` [24] dalam format json dan csv.

Berikut merupakan hasil dari wordcloud transkrip video yang dibandingkan dengan wordcloud komentar di sebelah kanannya:

yang mengacu pada permintaan kepada Pemerintah Indonesia untuk menutup bandara terkait bahaya masuknya virus dari luar negeri.



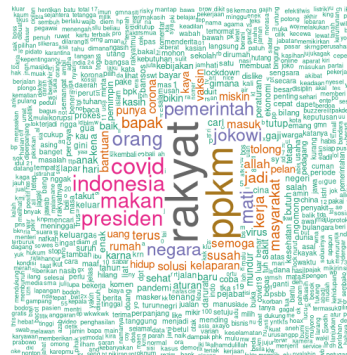
Gambar 5. Wordcloud transkrip “Video 3”



Gambar 6. Wordcloud komentar “Video 3”



Gambar 7. Wordcloud transkrip “Video 4”

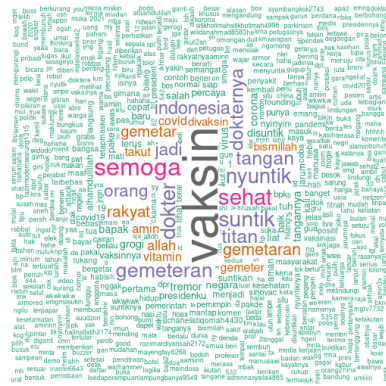


Gambar 8. Wordcloud komentar “Video 4”

Gambar 5 menunjukkan harapan dan kekhawatiran juga masih terlihat kuat dalam video ketiga dan keempat. Kata kunci yang muncul dalam narasi video ketiga adalah Covid-19, langkah, daerah, dan penyebaran. Sementara itu, komentar yang muncul antara lain menanggapi mengenai kerja, virus, orang, Indonesia, pemerintah, dan rumah seperti ditunjukkan pada Gambar 6. Pada video keempat, tanggapan yang muncul di kolom komentar kurang lebih masih berhubungan dengan komentar di video ketiga, yaitu rakyat, PPKM, covid, Indonesia, makan, dan presiden seperti ditunjukkan Gambar 8. Tanggapan ini mengesampingkan narasi videonya yang menekankan tentang kesehatan dan covid seperti yang ditunjukkan pada Gambar 7.

Disposisi yang muncul dalam narasi dan komentar dari video 3 dan 4 tersebut berkaitan dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dengan adanya pembatasan tersebut, semua orang diminta untuk tinggal di rumah dan melakukan segala aktivitas, mulai dari bekerja, belajar, dan beribadah dari rumah. Isu utama yang muncul adalah mengenai kerja yang terkait erat dengan ekonomi. Alih-alih mengkhawatirkan mengenai penyebaran virus dan kesehatan, masyarakat justru lebih takut mengenai kondisi perekonomian. Mulai dari fase inilah masyarakat mulai mempertanyakan kebijakan pemerintah terkait situasi ekonomi di masa pandemi. Pemilihan kata ‘PPKM’ daripada ‘lockdown’ ternyata

tidak mengurangi kekhawatiran masyarakat mengenai kesulitan yang mungkin muncul dari kebijakan pembatasan ini.



Gambar 9. Wordcloud komentar “Video 5”

tetap
 masyarakat
 masker
 menggunakan

Gambar 10. Wordcloud transkrip “Video 6”



Gambar 11. Wordcloud komentar “Video 6”

Video kelima menarasikan tentang Presiden Joko Widodo yang mengampanyekan vaksin (video ini tidak ada narasinya, hanya merupakan deskripsi grafis). Tampaknya kampanye ini berhasil karena telah mampu menarik perhatian publik pada vaksin. Meskipun demikian, cukup banyak pula yang terdistraksi pada dokternya yang gemetar saat menyuntik vaksin. Beberapa orang menaruh kecurigaan bahwa gemetarnya tangan dokter ini merupakan indikasi bahwa vaksin yang disuntik kepada presiden berbeda dari yang diberikan kepada rakyat. Ada juga yang mencurigai bahwa yang disuntikkan itu sebenarnya bukan merupakan vaksin, tetapi hanya merupakan vitamin. Hal ini nampak dari kata kunci yang banyak muncul dari kolom komentar, di antaranya gemetar, tangan, suntik, dan takut. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 9.

Himbauan utama, bahkan sejak sebelum beredarnya vaksin Covid-19, salah satunya adalah untuk mengenakan masker sebagai langkah pencegahan penularan virus. Himbauan ini menjadi tema pokok dalam video keenam yang kata kuncinya dapat dirangkai menjadi kalimat ‘masyarakat tetap menggunakan masker’. Narasi itu mendapat tanggapan-tanggapan yang kata kuncinya muncul pada Gambar 10 dan Gambar 11, yaitu pakai masker, alhamdulillah, Jokowi, dan bebas. Dengan kata lain, masker adalah simbol dari Covid-19 itu sendiri. Video keenam hendak menunjukkan bahwa pandemi telah mereda. Meskipun

demikian, Covid-19 belum sepenuhnya hilang. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun Covid-19 belum sepenuhnya hilang, paling tidak masyarakat lebih tenang dalam menjalani aktivitas di luar rumah. Ketenangan ini diungkapkan dengan kata syukur ‘alhamdulillah’.

3.3. Analisis Simulasi-Simulakra pada Pemberitaan mengenai Covid-19 di Youtube

Dari beberapa video tersebut, realitas tentang peristiwa pandemi sebenarnya belum tampak jelas. Ada informasi yang sesuai dengan realitas dan ada yang tidak sesuai. Sulit untuk memverifikasi mana informasi yang benar atau sesuai realitas. Seperti misalnya, apakah memang keadaan di Wuhan pada saat itu memang seperti itu? Jika seperti itu, apakah memang penyebabnya adalah Covid-19? Kemudian apakah peristiwa ini berkaitan dengan kehidupan religius, terutama jika dikaitkan dengan dosa manusia dan bencana dari Tuhan? Mengenai vaksin, sulit dipastikan apakah yang disuntikkan itu memang Vaksin Sinovac atau vaksin lainnya atau bahkan memang benar dugaan beberapa orang bahwa yang disuntikkan itu sebenarnya hanyalah vitamin? Kebenaran makna bahasa itu biasanya dilawankan dengan hoaks sebagai informasi palsu atau yang sengaja dipalsukan demi membentuk opini publik (disinformasi) [26].

Dalam kerangka simulasi-simulakra, pertentangan antara kebenaran dengan hoaks tidak lagi relevan dan menjadi relatif. Hoaks merupakan disimulasi, yaitu bentuk pemalsuan yang menutupi apa yang riil dengan yang tidak riil. Sementara itu, simulasi merupakan bentuk kebenaran di ruang virtual [27]. Video di Youtube merupakan bentuk simulasi yang mempunyai kebenarannya sendiri mengacu pada realitas tentang kejadian pandemi. Dengan demikian, dari pengertian ini, ada dua macam Covid-19, yaitu virus yang ada di dunia fisik dan ‘virus’ yang ada di ruang virtual. Apakah Virus Covid-19 itu secara realitas fisik sedemikian berbahaya seperti ditampilkan di media menjadi tidak penting lagi untuk dibahas kebenarannya. Yang lebih relevan untuk dibahas adalah apa efek sosial-personal-nya [28].

Sebagaimana dalam contoh simulasi dalam video game yang memberikan sensasi-sensasi emosi dan perasaan seperti rasa takut, tegang, senang, dan lain-lain, demikian pula simulasi Covid-19 dalam media juga memicu perasaan-perasaan semacam itu. Video pertama lebih dominan merangsang rasa takut dengan kata-kata kunci ‘virus’ dan ‘tumbang’, meskipun yang kemudian justru muncul adalah sentimen negatif terhadap ras tertentu karena dikaitkan dengan hal religius. Penggunaan kata-kata yang berkonotasi kengerian hendak mengatakan betapa berbahayanya Covid-19. Selain itu, video di Youtube juga bertujuan untuk memancing kehebohan. Kehebohan yang dimaksud bukanlah keributan atau kegaduhan publik, melainkan, berupa daya tarik publik untuk mengakses video tersebut untuk mendatangkan keuntungan finansial. Ketika virus mulai masuk ke Indonesia dan diberlakukan PPKM, perasaan yang dominan adalah khawatir. Pada video yang kedua, kekhawatirannya adalah mengenai kesehatan sedangkan pada video yang ketiga, kekhawatirannya lebih dilandasi pada hal ekonomi.

Perbedaan landasan tersebut juga menunjukkan bahwa informasi itu tampil ke publik dalam lapisan-lapisan (layers). Suatu informasi tentang kesehatan tidak selalu dimaknai dalam konteks kesehatan, tetapi bisa dianggap sebagai informasi yang bermuatan politik, ekonomi, sosial, dan lain sebagainya [29]. Dengan demikian, makna bukan lagi milik komunikator, tetapi sudah menjadi milik publik. Penyimpangan makna semacam itu bukanlah disinformasi atau misinformasi, tetapi sudah masuk dalam simulakra tahap ketiga. Pada tahap ini juga, *use-value* sebagai aspek intrinsik dari sebuah informasi bertransformasi menjadi *sign-value*. Batas antara realitas dan virtualitas menjadi semakin kabur. Video keenam memperlihatkan bagaimana masker dianggap sebagai tanda dari pandemi. Ketika media menunjukkan kebebasan dari kewajiban memakai masker di tempat umum, publik terarah pada pengertian bahwa pandemi telah berakhir.

Tahapan simulasi-simulakra itu pada akhirnya mengarahkan pada terbentuknya simulakra murni. Pada tahap ini, batas antara realitas fisik dengan realitas di media tidak jelas lagi, bahkan bisa disebut tidak ada batasnya. Bagi sebagian orang, Covid-19 di Youtube bisa jadi terasa lebih nyata daripada Virus Covid-19 secara fisik. Ini juga merupakan efek dari pandemi, yang mana mengalihkan aktivitas fisik ke aktivitas virtual. Masyarakat setiap hari dijejali dengan perjumpaan virtual, relasi virtual, dan komunikasi virtual sehingga terkristalisasi bahwa realitas yang nyata adalah yang virtual tersebut. Sebelumnya, Youtube

dianggap sebagai media penyampai pesan atau informasi sedangkan Covid-19 merupakan isinya. Pada perkembangannya, Youtube itu sendiri yang kemudian menjadi isi pesannya dan kemudian bahkan menjadi realitas yang nyata atau hiperrealitas.

Pemahaman baru mengenai pandemi sebagai fenomena di dalam media komunikasi jaringan memberikan pandangan baru mengenai model komunikasi bencana. Komunikasi bencana sejauh ini meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi tentang berbagai pesan kebencanaan baik pada saat proses produksi pesan, penyampaian pesan, penerimaan pesan maupun pada saat pemberian respons atau umpan balik [30]. Pemahaman ini masih mengandaikan laporan dan himbauan mengenai bencana atau dalam hal ini pandemi sebagai isi pesan dan media sebagai saluran penyampaiannya. Kesadaran baru mengenai pandemi di dalam hiperrealitas memberikan tantangan baru bagi pelaku media komunikasi, terutama untuk mengatasi efek negatifnya. Penanganan pandemi memerlukan komunikasi yang tepat, terukur, efektif, efisien, dan dapat dipercaya. Sementara itu, hiperrealitas memungkinkan terjadinya deviasi antara realitas di lapangan dengan realitas di media. Kedua realitas itu tidak bisa lagi diasumsikan saling berhubungan satu sama lain. Meskipun demikian, keduanya bisa saling memengaruhi. Efek negatifnya, realitas di media menjadi distraksi persepsi karena dipahami sebagai representasi dunia fisik. Kesalahan persepsi ini yang sering disebut sebagai misinformasi dan seringkali digunakan oleh sebagian kelompok untuk sebagai disinformasi demi kepentingan tertentu yang merugikan publik secara umum. Misinformasi dan disinformasi menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat sehingga pemangku jabatan publik (*stakeholders*) sulit untuk memobilisasi masyarakat dalam mengatasi pandemi. Efek negatif tersebut juga menimbulkan sulitnya koordinasi antar lembaga.

Transformasi di bidang komunikasi tersebut memberikan peran baru bagi media komunikasi. Media bukan hanya sebagai *gatekeeper* yang menjaga arus informasi, tetapi bahkan membangun realitas baru yang tidak mengeksplorasi ketakutan publik. Tunggal [31] menyebut aktivitas ini sebagai pembangunan ulang kewarasan publik. Pandemi telah menimbulkan berbagai ketidakpastian, kecemasan, dan kepanikan. Publik lebih digerakkan oleh kepanikan berantai itu daripada arahan yang diberikan oleh ahli kesehatan. Situasi ini menimbulkan kegaduhan yang justru menghambat penanggulangan pandemi. Misalnya, masyarakat menjadi abai terhadap protokol kesehatan dan *physical distancing* karena dianggap sebagai langkah yang mengada-ada. Dengan demikian, tugas media terkait pandemi di era hiperrealitas bukan hanya menyelaraskan agar realitas di media representatif terhadap fakta yang terjadi di lapangan, tetapi juga membangun persepsi masyarakat agar dapat berpikir secara jernih dan rasional. Membangun rasionalitas ini penting karena hiperrealitas seringkali mengguncang kewarasan manusia.

4. Kesimpulan

Akses internet yang sangat tinggi pada masa pandemi berbanding lurus dengan paparan konten digital pada masyarakat. Hal tersebut diikuti oleh arus informasi yang membanjiri publik, terutama mengenai Covid-19. Yang perlu diperhatikan dari banjir informasi bukan lagi hanya mengenai resiko misinformasi dan disinformasi. McLuhan menyoroti perubahan pola komunikasi dengan pernyataan 'medium is the message', yaitu media komunikasi tidak hanya sebagai saluran penghantar informasi, tetapi telah menjadi isi dari pesan itu sendiri. Pendapat ini didasarkan pada aspek transformatif dari media komunikasi pada aspek kehidupan masyarakat. Baudrillard mengkritik pandangan McLuhan melalui gagasannya mengenai simulasi dan simulakra. Menurut Baudrillard, media komunikasi tidak hanya menjadi isi pesan tetapi juga menjadi isi dari kehidupan atau dengan kata lain, media komunikasi telah menjadi realitas yang diyakini kenyataannya.

Dalam kerangka simulasi-simulakra, arus informasi di Youtube mengenai Covid-19 melalui empat tahapan. Yang pertama adalah tahap simulasi, yaitu informasi di Youtube memiliki acuan di dunia riil. Tahap ini terjadi ketika Covid-19 diberitakan apa adanya dan ketika pemerintah mengeluarkan kebijakan terkait. Peristiwa yang diberitakan itu memang benar-benar terjadi, hanya saja disimulasikan melalui media Youtube. Kemudian, pada tahap pertama simulakra, penyimpangan-penyimpangan dalam relasi antara informasi dan realitas mulai terjadi. Penyimpangan ini terwujud dalam penggiringan opini publik secara

implisit maupun dalam lapisan-lapisan (*layers*) informasi. Setelah itu, informasi mulai memisahkan use-value dari realitas sehingga terbentuklah sign-value. Pembentukan ini memicu munculnya realitas baru sebagai simulakra murni atau hiperrealitas, yaitu Covid-19 dalam Youtube.

Lapisan-lapisan dalam hiperrealitas ini bukan hanya terjadi pada isi pesannya, tetapi yang lebih disoroti oleh Baudrillard adalah lapisan-lapisan dalam media itu sendiri. Misalnya, hiperrealitas bisa bermakna ekonomi karena dari jumlah tayangan yang banyak, kanal berita mendapat untung secara finansial. Hiperrealitas juga bisa merupakan pembentukan realitas politis pemerintah terkait dengan kebijakan-kebijakan publik yang dibuat, terlepas dari pelaksanaannya di lapangan.

Ketika Covid-19 dan Youtube telah menjadi hiperrealitas, tidak penting lagi apakah Covid-19 itu sebenarnya dari awal ada atau tidak. Tidak penting pula apakah sekarang Covid-19 sudah benar-benar hilang sehingga protokol kesehatan bisa sangat dilonggarkan. Yang terpenting adalah bagaimana memberitakan Covid-19 itu ada dan sekarang sudah lenyap.

Referensi

- [1] A. W. Finaka, "Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi," 14 Maret 2023. [Online]. Available: <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>. [Accessed 26 April 2023].
- [2] D. A. G.-P. a. L. Tortolero-Blanco, "Social media influence in the COVID-19 Pandemic," *Int Braz J Urol*, vol. Vol. 46 (Suppl 1), pp. 120-4, 2020.
- [3] J. Baudrillard, "Simulacra and Simulations," in *Jean Baudrillard: Selected Writings*, ed. M. Poster, Stanford, CA, Stanford, 1988.
- [4] [Online]. Available: <https://pypi.org/project/youtube-comment-downloader>.
- [5] "Speech Recognition," [Online]. Available: <https://github.com/lilibeth-ibeth/qualitative-analysis-youtube/blob/main/speech-recog-wav.py>.
- [6] "Wordcloud," [Online]. Available: <https://github.com/lilibeth-ibeth/qualitative-analysis-youtube/blob/main/wordcloud.R>.
- [7] "Youtube Comment Scraper," [Online]. Available: <https://github.com/lilibeth-ibeth/qualitative-analysis-youtube/blob/main/youtube-comment-scrap-py-lib>.
- [8] "Text Cleaning," [Online]. Available: <https://github.com/lilibeth-ibeth/qualitative-analysis-youtube/blob/main/text-cleaning.R>.
- [9] "Stopwords," [Online]. Available: <https://github.com/lilibeth-ibeth/qualitative-analysis-youtube/blob/main/stopwords-id.txt>.
- [10] R. R. N., "Hermeneutic Trend: A Gadamerian Temporality Frame," *Journal of Advanced Research in Humanities and Social Science*, vol. 5, no. 2 - 2018, p. 14, 2018.
- [11] M. J. Carter, "The Hermeneutics of Frames and Framing: An Examination of the Media's Construction of Reality," *Sage Oepn*, vol. 3, no. 2, p. 5, 2013.
- [12] Joe Harrianto Setiawan, Yolanda Stellarosa, Chrisdina, Ari S. Widodo, Deddy Irwandy, "Analisis isi pemberitaan Covid-19 pada media online di Indonesia Maret 2020 - Februari 2021," LSPR Communication and Business Institute, Jakarta, 2021.
- [13] K. Marx, *Capital, A Critique of Political Economy, Volume One*, Transl. Ben Fowkes, London: Penguin Books, 1990.
- [14] D. Ricardo, *On The Principles of Political Economy and Taxation*, Kitchener: Batoche Books, 2001.

- [15] D. Harvey, Marx, Capital and the Madness of Economic Reason, Oxford: Oxford University Press, 2018.
- [16] Jesús M. Zaratiegui, Mikel Manterola, "Capital, credit and the business cycle in Marx," *Iberian Journal of the History of Economic Thought*, vol. 5, no. 2, pp. 91-102, 2018.
- [17] F. d. Saussure, Course in General Linguistics, Transl. Wade Baskin, New York, NY: Philosophical Library, 1959.
- [18] J. Baudrillard, "Symbolic Exchange and Death," in *Jean Baudrillard: Selected Writings*, ed. M. Poster, Stanford, CA, Stanford, 1988.
- [19] Sinoj Antony and Ishfaq Ahmad Trambo, "Hyperreality in media and literature: an overview of Jean Baudrillard's simulacra and simulation," *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, vol. 7, no. 10, pp. 3314-3318, 2020.
- [20] M. McLuhan, Understanding Media The Extensions of Man, Cambridge, MA: MIT Press, 1994.
- [21] J. Baudrillard, "Review of Marshall McLuhan's Understanding Media," in *The Uncollected Baudrillard*, G. Genosko, Ed, London, Sage Publications, 2001.
- [22] I. Wahyudi, "Pandemi covid, revolusi digital, dan keberlanjutan jurnalisme berkualitas," *Jurnal Dewan Pers*, vol. 22, no. Juli, 2021.
- [23] "Transkrip Video," [Online]. Available: <https://github.com/lilibeth-ibeth/qualitative-analysis-youtube/blob/main/transkrip-video>.
- [24] "Comments," [Online]. Available: <https://github.com/lilibeth-ibeth/qualitative-analysis-youtube/tree/main/comments>.
- [25] Zeyu Lyu, Hiroki Takikawa, "Media framing and expression of anti-China sentiment in COVID-19-related news discourse: an analysis using deep learning methods," *Heliyon*, vol. August, no. 8, 2022.
- [26] Azwar, Sarwititi Sarwoprasodjo, Endriatmo Soetarto, dan Djuara P. Lubis, "Tindakan komunikatif komunitas virtual untuk mengurangi disinformasi pemberitaan politik di media sosial," *Jurnal Wacana Politik*, vol. 7 (October), no. 2, p. 157 – 168, 2022.
- [27] J. Morris, "Simulacra in the age of social media: Baudrillard as the prophet of fake news," *Journal of Communication Inquiry*, vol. 45(4), p. 319–336, 2021.
- [28] Maria Febiana Christanti, Puri Bestari Mardani, Intan Putri Cahyani, dan Windhiadi Yoga Sembada, "Instagramable: simulation, simulacra, and hyperreality on instagram post," *International Journal of Social Service and Research (IJSSR)*, vol. 1, no. 4, 2021.
- [29] Ghina Aribah dan Dien Anshari, "Bagaimana media memberitakan pandemi: analisis isi berita mengenai covid-19 di detik.com dan kompas.com," *Indonesian Journal of Health Promotion and Behavior*, vol. 3, no. 1, pp. 36-46, 2021.
- [30] P. Lestari, Komunikasi Bencana: Aspek Penting Pengurangan Risiko Bencana, Sleman: Kanisius, 2018.
- [31] A. P. P. W. Tunggal, "Belajar dari Pandemi: Siasat Orkestrasi Komunikasi," in *Dinamika Komunikasi di Masa Pandemi Covid-19*, Fajar Juanedi (ed), Yogyakarta, Buku Litera dan Laboratorium Ilmu Komunikasi UMY, 2020, pp. 81-92.
- [32] J. Baudrillard, "Simulacra and Simulations," in *Jean Baudrillard: Selected Writings*, M. Poster, Ed, Stanford, CA, Stanford, 1988.

- [33] J. Baudrillard, "Review of Marshall McLuhan's Understanding Media," in *The Uncollected Baudrillard*, G. Genosko, Ed, London, Sage Publications, 2001.