

Grup WhatsApp ‘Bantul in Hong Kong’: Platform Komunikasi Pekerja Migran Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19 di Hong Kong

WhatsApp Group ‘Bantul in Hong Kong’: Communication Platform of Indonesian Migrant Workers during Covid-19 Pandemic in Hong Kong

Nilia Rahmawati¹⁾, Muntadliroh²⁾

¹Badan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia Unit Pelayanan Teknis Makassar
¹Jl. Paccinang Raya No. 104, Kota Makassar, 90233, Telp/Fax: 0411-425038/425039

²Biro Kerjasama, Hukum dan Humas LIPI Kawasan Bedugul
²Candikuning, Baturiti, Tabanan, Bali, 82191, Telp: 0368-2033211

nilacobra81@gmail.com¹⁾, munt001@lipi.go.id²⁾

Diterima: 3 Juli 2020 || Revisi: 4 September 2020 || Disetujui: 10 September 2020

Abstrak – Komunikasi menjadi aspek penting bagi Pekerja Migran Indonesia (PMI) yang masih bertahan di Hong Kong pada masa pandemi Covid-19. Dalam situasi krisis dan tidak pasti, PMI asal Bantul yang berada di Hong Kong mengandalkan komunikasi menggunakan platform WhatsApp grup “Bantul in Hong Kong” agar tetap terhubung dengan rekannya. Untuk itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan motif penggunaan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” oleh PMI selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam pada anggota grup melalui *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” bertujuan untuk interaksi sosial, mencari informasi, mencari hiburan, relaksasi dan kenyamanan, berbagi informasi, pengawasan, serta tumbuhnya komunikasi empati. Di samping itu, penggunaan platform ini ternyata juga menimbulkan efek negatif berupa iritasi komunikasi pada anggota grup.

Kata Kunci: platform komunikasi, grup whatsapp, pekerja migran Indonesia

Abstract – Communication is an important aspect for Indonesian Migrant Workers' survival (PMI) in Hong Kong during the Covid-19 pandemic. In a crisis and uncertain situation, PMI from Bantul in Hong Kong communicate using the WhatsApp group "Bantul in Hong Kong" to stay connected with their partners. For this reason, this research aims to describe the motives of using the WhatsApp group "Bantul in Hong Kong" by PMI during the Covid-19 pandemic. This research employed qualitative case study approach. The Data was collected using in-depth interviews towards the WhatsApp group members which was selected by snowball sampling. The results showed that the motives of using WhatsApp group "Bantul in Hong Kong" were: social interaction, information seeking, entertainment, relaxation and comfort, sharing information, monitoring the other, and growing of communication empathy. In addition, the use of this platform also has negative effects such a communication irritation to group members.

Keywords: communication platform, whatsapp group, Indonesian migrant workers

PENDAHULUAN

Sejak awal tahun 2020 dunia telah dikejutkan oleh munculnya virus Corona (Covid-19). Dalam hitungan bulan virus tersebut telah menyebar sangat masif ke 181 negara. Oleh sebab itu, sejak 11 Maret 2020 *World Health Organization* (WHO) menetapkan wabah Covid-19 atau virus Corona (SARs Cov-2) sebagai pandemi global (Amindoni, 2020). Dengan penetapan tersebut, WHO kemudian menghimbau setiap negara untuk melaksanakan mekanisme tanggap darurat, mengomunikasikan risiko virus Corona pada warganya, melakukan isolasi diri, menguji dan merawat pasien Covid-19, serta melacak setiap pergerakan dan kontak pasien yang terjangkau.

Data per tanggal 23 April 2020 mencatat negara yang terpapar Covid-19 tertinggi, yaitu Amerika Serikat sebanyak 849.092 kasus, 47.681 meninggal dan 84.050 sembuh. Urutan kedua adalah Spanyol dengan 213.024 kasus, 22.157 meninggal, dan 89.250 sembuh. Urutan ketiga, yaitu Italia dengan 187.327 kasus, 25.085 meninggal, dan 54.543 sembuh (Idhom, 2020). Covid-19 menyebar sangat cepat dari wilayah Asia, Eropa, Amerika, dan negara-negara di belahan dunia lainnya.

Di dataran Asia, Covid-19 pertama kali diidentifikasi menyebar di wilayah Wuhan. Hal ini berdampak pula pada negara-negara yang berbatasan langsung dengan Tiongkok, antara lain Korea Selatan,

Singapura, Hong Kong, dan Taiwan. Hong Kong dinilai sebagai negara yang berhasil mengatasi penyebaran virus corona tanpa *lockdown*. Dengan populasi hampir 7,5 juta jiwa, angka Covid-19 di Hong Kong hingga 18 April 2020 hanya tercatat 715 kasus, termasuk 94 infeksi tanpa gejala, dan 4 meninggal dunia (Rizal, 2020). Ditinjau dari aspek geografisnya, Hong Kong dianggap berisiko besar terpapar virus Corona karena menjadi tempat transit para pelancong yang datang dari daratan Tiongkok. Faktanya Hong Kong ternyata berhasil mengendalikan wabah Virus Corona di wilayah tersebut dengan tingkat kematian rendah dibanding negara lain yang terpapar.

Kebijakan yang telah ditempuh oleh pemerintah Hong Kong dalam memutus rantai penyebaran virus Corona antara lain melakukan pelacakan terhadap orang yang sudah melakukan kontak dengan suspek yang dinyatakan positif tertular Covid-19. Selain itu, kewajiban isolasi dan karantina juga diberlakukan bagi warga yang tertular (Rizal, 2020). Hong Kong juga telah menutup sekolah sejak tahun baru Imlek (Aini, 2020). Rupanya saat wabah Covid-19 menyebar di Tiongkok, Hong Kong langsung mengambil langkah pemetaan virus, mewajibkan warganya untuk menjaga jarak sosial, cuci tangan intensif, memakai masker serta pakaian pelindung lainnya (CNN Indonesia.com, 2020).

Meskipun Hong Kong dinilai sebagai negara yang berhasil mencegah penyebaran Covid-19 di Asia, namun kasus pandemi virus Corona di Hong Kong tersebut tetap menimbulkan kepanikan bagi warganya. Apalagi Hong Kong memiliki demografi yang heterogen, salah satunya adalah para Pekerja Migran Indonesia (PMI). Sebagai diaspora Indonesia, PMI di Hong Kong menghadapi berbagai kesulitan di masa awal krisis wabah virus Corona. Para PMI ini mengeluhkan terjadinya kelangkaan dan kesulitan untuk mendapatkan masker. Tidak semua PMI mendapatkan fasilitas masker dari majikan, sehingga mereka harus membeli sendiri. KJRI Hong Kong sempat menyediakan masker bagi WNI yang ada di Hong Kong bekerja sama dengan berbagai institusi di Indonesia dan BUMN. Hampir 80 ribu masker didistribusikan kepada WNI di Hong Kong, melalui KJRI, organisasi masyarakat, maupun dengan mendatangi langsung ke tempat tinggal WNI (Viva.co.id, 2020).

Dampak lain yang dirasakan oleh PMI di Hong Kong dengan adanya pembatasan kegiatan sosial di luar rumah pada masa pandemi Covid-19, yaitu PMI ini

tidak dapat berjumpa dan berkumpul dengan rekannya di area publik pada akhir pekan. Di samping itu, mereka dilarang berkumpul lebih dari empat orang, harus melakukan *social distancing*, serta setiap keluar rumah diwajibkan untuk memakai masker (wawancara Uut PMI Hong Kong, 2020). Kebijakan pemerintah Hong Kong yang melarang warganya -termasuk PMI- untuk keluar rumah mengakibatkan PMI ini mendapatkan sikap diskriminatif dari majikan karena tidak memperoleh hak libur. Para PMI tetap bekerja dan tidak mendapatkan upah pengganti di hari libur. PMI tetap diperintahkan oleh majikan untuk belanja, membersihkan rumah, menjaga diri agar tetap higienis, harus mengganti masker setiap hari, tetapi mereka harus membeli sendiri fasilitas pelindung tersebut (Viva.co.id, 2020).

Tidak dapat dipungkiri Hong Kong menjadi salah satu destinasi favorit bagi penempatan PMI setelah Malaysia. Data penempatan PMI di Hong Kong dalam kurun waktu tiga tahun terakhir menunjukkan penambahan yang signifikan, yaitu sejumlah 69.182 orang PMI di tahun 2017, 73.197 orang tahun 2018, dan 70.840 orang PMI pada tahun 2019. Tiga besar negara Asia yang menjadi daerah tujuan penempatan PMI di tahun 2018 adalah Malaysia, yakni 90.671 orang, Hong Kong sebanyak 73.917 orang dan Taiwan dengan 72.373 orang PMI (bp2mi, 2020). Salah satu alasan yang mendorong PMI memilih Hong Kong sebagai daerah tujuan penempatan kerja sebab pemerintah Hong Kong mendorong dan mendukung seluruh pekerja migran untuk memiliki jaminan sosial sesuai dengan regulasi yang berlaku. Demikian halnya regulasi yang berlaku di Indonesia juga mengatur jaminan sosial bagi pekerja migran yang diselenggarakan oleh BPJS (Fanani, 2019).

Guna melindungi PMI di tengah pandemi Covid-19, Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia telah menerbitkan Kepmenaker RI No. 151 Tahun 2020, Tanggal 18 Maret 2020 mengenai Penghentian Sementara Penempatan Pekerja Migran Indonesia (Kemnaker.go.id, 2020). Mengingat sejak Covid-19 menjadi pandemi global, banyak negara tujuan penempatan PMI mulai menerapkan penutupan wilayah atau *lockdown* antara lain Malaysia, Singapura, Hong Kong, Taiwan, Korea Selatan, Arab Saudi, Yordania, Kuwait, Italia, Inggris, Spanyol, Perancis, Polandia, dan Amerika Serikat. Akibatnya, banyak *user* di luar negeri yang memutuskan untuk menghentikan sementara kegiatan operasionalnya

dalam rangka menekan penyebaran Covid-19 di lingkungan kerjanya.

Meskipun hingga saat ini belum ada PMI di Hong Kong yang terkonfirmasi positif Covid-19, namun, para PMI Hong Kong patut khawatir sebab beberapa rekan PMI di negara lain sudah ada yang terjangkit Covid-19. Pada 3 April 2020 Kementerian Kesehatan Singapura telah merilis data jumlah WNI yang positif Covid-19 adalah sebanyak 37 orang (Chaterine, 2020). Sementara itu, bagi PMI yang masih bertahan di Hong Kong pada situasi pandemi virus Corona, mereka hanya bisa mengandalkan komunikasi daring. Ini artinya para PMI tersebut membutuhkan media untuk dapat berkomunikasi dengan rekan sesama PMI yang tersebar di kota-kota lain di Hong Kong. Salah satu media komunikasi andalan komunitas PMI Hong Kong adalah aplikasi WhatsApp sebagai sarana untuk berbagi informasi, berita, dan regulasi terkait perkembangan terkini dari wabah virus Corona di Hong Kong (wawancara Nurul PMI Hong Kong, 2020).

Dewasa ini WhatsApp tumbuh menjadi aplikasi pengiriman pesan instan yang populer di dunia. Hingga saat ini jumlah penggunaannya sudah mencapai lebih dari 2 miliar di 180 negara (WhatsApp, 2020). Data pertumbuhan pengguna WhatsApp sangat signifikan setiap tahun, hal ini terlihat dari jumlah pengguna di tahun 2016 sebanyak 1 miliar, meningkat menjadi 1,5 miliar di tahun 2018, dan menjadi lebih dari 2 miliar pengguna di tahun 2020 (id.oberlo.com, 2020). Dengan demikian, jumlah pengguna WhatsApp meningkat 0,5 miliar per dua tahun.

Menilik sejarahnya, WhatsApp Inc. didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton di Santa Clara California pada 2009 sebagai aplikasi untuk memberikan layanan pengiriman pesan singkat. Awalnya aplikasi ini hanya dapat digunakan pada perangkat iPhone, kemudian penggunaannya diperluas untuk mendukung Android, Windows Phone, BlackBerry, dan Nokia. Pada Februari 2014, Facebook Inc. membeli WhatsApp seharga 19 miliar USD (Ersoz, 2019: 1140).

Dalam perkembangannya, penggunaan WhatsApp semakin mudah sebab pengunduhannya gratis dan tidak memerlukan pendaftaran yang rumit. Di samping itu, aplikasi WhatsApp secara spontan mengenali penggunaannya berdasarkan nomor telepon mereka. Kontak yang ada di telepon seluler yang merupakan pengguna WhatsApp tersebut otomatis akan terkoneksi dengan aplikasi daftar kontak. Pada tahun 2016 WhatsApp telah menambah jumlah kontak anggota

grup maksimal 256 orang dari yang sebelumnya hanya berkapasitas 100 orang anggota (Bolton, 2016).

WhatsApp lahir sebagai produk hasil perkembangan teknologi komunikasi dan media baru. Mc Quail (2000: 119) mendeskripsikan implikasi dari munculnya media baru ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang bersifat interaktif antar pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Penerima informasi akan mendapatkan kebebasan dan kesamaan posisi sebagai pengirim dan penerima informasi. WhatsApp sangat memungkinkan terjadinya pertukaran pesan interaktif antara pengirim dengan penerima, sebab WhatsApp merupakan aplikasi media sosial yang dilengkapi dengan fitur pengiriman pesan langsung serta berbagi media berupa pesan suara, video, dan foto (Steele, 2014).

Alasan logis yang mendasari WhatsApp menjadi platform pengiriman pesan populer adalah kemudahan fitur yang ditawarkannya. *Mobile instant messaging* (MIM) seperti WhatsApp menggunakan data jaringan seluler atau jaringan area lokal untuk mengirim dan menerima pesan. Di samping itu, pengguna juga dapat mengirim pesan berupa teks, gambar, video, media audio dengan mudah, serta menjadi aplikasi yang ramah bagi kaum muda dalam bertukar informasi (Kumar & Sharma, 2016: 53). Salah satu fitur penting dalam WhatsApp adalah kemampuannya mengirim pesan sesuai dengan waktu saat ini kepada penerima individu maupun kelompok tanpa biaya (Tang & Hew, 2017; Ersoz, 2019: 1137). Oleh sebab itu, WhatsApp menjadi platform komunikasi pilihan publik dari berbagai kalangan, baik akademisi, pebisnis, hingga pekerja migran Indonesia di berbagai negara.

Sebagai diaspora Indonesia, PMI khususnya yang bekerja di Hong Kong memerlukan media komunikasi yang dapat memfasilitasi kerinduan mereka akan keluarga, rekan, bertukar informasi mengenai perkembangan terkini di tanah air, serta isu-isu yang berkaitan langsung dengan nasib para PMI tersebut. Salah satunya adalah isu pandemi virus Corona yang terjadi di Hong Kong sebagai wilayah kerja mereka. Di sisi lain, WhatsApp menawarkan kedekatan jarak sosial dalam komunikasi dengan teman dan kerabat, sehingga komunikasi yang terbangun menjadi lebih privat (Kumar & Sharma, 2016: 57). Selain memfasilitasi pengiriman pesan antar individu, WhatsApp juga dapat menjadi alat komunikasi yang efektif bagi kelompok, membantu proses koordinasi dan pengambilan keputusan penting bagi suatu kelompok (Urien, et al., 2018), memfasilitasi

terciptanya proses pembelajaran berkelanjutan yang menghasilkan interaksi dan komunikasi dalam suatu kelompok (Sultan, 2014; Ogara et al. 2014). Oleh karenanya, pengguna WhatsApp dapat menciptakan grup untuk tujuan komunikasi informal sesama rekan atau untuk tujuan yang lebih formal bagi kolega (Ersoz, 2019: 1137).

Media sosial seperti Facebook, WhatsApp, WeChat, YouTube, Line, Instagram, LinkedIn, dan Google plus, telah mengubah cara berkomunikasi melalui fitur dan layanannya yang inovatif (Hossain, 2019: 16). Fitur grup dari aplikasi WhatsApp telah memperoleh popularitas dari penggunanya karena format yang sederhana dan mudah digunakan. Cara kerja grup WhatsApp dibuat oleh administrator dan pengguna dapat bergabung dengan grup tersebut setelah diundang oleh administrator. Setiap anggota grup WhatsApp dapat melihat transkrip obrolan yang terjadi di grup dan dapat meninggalkan grup dengan mudah. Administrator grup berhak mengganti nama atau gambar ikon dari grup tersebut. Selain itu, tanda centang biru yang diaktifkan ketika pesan dibaca oleh anggota lain juga tersedia pada komunikasi di grup WhatsApp. Grup WhatsApp dapat dibuat untuk berbagai tujuan bagi kolega, keluarga atau teman, termasuk grup Whatsapp bagi Pekerja Migran Indonesia yang berada di Hong Kong.

Meskipun WhatsApp memiliki berbagai kemudahan, pengguna juga perlu memahami efek negatif dari pemakaian *instant messaging* (IM) seperti WhatsApp. Penggunaan platform pengiriman pesan instan WhatsApp ini secara perlahan telah menciptakan pergeseran komunikasi dari tatap muka ke komunikasi *online* (Zhao & Rosson, 2009). Meskipun demikian, bukan berarti WhatsApp mampu menggantikan komunikasi tatap muka. Hal ini telah menimbulkan perubahan perilaku pengguna yang lebih banyak terpaku pada gawainya dan cenderung acuh pada dimensi kehidupan sosial di dunia nyata. Dilihat dari sisi komunikasi interpersonal, situs IM seperti WhatsApp dapat menyebabkan tujuh emosi negatif pada pengguna antara lain; cemas, rasa bersalah, tekanan, gangguan, malu, curiga, dan bingung (Si, 2012). Pengguna dapat merasakan tekanan untuk segera menanggapi pesan, bingung menafsirkan arti pesan yang dimaksud, bahkan dapat menimbulkan miskomunikasi (Ali & Kootbodien, 2017: 11).

Terkait dengan fenomena tersebut, teori *uses and gratification* memiliki relevansi khusus dengan penggunaan media sosial (Whiting & Williams, 2013:

363). Premis dasar teori ini menganggap individu memilih media tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dan dapat memberikan kepuasan tertinggi (Lariscy et al., 2011, Sparks dalam Griffin, 2012: 359). Artinya, tujuan utama teori *uses and gratification* adalah untuk mengklarifikasi penyebab mengapa orang memilih jenis media tertentu dengan maksud untuk meningkatkan pemahaman tentang kepuasan sosial dan individu, juga untuk menjelaskan motif pengguna saat berinteraksi dengan media tersebut (Hossain, 2019: 17). Dalam teori *uses and gratification*, pemilihan media tertentu dapat menimbulkan efek yang berbeda bagi tiap individu. Kemunculan teori yang digagas oleh Elihu Katz pada tahun 1974 ini telah menggeser anggapan penggunaan media saat itu yang menciptakan efek seragam.

Dalam perkembangannya, cara kerja teori *uses and gratification* bukan hanya berlaku bagi media massa konvensional, tetapi juga relevan pada penggunaan media baru. Para peneliti komunikasi telah mengarahkan perhatiannya dalam mengeksplorasi teori ini pada media baru antara lain: komunitas virtual (Cheung & Lee, 2010), permainan *online* (Li et al., 2015), *social networking site* pada seluler (Gan et al., 2017), media sosial (Whiting & Williams, 2013), Facebook (Hossain, 2019), dan WhatsApp (Trisnani, 2017). Dalam konteks ini, orang memiliki alasan yang berbeda untuk menggunakan media sosial tertentu tergantung pada usia, jenis kelamin, status sosial, dan faktor lainnya. Teori *uses and gratification* mengidentifikasi lima kategori yang dapat digunakan untuk menilai tujuan penggunaan media sosial seseorang, yaitu: 1) kebutuhan kognitif; 2) kebutuhan afektif; 3) kebutuhan integratif pribadi; 4) kebutuhan integratif sosial; dan 5) kebutuhan untuk melepas ketegangan (Acar, 2014; Kane, 2015).

Indikator tersebut kemudian dielaborasi secara terperinci oleh Korgaonkar & Wolin (1999), Papacharissi & Rubin (2000), Ko et al. (2005), serta Whiting & Williams (2013) sehingga menghasilkan sepuluh rumusan motif penggunaan media baru yang meliputi: 1) interaksi sosial; 2) pencarian informasi; 3) menghabiskan waktu luang dan mencegah kebosanan; 4) mencari hiburan; 5) untuk relaksasi dan meringankan tekanan hidup sehari-hari; 6) keperluan komunikasi; 7) memberikan kenyamanan bagi individu pengguna; 8) untuk mengekspresikan pendapat atau opini; 9) untuk berbagi informasi; dan 10) pengawasan/melihat aktivitas pengguna lain. Kesepuluh poin tersebut merupakan penjabaran dari

lima kategori teori *uses and gratification*. Perkembangan motif penggunaan media baru tersebut dapat digunakan untuk mengeksplorasi komunikasi PMI yang masih bertahan di Hong Kong pada masa pandemi Covid-19 melalui platform WhatsApp.

Salah satu grup WhatsApp yang digunakan sebagai media komunikasi para PMI yang masih bertahan di Hong Kong saat pandemi Covid-19 terjadi adalah “Bantul in Hongkong”. Anggota grup WhatsApp tersebut berjumlah 45 orang yang merupakan PMI asal Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang bekerja di Hong Kong. Peneliti tertarik untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai motif penggunaan grup WhatsApp “Bantul in Hongkong” ini karena alasan, pertama, masih adanya warga Bantul yang menjadi PMI di Hong Kong ini merupakan anomali, sebab Pemprov Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sendiri telah melarang warganya untuk bekerja ke luar negeri sebagai PMI di sektor nonformal. Posisi mereka sangat rentan terutama pada masa pandemi Covid-19 di Hong Kong. Kedua, penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi oleh PMI yang ada di Hong Kong merupakan fenomena unik, mengingat warga Hong Kong juga familiar dengan platform pesan instan WeChat. Ketiga, penelitian yang mengelaborasi penggunaan media baru khususnya platform WhatsApp oleh PMI masih terbatas. Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Muksin et al. (2019) mengenai komunikasi *online* PMI Hong Kong, penggunaan Facebook oleh PMI (Syakriah, 2017), dan aktivitas *blogging* oleh Buruh Migran Indonesia (Retnaningdyah, 2013). Penelitian ini berupaya melengkapi kajian penggunaan media baru khususnya WhatsApp oleh PMI di masa krisis pandemi Covid-19.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif sebab bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian berupa perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Creswell, 2015). Penelitian deskriptif kualitatif dalam konteks ini bertujuan mengidentifikasi dan mendeskripsikan arti penting penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi PMI di Hong Kong khususnya anggota

grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” pada saat menghadapi pandemi Covid-19.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, sebab penelitian ini akan mengelaborasi aspek *how* atau *why* dari objek penelitian dengan fokus penelitian yang terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2014: 1). Penelitian ini merupakan studi kasus tunggal. Peneliti mengamati penggunaan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” sebagai media komunikasi PMI di Hong Kong selama pandemi Covid-19. Peneliti tertarik dengan kasus ini karena PMI di Hong Kong aktif berkomunikasi melalui media sosial dibanding para PMI yang berada di negara penempatan kawasan Asia lainnya seperti Malaysia, Taiwan, maupun Brunei Darussalam. Selain itu, yang membedakan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” dengan grup WhatsApp lainnya karena group WhatsApp tersebut memiliki keunikan tersendiri, yaitu semua anggotanya berasal dari Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang bekerja sebagai PMI di Hong Kong.

Pengumpulan data dilakukan antara lain melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara mendalam. Peneliti menggunakan teknik wawancara *guided interview* pada narasumber inti, sebagai titik awal *snowball* dan dikembangkan pada wawancara lanjutan dengan beberapa informan penelitian lain yang telah diidentifikasi oleh informan awal. Data digali dari subjek penelitian yang kemudian disebut informan primer dan informan sekunder. Informan primernya adalah admin grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong”, sementara informan sekundernya adalah para anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong”. Karenanya, peneliti telah melakukan wawancara mendalam terhadap 25 orang PMI yang merupakan anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” mewakili anggota yang aktif berkomunikasi maupun pasif (*silent reader*) di grup tersebut.

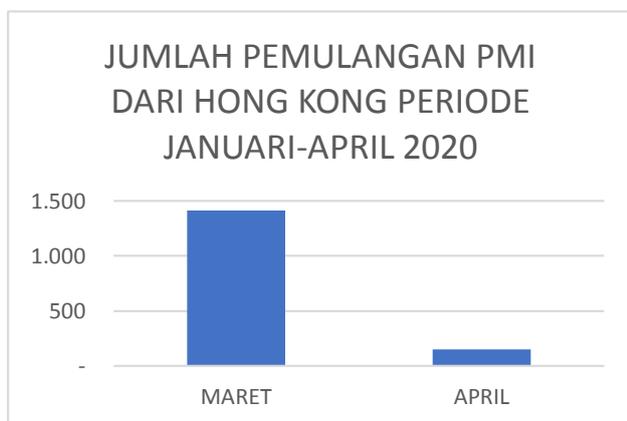
Adapun objek penelitian ini adalah Pekerja Migran Indonesia (PMI) yang tergabung sebagai anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” yang saat ini masih bekerja di Hong Kong pada masa pandemi Covid-19. Objek penelitian ini menegaskan dari mana data penelitian akan diperoleh dan menjelaskan siapa atau apa yang memberikan data. Limitasi penelitian meliputi tempat serta waktu penelitian yang difokuskan pada penggunaan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” sebagai media komunikasi para PMI di Hong Kong pada saat menghadapi pandemi Covid-19 dan

yang memilih bertahan di Hong Kong. Limitasi waktunya adalah Bulan Januari-April 2020 pada saat terjadi wabah Covid-19 di Hong Kong.

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Miles & Huberman, 2014: 16). Validitas data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi, yaitu triangulasi data yang dilakukan dengan memanfaatkan beberapa sumber informasi yang berbeda untuk menguji kebenaran data mengenai fenomena atau gejala sosial tertentu yang sedang diteliti (Martono, 2016: 324). Triangulasi data dalam penelitian ini dapat dilihat dari sumber informasi yaitu dokumen resmi, wawancara mendalam, dan berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demi mengantisipasi keselamatan PMI, hingga April 2020 pemerintah Indonesia telah berhasil memulangkan 1.565 orang PMI dari Hong Kong (Gambar 1). Itu artinya masih terdapat ± 174.000 orang PMI yang bertahan dan tetap bekerja seperti biasa di Hong Kong pada akhir April 2020 (KJRI Hong Kong, 2020). PMI yang masih bertahan di Hong Kong tersebut tentu memerlukan aktivitas komunikasi melalui berbagai cara untuk tetap terhubung dengan rekan sesama PMI, terutama di tengah situasi ketidakpastian karena pandemi Covid-19. Salah satunya seperti yang dilakukan oleh PMI asal Bantul di Hong Kong.



Gambar 1 Data Pemulangan PMI dari Hong Kong di Masa Pandemi Covid-19 bulan Januari-April 2020. Source: bp2mi.go.id, 2020.

Penelitian ini menitikberatkan elaborasi pada motif yang melatarbelakangi PMI asal Bantul yang ada di Hong Kong dalam memilih platform digital WhatsApp sebagai media komunikasi kelompok. Motif pemilihan

dan penggunaan WhatsApp dalam penelitian ini menjadi penting terutama ketika platform tersebut berguna untuk menopang aktivitas komunikasi PMI Bantul di Hong Kong pada masa pandemi Covid-19. Adanya pembatasan sosial dan aturan ketat dari Pemerintah Hong Kong, menjadikan PMI hanya dapat mengandalkan kegiatan komunikasi ke sesama rekannya melalui grup WhatsApp yang bernama "Bantul in Hong Kong." Salah satu kelebihan fitur grup WhatsApp adalah adanya layanan obrolan yang memungkinkan pengguna mengirim informasi ke beberapa kontak secara bersamaan dan untuk melakukan percakapan dengan sekelompok orang (Fouad, 2017: 16).

Grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" ini berdiri sejak 11 Juni 2018. Tujuannya adalah untuk memberi wadah bagi sesama PMI asal Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang ditempatkan di Hong Kong agar dapat menyampaikan aspirasi, ide-ide, donasi, dan wadah berkeluh-kesah. Grup WhatsApp ini digagas oleh Sussy (40 th) selaku Ketua Asosiasi PMI Hong Kong. Awal dibentuknya grup ini hanya beranggotakan lima orang PMI, kemudian koneksinya meluas dari mulut ke mulut hingga berhasil menjaring anggota sebanyak 45 PMI pada bulan April 2020. Grup WhatsApp ini berupaya merangkul dan memberi semangat kekeluargaan terutama bagi PMI asal Bantul agar tidak merasa terasing di perantauan. Hasil wawancara dengan Sussy (2020) mendeskripsikan bahwa reaksi PMI asal Bantul tersebut antusias dan mendukung dibentuknya grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong," sehingga mereka bersedia bergabung menjadi anggota.

Dalam perspektif teori *uses and gratification*, orang memilih untuk mengonsumsi dan berbagi pesan dari media komunikasi tertentu dengan alasan yang heterogen (Griffin, 2012: 358). Demikian halnya dengan motif pembentukan grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" ini, secara makro menjadi media komunikasi antar sesama PMI dari Bantul yang bekerja di Hong Kong. Namun secara mikro, dengan menelusuri motif masing-masing anggota yang memutuskan bergabung dalam grup WhatsApp ini memiliki alasan yang beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para PMI Hong Kong memilih WhatsApp sebagai platform komunikasi bagi komunitasnya sebab mereka sudah terbiasa menggunakan aplikasi WhatsApp sejak masih berada di Indonesia. Oleh sebab itu, ketika mulai bekerja sebagai PMI di Hong Kong, mereka sudah familiar dengan fitur komunikasi di platform

WhatsApp. Bahkan WhatsApp memudahkan para PMI Hong Kong tersebut untuk tetap terhubung dan berkomunikasi dengan keluarga di Indonesia karena keluarga di tanah air juga menggunakan aplikasi tersebut. Di samping itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada motif kelatahan yang menjadikan PMI Bantul di Hong Kong memilih menggunakan aplikasi WhatsApp. Hal ini dilatarbelakangi oleh kondisi mayoritas rekan sesamanya yang juga menggunakan WhatsApp. Agar PMI yang bersangkutan tetap bisa menjaga eksistensinya dalam berkomunikasi dengan rekannya, maka pilihannya adalah mengikuti dominasi mayoritas, yaitu menggunakan WhatsApp. Penggunaan WhatsApp yang mudah, sederhana, tidak ada iklan, dan tidak memerlukan banyak ruang di ponsel memang menjadi alasan utama wanita asal Indonesia dalam memilih platform WhatsApp (Kurnia et al., 2020: 2).

Di Hong Kong, penggunaan WhatsApp tidak dibatasi Undang-Undang Keamanan Nasional seperti di Tiongkok daratan. Para PMI Bantul di Hong Kong yang sudah terbiasa menggunakan WhatsApp tidak perlu berganti media komunikasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa fitur operasional WhatsApp lebih mudah jika dibandingkan dengan aplikasi lain yang populer di Tiongkok seperti WeChat. WhatsApp dapat diinstal dan dioperasikan pada perangkat telepon pintar tanpa harus mengikuti spesifikasi termutakhir. Sementara itu, WeChat hanya dapat beroperasi pada telepon pintar dengan spesifikasi tertentu.

Dilihat dari segi pemanfaatannya, PMI asal Bantul di Hong Kong tidak familiar dengan fitur WeChat. Mereka akan menggunakan WeChat hanya jika berkepentingan melakukan komunikasi dengan rekannya yang berada di Tiongkok daratan sebab di wilayah tersebut hanya dapat berkomunikasi menggunakan platform WeChat. Hasil wawancara mengungkap, umumnya para PMI memakai aplikasi WeChat untuk keperluan mengirim uang, sedangkan bagi aktivitas komunikasi sehari-hari dengan keluarga atau sesama rekan PMI menggunakan WhatsApp. Alasan tersebut sangat logis, mengingat dalam teori *uses and gratification* orang sengaja memilih media tertentu untuk tujuan yang spesifik (Griffin, 2012: 358). Lebih jauh, hasil penelitian ini mendeskripsikan secara terperinci berbagai motif yang melatarbelakangi para PMI Bantul yang berada di Hong Kong dalam berkomunikasi dengan kelompoknya melalui kanal grup WhatsApp.

Interaksi Sosial

Salah satu motif penggunaan media sosial adalah untuk berinteraksi dengan orang lain (Whiting & Williams, 2013: 364). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi interaksi sosial dalam grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” ini menghasilkan pertautan dengan kepentingan pertemanan dan munculnya motivasi sosial untuk saling mendekatkan antar individu. Adanya grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” telah mendorong para PMI Bantul tersebut untuk bergabung sebagai anggota grup. Berdasarkan pengakuan para informan, tujuan mereka bergabung dalam grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” adalah untuk mencari relasi keluarga sebagai komunitas yang memiliki memori kolektif yang sama yaitu sebagai perantau di Hong Kong dengan kesamaan daerah asal.

Interaksi sosial yang terbentuk di dalam grup WhatsApp tersebut dipelihara dalam wujud komunikasi antar anggota yang dilakukan setiap hari. Perkembangan perangkat digital seperti grup WhatsApp tersebut telah memudahkan tercapainya kebutuhan integratif sosial, sebab dalam grup WhatsApp setiap anggota sangat mungkin bisa terhubung secara terus-menerus (Kane, 2015). Kebutuhan dasar manusia sebagai makhluk sosial yang saling berinteraksi secara tidak langsung telah menciptakan ketergantungan untuk menggunakan perangkat WhatsApp agar tetap bisa berkomunikasi dengan anggota grup.

Mencari Informasi

Hal penting yang mendorong turut PMI Bantul di Hong Kong untuk bergabung di grup WhatsApp adalah tujuan mencari informasi. Di masa pandemi Covid-19, informasi mengenai perkembangan terkini baik yang terjadi di Indonesia maupun di Hong Kong sangat berharga bagi para PMI. Disisi lain, kesempatan PMI untuk mengakses informasi yang dibagikan di grup WhatsApp juga sangat terbatas, sebab mereka baru diperbolehkan mengulik telepon pintarnya di luar jam kerja.

Selama masa pandemi Covid-19, percakapan PMI di grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” fokus membahas perkembangan kasus Covid-19 di Indonesia, kebijakan pemerintah Hong Kong bagi warga di masa pandemi Covid-19, serta perkembangan PMI di negara lain yang terindikasi positif Covid-19. Situasi ini menjadikan PMI antusias untuk mengakses informasi terbaru yang dibagikan oleh rekan PMI

sesama anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” di sela-sela waktu kerjanya. Hal ini menjadikan PMI tidak ketinggalan informasi dan memunculkan motivasi informasi (Korgaonkar & Wolin, 1999). Dalam konteks ini, WhatsApp sebagai platform digital yang mawadahi kebutuhan PMI Bantul yang berada di Hong Kong tersebut dalam mencari informasi guna mendidik diri sendiri.

Mencari Hiburan

Tidak dapat dipungkiri pandemi Covid-19 yang telah menimbulkan korban jiwa di berbagai negara menjadikan para PMI asal Bantul di Hong Kong mulai meningkatkan kewaspadaan. Posisinya sebagai diaspora Indonesia di Hong Kong dan harus melewati situasi pandemi di sana memunculkan suasana tegang bagi para PMI. Akan tetapi dengan adanya grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong,” justru menjadi media pembebas ketegangan para PMI tersebut. Pengakuan para PMI menunjukkan bahwa pada masa pandemi Covid-19, pembicaraan di grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” tidak hanya seputar informasi serius mengenai perkembangan Covid-19 saja. Disela-sela perbincangan di grup WhatsApp, mereka juga menyisipkan obrolan bertema ringan untuk tujuan saling menghibur. Hal ini menunjukkan bahwa platform WhatsApp yang dipilih oleh PMI Bantul di Hong Kong sebagai media komunikasi tersebut telah memenuhi kebutuhan penggunanya akan hiburan.

Dalam pandangan Korgaonkar dan Wolin (1999), penggunaan media komunikasi digital berbasis internet dapat menjadi bentuk pelarian bagi penggunanya. Konteks pelarian ini dapat berupa suasana menyenangkan dan menenangkan yang timbul akibat menggunakan media tertentu. Di dalam grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong,” obrolan bercanda antarsesama PMI anggota grup merupakan bentuk terpenuhinya kebutuhan hiburan di sela-sela suasana tegang karena pandemi Covid-19 yang saat itu sedang melanda Hong Kong.

Relaksasi dan Kenyamanan

Selain dapat memenuhi kebutuhan hiburan, grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” juga menjadi wadah bagi PMI untuk melakukan relaksasi setelah bekerja selama 7-10 jam sehari. Kebutuhan akan relaksasi ini dapat dilihat berdasarkan dampak yang dirasakan oleh anggota grup. Para PMI menganggap percakapan yang menghibur di grup WhatsApp dapat mengurangi rasa jenuh mereka dari rutinitas bekerja di

masa pandemi. Di samping itu, adanya semangat saling menghibur sesama rekan di dalam grup WhatsApp juga membantu meringankan tekanan hidup sehari-hari yang dirasakan PMI dari ketatnya aturan pemerintah Hong Kong selama pandemi Covid-19.

Platform digital seperti grup WhatsApp yang digunakan oleh PMI Bantul yang ada di Hong Kong menyediakan pilihan bentuk komunikasi berupa obrolan menggunakan teks, video, maupun fitur telepon. Bagi anggota grup yang introvert, bisa mengalami tingkat kecemasan tinggi ketika harus berkomunikasi secara tatap muka dengan lawan bicara (Papacharissi & Rubin, 2000). Mereka tidak dapat menikmati interaksi semacam itu. Dengan kata lain, tatap muka langsung tidak dapat memuaskan kebutuhan orang introvert. Adanya pilihan mode percakapan teks dalam grup WhatsApp dapat memberikan efek rileks bagi pengguna yang berkarakter introvert. Sebaliknya, bagi anggota grup WhatsApp yang berkarakter ekstrover, mereka akan dapat mengekspresikan preferensi dengan jelas untuk percakapan secara tatap muka dan lebih banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan media. Mode percakapan telepon dan video dalam platform WhatsApp menjadi pilihan yang efektif bagi pengguna berkarakter ekstrovert.

Bagi individu pengguna, media komunikasi yang dapat menawarkan kenyamanan akan menjadi pilihan. Banyaknya pilihan mode komunikasi dalam grup WhatsApp dapat dimanfaatkan oleh pengguna menyesuaikan dengan karakteristik individu. Dalam teori *uses and gratification*, tujuan utama seseorang menggunakan media tertentu adalah untuk mendapatkan kepuasan tertinggi (Rubin, 2009). Dalam hal ini, percakapan yang dilakukan anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” dalam bentuk teks maupun audio visual tergantung pilihan masing-masing anggota berdasarkan aspek kenyamanan berkomunikasi.

Berkomunikasi

Komunikasi menjadi esensial bagi anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong.” Aktivitas berkomunikasi di dalam grup WhatsApp dapat dilakukan dengan membagikan informasi kepada anggota lain (Whiting & Williams, 2013: 365). Para PMI menjadikan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” ini sebagai media komunikasi kelompok. Terlebih pada masa pandemi Covid-19, aktivitas PMI di luar rumah sangat dibatasi oleh peraturan pemerintah

Hong Kong termasuk larangan berkumpul lebih dari empat orang. Oleh sebab itu, aktivitas komunikasi virtual di grup WhatsApp berperan sebagai pengganti pertemuan fisik yang biasa terjadi sebelum pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini mengklasifikasi tema informasi yang dikomunikasikan di dalam grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” selama pandemi adalah semangat para PMI anggota grup untuk saling mendukung. PMI menyadari pandemi Covid-19 ini sebagai masa-masa sulit bagi mereka di Hong Kong, terlebih adanya aturan otoritas setempat yang membatasi aktivitas warga. Satu-satunya harapan semangat bagi para PMI Bantul di Hong Kong ini adalah jalinan komunikasi di Grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong.” Grup WhatsApp tersebut menjadi wadah kesamaan referensi bagi para PMI yang menjadi anggotanya sebagai sesama perantau di Hong Kong yang harus menghadapi situasi pandemi bersama, sehingga memunculkan semangat persaudaraan dan saling memberi dukungan.

Di samping itu, PMI anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” juga berbagi informasi mengenai himbauan dan peringatan terkait pandemi Covid-19. Di antaranya para anggota saling mengingatkan pentingnya kewajiban mengenakan masker saat harus ke luar rumah maupun saat bekerja di Hong Kong, sebab pemerintah Hong Kong memberlakukan denda bagi warga yang melanggar. Lebih jauh, para anggota juga memperbincangkan himbauan pemerintah Indonesia agar PMI tidak mengambil cuti untuk mudik lebaran ke tanah air, meskipun pemerintah Indonesia tetap memfasilitasi kepulangan PMI ke Indonesia di masa pandemi ini bagi yang telah selesai masa kerjanya. Isu imbauan tidak mudik dari pemerintah Indonesia ini menjadi perbincangan di grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” setelah dikaitkan dengan studi kasus yang terjadi dengan PMI di wilayah lain seperti Macau yang kesulitan mendapatkan alat transportasi jika akan mudik ke Indonesia karena adanya kebijakan *lockdown* di wilayah tersebut.

Tema lain yang turut menjadi perbincangan PMI anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” adalah keluh kesah mereka di masa pandemi Covid-19. Sebagai platform komunikasi kelompok, dalam konteks ini grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” menjadi wadah pemenuhan kebutuhan afektif anggotanya (Kane, 2015). PMI yang terlibat percakapan di grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong”

akan merasa terhubung secara emosional dengan isu yang diperbincangkan di media tersebut. Alasan utamanya adalah karena isu tersebut berkaitan langsung dengan eksistensi para PMI yang berada di Hong Kong. Isu keluh-kesah PMI yang dikomunikasikan dalam grup PMI “Bantul in Hong Kong” ini antara lain terkait aturan *user* yang semakin ketat di masa pandemi, ancaman PHK bagi PMI sebab user juga mengalami PHK sebagai dampak pandemi Covid-19, larangan cuti oleh *user*, larangan pertemuan secara fisik sesama PMI di Hong Kong oleh otoritas setempat yang menjadikan PMI hanya bisa berinteraksi melalui media sosial dan grup WhatsApp, dan keprihatinan PMI pada rekan di negara lain yang positif terpapar virus Corona.

Berbagi Informasi

Pentingnya grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” terutama bagi PMI di masa pandemi Covid-19 adalah sebagai media untuk berbagi informasi baik bagi kepentingan individu pengguna dan orang lain yang tergabung dalam anggota grup WhatsApp tersebut. Kebutuhan berbagi informasi di platform digital seperti grup WhatsApp bersifat interaktif. Artinya hal ini memungkinkan anggota dapat saling berkomunikasi secara interaktif untuk berbagi informasi dalam dialog dua arah (Whiting & Williams, 2013: 367). Pilihan percakapan melalui teks, rekaman audio, dan tampilan audio visual sangat memungkinkan terjadinya dialog interaktif. Bahkan keaktifan berbagi informasi dalam komunikasi kelompok melalui grup WhatsApp ini dapat dimanfaatkan oleh anggota untuk kepentingan bisnis.

Di dalam grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong,” para PMI yang menjadi anggota tidak hanya berbagi informasi mengenai pandemi Covid-19 saja. Mereka juga membahas isu lain yang terjadi di Hong Kong seperti demonstrasi, teror keamanan dan lain-lain. Grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” menjadi media berdiskusi dan bertukar pikiran bagi sesama PMI dalam grup tersebut. PMI Bantul di Hong Kong lebih memilih berkomunikasi melalui grup WhatsApp di masa pandemi karena alasan keselamatan bagi anggota kelompok, terlebih sejak pemerintah Hong Kong membatasi terjadinya pertemuan secara fisik.

Pengawasan

Hasil penelitian ini juga mengungkap bahwa PMI menggunakan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” untuk melihat aktivitas pengguna lain. Artinya,

komunikasi yang dilakukan PMI Bantul melalui grup WhatsApp "Bantul in Hongkong" melahirkan aktivitas pengawasan dari satu anggota kepada anggota lain. Hal ini berkaitan dengan upaya menguji kebenaran suatu berita atau informasi yang dibagikan oleh para anggota dalam grup WhatsApp tersebut. Hasil wawancara menunjukkan bahwa ada anggota grup WhatsApp "Bantul in Hongkong" yang bersikap apatis atau cenderung tidak peduli terhadap informasi yang disampaikan di dalam grup tersebut sebagai berita bohong (*hoax*) atau berita yang dapat dipercaya kebenarannya (*valid*). Alasan ini tidak bisa dipungkiri mengingat karakter khas perempuan Indonesia cenderung menghindari pertengkaran dengan anggota lain di grup WhatsApp tersebut (Kurnia et al, 2020: 36). Pada sisi lain, ada juga anggota grup yang kritis dan berupaya memverifikasi kebenaran berita yang dibagikan di grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" agar tidak menyesatkan anggota lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa anggota grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" sudah ada yang memiliki kesadaran literasi digital untuk menyaring informasi di tengah kondisi disrupsi informasi kala pandemi. Hasil wawancara menunjukkan, untuk mengetahui validitas informasi yang dibagikan di dalam grup WhatsApp tersebut, anggotanya menempuh berbagai cara antara lain dengan bertanya kepada rekan sesama PMI baik yang ada di dalam grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" ataupun rekan PMI di luar anggota group, bertanya pada user, atau dengan membandingkan tema berita yang sama dari sumber media lain seperti televisi dan media sosial lainnya, juga mengkonfirmasi ke pihak KJRI Hong Kong. Dalam praktiknya, jika ada anggota grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" yang menyebarkan hoaks, maka anggota yang lain akan menegur. Dengan demikian fungsi pengawasan antaranggota grup WhatsApp "Bantul in Hongkong" berjalan dengan tujuan untuk saling mendidik. Pada dasarnya kebutuhan pengawasan dalam komunikasi yang terjadi melalui media digital dipicu oleh kebutuhan orang untuk melihat hal-hal mengenai orang lain tanpa mereka sadari (Whiting & Williams, 2013: 367).

Menggalang Donasi

Interaksi yang intens selama pandemi Covid-19 di platform digital grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" justru memunculkan komunikasi empati yang melahirkan gerakan penggalangan dana untuk kegiatan sosial membantu sesama. Sebelum pandemi Covid-19

terjadi, para anggota grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" setiap bulannya memiliki agenda rutin untuk bertemu secara fisik. Dari pertemuan tersebut, PMI anggota grup biasa mengumpulkan iuran \$ 20 (\pm Rp. 50.000,-). Dana yang terkumpul tersebut digunakan untuk kegiatan sosial sebagai bentuk kepedulian para PMI anggota grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" terhadap korban bencana banjir dan kekeringan di Indonesia, panti asuhan di kampung halaman, dan sesama pekerja migran yang tertimpa masalah di Hong Kong. Selama pandemi Covid-19, tradisi penggalangan dana ini tetap dipelihara hanya beralih platform secara digital.

Lahirnya aktivitas *charity* yang dilakukan oleh para PMI tersebut menunjukkan bahwa penggunaan grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" memiliki peran bukan hanya sebagai media komunikasi kelompok saja, tetapi juga memiliki kekuatan mempersuasi orang lain untuk melakukan tindakan kebaikan. Dalam konteks ini, orang memilih mengonsumsi media tertentu dengan tujuan membantu manusia lain dalam menciptakan dan memperkuat ciri-ciri identitas dan rasa percaya atau tidak percaya. Pemilihan media tertentu sebagai alat komunikasi pada akhirnya dapat menginisiasi perbuatan baik seseorang untuk menolong sesamanya (Kane, 2015).

Efek Negatif

Pemilihan dan penggunaan media komunikasi tertentu oleh seseorang selain berdampak positif untuk memenuhi kebutuhan gratifikasi tertentu, ternyata juga memiliki efek negatif. Demikian halnya dengan penggunaan grup WhatsApp "Bantul In Hong Kong" oleh PMI sebagai media interaksi untuk menjaga relasi sosial selama pandemi Covid-19 di Hong Kong, namun penggunaan media komunikasi grup WhatsApp "Bantul in Hong Kong" ini juga memberikan efek negatif bagi anggotanya. Hasil penelitian mendeskripsikan terjadinya iritasi komunikasi antaranggota grup yang dipicu oleh perbedaan pendapat, perselisihan dan permusuhan dalam interaksi yang di dalam grup sehingga berujung pada ketidakharmonisan relasi anggota grup.

Implikasi dari teori *uses and gratification* adalah seseorang memiliki otonomi dalam memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Di sisi lain, pengguna juga bisa berhenti menggunakan media tertentu dan beralih menggunakan media lain jika tidak sesuai dengan keinginannya. Dalam konteks ini, anggota grup WhatsApp "Bantul in

Hongkong” yang terlibat perselisihan di dalam grup bisa memutuskan untuk keluar grup dan tidak menggunakan media ini.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media yang sama tidak selalu memberikan efek yang sama bagi penggunanya, sebab pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih atau tidak menggunakan media tersebut. Dalam hal ini anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” sebagai pengguna media memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Jika penggunaan media tersebut memberi manfaat positif maka anggota akan bertahan di grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” dan terlibat aktif dalam interaksi di dalamnya. Sebaliknya, jika penggunaan grup WhatsApp tersebut memberi dampak negatif pada dirinya, anggota bisa memutuskan keluar dari grup, sebab media tersebut dianggap tidak bisa memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh pengguna. Fenomena ini relevan dengan asumsi dasar teori *uses and gratification* bahwa orang membuat pilihan yang disengaja untuk menghasilkan berbagai pola penggunaan media dan efek yang berbeda (Griffin, 2012). Hal ini berkaitan pula dengan pesan di media yang sama belum tentu memengaruhi semua orang dengan cara yang sama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan platform digital WhatsApp grup “Bantul in Hong Kong” menjadi pilihan utama bagi para anggotanya untuk tetap terhubung dan berkomunikasi dengan sesama rekan PMI di masa pandemi Covid -19. Terlebih saat Pemerintah Hong Kong merilis kebijakan pembatasan pertemuan fisik dan larangan berkumpul lebih dari 4 orang saat pandemi Covid-19 melanda Hong Kong, menjadikan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” ini bermanfaat sebagai ruang interaksi virtual bagi para PMI asal Bantul yang masih bertahan di Hong Kong. Hasil penelitian menunjukkan motif PMI saat berkomunikasi menggunakan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” selama pandemi Covid-19 antara lain untuk tujuan: 1) Interaksi sosial antar individu PMI yang memiliki kesamaan daerah asal dan penempatan yang sama-sama terjebak pandemi di Hong Kong. 2) Mencari informasi perkembangan terkini kasus Covid-19 di Indonesia, kebijakan pemerintah Hong Kong di masa pandemi Covid-19, serta perkembangan PMI di negara

lain yang terpapar Covid-19. 3) Mencari hiburan melalui obrolan ringan sesama anggota grup untuk tujuan saling bercanda dan menghibur di tengah situasi ketidakpastian karena pandemi. 4) Relaksasi dan kenyamanan setelah PMI bekerja selama 7-10 jam sehari pada masa pandemi Covid-19 di Hong Kong. 5) Berbagi informasi secara interaktif antar anggota grup melalui fitur teks, audio, maupun audio visual yang tersedia di platform WhatsApp. 6) Pengawasan untuk filter informasi yang dibagikan oleh para anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” agar anggota tidak mengonsumsi berita hoaks. 7) Pandemi ini memunculkan komunikasi empati antar sesama anggota grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” berupa gagasan penggalangan dana melalui platform digital tersebut untuk membantu warga di kampung halaman di Indonesia dan sesama PMI yang membutuhkan.

Penelitian ini juga mengidentifikasi adanya dampak negatif dari penggunaan media komunikasi grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” bagi anggotanya. Komunikasi virtual yang intens di masa pandemi melalui grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” ini justru memunculkan iritasi komunikasi berupa sentimen antar anggota yang berujung pada perselisihan dan perbedaan pendapat. Fenomena ini relevan dengan asumsi dasar teori *uses and gratification* yang mengelaborasi tujuan orang memilih dan menggunakan media komunikasi tertentu untuk memperoleh kepuasan yang diinginkan. Meskipun demikian, pilihan media yang sama tidak dapat memberikan efek yang sama pada penggunanya.

Penelitian mengenai penggunaan grup WhatsApp “Bantul in Hong Kong” sebagai media komunikasi PMI asal Bantul di Hong Kong selama masa pandemi Covid-19 ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya mengelaborasi motif penggunaan medianya. Ke depan, penelitian ini dapat dikembangkan dari perspektif dampak negatif penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi kelompok. Di samping itu, aspek munculnya komunikasi empati di kalangan PMI selama pandemi Covid-19 juga dapat diteliti lebih lanjut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan penelitian ini serta kepada seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Acar, A. (2014). *Culture and Social Media: An Elementary Textbook (1)*. Cambridge Scholars Publishing.
- Aini, N. (2020, Maret 23). *Penanganan Corona di Singapura Terbaik, Indonesia?* Diakses dari: <https://republika.co.id/berita/q7mh66382/penanganan-corona-di-singapura-terbaik-indonesia>, tanggal 16 April 2020.
- Ali, M. S. S., & Kootbodien, A. (2017). The Effectiveness of WhatsApp as an Interpersonal Communication Medium among Abu Dhabi University Students. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJC)*, Volume 3, Issue 1, 2017, p. 11-19.
- Amindoni, A. (2020, April 14). *Virus Corona: Pengujian Masif, Pelacakan Agresif Telusuri Pasien Covid-19, Satu Bulan Setelah Pandemi Global Ditetapkan*. Diakses dari: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51830030>, tanggal 23 April 2020.
- Bolton, D. (2016, Februari 5). *Bigger Groups are Now Available to All WhatsApp Users on iOS and Android*. Diakses dari: <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/whatsapp-group-chats-biggermaximum-size-256-people-users-a6856491.html>, tanggal 19 April 2020.
- BNP2TKI. (2020, April 3). *Cegah Covid-19, BP2MI Siap Petakan Data Kepulangan PMI by Name by Address*. Diakses dari: <http://www.bnptki.go.id/berita-detail/cegah-covid-19-bp2mi-siap-petakan-data-kepulangan-pmi-by-name-by-address>, tanggal 19 April 2020.
- BP2MI. (2020). *Statistik Perlindungan dan Penempatan*. Diakses dari: <http://bp2mi.go.id/statistik-penempatan>, tanggal 20 April 2020.
- Chaterine, R. N. (2020, April 4). *WNI Positif Corona di Singapura Jadi 37 Orang*. Diakses dari: <https://news.detik.com/berita/d-4965332/wni-positif-corona-di-singapura-jadi-37-orang>, tanggal 20 April 2020.
- Cheung, C.M.K. & Lee, M.K.O. (2010). A Theoretical Model of Intentional Social Action in Online Social Networks. *Decision Support Systems*, Vol. 49 No. 1, p. 24-30.
- CNN Indonesia. (2020, April 20). *Hong Kong Laporkan Nol Kasus Corona untuk Pertama Kali*. Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20200420173919-113-495382/hong-kong-laporkan-nol-kasus-corona-untuk-pertama-kali>, tanggal 20 April 2020.
- Creswell, J. W. (2015). *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ersöz, S. (2019). Understanding Whatsapp Parent Groups' Dynamics: Group Communication and Information Sharing. *Manas Sosial Araştırmalar Dergisi*, 8 (Ek Sayı 1), p. 1136-1152.
- Idhom, A. M. (2020, April 23). *Update Corona Indonesia 23 April 2020 & Data Jumlah Kasus di Dunia*. Diakses dari: <https://tirto.id/update-corona-indonesia-23-april-2020-data-jumlah-kasus-di-dunia-eRVu>, tanggal 23 April 2020.
- Fanani, A. K. (2019, Januari 21). *Indonesia-Hong Kong Sepakat Tingkatkan Perlindungan Pekerja Migran*. Diakses dari: <https://www.antaraneews.com/berita/789935/indonesia-hong-kong-sepakat-tingkatkan-perlindungan-pekerja-migran>, tanggal 22 April 2020.
- Fouad, N. (2017). Viral Marketing Effect on Digital Knowledge Acquisition: WhatsApp as A Model. *Alexandria: The Journal of National and International Library and Information Issues*, 27(1), 10-29. doi: 10.1177/0955749017718705.
- Gan, C., Liang, X., & Yu, X. (2017). Continuance Intention on Mobile Social Networking Service: Examine The Effects of Habit and Gratifications. *Proceedings WHICEB 2017*, p. 44.
- Griffin, E. M. (2012). *A First Look At Communication Theory*, 8th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Hossain, M. A. (2019). Effects of Uses and Gratifications on Social Media Use The Facebook Case with Multiple Mediator Analysis. *PSU Research Review*, Vol. 3 No. 1, 2019 p. 16-28, Emerald Publishing Limited 2399-1747, DOI 10.1108/PRR-07-2018-0023.
- Kane, J. (2015, September 29). *Uses and Gratification Theory – Social Media*. Diakses dari: <https://newhousesocialmedia.syr.edu/uses-gratification-theory-social-media/>, tanggal 20 April 2020.
- Kemnaker.go.id. (2020, Meret 19). *Menaker Hentikan Sementara Penempatan Pekerja Migran Indonesia ke Luar Negeri*. Diakses dari: <https://kemnaker.go.id/news/detail/menaker-hentikan-sementara-penempatan-pekerja-migran-indonesia-ke-luar-negeri>, tanggal 22 April 2020.
- KJRI Hong Kong. (2020). *Mengelola Rindu Kampung Halaman*. Disampaikan dalam Webinar BPLN BARA JP HKG, 3 Mei 2020.
- Korgaonkar, P.K., & Wolin, L.D. (1999). A Multivariate Analysis of Web Uses. *Journal of Advertising Research*, Vol. 39 No. 1, p. 53-68.
- Kumar N., & Sharma, S. (2016). Survey Analysis on The Usage and Impact of WhatsApp Messenger. *Global Journal of Enterprise Information System*, Volume-8, Issue-3, July-September, 2016, p. 52-57.
- Kurnia, N, et. al. (2020). *WhatsApp Group and Gidital Literacy Among Indonesia Women*. Yogyakarta: Prodi Magister Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.
- Lariscy, R.W., Tinkham, S.F., & Sweetser, K.D. (2011). Kids These Days: Examining Differences in Political Uses and Gratifications, Internet Political Participation, Political information Efficacy, and Cynicism on The Basis of Age. *American Behavioral Scientist*, Vol. 55 No. 6, p. 749-764.
- Li, H., Liu, Y., Xu, X., Heikkila, J., & Heijden, H.V.D. (2015). Modeling Hedonic is Continuance Through The Uses and Gratifications Theory: An Empirically Study in Online Games. *Computers in Human Behavior*, Vol. 48, p. 261-272.
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Sosial, Konsep – Konsep Kunci*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mc Quail, D. (2000). *Mc Quail's Communication Theory (4th edition)*. London: Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

- Muksin, N. N., Shabana, A., & Tohari, M. A. (2019). Komunikasi Online Pekerja Migran Indonesia (PMI) di Hong Kong Tentang Pengelolaan Finansial. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, Vol. 20, No. 2, Desember 2019, p. 97-110.
- Ogara, S. O., Koh, C. E., & Prybutok, V. R. (2014). Investigating Factors Affecting Social Presence and User Satisfaction with Mobile Instant Messaging. *Computers in Human Behavior*, 36, p. 453-459.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A.M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 44 No. 2, p. 175-196.
- Retnaningdyah, P. (2013). Kami Juga Punya Suara: Dunia Blogging Buruh Migran Indonesia di Hong Kong sebagai Politik Budaya. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol. II, No. 1, April 2013, p. 23-30.
- Rizal, J. G. (2020, April 18). *Melihat Cara Hong Kong Kendalikan Virus Corona Tanpa Lockdown*. Diakses dari: https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/18/200500165/melihat-cara-hong-kong-kendalikan-virus-corona-tanpa-lockdown-?utm_source=divr.it&utm_medium=facebook, tanggal 20 April 2020.
- Rubin, A. M. (2009). *Uses and Gratifications: An Evolving Perspective of Media Effects*, in *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*, Robin L. Nabi and Mary Beth Oliver (eds.), pp. 147-159. Los Angeles: Sage.
- Si, L. (2012). *Instant Messaging on Interpersonal Relationship*. IM on interpersonal relationships, 30.
- Steele, C. (2014, February 20). *What is WhatsApp? An explainer*. Diakses dari: <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2453710,00.asp>, tanggal 19 April 2020.
- Sultan, N. (2014). Making use of cloud computing for healthcare provision: Opportunities and challenges. *International Journal of Information Management*, 34(2), p. 177-184.
- Syakriah, A. (2017). “Aktivisme Buruh Migran Indonesia (BMI) Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Aktivisme BMI Melalui Facebook)”. **Skripsi**. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga: Surabaya.
- Tang, Y., & Hew, K. F. (2017). Is Mobile Instant Messaging (MIM) Useful in Education? Examining Its Technological, Pedagogical, and Social Affordances. *Educational Research Review*, 21, 85-104.
- Trisnani. (2017). Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Penyampaian Pesan di Kalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, Vol. 6, No. 3, November 2017, p. 1-12.
- Urien, B., Garces, A. E., & Osca, A. (2019). WhatsApp Usefulness as A Communication Tool in An Educational Context. *Education and Information Technologies*, <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09876-5>.
- Viva.co.id. (2020, Februari 13). *Virus Corona Covid-19, Susahnya TKI Dapatkan Masker di Hong Kong*. Diakses dari: <https://www.viva.co.id/berita/dunia/1199662-korban-corona-covid-19-pesiar-mewah-membludak-78-wni-masih-terjebak?medium=autonext>, tanggal 23 April 2020.
- WhatsApp. (2020). *About WhatsApp*. Diakses dari: <https://www.whatsapp.com/about/>, pada tanggal 18 April 2020.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 16 No. 4, 2013, p. 362-369, Emerald Group Publishing Limited 1352-2752, DOI 10.1108/QMR-06-2013-0041.
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zhao, D., & Rosson, M. B. (2009). How and Why People Twitter: The Role that Microblogging Plays in Informal Communication at Work. *Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work (GROUP '09)*. ACM, New York, p. 243-252. doi:10.1145/1531674.1531710.

Halaman ini sengaja dikosongkan