

## Communication And Digitality In Anti-Vaccine Community Behavior Reconstruction

### Komunikasi Dan Digitalisasi Pada Rekonstruksi Perilaku Masyarakat Anti Vaksin

Ani Herna Sari<sup>1</sup>, Rahma Sugihartati<sup>2</sup>, Nur Wulan<sup>3</sup>, Lukman Hakim<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga, Jln Dharmawangsa Dalam, Surabaya\*

Email: [ani.herna.sari-2019@unair.ac.id](mailto:ani.herna.sari-2019@unair.ac.id)

<sup>1</sup>D3 Film dan Televisi, Universitas 45 Surabaya, Jln Mayjen Sungkono

Email: [anihernasari@univ45sby.ac.id](mailto:anihernasari@univ45sby.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga, Jln Dharmawangsa Dalam, Surabaya

Email : [rahma.sugihartati@fisip.unair.ac.id](mailto:rahma.sugihartati@fisip.unair.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, Jln Dharmawangsa Dalam, Surabaya

Email : [nur-w@fib.unair.ac.id](mailto:nur-w@fib.unair.ac.id)

<sup>4</sup>Fakultas Usluhudin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, Jln Sunan Ampel

Email: [lukmanhakim@iainkediri.ac.id](mailto:lukmanhakim@iainkediri.ac.id)

---

Masuk tanggal : 29-01-2022, revisi tanggal : 11-09-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 16-10-2022

#### **Abstract**

*Communication is growing with the advancement of digitalization. This led to the emergence of behavioral construction in society in response to a phenomenon. Various patterns of social communication are deliberately carried out to achieve certain interests, but in fact, social communication does not always run in a positive direction and benefit many parties. In the anti-vaccine community in some areas of Surabaya shows that social communication carried out in a negative direction is in the act of mass vaccine rejection. This is certainly interesting, because social communication that is done with manners, manners, and background emotions and solidarity actually leads to the act of constructing behavior. This study will examine digitalization and communication on the construction of anti-vaccine community behavior in the city of Surabaya. The approach taken is qualitative, while the ethnographic method is chosen to obtain relevant data on a daily phenomenon. The results of this study found that digital media in conducting intensive social communication was able to foster behavioral reconstruction. Sharing behavior that was initially believed to be true was deliberately spread, but with the existence of information in digital media, it is able to destroy the power of subjective reality that is created. Communication in digital media is certainly not the only factor, but with the intensification of social communication, social reconstruction can occur again and again.*

**Keywords:** *Social Communication, Digital Communication, Behavioral Reconstruction*

#### **Abstrak**

Komunikasi semakin berkembang dengan adanya kemajuan digitalisasi. Hal ini menyebabkan munculnya konstruksi perilaku pada masyarakat dalam menanggapi sebuah fenomena. Berbagai pola komunikasi sosial dengan sengaja dilakukan untuk mencapai kepentingan tertentu, namun faktanya tidak selalu komunikasi sosial berjalan kearah positif dan menguntungkan banyak pihak. Pada masyarakat anti vaksin yang ada di beberapa

wilayah surabaya menunjukkan bahwa komunikasi sosial yang dilakukan menuju arah negatif yaitu pada tindakan penolakan vaksin secara massal. Hal ini tentu menjadi menarik, sebab komunikasi sosial yang dilakukan dengan sopan, santun, dan berlatar kesamaan emosi dan solidaritas justru menggiring pada tindakan mengkonstruksi perilaku. Penelitian ini akan mengkaji digitalisasi dan komunikasi pada konstruksi perilaku masyarakat anti vaksin yang ada di Kota Surabaya. Pendekatan yang dilakukan adalah kualitatif, sedangkan metode etnografi dipilih untuk mendapatkan data yang relevan atas suatu fenomena sehari-hari. Hasil dari penelitian ini di temukan bahwa media digital dalam melakukan komunikasi sosial yang intensif ternyata mampu menumbuhkan konstruksi perilaku. Berbagai perilaku yang awalnya diyakini kebenarannya sengaja disebarkan, namun dengan adanya informasi di media digital mampu merobohkan kekuatan realitas subjektif yang diciptakan. Komunikasi di media digital tentunya tidak menjadi satu satunya faktor, namun dengan semakin intensifnya komunikasi sosial yang dilakukan membuat konstruksi sosial dapat terjadi berulang-ulang.

**Kata Kunci:** komunikasi digital, komunikasi sosial, konstruksi perilaku

## **Pendahuluan**

Komunikasi dan digitalisasi pada era virtual seolah menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan (Burgess & Green, 2017). Hadirnya digitalisasi secara langsung membentuk pola pola komunikasi sosial baru yang mengkonstruksi perilaku masyarakat (Sulaiman, 2016). Fenomena ini tentu bukan menjadi hal yang mengejutkan, sebab manusia secara harfiah merupakan makhluk sosial yang senantiasa membutuhkan komunikasi untuk menunjang berbagai kegiatannya. Sehingga secara tidak langsung komunikasi mampu mengkonstruksi perilaku yang menyebabkan perubahan sosial budaya dalam menanggapi sebuah fenomena dan menjalani aktifitas sehari-hari. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap komunikasi dan digitalisasi pada konstruksi perilaku masyarakat, khususnya pada masyarakat anti vaksin.

Kehadiran digitalisasi membawa perubahan komunikasi sosial masyarakat (Rojati, 2019), komunikasi yang biasanya hanya dapat dilakukan secara langsung, dapat dilakukan dengan mudah melalui media media digital. Meskipun awal mula perubahan komunikasi sosial dengan media digital ini menyulitkan bahkan terkesan dihindari (Dunan, 2020). Namun, hadirnya digitalisasi yang semakin canggih membuat masyarakat cenderung memilih komunikasi dengan memanfaatkan berbagai media digital. Peneliti menilai dengan kecanggihan media digital pada kemudahan komunikasi sosial memungkinkan perubahan perilaku masyarakat.

## **Digitalisasi Pada Komunikasi Sosial**

Perkembangan digital semakin cepat dan berdampak pada berbagai sektor, salah satu sektor yang terdampak besar adalah komunikasi (Dunan, 2020). Sebagai makhluk sosial yang memiliki kebutuhan pokok berkomunikasi (Kinanti & Putri, 2017), tentunya manusia akan mengikuti segala perubahan komunikasi akibat adanya digitalisasi. Salah satu fenomena yang terjadi adalah adanya perubahan komunikasi sosial akibat digitalisasi.

Barbara Cook menyatakan bahwa komunikasi sosial merupakan kemampuan individu dalam melakukan komunikasi secara sosial (Hudanto, 2018). Pada penerapannya, komunikasi sosial dapat didalami dengan pemahaman *social reciprocity*. *Social reciprocity* merupakan sebuah interaksi sosial yang menunjukkan adanya tanda saling memperhatikan, saling bertukar pengalaman, kebahagiaan, kesedihan hingga berbagai bentuk emosi lainnya dalam berbagai peristiwa atau kejadian (Berger, 2014). Bahkan Muzafer Sherif menambahkan bahwa komunikasi sosial adalah komunikasi yang dilakukan antar individu atau kelompok yang didalamnya tidak sekedar saling berbagi informasi tapi juga saling berbagi emosi dalam kurun waktu yang intersif dan teratur (Hudanto, 2018).

Komunikasi sosial tentunya tidak hanya sebagai aktifitas bertukar informasi, namun juga tindakan saling berbagi perasaan yang menimbulkan munculnya pembagian tugas hingga berpengaruh pada perubahan struktur dan norma yang menjadi kebiasaan sebelumnya (Rohimah et al., 2021). Fungsi adanya komunikasi sosial dikehidupan masyarakat digital menunjukkan adanya kepentingan untuk saling membangun konsep diri, menjaga kelangsungan hidup, mendapatkan kebahagiaan, hingga upaya untuk menghindari ketegangan yang muncul di kehidupan masyarakat sosial (Astuti et al., 2015).

Kehadiran digitalisasi membuat komunikasi sosial dengan sangat mudah terjadi (Maulidana, 2021). Hanya melalui *platform* media sosial, komunikasi sosial tidak hanya bertukar informasi, tapi juga dapat bertukar emosi. Segala kemudahan yang dimunculkan oleh digitalisasi tentunya beriringan dengan hambatan yang muncul. Diantaranya adalah ketidaksesuaian situasi dan kondisi, lingkungan hingga jaringan. Hambatan ini tentunya lebih sulit dikontrol apabila komunikasi sosial dilakukan dengan media digital (Tapscott, 2013). Apabila komunikasi sosial dilakukan tanpa menggunakan media digital akan bisa membaca sekaligus memastikan situasi sekitar sekaligus suasana hati komunikan, sehingga komunikasi sosial yang terjadi dapat dilaksanakan secara efektif dan memberikan *feedback* yang sesuai (Taiwo, 2018). Realitanya, masih terdapat kelemahan yang muncul, fakta di lapangan menunjukkan bahwa pada era digital masyarakat cenderung memilih melakukan komunikasi sosial dengan memanfaatkan media digital.

Komunikasi sosial dapat terjadi dalam dua bentuk yaitu komunikasi kelompok dan komunikasi interpersonal (Xiao, 2018). Pada komunikasi kelompok, komunikasi sosial yang terjadi cenderung dibentuk karena memiliki latar belakang atau kepentingan yang sama. Sedangkan untuk komunikasi interpersonal cenderung terjadi ketika tingkat *social reciprocity* yang tinggi (Atmoko, 2015). Terdapat perbedaan krusial dalam komunikasi sosial yang terjadi secara interpersonal dengan kelompok. Komunikasi sosial interpersonal akan dilakukan apabila kebutuhan komunikasi sosial di kelompok tidak dapat terpenuhi (Dewi, 2017). Hal-hal yang lebih sensitif dan rahasia juga lebih diterapkan saat komunikasi interpersonal dibandingkan komunikasi sosial kelompok.

Roben dan Steward menyatakan bahwa komunikasi sosial kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan mencapai integrasi sosial (Hudanto, 2018). Komunikasi sosial akan mengarah pada komunikasi yang bisa saling menjaga kerahasiaan serta menumbuhkan kepercayaan anatar komunikator dengan komunikan (Mayasari, 2018). Secara umum komunikasi sosial diharapkan bisa

membentuk stabilitas sosial dalam menyamakan frekuensi dan saling memberikan dukungan materiil maupun non materiil (Tapscott, 2013). Komunikasi sosial tentu sangat dibutuhkan di era digital, ditambah dengan situasi pandemi. Komunikasi sosial tentu menjadi upaya masyarakat untuk mencapai tujuan bersama yang sulit mungkin sulit apabila ingin dicapai secara individu.

Keharmonisan dan persamaan persepsi menjadi indikator keberhasilan komunikasi sosial (Ratana, 2018). Komunikasi sosial juga memudahkan seseorang untuk bisa menjalani kehidupan sosial lebih baik lagi. Komunikasi sosial umumnya dilakukan secara verbal maupun non verbal (Burgess & Green, 2017), dengan tetap memperhatikan kesamaan pemahaman dalam berkomunikasi. Komunikasi bukan sekedar interaksi, namun komunikasi sosial lebih mnegarah pada kontinuitas komunikasi yang ada. Selain itu, komunikasi sosial juga harus menampilkan proses yang dinamis dan berbeda dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan perubahan peradaban masyarakat.

### **Konstruksi Perilaku Masyarakat Sosial**

Perilaku selalu mengalami perubahan, sebab perilaku merupakan upaya penyesuaian diri seseorang dalam bersosial dan berkebutuhan (Sirait & Paskarini, 2017). Sebagai makhluk sosial, tentunya manusia akan mengalami perubahan perilaku sesuai peradaban yang ada. Begitu pula dengan komunikasi sosial di era digital, yang secara tidak langsung menunjukkan adanya perubahan konstruksi perilaku seseorang dalam berkomunikasi sosial (Astuti et al., 2015). Hal ini disebabkan adanya pergeseran komunikasi sosial secara massal sejak munculnya pandemi.

Aktivitas manusia dan perilaku seolah olah manifes kehidupan psikis. Perilaku yang dilakukan manusia tentunya muncul diakibatkan adanya stimulus atau rangsangan manusia lain (Hudanto, 2018). Perilaku akan selalu didorong oleh motif tertentu yang ditandai dengan tindakan- tindakan. Tidak heran jika perilaku bisa dijadikan identitas atau ciri khas seseorang di masyarakat sosial. Akibatnya, perilaku akan menentukan baik tidaknya kita dalam bermasyarakat (Egziabher & Edwards, 2013).

Faktor yang mendorong perubahan perilaku diantaranya dipengaruhi oleh lingkungan, pertemanan, pekerjaan, hingga kebiasaan-kebiasaan yang tidak disadari (Armaeni, 2014). Pada lingkup komunikasi sosial, tentu perilaku dapat dilihat dalam bentuk penggunaan bahasa verbal dan non-verbal, hingga pada intonasi yang digunakan. Hadirnya komunikasi sosial yang dilakukan dengan media digital tentu memberikan perubahan pada perilaku seseorang dalam berkomunikasi (Rohimah et al., 2021). Misalnya pada luapan emosi yang dulu hanya disampaikan dalam bentuk verbal, dengan kecanggihan dan kreatifitas, luapan emosi daat disampaikan dalam bentuk kombinasi verbal dan non-verbal sekaligus. Hal - hal sederhana inilah yang membuat munculnya konstruksi perilaku dalam berkomunikasi sosial (Maulidana, 2021).

Konstruksi perilaku merupakan upaya membangun dan menjelaskan secara detail tentang budaya berperilaku manusia dalam menjalani kehidupan sosial (Sulaiman, 2016). Konstruksi memiliki tujuan menciptakan makna dari sistem alih kode, aturan penggunaan tanda, yang disepakati dan dipahami oleh beberapa kelompok tertentu. Konstruksi perilaku sejatinya dibutuhkan oleh masyarakat yang selalu berusaha mengikuti perkembangan agar dirinya dapat diakui keberadaannya dalam suatu kelompok tertentu (Egziabher & Edwards, 2013).

Peter L Berger dan Thomas Luckman menjelaskan bahwa konstruksi sosial merupakan proses sosial yang terjadi akibat adanya tindakan dan interaksi (Berger, 2014). Hal ini akan dilakukan terus menerus sebagai realitas dari apa yang pernah dialami. Berdasarkan pengertian tersebut tentu sangat relevan apabila komunikasi sosial di era digital mampu mengkonstruksi perilaku dalam berkomunikasi. Sebab, komunikasi merupakan hal yang terus menerus dilakukan seseorang dan selalu memiliki makna dan realitas tertentu pada setiap prosesnya (Dunan, 2020).

Terdapat tiga macam konstruktivisme, diantaranya konstruktivisme radikal, realisme hipotesis, dan konstruktivisme biasa (Berger, 2014). Ketiga macam konstruktivisme tersebut tentu memiliki perbedaan pada tiap realitas dan makna yang terjadi. a) konstruktivisme radikal merupakan konstruktivisme yang dibentuk secara mandiri sebagai hasil pemikiran dan bentuknya terkadang sangat imajinatif. Konstruktivisme radikal cenderung tidak menghiraukan hubungan antara pengetahuan sebagai sebuah realitas dan kenyataan. Padahal seharusnya pengetahuan harus dapat ditransfer kepada individu lain agar mampu menciptakan sebuah peradaban baru. b) Realisme hipotesis, pada jenis konstruktivisme ini, pengetahuan menjadi sesuatu yang memiliki struktur realitas yang dapat direpresentasikan di dunia nyata dan bersifat dapat diaplikasikan semua orang. c) Konstruktivisme biasa, merupakan jenis konstruktivisme kombinasi antara konstruktivisme radikal dan realisme hipotesis. Pada jenis ini, konstruktivisme yang dibentuk secara pribadi sebagai hasil pemikiran dituangkan dan dibagikan kepada manusia lain dengan harapan konstruktivisme mampu berdampak positif dalam peradaban masyarakat secara umum.

Proses konstruksi berlangsung melalui interaksi sosial yang dibentuk atas realitas dan menjadi konsep (Sulaiman, 2016). Diantarnya berupa *subjektive reality*, *objective reality*, dan *symbolic reality*. Pada komunikasi sosial, konstruksi secara tidak langsung akan memproses kerja kognitif seseorang untuk menafsirkan komunikasi sosial yang dapat diterapkan dan dipahami secara umum. Melalui konstruksi sosial seseorang akan berupaya menciptakan struktur pengetahuan tentang cara berkomunikasi sosial dengan memanfaatkan media digital (Jenkins, 2016). Sebagai makhluk sosial, seseorang akan selalu berupaya menciptakan kenyataan sosial yang objektif melalui proses dialektis yang simultan yang meliputi; eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Melalui proses yang simultan, konstruksi perilaku dengan mudah terbentuk dan diaplikasikan didalam proses komunikasi sosial.

## Metode Penelitian

Penelitian ini akan mengkaji digitalisasi dan komunikasi pada konstruksi perilaku masyarakat anti vaksin yang ada di Kota Surabaya. Pendekatan yang dilakukan adalah kualitatif. Etnografi dipilih sebagai metode penelitian untuk mendapatkan data yang relevan atas suatu fenomena sehari-hari. Deddy Mulyana menyatakan bahwa etnografi sangat relevan untuk menguraikan secara menyeluruh tentang suatu budaya yang bersifat abstrak, seperti pengalaman, kepercayaan, norma, dan sistem dalam suatu kelompok (Hudanto, 2018).

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif, dengan tujuan mendalami topik dan mendapat data selengkap mungkin. Kualitas data tidak ditentukan pada banyaknya populasi dan sampel, tapi pada kualitas data yang didapatkan. Subjek penelitian akan berfokus pada masyarakat anti vaksin yang ada di Kota Surabaya yang tersebar di Surabaya timur dan Surabaya utara. Kedua lokasi tersebut memiliki tingkat penolakan vaksin yang tinggi dengan berbagai alasan dan faktor. Teknik pengumpulan data akan dilakukan dengan melakukan observasi terlebih dahulu, dilanjutkan dengan wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian diawali dengan melakukan pengamatan di wilayah Surabaya bagian mana yang memiliki tingkat penolakan vaksin tertinggi. Berdasarkan observasi, data penolakan vaksin tertinggi ada di Surabaya timur dan Surabaya utara, dimana tingkat penolakan berkisar 35% dari jumlah 100 penduduk yang tinggal di daerah tersebut ([infocovid19.jatimprov.go.id](http://infocovid19.jatimprov.go.id)). Peneliti melakukan pemetaan dan menentukan kriteria narasumber, diantaranya menolak pemberian vaksin, aktif menolak vaksin melalui produksi konten, menyebarkan info dampak negatif vaksin, tinggal di Kota Surabaya. Jumlah narasumber terpilih sebanyak 5 orang narasumber kunci, dan 4 orang narasumber pendukung. Periode pengumpulan data selama 3 bulan terhitung sejak september 2021-desember 2021.

Penelitian dilanjutkan dengan mencari sekaligus mendalami dengan teknik wawancara untuk mengetahui alasan penolakan vaksin. Wawancara digunakan untuk mendapatkan data lebih mendalam untuk mendukung data berupa *chatting*, status media sosial, hingga bentuk percakapan lain. Data juga akan didukung dengan dokumentasi percakapan dan bentuk dokumentasi pendukung lain. Penelitian ini berupaya mendapatkan data dan fakta, tapi juga mendapatkan temuan baru tentang konstruksi perilaku yang ada pada komunikasi sosial.

## Hasil Penemuan dan Diskusi

Digitalisasi dan komunikasi seakan menjadi kebutuhan pokok masyarakat sosial (Taiwo, 2018). Komunikasi yang hanya bisa dilakukan secara langsung, dengan mudah terjadi dengan memanfaatkan media media digital. Tentu hal ini tidak hanya memberikan dampak positif pada kemudahan, penelitian ini mengungkap fakta adanya konstruksi dan rekonstruksi perilaku masyarakat dalam berkomunikasi sosial melalui media digital. Temuan menarik selanjutnya adalah, bagaimana digitalisasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan intensitas dalam berkomunikasi sosial.

Komunikasi sosial tidak hanya dilakukan oleh orang yang sudah saling mengenal atau bahkan memiliki kedekatan tertentu (Xiao, 2018). Digitalisasi mampu merobohkan jarak kedekatan sehingga komunikasi sosial dengan mudah dilakukan oleh orang yang sama sekali tidak kenal atau memiliki kedekatan namun memiliki faktor kesamaan pengalaman, sejarah, dan situasi emosi. Melalui faktor tersebut, komunikasi sosial dengan mudah dibentuk, didukung dengan berbagai kemudahan komunikasi yang dilakukan secara digital (Rojjati, 2019). Komunikasi sosial pada akhirnya tidak hanya sekedar interaksi tapi sebagai upaya persuasi sekaligus mendistribusi informasi pada jangkauan yang lebih luas. Prifasi bukan lagi menjadi faktor penting dalam komunikasi sosial, bahkan cepatnya konstruksi dan rekontruksi perilaku bukan menjadi hal yang tabu untuk diterapkan secara terbuka di depan masyarakat umum.

Konstruksi perilaku seakan menjadi indikator penting untuk mengukur adanya perubahan tindakan dalam berperilaku sosial (Sulaiman, 2016). Nilai-nilai sopan santun, menghargai norma, dan sikap antusias menjadi hasil dari komunikasi sosial yang tercermin dalam konstruksi perilaku. Faktor internal dan eksternal dalam konstruksi perilaku tidak dapat dipisahkan dari tindakan komunikasi sosial yang dilakukan. Komunikasi sosial bukan lagi hanya sekedar aktifitas saling bertukar informasi, tapi juga dapat digunakan untuk beradu argumentasi, hingga tindakan mempersuasi yang berujung pada rekonstruksi perilaku akibat komunikasi sosial.

### **Komunikasi: Sosial dan Perilaku**

Manusia sebagai makhluk sosial tentu membutuhkan komunikasi untuk mendukung aktifitas sosial yang dapat dinilai dari perilakunya (Egziabher & Edwards, 2013). Onong menyatakan bahwa komunikasi sosial merupakan interaksi yang dilakukan individu atau kelompok dalam lingkungan tertentu yang mampu mneghasilkan interaksi (Giaccardi, 2012). Sama halnya dengan masyarakat anti vaksin, mereka berupaya melakukan komunikasi sosial untuk berinteraksi sekaligus memersuasi tindakan penolakan vaksin secara menyeluruh. Perilaku ini pada akhirnya berujung pada saling argumentasi yang banyak berdampak pada semakin melebarnya tindakan anti vaksin yang bertebaran di media sosial maupun di kehidupan nyata. Hasil wawancara yang dilakukan pada 2 informan awal didapatkan data “mengapa tindakan penolakan vaksin disebarluaskan?”. hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar tindakan anti vaksin disebarluaskan di media sosial sebagai tindakan untuk mengumpulkan massa sehingga bisa membentuk sebuah komunitas.

Berdasarkan data tersebut, peneliti memahami bahwa komunikasi dalam kehidupan sosial mampu membentuk sebuah komunitas (Xiao, 2018). Wihono menyatakan bahwa komunitas merupakan kumpulan manusia yang memiliki kesatuan identitas dan tujuan yang didalamnya terdapat tindakan saling mengatur pola interaksi yang digunakan (Tapscott, 2013). Komunitas umumnya terbentuk karena adanya komunikasi sosial yang berujung pada kesamaan dalam berperilaku (Taiwo, 2018). Onong mengemukakan jika komunikasi dapat terjadi dalam sebuah komunitas, baik komunikasi primer maupun komunikasi sekunder (Hudanto, 2018). Komunikasi primer adalah proses penyampaian informasi kepada komunikan yang

dilakukan secara langsung dapat berupa simbol, ucapan, atau lambang. Sedangkan komunikasi sekunder adalah proses penyampaian informasi yang menggunakan sarana media.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi sosial yang terjadi dalam komunitas mampu membentuk komunikasi primer maupun komunikasi sekunder. Berikut hasil wawancara terkait hal tersebut: “apakah bapak dan ibu saling berkomunikasi langsung dan komunikasi via media?”. mayoritas informan menyatakan bahwa “saya awalnya mengajak komunikasi langsung dan dilanjutkan dengan media Whatsapp”. berdasarkan data tersebut, sangat jelas bahwa komunikasi sosial yang dilakukan berupa komunikasi primer dan sekunder. Hal ini tentu bukan hal yang baru, mengingat perkembangan media komunikasi terjadi sangat cepat. Orang akan dengan mudah hanya melalui sebuah aplikasi dapat berkomunikasi intensif dengan orang yang lainnya (Rojati, 2019). Bahkan cenderung lebih menarik jika komunikasi sosial dilakukan melalui media, karena adanya fitur-fitur menarik yang mendukung komunikasi seperti adanya; stiker, simbol emosi, hingga meme.

Komunikasi sosial yang terjadi baik dalam komunitas maupun bukan komunitas tentu memiliki pola, pola komunikasi linear dan sirkular (Tredinnick, 2016). Pola komunikasi linear adalah bentuk penyampaian pesan yang berawal dari sebuah pemicu dan bersumber pada satu titik, dan dilanjutkan dengan titik akhir yang disebut penerima akhir. Pola komunikasi demikian digunakan untuk menyebarkan informasi yang berkesinambungan (Pratt, 2011). Sedangkan pola komunikasi sirkular merupakan penyebaran informasi yang berbentuk melingkar (Schilbrack, 2012). Pesan yang disebarkan perlu dilakukan konfirmasi sebelum benar-benar disebarkan lebih luas. Hal menarik dari pola komunikasi masyarakat anti vaksin adalah, mereka menerapkan pola komunikasi linear, pesan-pesan yang belum tentu kebenarannya atau *hoaks* tentang vaksin dengan sengaja disebarkan tanpa adanya proses konfirmasi. Tentu pola komunikasi demikian sangat berbahaya apabila pesan diterima oleh masyarakat yang memiliki pengetahuan kurang (Zheng et al., 2019). Dia akan cenderung mudah terkontaminasi pesan-pesan yang sengaja disebarkan untuk mencapai kepentingan pribadi.

Pola komunikasi linear juga sangat berbahaya apabila disebarkan di masa krusial atau waktu genting bencana. Karena akan berkaitan pada perilaku sosial masyarakat diantaranya meningkatnya kecemasan, kegelisahan, hingga kesedihan mendalam (Tredinnick, 2016). Realitas ini sangat sesuai dengan fakta yang didapatkan, ketika pesan tentang penolakan vaksin disebarkan oleh sekelompok masyarakat, terjadi peningkatan penolakan vaksin secara signifikan. Fakta terjadi pada kecamatan berinisial SM yang ada di wilayah Surabaya timur, ketika ketua RT dan RW sepakat melakukan penolakan vaksin, hampir 90% masyarakat di daerah tersebut menolak tindakan vaksin, dengan alasan yang seragam. Dari sisi komunikasi tentu ini dapat dikaji lebih jauh, kenapa hal ini bisa terjadi. Tentu ada pola komunikasi linier dalam komunikasi sosial yang diterapkan pada sebuah komunitas tertentu. Dipastikan ada satu profokator yang menjadi titik awal informasi (pemicu) yang dengan sengaja disebarkan untuk menunjukkan kekuatan personalnya dalam mempengaruhi orang lain melalui sebuah pesan. Hal ini sesuai

dengan hasil olah data melalui wawancara dan temuan data berupa konten di media sosial yang menunjukkan aktifitas *reposting* yang berkali-kali.

Proses komunikasi sosial masyarakat anti vaksin tidak selalu berjalan mulus sesuai rencana. Terdapat beberapa hambatan yang muncul diantaranya penggunaan bahasa, cara interaksi, dan tingkat solidaritas (Dunan, 2020). Namun dengan beberapa kali pengamatan, sekelompok masyarakat anti vaksin ini sangat adaptif. Mereka melakukan komunikasi interaktif dengan masyarakat sekitar dengan tidak secara terang-terangan menunjukkan penolakan. Kamulfase ini dianggap lebih efektif untuk bisa memperluas anggota anti vaksin. Tindakan bisa dilakukan dengan aktif mengikuti kegiatan masyarakat khususnya yang dilakukan secara virtual. Komunikasi yang awalnya cenderung terang-terangan beralih dengan melakukan komunikasi sosial yang interaktif, santun, saling solidaritas, hingga penyamaan persepsi dan emosi. Onong menyebutkan bahwa komunikasi interaktif, santun, sopan, sangat mendukung keberhasilan komunikasi sosial yang memiliki tujuan untuk mengembangkan sebuah komunitas (Hudanto, 2018).

Komunikasi sosial nyatanya tidak hanya digunakan untuk mengembangkan komunitas (Hudanto, 2018), tapi juga menunjukkan adanya upaya memperkuat diri untuk melawan kebijakan pemerintah melalui argumentasi yang diterapkan dalam komunikasi sosial. Perlawanan melalui komunikasi sosial dapat berupa ajakan melalui aplikasi chatting, “jangan mau divaksin jeng, kemarin saudara saya setelah divaksin malah demam”. “pak, ojo gelme vaksin, iku cuma strategi pemerintah biar dapat untung banyak dari bisnis vaksin”. “saudara saya ada yang meninggal karena vaksin”. “sudah vaksin tetap kena corona”. berdasarkan data tersebut, tentu sangat jelas komunikasi sosial dilakukan dengan sopan, santun, bersifat solidaritas, bahkan beberapa kali sikap humoris ditunjukkan untuk menyakinkan, sehingga dengan mudah pola komunikasi linear terbentuk dalam komunikasi sosial. Secara tidak langsung, dengan adanya komunikasi sosial yang intensif, perilaku masyarakat cenderung mengikuti tindakan yang terdapat pada pesan komunikasi sosial (Ratana, 2018).

### **Konstruksi dan Rekonstruksi Perilaku Pada Komunikasi di Media Digital**

Konstruksi perilaku menjadi salah satu *output* dari komunikasi sosial (Berger, 2014). Bahkan dengan hadirnya media komunikasi berbasis digital, rekonstruksi perilaku menjadi sangat wajar terjadi. Hal ini disebabkan tingginya kebutuhan komunikasi yang difasilitasi oleh kemudahan media komunikasi. *Trend* komunikasi verbal dan non verbal melalui media bahkan telah ada sejak maraknya kemunculan aplikasi *chatting* (Rohimah et al., 2021). Terjadinya konstruksi perilaku yang berulang-ulang dan intensifnya komunikasi sosial menjadi pemicu munculnya rekonstruksi perilaku.

Berdasarkan data terdapat beberapa konstruksi perilaku yang dilakukan sekelompok masyarakat anti vaksin saat melakukan komunikasi sosial. Konstruksi yang muncul bahkan bisa berbeda saat berkomunikasi dengan orang *pro* anti vaksin dan *pro* vaksin. Ketika berkomunikasi dengan masyarakat *pro* anti vaksin, mereka cenderung berkomunikasi dengan menonjolkan sisi empati dan solidaritas yang tinggi. Namun berbeda ketika berkomunikasi dengan masyarakat *pro* vaksin, mereka cenderung tidak terang-terangan mereka menolak vaksin, bahkan perilaku

komunikasi sosial yang ditampakkan lebih ke arah sopan, santun, saling menghargai dan antusiasme yang tinggi. Hal tersebut menjadi sangat wajar terjadi, karena terdapat faktor internal dan eksternal dalam proses konstruksi perilaku (Berger, 2014).

Faktor internal dalam konstruksi perilaku masyarakat anti vaksin disebabkan adanya kesadaran, kemauan, serta keinginan yang muncul dari dalam dirinya sendiri yang membentuk perilaku seseorang untuk bertindak (Astuti et al., 2015). Pada masyarakat anti vaksin, mereka cenderung membentuk kesadaran, kemauan, dan keinginan mereka terlebih dahulu baru kemudian memutuskan untuk berperilaku. Perilaku berbeda yang ditunjukkan pada masyarakat anti vaksin dan *pro* vaksin menjadi upaya nyata mereka untuk memperkuat komunitas atau sekelompok tertentu. Upaya tersebut digunakan untuk mempengaruhi secara halus pemikiran seseorang melalui perilaku komunikasi (Kinanti & Putri, 2017).

Lingkungan sekitar menjadi faktor eksternal terjadinya konstruksi perilaku (Philipsen, 2017). Lingkungan seperti keluarga, teman, dan tetangga menjadi faktor penentu, sebab faktor eksternal akan berperan menubuhkan motivasi untuk melakukan sesuatu. Dukungan keluarga atau teman mampu menjadi pemantik munculnya pemikiran - pemikiran positif atau negatif (Egziabher & Edwards, 2013). Tapi dalam penelitian ini menunjukkan data berbeda. Keluarga tidak selalu bisa berperan mempengaruhi perilaku anggota keluarga lain. Contohnya pada ketua RW kecamatan berinisial ML. Ketua RW dengan sengaja mengajak warganya untuk menolak vaksin dengan alasan ada anggota keluarga yang divaksin namun tetap terinfeksi covid dan meninggal. Berdasarkan teori komunikasi sosial, dimana masyarakat cenderung akan mengikuti perintah dari pimpinan kelompok masyarakat tertentu (Zheng et al., 2019), harusnya seluruh anggota keluarga RW tersebut mengikuti apa yang dikehendaki, karena komunikasi keluarga tentu sangat intensif dan memiliki kedekatan interpersonal. Fakta menunjukkan bahwa beberapa anggota seperti 1 anak dan istri justru tidak sepemahaman dengan ketua RW.

Komunikasi sosial ternyata tidak selalu mengkonstruksi perilaku meskipun dalam satu keluarga. Meskipun dalam teori menyatakan bahwa konstruksi perilaku paling banyak dipengaruhi oleh orang terdekat, salah satunya keluarga (Philipsen, 2017). Hal ini bisa sangat wajar terjadi ketika interaksi sosial lebih sering dilakukan melalui ruang virtual, sehingga kedekatan emosional antar anggota keluarga menjadi tidak ada. Peter L Beger dan Thomas Luckman menyatakan bahwa konstruksi perilaku dapat dipengaruhi interaksi atas dasar pengalaman, yang meliputi tiga momen dialektis yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi (Philipsen, 2017).

Eksternalisasi menjadi awal dimana manusia akan mengekspresikan pengalaman hidupnya melalui tindakan dan perilaku (Taiwo, 2018). Eksternalisasi menjadi bentuk tindakan seseorang menunjukkan ekspresi dan wawasannya kepada masyarakat umum. Pada proses eksternalisasi masyarakat anti vaksin, mereka cenderung menciptakan realitanya sendiri (Zheng et al., 2019), dengan berargumen bahwa vaksin bukan menjadi penyelamat pandemi. Selain itu, mereka berusaha mengembangkan realitas yang telah diciptakan sekaligus meyakinkannya. Hal ini tentu menunjukkan bahwa eksternalisasi tidak hanya menciptakan sebuah realitas, tapi

juga mengembangkan dan juga meyakinkannya sebagai sebuah kebenaran yang dapat diakui banyak orang.

Proses objektivasi merupakan tahap kedua dalam konstruksi perilaku, dimana ditunjukkan dengan adanya proses pengkristalan sebuah pemahaman. Berbagai bentuk eksternalisasi akan dilakukan sinkronisasi dengan kenyataan dilapangan (Astuti et al., 2015). Objektivasi menentukan apakah segala proses eksternalisasi diakui secara objektive. Data penelitian menunjukkan bahwa objektivasi yang dilakukan masyarakat anti vaksin tidak selalu diterima baik oleh masyarakat. Bahkan pandangan negatif muncul akibat adanya anti vaksin, terutama yang digagas oleh para pimpinan lokal seperti RT atau RW. Objektivasi ternyata tidak dijadikan hambatan para penolak vaksin, justru menjadi cara menentukan alternatif yang dapat dilakukan untuk membenarkan eksternalisasi. Hal ini tentu tidak searah dengan pandangan teori Berger dan Thomas yang menyatakan eksternalisasi selalu dapat ditafsirkan baik pada proses objektivasi.

Internalisasi menjadi proses terakhir dalam konstruksi perilaku, dimana proses ini menunjukkan segala realitas yang dibentuk dan diyakini secara objektif akan berupaya membentuk struktur objektif (Berger, 2014). Pada tahap ini, individu akan melakukan hal yang dianggap objektif menjadi tindakan subjektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa internalisasi diterapkan sangat baik, sehingga tindakan menolak vaksin bukan menjadi hal yang diperdebatkan bahkan tetap dapat diterima baik oleh banyak pihak. Namun pada kondisi ketika hampir seluruh masyarakat sekitar sudah divaksin dan bertentangan dengan realita pada eksternalisasi, maka struktur dunia subjektif yharusnya terbentuk tidak dapat terbentuk secara maksimal. Fakta dilapangan menunjukkan ketika kecamatan KS diberikan kemudahan akses vaksin, pemberian sembako dan berbagai intensif ternyata mampu menarik masyarakat yang awalnya pro anti vaksin menjadi *pro* vaksin. Berikut hasil analisis proses konstruksi perilaku pada masyarakat anti vaksin.

**Tabel 1.** Pemetaan Hasil Analisis Konstruksi dan Rekonstruksi Perilaku Masyarakat Anti Vaksin dalam Melakukan Komunikasi Sosial

<b>Proses konstruksi sosial pada masyarakat anti vaksin</b>	<b>Rekonstruksi Perilaku melalui komunikasi sosial</b>
<p><b>Eksternalisasi</b>                      Faktor internal didasari dengan adanya kesadaran, keinginan, kecemasan berlebih. Faktor eksternal dipengaruhi oleh komunikasi sosial yang intensif, kemudahan media komunikasi berbasis digital, ditambah dengan faktor lingkungan pendukung seperti keluarga, teman, dan tetangga.</p>	<p><b>Eksternalisasi</b>                      Faktor internal dapat berupa imajinasi, penyimpulan secara subjektif atas sebuah permasalahan, dan kemauan kuat untuk menunjukkan jati diri di depan masyarakat umum                      Faktor eksternal dipengaruhi oleh tindakan komunikasi sosial yang dilakukan dengan mengutamakan sopan santun, mengutamakan sisi empati, menyamakan persepsi menjadi kunci sebuah kebenaran subjektif dapat cepat diterima banyak pihak, apalagi disebarluaskan dengan media komunikasi digital</p>

---

**Objektivasi**

Kuatnya kemauan menjadi dasar mencari alternatif tindakan untuk meyakinkan apa yang di yakini benar pada proses eksternalisasi. Pandangan negatif dan penolakan dijadikan dasar mencari kreatifitas dalam mencari komunikasi sosial bentuk lain yang lebih mudah diterima banyak pihak.

---

**Objektivasi**

realita subjektif yang terbentuk pada proses eksternalisasi ternyata tidak selalu berpengaruh kuat dalam jangka waktu yang lama, dengan adanya kemudahan komunikasi sosial berbasis digital nyatanya mampu menciptakan realitas subjektif yang berubah-ubah, yang disesuaikan dengan informasi yang menyebar luas di media media digital.

---

**Internalisasi**

Upaya tetap meyakini kebenaran yang dibentuk pada proses eksternalisasi yang justru melanjutkan pada tindakan menyebarluaskan realita pribadi kepada masyarakat umum melalui media komunikasi chatting.

---

**Internalisasi**

Berbagai tindakan dan pemahaman tentang realita subjektif ternyata tidak selalu bertahan. Pada kondisi tertentu nyatanya mampu merobohkan realitas subjektif yang diyakini, bahkan sudah disebarkan luaskan sendiri melalui media komunikasi digital.

---

(Sumber : Diolah Peneliti, 2021)

Berdasarkan deskriptif diatas, menunjukkan bahwa dengan hadirnya digitalisasi mendorong masyarakat cenderung berkomunikasi sosial melalui teknologi yang kemudian mampu merekonstruksi perilaku dan merubah tindakan sosial mereka. Pemahaman tentang konstruksi perilaku tidak selalu diakui keberannya dalam konsteks realitas kehidupan masyarakat yang ada (Berger, 2014). Pada masyarakat anti vaksin ditemukan realita bahwa komunikasi sosial yang didukung media media digital tidak hanya menciptakan konstruksi perilaku tapi juga merekonstruksi perilaku masyarakat secara umum. Komunikasi memang memegang peranan penting dalam mempengaruhi presepsi, namun digitalisasi menjadi pendorong rekonstruksi perilaku masyarakat.

**Simpulan**

Komunikasi dan digitalisasi seakan menjadi dua sisi yang tidak dapat terlepas. Digitalisasi selalu menawarkan berbagai perubahan pada pola komunikasi masyarakat yang dapat memicu konstruksi perilaku. Perilaku masyarakat cenderung bisa merubah karena adanya aktifitas komunikasi. Komunikasi secara jelas dapat merekonstruksi perilaku masyarakat dalam berkehidupan sosial, namun pada perkembangannya, komunikasi sosial tidak hanya mengkonstruksi perilaku, tapi juga mengkonstruksi perilaku seseorang. Tindakan dalam komunikasi sosial seperti komunikasi dengan sopan, santun, didukung dengan kesamaan emosi dan tingginya solidaritas menjadi pendukung sebuah komunikasi sosial dalam mensukseskan konstruksi perilaku.

Konstruksi perilaku yang ada di masyarakat salah satunya diakibatkan oleh intensitas komunikasi sosial yang dilakukan. Peran digitalisasi dalam proses terjadinya komunikasi sosial secara intensif ternyata mampu menumbuhkan rekonstruksi perilaku. Berbagai perilaku yang awalnya diyakini kebenarannya sengaja disebar, namun dengan adanya informasi pada media digital mampu merobohkan kekuatan realitas subjektif yang diciptakan. Komunikasi di media digital tentunya tidak menjadi satu satunya faktor, namun dengan semakin intensifnya komunikasi sosial yang dilakukan membuat rekonstruksi sosial dapat terjadi berulang-ulang.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP) Kementerian Keuangan Republik Indonesia sebagai penyandang dana utama untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada Promotor, Co-Promotor dan seluruh civitas akademika FISIP Universitas Airlangga. Serta salam hormat dan terima kasih pada *reviewer* dan editor di Jurnal Komunikasi UNTAR yang telah memberikan masukan konstruktif bagi penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Armaeni, N. (2014). Kajian Etika Dan Profesionalisme Dalam Bisnis Konstruksi Indonesia. *Paduraksa*, 3(2), 45–60.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). Konstruksi Sosial - Peter L Berger dalam prespektif komunikasi. *UINSA*, 3, 103–111.
- Atmoko, P. W. (2015). Digitalisasi dan Alih Media. *Perpustakaan Universitas Brawijaya*, 1–3.
- Berger, P. L. (2014). The Many Altars of Modernity. In *The Many Altars of Modernity: Toward a Paradigm for Religion in a Pluralist Age*. <https://doi.org/10.1515/9781614516477>
- Burgess, J., & Green, J. (2017). Youtube, online video and participatory culture (Digital Media and Society Series). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (2nd ed.). Polity press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Dewi, D. K. (2017). *Budaya Partisipasi dan Pengembangan Literasi Media Baru di Kalangan Netizen dalam Situs Wikipedia Bahasa Indonesia*. 1, 93.
- Dunan, A. (2020). Government Communications in Digital Era: Public Relation and Democracy. *Journal Pekommas*, 5(1), 71. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108>
- Egziabher, T. B. G., & Edwards, S. (2013). Kontruksi Sosial. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9), 1689–1699.
- Giaccardi, E. (2012). Heritage and Social Media. In *Heritage and Social Media*. Routledge, taylor & francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203112984>

- Hudanto, D. (2018). komunikasi sosial dalam konstruksi perilaku foto model pada komunitas fotografi indonesia wilayah madiun. *Article in Digilib Uinsby*, 9(1), 1–11.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2015.07.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.visres.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.humov.2018.08.006><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24582474><https://doi.org/10.1016/j.gaitpost.2018.12.007>
- Jenkins, H. (2016). The poachers and the stormtroopers: cultural convergence in the digital age. In *Les cultes médiatiques*.  
<https://doi.org/10.4000/books.pur.24185>
- Kinanti, S. putri, & Putri, P. S. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @ Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53–64.
- Maulidana, V. N. (2021). *KOMUNIKASI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi pada Taman Kanak-Kanak Negeri Pembina Surabaya)*. 19, 1–106.  
[http://digilib.uinsby.ac.id/46987/2/Valla Nirwana Maulidana\\_B75217147.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/46987/2/Valla Nirwana Maulidana_B75217147.pdf)
- Mayasari, F. (2018). *Digitalisasi Dan Kebudayaan ( Studi Pada Pengembangan Kebudayaan Berbasis Kearifan Lokal Melalui Media Baru Oleh Yayasan Sagang ) Digitization and Culture ( Case Study on Local Wisdom-Based Culture Development Through New Media By Sagang Foundation )*. 2(2).
- Philipsen, G. (2017). *Speaking Culturally* (Vol. 20).
- Pratt, D. (2011). *Methodos: Modelling Written Communication: A New Systems Approach to Modelling In the Social Sciences*.
- Ratana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Ekuitas Merek ( Program Crowdsourcing Foto Periode 18 Juli 2016 – 2 April 2017 di Instagram). *Jurnal Studi KOMunikasi Dan Media*, 22(1), 13–28.
- Rohimah, A., Sugihartati, R., Isnaini, S., & Hakim, L. (2021). Virtual Communication : Muslim Foodgram Participation Culture. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 21–40.
- Rojiati, U. (2019). Manajemen Komunikasi Sosial Penganut Agama Baha'i di Kota Bandung. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–16.  
<https://doi.org/10.15575/cjik.v3i1.5033>
- Schilbrack, K. (2012). The social construction of “religion” and its limits: A critical reading of Timothy Fitzgerald. *Method and Theory in the Study of Religion*, 24(2), 97–117. <https://doi.org/10.1163/157006812X634872>
- Sirait, F. A., & Paskarini, I. (2017). Analisis Perilaku Aman Pada Pekerja Konstruksi Dengan Pendekatan Behavior-Based Safety (Studi Di Workshop Pt. X Jawa Barat). *The Indonesian Journal of Occupational Safety and Health*, 5(1), 91. <https://doi.org/10.20473/ijosh.v5i1.2016.91-100>
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>
- Taiwo, R. (2018). Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication. In *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication*.
- Tapscott, D. (2013). Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. In *International Journal of Advertising*. McGraw-Hill.  
<https://doi.org/10.2501/s0265048709090490>

Tredinnick, L. (2016). Digital Information Contexts: Theoretical Approaches to Understanding Digital Information. In *Digital Information Contexts: Theoretical Approaches to Understanding Digital Information*. Chandos Publishing. <https://doi.org/10.1533/9781780631738>

Xiao, A. (2018). Konsep Interaksi Sosial dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(2), 94–99.

Zheng, R., Burrow-Sanchez, J., & Drew, C. (2019). Adolescent online social communication and behavior: Relationship formation on the internet. In *Adolescent Online Social Communication and Behavior: Relationship Formation on the Internet*. <https://doi.org/10.4018/978-1-60566-926-7>