

**PENGARUH MOTIVASI PENGGUNAAN MASKER PADA KALANGAN  
MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS HASANUDDIN  
ANGKATAN 2018 DI MASA PANDEMI COVID-19**

*The Influence of Motivation on the Use of Masks Among Sociology Students,  
FISIP Hasanuddin University 2018 in the Covid-19 Pandemic Period*

**SKRIPSI**

**RAYA FAHREZA RISMAN**

**E031171313**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**TAHUN 2022**

**PENGARUH MOTIVASI PENGGUNAAN MASKER PADA KALANGAN  
MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS HASANUDDIN  
ANGKATAN 2018 DI MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

**RAYA FAHREZA RISMAN**

**E031171313**



**SKRIPSI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT GUNA  
MEMPEROLEH DERAJAT KESARJANAAN PADA DEPARTEMEN  
SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**TAHUN 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

JUDUL : PENGARUH MOTIVASI PENGGUNAAN MASKER PADA  
KALANGAN MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS  
HASANUDDIN ANGKATAN 2018 DI MASA PANDEMI COVID-  
19

NAMA : RAYA FAHREZA RISMAN

NIM : E031171313

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

**Menyetujui**

**Pembimbing I**



**Dr. Andi Haris, M.Sc, Ph.D**

**NIP. 19620602 198702 1 001**

**Pembimbing II**



**Dr. Rahmat Muhammad, M.Si**

**NIP. 19700513 199702 1 002**

**Mengetahui,**

**Ketua Departemen Sosiologi**

**FISIP Unhas**



**Prof. Hasbi Marissangan, M.Si, Ph.D.**

**NIP. 19630827 19911 1 003**



### HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Oleh:

NAMA : RAYA FAHREZA RISMAN

NIM : E031171313

JUDUL : PENGARUH MOTIVASI PENGGUNAAN MASKER PADA KALANGAN MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS HASANUDDIN ANGKATAN 2018 DI MASA PANDEMI COVID-19

Pada:

Hari/Tanggal: Jumat/11 November 2022

Tempat: Ruang Ujian Departemen Sosiologi/Aplikasi Zoom

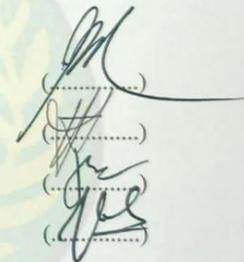
#### Tim Evaluasi Skripsi:

Ketua : Dr. Rahmat Muhammad, M.Si

Sekretaris : Atma Ras, S.Sos, M.A

Anggota : Drs. Andi Haris, M.Sc, Ph.D

Dr. Muh Iqbal Latief, M.Si



### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : RAYA FAHREZA RISMAN

NIM : E031171313

JUDUL : PENGARUH MOTIVASI PENGGUNAAN MASKER  
PADA KALANGAN MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP  
UNIVERSITAS HASANUDDIN ANGKATAN 2018 DI  
MASA PANDEMI COVID-19

Menyatakan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 8 September 2022



*Raya Fahreza Risman*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk seluruh

*Stakeholder* yang berperan dalam membantu proses penyelesaiannya,

Untuk keluarga kecilku,

Saudara-saudara kandungku,

Handai Tolan seperjuanganku, dan tentunya

Untuk diri ini,

Serta semua makhluk yang berjuang untuk mencapai sesuatu

Niscaya apa yang engkau tanam, akan engkau petik pula dengan bangga,

“Kepada seseorang dalam diriku yang selalu kuragukan. Diriku, di antara segala yang tidak kupahami, terlalu cepat kupelajari dan terlampau lambat kumengerti. Sejak itu hari selalu terbaca sebagai buku yang seluruh berisi catatan penutup yang panjang”.

— Aan Mansyur, Sebelum Sendiri

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Puji syukur kita haturkan kehadirat Allah SWT, berkat kasih dan sayangNya ia mampu memberikan kesehatan dan kelimpahan rezeki untuk kita semua. Tak lupa kita merendahkan kepala sembari mengirimkan Salam dan Shalawat kepada Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad SAW, yang telah berusaha menuntun kita ke jalan yang benar. Banyak syukur saya ucapkan dikarenakan selesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Penggunaan Masker pada Kalangan Mahasiswa Sosiologi FISIP Unhas Angkatan 2018 di Masa Pandemi Covid-19”.

Saya ucapkan banyak terima kasih kepada dua orang terkasih, Ayah dan Ibu yang tak henti-henti memberikan nasihat dan pengorbanan dalam upaya penyelesaian studi S1 terkhusus karya ini. Tanpa doa dan upaya mereka, saya tidak akan pernah sampai di titik ini. Lindungilah mereka Ya Allah dalam setiap momentum kebaikanmu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapati banyak kebingungan serta kesusahan, akan tetapi berkat dukungan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, penulis berusaha dan berupaya menyelesaikan karya ini. Oleh karenanya, dari lubuk hati penulis ingin mengucapkan terima kasih dan apresiasi sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga yaitu kedua orang tua, **Risman Sakkirang**, dan **Sri Mulyati**. Kakak dan adik kandung penulis yaitu **Rafika Amalia** dan **Raissa Audyna**. Serta anggota keluarga lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, tak henti-henti memberikan dukungan serta bantuan.
2. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin
3. **Dr. Phil. Sukri, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
4. **Drs. Hasbi R, M.Si, Ph.D**, selaku Ketua Departemen Sosiologi dan **Dr. Ramli AT, M.Si**, selaku Sekretaris Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
5. **Drs. Andi Haris, M.Sc, Ph.D**, selaku Pembimbing Akademik I, dan **Dr. Rahmat Muhammad, M.Si**, selaku Pembimbing Akademik II yang tak pernah lelah memberikan dukungan dan masukan terhadap skripsi yang saya susun.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mendidik dan membimbing penulis selama menempuh Pendidikan di Departemen Sosiologi FISIP Unhas
7. Seluruh Staff karyawan Departemen Sosiologi yang telah memberikan banyak bantuan selama menjadi mahasiswa, terkhusus **Bapak Pasmudir, S.Hum.**, dan **Ibu Rosnaini, S.E.**, yang sangat banyak membantu dalam pengurusan berkas administratif.

8. Adik-adik **Positivis 18** yang sangat kooperatif dalam menjadi responden di penelitian ini, sekaligus sebagai teman penulis dalam proses pengurusan berkas, teman seperjuangan kepengurusan organisasi yang tidak sempat saya sebutkan satu-persatu
9. Sahabatku **Socius 17**, teman Angkatan seperjuangan dalam suka maupun duka, yang mengiringi langkah penulis dalam menempuh studi di Universitas Hasanuddin, telah banyak menuangkan peran fisik, mental dan pikiran kepada penulis. Semoga hal-hal baik selalu menyertai kalian.
10. Keluarga Besar **Kemasos FISIP Unhas** yang menjadi gerbang awal penulis dalam berorganisasi di Kampus Universitas Hasanuddin, terima kasih banyak atas ruang belajar dan ruang diskusi yang telah kalian tumbuhkan dan sediakan selama ini. Tetap jadi tempat yang menyenangkan.
11. Teman-teman di **Komite Anti Kekerasan Seksual Unhas. Alvin, Faiz, dan Novi**, yang menjadi tempat belajar baru bagi penulis dalam membuka sudut pandang.
12. **Ikhlas, Arung, Lana, Ipa, Fitri, Indah Lestari**, sebagai tempat *sharing* penulis terkait kendala skripsi yang dihadapi, serta menjadi orang yang kerap ada ketika penulis dalam kondisi susah maupun senang.
13. **Putri Salsabilah** dan **Fikri**, tempat penulis untuk bertukar informasi mengenai masalah pengurusan proposal skripsi, yang tak lelahnya membantu penulis untuk mencapai titik ini.

14. **Nurul Sakti Syamsuri**, yang telah memberikan dukungan kepada penulis, senantiasa menemani penulis di setiap *struggle* yang dihadapi, suka maupun duka. Semoga kesehatan dan kebaikan senantiasa menyertaimu
15. Teman-teman seangkatan SMA saya, **Itmam, Ai, Ricky**, yang sering memberikan tempat bagi penulis untuk menumpang sementara untuk beristirahat, serta teman seangkatan lain yang tidak sempat saya sebutkan satu-persatu.
16. Terakhir, semua orang yang berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini, maaf tidak sempat saya ucapkan namanya satu-persatu. Meskipun lisan ini tidak sempat mengucap namamu, namun hati ini tidak akan lupa perbuatan baikmu. Terima kasih.

Penulis mengakui masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karenanya penulis sangat menerima saran dan kritikan untuk karya tulis ini. Sekali lagi saya ucapkan terima kasih dan mohon maaf atas kekurangan dari penulis.

Makassar 8 September 2022

Raya Fahreza Risman

## ***ABSTRACT***

**Raya Fahreza Risman E031171313 "The Influence of Motivation on the Use of Masks Among Sociology Students, FISIP Hasanuddin University 2018 in the Covid-19 Pandemic Period". Supervised by Drs. Andi Haris, M.Sc , Ph.D, as the first Academic Advisor, and Dr. Rahmat Muhammad, M.Si, as the second Academic Advisor.**

This study intends to find out in more detail the factors that encourage students to wear masks , see the motivation for using masks which were originally to prevent the Covid-19 virus from being transformed into fashion trends or just fulfilling health protocol checks, or others and see the influence of the motivation for using masks by respondents. The author uses a descriptive type of research with quantitative research methods that can explain a phenomenon factually and accurately. The population of this study amounted to 60 people, where all the population is a sample. According to Krecjie and Morgan, the sample for a population of under 100 people should make all the population a sample based on the level of significance.

The results of this study indicate that the motivational effect of using masks is that most respondents use masks when traveling or leaving the house, and several other respondents use masks when sick and to avoid dust and viruses, especially during the Covid-19 pandemic. Then, the reason why masks are a daily necessity for a few respondent, because they are often used when traveling or leaving the house, as a mandatory requirement during the Covid-19 pandemic. In research conducted, respondents usually to say that the transformation of masks into a commodity is commonplace because current conditions require us to use masks to travel, on the other hand to comply with health procedures and prevent transmission of Covid-19 or other diseases. Respondents said that the motivation for using masks is to avoid dust, disease, maintain health (self and face) and avoid Covid-19. Respondents usually not to use mask accessories when using masks. The benchmark in choosing masks by respondents is based on comfort and according to standards. Respondents also say that masks have an effect on supporting *fashion needs* but are not very supportive.

**Keywords:** Influence, Motivation, Use of Masks, Covid-19, Students

## ABSTRAK

**Raya Fahreza Risman E031171313 “Pengaruh Motivasi Penggunaan Masker pada Kalangan Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin 2018 di Masa Pandemi Covid-19”. Dibimbing oleh Drs. Andi Haris, M.Sc, Ph.D, selaku Pembimbing Akademik satu, dan Dr. Rahmat Muhammad, M.Si, selaku Pembimbing Akademik dua.**

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui secara lebih detail terkait faktor yang mendorong mahasiswa mengenakan masker, melihat motivasi penggunaan masker yang awalnya untuk penangkal virus Covid-19 bertransformasi menjadi tren fashion atau hanya pemenuhan pemeriksaan protokol kesehatan semata, ataupun lainnya serta melihat pengaruh motivasi penggunaan masker oleh responden. Penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif yang dapat menjelaskan suatu fenomena secara faktual dan akurat. Populasi dari penelitian ini berjumlah 60 orang, di mana semua populasi adalah sampel. Menurut Krecjie dan Morgan sampel untuk populasi yang berjumlah di bawah 100 orang seharusnya menjadikan semua populasi adalah sampel berdasarkan taraf signifikansi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh motivasi penggunaan masker ialah, kebanyakan responden menggunakan masker ketika bepergian atau keluar rumah, dan beberapa responden lainnya menggunakan masker pada saat sakit dan untuk menghindari debu dan virus terkhusus di masa pandemi Covid-19. Kemudian, alasan masker menjadi kebutuhan sehari-hari bagi responden cenderung mengatakan karena sering digunakan saat bepergian atau keluar rumah, sebagai kebutuhan wajib di masa pandemi Covid-19. Pada penelitian yang dilakukan kecenderungan responden mengatakan bahwa transformasi masker menjadi suatu komoditas merupakan Hal yang lumrah dikarenakan kondisi sekarang mengharuskan kita menggunakan masker untuk bepergian, di sisi lain untuk mematuhi prokes dan mencegah penularan Covid-19 atau penyakit lainnya. Responden mengatakan bahwa motivasi penggunaan masker yaitu untuk terhindar dari debu, penyakit, menjaga kesehatan (diri dan wajah) serta terhindar dari Covid-19. Cenderung responden tidak menggunakan aksesoris masker ketika menggunakan masker. Patokan dalam memilih masker oleh responden yaitu berdasarkan kenyamanan dan sesuai standar. Kecenderungan responden mengatakan bahwa masker berpengaruh dalam menunjang kebutuhan *fashion* akan tetapi tidak terlalu menunjang.

**Kata Kunci:** Pengaruh, Motivasi, Penggunaan Masker, Covid-19, Mahasiswa

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	x
ABSTRAK .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Komodifikasi.....	9
1.1 Historis Komodifikasi .....	9
1.2 Pengertian Komoditas .....	12
2. Perkembangan Model Masker .....	15
3. Teori Motivasi.....	20
4. Pertukaran Sosial.....	25
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	30
C. Kerangka Konseptual.....	34
D. Definisi Operasional.....	37

1. Pengaruh.....	37
2. Motivasi .....	37
3. Masker.....	39
5. Pandemi.....	40
6. Covid-19.....	40
BAB III .....	41
METODE PENELITIAN.....	41
A. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	41
1. Waktu Penelitian.....	41
2. Lokasi Penelitian .....	41
B. Tipe dan Dasar Penelitian .....	41
1. Tipe Penelitian.....	41
2. Dasar Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi .....	42
2. Sampel.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Kuesioner (Angket).....	44
2. Wawancara .....	44
3. Observasi.....	44
E. Teknik Analisis Data.....	45
1. Editing (Pemeriksaan).....	45
2. Pengkodean (Pemberian Identitas) .....	46
3. Tabulasi (Proses Pembeberan) .....	46
F. Teknik Penyajian Data .....	46
1. Tabel Distribusi Frekuensi .....	47
2. Diagram Batang.....	47
3. Poligon .....	47

4. Pie Chart.....	47
BAB IV .....	48
GAMBARAN UMUM LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN.....	48
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	48
1. Sejarah Universitas Hasanuddin.....	48
4. Letak Geografis .....	54
5. Jumlah Mahasiswa.....	55
BAB V .....	58
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	58
A. Karakteristik Responden.....	58
1. Jenis Kelamin .....	58
2. Usia .....	59
3. Agama .....	60
4. Suku .....	61
5. Pekerjaan .....	62
B. Faktor Pendorong Menggunakan Masker .....	62
1. Pandangan Responden Mengenai Masker .....	63
2. Kondisi Responden Menggunakan Masker .....	65
3. Intensitas Responden Membawa dan Menggunakan Masker Ketika Keluar Rumah .....	66
4. Masker Sebagai Kebutuhan Sehari-Hari Responden.....	71
5. Cara Responden Memperoleh Ketersediaan Masker.....	73
6. Biaya Pengeluaran Responden untuk Pembelian Masker .....	78
7. Pendapat Responden tentang Kehadiran Penjual Masker (Bisnis Masker) Saat Ini.....	80
8. Pendapat Responden tentang Masker yang Dijadikan Sebagai Barang Komoditas .....	82
C. Pengaruh dan Motivasi Penggunaan Masker .....	83
1. Motivasi Penggunaan Masker .....	84

2. Intensitas Responden Menggunakan Aksesoris Masker.....	86
3. Patokan Responden dalam Memilih Masker.....	87
4. Pengaruh yang Dirasakan Responden ketika Memilih Masker Sesuai Pilihan	90
5. Penggunaan Masker dengan Bahan Berkualitas pada Responden .....	91
6. Penggunaan Masker Bermerek pada Responden .....	95
7. Pengaruh Masker dan Aksesoris Masker dalam Menunjang Kebutuhan <i>Fashion</i> Responden .....	99
8. <i>Role Model</i> (Aktor/Aktris) yang Memengaruhi Pemilihan Masker Respond	101
9. Hal yang Memengaruhi Pemilihan Masker Responden.....	102
BAB VI .....	104
PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan .....	104
B. Saran .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN .....	109

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Model dan Aksesoris Masker di Kalangan Mahasiswa Unhas Tahun 2021 .....	17
<b>Tabel 2.2.</b> Hasil Penelitian yang relevan .....	30
<b>Tabel 4.1.</b> Klasifikasi usia dari responden .....	56
<b>Tabel 4.2.</b> Sebaran data berdasarkan jenis kelamin responden .....	57
<b>Tabel 5.1.</b> Distribusi responden berdasarkan pandangan mengenai masker .....	64
<b>Tabel 5.2.</b> Distribusi responden berdasarkan kondisi menggunakan masker .....	65
<b>Tabel 5.3.</b> Distribusi responden berdasarkan masker menjadi kebutuhan sehari-hari.....	71
<b>Tabel 5.4.</b> Distribusi responden berdasarkan alasan penggunaan masker menjadi kebutuhan sehari-hari.....	72
<b>Tabel 5.5.</b> Distribusi responden berdasarkan pandangannya terkait masker yang dijadikan sebagai komoditas/barang jualan .....	82
<b>Tabel 5.6.</b> Distribusi responden berdasarkan motivasi penggunaan masker .....	85
<b>Tabel 5.7.</b> Distribusi responden berdasarkan patokan memilih masker .....	88
<b>Tabel 5.8.</b> Distribusi responden berdasarkan alasan dalam memilih patokan masker.....	89
<b>Tabel 5.9.</b> Distribusi responden berdasarkan alasan dalam penggunaan masker bermerek ...	96
<b>Tabel 5.10.</b> Distribusi responden berdasarkan pengaruh yang dirasakan responden ketika menggunakan masker bermerek .....	98
<b>Tabel 5.11.</b> Distribusi responden berdasarkan hal yang memengaruhi pemilihan maskernya .....	102

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1.</b> Skema kerangka konseptual.....	36
<b>Gambar 5.1.</b> Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
<b>Gambar 5.2.</b> Distribusi responden berdasarkan usia .....	59
<b>Gambar 5.3.</b> Dsistribusi responden berdasarkan agama.....	60
<b>Gambar 5.4.</b> Distribusi responden berdasarkan suku .....	61
<b>Gambar 5.5.</b> Distribusi responden berdasarkan intensitas membawa masker ketika keluar rumah (desa/kelurahan tempat tinggal responden) .....	67
<b>Gambar 5.6.</b> Distribusi responden berdasarkan intensitas menggunakan masker ketika keluar rumah (desa/kelurahan tempat tinggal responden) .....	68
<b>Gambar 5.7.</b> Distribusi responden berdasarkan intensitas mengenakan masker ketika keluar rumah menggunakan masker .....	69
<b>Gambar 5.8.</b> Distribusi responden berdasarkan intensitas menggunakan masker ketika bepergian (di luar desa/kelurahan tempat tinggal responden) .....	70
<b>Gambar 5.9.</b> Distribusi responden berdasarkan cara memperoleh ketersediaan masker .....	75
<b>Gambar 5.10.</b> Distribusi responden berdasarkan tempat pembelian masker .....	77
<b>Gambar 5.11.</b> Distribusi responden berdasarkan biaya pengeluaran masker dalam seminggu .....	78
<b>Gambar 5.12.</b> Distribusi responden berdasarkan biaya pengeluaran masker dalam sebulan .....	79
<b>Gambar 5.13.</b> Distribusi responden berdasarkan pendapat tentang kehadiran penjual masker (bisnis masker) saat ini.....	81
<b>Gambar 5.14.</b> Distribusi responden berdasarkan intensitas penggunaan aksesoris masker ...	87
<b>Gambar 5.15.</b> Distribusi responden berdasarkan pengaruh yang dirasakan ketika menggunakan masker sesuai pilihan.....	90
<b>Gambar 5.16.</b> Distribusi responden berdasarkan jumlah penggunaan masker berkualitas ....	91
<b>Gambar 5.17.</b> Distribusi responden berdasarkan rentetan waktu penggunaan masker dengan bahan berkualitas .....	92
<b>Gambar 5.18.</b> Distribusi responden berdasarkan pengaruh yang dirasakan ketika menggunakan masker dengan bahan berkualitas .....	94

<b>Gambar 5.19.</b> Distribusi responden berdasarkan jumlah penggunaan masker bermerek .....	95
<b>Gambar 5.20.</b> Distribusi responden berdasarkan rentetan waktu penggunaan masker bermerek.....	97
<b>Gambar 5.21.</b> Distribusi responden berdasarkan pengaruh masker dan aksesoris masker dalam menunjang kebutuhan fashion responden .....	100
<b>Gambar 5.22.</b> Distribusi responden berdasarkan ada atau tidaknya role model yang memengaruhi pemilihan masker responden .....	101

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Organisasi Kesehatan Dunia atau biasa disebut dengan *World Health Organization* (WHO) mengatakan bahwa awal munculnya virus corona yakni pada bulan 2019 Desember lalu di Wuhan, China. Adapun Ben yang merupakan kepala misi tim WHO mengatakan bahwa penyebab virus ini berasal dari kelelawar yang bermutasi dan tertular ke manusia sehingga menyebabkan pandemi di hampir seluruh belahan dunia dilansir dari (Julita S, 2021).

Kilas balik virus corona ini dimulai dari 31 Desember 2019 atas laporan resmi dari pemerintah Tiongkok, WHO mengumumkan lusinan kasus pneumonia yang terjadi di Wuhan Tiongkok. Laporan ini diumumkan di hari perayaan pergantian tahun baru, di mana ribuan atau bahkan jutaan warga Tiongkok orang merayakannya, kemudian 1 Januari 2020 the U.S *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC) mengidentifikasi pasar seafood di Wuhan sebagai tempat munculnya wabah pneumonia.

Kemudian 7 Januari 2020 Pemerintah Tiongkok mengidentifikasi virus tersebut sebagai virus corona baru, awalnya disebut sebagai 2019-nCov oleh WHO. Lalu, 11 Januari terdapat kasus kematian pertama di Tiongkok akibat 2019-nCov, dan menyebar ke negara Thailand untuk pertama kalinya pada 13 Januari 2020 serta resmi

diumumkan nama virus corona yakni Covid-19 (Corona Virus Disease) sebagai pandemi global pada tanggal 11 Februari 2020 dikutip dari (Faldi, 2021).

Penyebaran kasus Covid-19 tidak berhenti sampai di situ, Joko Widodo yang merupakan Presiden Indonesia mengumumkan kasus positif pertama Covid-19 di dua warga Depok Jawa Barat pada tanggal 2 Maret 2020 karena diduga kontak dengan warga negara Jepang yang datang ke Indonesia (Dewi, 2020). Akibatnya, kasus ini membuka babak baru bagi Indonesia sebagai salah satu wilayah penyebaran Covid-19. Untuk menangani persoalan ini, negara Indonesia telah melakukan berbagai tindakan preventif guna menekan jumlah penularan Covid-19 seperti imbauan mengenakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan, menghindari kerumunan, serta melakukan program PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di beberapa wilayah Indonesia yang dilakukan secara parsial.

Babak baru yang dirasakan Indonesia terkait penyebaran Covid-19 ini membawa *culture shock* bagi masyarakat, ketersediaan masker yang sangat menipis sempat terjadi di awal munculnya kasus positif di Indonesia, hal ini disebabkan karena masyarakat berlomba-lomba mendapatkan masker di toko yang tersedia untuk mencegah tertularnya Covid-19. Akan tetapi, ketidakuntungan dari kejadian ini dilirik keuntungan oleh beberapa pihak, kelangkaan masker akibat banyaknya pembeli dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk membeli ratusan keping masker kemudian ditimbun dan digunakan untuk keperluan pribadi maupun di komersialkan. Tragisnya,

harga penjualan masker ini sempat melonjak hingga Rp 3 juta per 10 bungkus masker, dan dimanfaatkan sebagai profit bagi para penimbun masker (Arbar, 2020)

Gejala penimbunan masker ini tidak berlangsung lama, dikarenakan produsen masker lebih meningkatkan jumlah produksi, akan tetapi, beberapa orang masih tidak lepas dari konteks kapitalisme dengan menganggap bahwa segala bentuk produksi dan reproduksi dijadikan sebagai suatu komoditas. Kemudian transformasi nilai guna pada masker atau proses komodifikasi itu membawa kita pada pengertian tentang nilai guna (*use value*) dan nilai tukar (*exchange value*). Serta tujuan penting dari kapitalisme adalah akumulasi modal keuntungan lewat selisih dari nilai tukar dengan nilai guna.

Di sisi lain, kian merebaknya kasus Covid-19 ini memaksa Indonesia melakukan adaptasi kebiasaan baru (*new normal*) dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan seperti memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan, karena jika PSBB tetap dilaksanakan maka pendapatan para UMKM dan toko tidak bisa menghasilkan keuntungan lebih dari penjualannya, sehingga era *new normal* ini sektor pasar di Indonesia tetap bisa dilakukan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Pada era *new normal*, penggunaan masker sudah merupakan salah satu kebutuhan utama dari suatu masyarakat, bepergian dari satu daerah ke daerah yang lain diwajibkan memakai masker sebagai salah satu penerapan protokol kesehatan.

Oleh karena itu, masker bertransformasi nilai penggunaannya menjadi suatu komoditas di tengah pandemi Covid-19. Intensitas penggunaan masker membuka corong bagi kapital untuk meraup keuntungan. Penggunaan masker yang kerap hanya digunakan oleh tenaga medis bertransformasi menjadi penggunaan khalayak umum, hal ini menegaskan keberadaan komodifikasi yang memanfaatkan akumulasi kapital dengan selisih dari nilai guna dan nilai tukar. Sehingga masker yang kerap kali hanya digunakan untuk tenaga medis justru membelah diri menjadi sesuatu yang sifatnya komersil.

Ragam bentuk masker yang disediakan oleh produsen, diobjektifikasi dengan berbagai rupa spesifikasi dari masker, terlepas karena fungsinya sebagai salah satu penangkal virus. Penggunaan masker juga sebagai ajang memenuhi fashion di tengah pandemi ini, berbagai model dan harga masker mempengaruhi tingkat percaya diri dari seseorang penggunanya. Dalam buku "*The Culture Industry Enlightenment as Mass Deception*", menjelaskan bahwa komodikasi muncul dikarenakan perkembangan suatu industri budaya (Adorno, 1979). Ditambah dengan campur tangan media yang mempengaruhi orang untuk mengenakan masker seperti yang dikenakan oleh aktris/aktor, karena dapat membawa prestise sendiri bagi orang yang mengenakannya dan meningkatkan kepercayaan diri.

Tidak berhenti sampai di situ, praktik komodifikasi masker lainnya dibuktikan dengan kegiatan ekspor masker yang sempat menjadi kontroversi di Indonesia pada awal tahun 2020. Pasalnya, kegiatan ekspor ini dilakukan di tengah kelangkaan dan

kepanikan masyarakat akibat ketersediaan masker di Indonesia yang sangat minim, justru negara mengambil keputusan yang pangling. Salah satu produsen pengeksport masker yakni PT Rajawali Nusantara Indonesia atau RNI, yang merupakan perusahaan BUMN mengeksport masker lewat anak perusahaannya yaitu PT Rajawali Nusino sempat mengeksport 3 juta lembar keping masker ke China untuk membantu penanggulangan Covid-19 padahal ni negara sendiri ketersediaan masker sangat minim (Pratama & Karunia, 2020).

Narasi ini membawa kesimpulan kecil bahwa masker telah dikomodifikasi untuk memperoleh keuntungan salah satunya adalah praktik ekspor masker di tengah kelangkaannya di Indonesia. Deputi Bidang Statistik Distribusi dan Jasa Badan Pusat Statistik (BPS) Yunita Rusanti menjelaskan bahwa masker masuk dalam kategori HS 63 atau barang tekstil lainnya. “jumlah ekspor naik sebanyak 72 juta dollar AS, itu komoditas masker masuk,” ujar Yunita di Jakarta, Senin (16/3/2020) dalam kompas.com. (Pratama & Karunia, 2020) BPS juga mencatat sepanjang Januari 2020 sebesar 2,1 juta dollar AS, kemudian pada Februari naik hingga 34 kali lipat atau naik 3.480 persen yakni mencapai 75 juta dollar AS. Lalu, jika dibandingkan dengan Februari tahun 2019, ekspor masker pada Februari 2020 mengalami kenaikan 75 kali lipat atau 74.600 persen. Sehingga dari latar belakang masalah di atas, mendorong penulis melakukan sebuah penelitian di salah satu kampus populer di Sulawesi Selatan yaitu di Universitas Hasanuddin. Penulis memilih kampus ini karena subjek penelitian bisa diperoleh sesuai kriteria yang ada dan juga kebetulan tempat penulis

berkuliah. Penelitian kuantitatif yang berjudul “Pengaruh Motivasi Penggunaan Masker pada Kalangan Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin Angkatan 2018 di Masa Pandemi Covid-19” dipilih karena salah satu pengguna masker adalah kalangan mahasiswa, dan angkatan 2018 diambil karena kriteria mahasiswa yang kerap kali ke kampus untuk bimbingan dan pengurusan berkas ujian di masa kuliah *online*. Berdasarkan observasi dari penulis, mahasiswa dengan intensitas yang cukup sering ke kampus adalah angkatan 2018 dibandingkan 2019, 2020, yang hanya melakukan kuliah secara Daring dan tidak secara langsung hadir di kampus.

Hipotesis awal yang ditemui oleh penulis dikarenakan pengamatan dari beberapa mahasiswa yang memilih menggunakan masker yang tren saat ini. Pengamatan ini berfokus pada mahasiswa yang mengenakan masker, aksesoris masker, dan memiliki gaya yang modis. Penggunaan masker yang dipilih oleh beberapa mahasiswa mengikut berdasarkan tren masker di kalangan aktor dan aktris yang kerap kali muncul di media cetak dan elektronik.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui secara lebih detail terkait faktor yang mendorong mahasiswa mengenakan masker, dan aksesoris masker, dapat melihat bagaimana masker bertransformasi menjadi komoditas (komodifikasi) dan melihat motivasi penggunaan masker yang awalnya untuk penangkal virus Covid-19 bertransformasi menjadi tren fashion atau hanya pemenuhan pemeriksaan protokol kesehatan semata, serta melihat pengaruh motivasi penggunaan masker oleh

responden. Penelitian ini juga merupakan syarat utama dalam memperoleh gelar sarjana di Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah diangkat peneliti tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mendorong Mahasiswa Sosiologi FISIP Unhas angkatan 2018 dalam mengenakan masker?
2. Bagaimana pengaruh motivasi penggunaan masker di kalangan Mahasiswa Sosiologi FISIP Unhas angkatan 2018?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor yang dapat mendorong Mahasiswa Sosiologi FISIP Unhas angkatan 2018 menggunakan masker.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi penggunaan masker di kalangan Mahasiswa Sosiologi FISIP Unhas angkatan 2018.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan penelitian ini yang dapat diperoleh yaitu sebagai berikut ini:

1. Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu pijakan dasar dan referensi terkait permasalahan sosial seperti motivasi tindakan dan perubahan suatu barang menjadi komoditas, karena perubahan menjadi komoditas ini menguntungkan bagi suatu golongan tertentu, dan kita sebagai konsumen dapat terjerumus ke dalam gaya hidup pemborosan dan konsumerisme. Oleh karenanya tulisan ini sebagai bahan evaluasi pengaruh suatu barang dan dan perubahannya menjadi suatu komoditas karena dapat menyebabkan ke pemborosan atau konsumerisme, serta bagaimana motivasi penggunaannya.

2. Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dalam galeri ilmu pengetahuan terkhusus dalam memperkaya kajian sosiologi. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan penelitian selanjutnya yang relevan dengan judul penelitian ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Komodifikasi**

###### **1.1 Historis Komodifikasi**

Berbicara historis dari komodifikasi, yakni seratus tahun pasca Manifesto Komunis Marx dan Engels. Karl Polanyi, meskipun secara langsung tidak menggunakan istilah tersebut, ia mempelajari secara ekstensif penciptaan pasar tenaga kerja modern, proses komodifikasi selama abad kedelapan belas dan kesembilan belas berabad-abad di Inggris. Dia menunjukkan bagaimana kehidupan ekonomi perlahan-lahan direduksi dari pertukaran yang selaras dengan lingkungan alam dan sosial menjadi hubungan sarana. Berakhir berdasarkan pilihan antara sarana yang tidak mencukupi yang khas dari ekonomi pasar modern. Dalam studinya, komodifikasi mengacu pada pembuatan pasar tenaga kerja dengan menghilangkan hambatan yang membebaskan mobilitas tenaga kerja. Penciptaan pasar tenaga kerja berjalan seiring dengan reformasi hukum yang buruk transformasi mereka dari pemberian sedekah pasif menjadi tindakan pengaktifan. Di satu sisi, definisi ulang dari mereka yang pantas mencari dukungan menurut Andersen, E, 1990 dalam (Hobson et al., 2002).

The English New Poor Law menjadi kebijakan sosial aktif yang dirancang untuk membuat pekerjaan upahan dan hubungan tunai sebagai kunci utama dari keberadaan seseorang, dituturkan Andersen, E, 1990 dalam (Hobson et al., 2002). Hal itu dilakukan dengan menetapkan prinsip kurang memenuhi syarat, dukungan yang buruk harus menjadi alternatif yang lebih rendah untuk menjual tenaga dan secara normatif membedakan antara orang yang layak dan orang miskin yang tidak layak. Undang-undang baru yang buruk membantu menyediakan tenaga kerja dengan membatasi dukungan kepada pekerja keras yang miskin atau kepada anak-anak seperti mereka atau orang-orang terhormat yang sangat tua yang tidak dapat dimintai pertanggungjawaban atas kesengsaraan mereka.

Dewasa ini, komodifikasi bermutasi dan meresap ke beberapa akses kehidupan dengan bumbu kapitalisme yang mengakumulasi kapital atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Komoditas dan komodifikasi tidak lepas dari hubungan objek dan proses yang awalnya terbebas atau minim dari hal yang sifatnya diperdagangkan menjadi hubungan yang sifatnya komersil. Indikator ini menjadi salah satu bentuk kapitalisme global yang sedang terjadi, oleh karenanya sesuatu yang pada hakikatnya tidak memiliki ciri yang dapat diperdagangkan dapat dengan mudah dipelintir dan direduksi oleh para kapitalisme global guna mengakumulasi kapital.

Sebagai komoditas, sesuatu tidak hanya penting untuk berguna tetapi juga bernilai jual. Komodifikasi adalah penggambaran proses dimana nilai ekonomis

diberi nilai dan karenanya nilai pasar dapat menggantikan nilai sosial yang lainnya menurut Karl Marx (Purwati, 2017). Komodifikasi bukan semata-mata hanya berfokus pada produksi komoditas barang dan jasa yang akan diperjualbelikan, tetapi juga bagaimana pola distribusi dan konsumsi barang. Yang dimaksud sebagai pola distribusi adalah bagaimana cara penyebaran barang untuk sampai di tangan konsumen, pemanfaatan konstruksi sosial biasanya dilakukan untuk memengaruhi agar masyarakat merasa ingin membelinya, seperti dengan bantuan media.

Dalam penjelasan yang lebih rinci, komodifikasi bukan hanya sebatas proses produksi barang dan jasa seperti yang dijelaskan di atas, tetapi juga ranah dan institusi sosial yang perhatiannya secara sempit mengenai barang yang akan dijual, tetapi bagaimana pengorganisasian dan pengejawantahannya dari segi produksi, distribusi, dan konsumsi komoditas. Marx memaknai ini sebagai ideologi yang tersimpan dalam media dan mendahulukan kucuran keuntungan dibandingkan dengan tujuan lain. Oleh karenanya, komodifikasi berbicara hal yang lebih kompleks dan berorientasi materialis yang mengacu pada perluasan perdagangan pasar.

Salah satu pemanfaatan perluasan pasar yakni menggunakan konstruksi media dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti sekarang ini, dan setiap orang dapat memanfaatkan media sosial. Media sosial berisi tentang informasi, pengetahuan, gagasan, kesadaran dan ide untuk membangun atau menciptakan suatu konstruksi ataupun kesadaran bersama (Situmeang & I., 2020). Pemanfaatan media sosial ini digunakan untuk membangun citra dari suatu produk di kalangan

konsumen, tak jarang menggunakan aktor/aktris untuk membangun konstruk mengenai suatu produk sehingga semakin berdaya jual tinggi.

Kemajuan teknologi seperti sekarang ini, membuat suatu komoditi mengalami pergeseran makna, diproduksi secara massal yang didasari oleh selera pasar. Terkesan manipulatif karena penggunaan teknologi seperti media sosial lebih mengedepankan tujuan agar dibeli pasar dengan membangun citra yang berkelas. Hal ini membangun standarisasi dan diseragamkan dengan kriteria tertentu yang mudah diterima dan dipahami masyarakat. Kesimpulannya, komodifikasi menjelaskan cara kapitalis untuk mempertahankan tujuan dalam mengakumulasi kapital dengan mentransformasi nilai guna menjadi nilai tukar dengan memanfaatkan media, teknologi dan lain sebagainya. Sehingga pada saat pendistribusian dan jatuh di tangan konsumen, masyarakat merasa punya prestise yang tinggi akibat mengonsumsi nilai-nilai yang sengaja dibangun dan dikonseptualisasikan. Hal ini dilakukan agar terus mendapatkan akumulasi kapital, serta pola ini dipertahankan guna barang tersebut tetap dapat diperjualbelikan di pasar.

## 1.2 Pengertian Komoditas

Menurut Lefebvre, 1991 dalam (Ritzer & Goodman, 2012) kekuatan kapitalisme adalah keberhasilan memainkan berbagai peran dan mendapatkan ruang dalam dunia sosioekonomi. Pertama, dia dapat mengambil peran dari salah satu kekuatan produksi (yang lainnya, kekuatan yang lebih tradisional, adalah pabrik, alat dan mesin). Kedua, ruang itu sendiri dapat menjadi komoditas luas yang dikonsumsi

(seperti, misalnya turis yang mengunjungi Disney Land), atau dapat dikonsumsi secara produktif (misalnya, tanah tempat pabrik dibangun). Ketiga, ruang adalah penting secara politik, memfasilitasi kontrol sistem pembangunan jalan misalkan. Keempat dan kelima adalah ruang untuk menopang reproduksi dan produksi serta potensi positif dalam ruang, seperti penciptaan karya kreatif dan manusiawi.

Marx banyak membahas konsumsi, khususnya dalam karyanya tentang komoditas, yang kurang diketahui adalah Marx mengikuti Adam Smith menggunakan konsep alat-alat konsumsi yang menjadi pusat perhatian buku. Marx mendefinisikan alat-alat produksi sebagai komoditas yang memiliki suatu bentuk di mana komoditas itu memasuki konsumsi produktif. Sementara Marx dipuji karena minatnya terhadap komoditas, konsumsi dan alat-alat konsumsi, ada problem logika di dalam cara dia menggunakan konsep gagasan alat-alat produksi (Ritzer & Goodman, 2012).

Pemanfaatan komoditas ini menjadi keuntungan atau biasa disebut dengan komodifikasi, berkaitan dengan globalisasi. Hal-hal yang tidak atau kurang bernilai jual diglobalkan (globalized) dan menjadi suatu yang sangat berharga. Inilah keajaiban sesuatu ketika ditransformasi menjadi komoditas yang diproduksi jutaan atau miliaran kali dan dijual ke seluruh dunia. Jadi, internet dan berbagai bentuk sarana telekomunikasi memungkinkannya untuk menjual karya-karya hasil komodifikasinya ke seluruh dunia dan meraup keuntungan sebanyak-banyaknya (Ritzer & Goodman, 2012).

Secara singkat, komoditas yang dijelaskan Marx adalah sesuatu yang berhubungan dengan pandangan tentang potensi manusia, yaitu tentang analisisnya tentang komoditas-komoditas, atau produk-produk kerja yang dapat dipertukarkan, dengan mencermati dan memulai komoditas, Marx mampu mengungkap hakikat kapitalisme. Pandangan Marx berakar pada objek-objek yang diproduksi untuk digunakan dirinya sendiri atau orang lain di lingkungan terdekatnya. Celah ini dimanfaatkan untuk mengakumulasi keuntungan dari selisih nilai guna dan nilai tukar.

Komoditas-komoditas merupakan produk kerja manusia, tetapi komoditas-komoditas tersebut bisa terpisah dari tujuan pembuatnya. Ini disebabkan karena nilai tukar mengapung bebas sesuai keinginan dari penjual atau yang memproduksi barang, sehingga secara aktual meningkatkan nilai tukar kuantitatifnya. Peluang ini membuat kita tergiring untuk membeli suatu komoditas dengan nominal yang lebih melambung dan mempermulus jalannya suatu komodifikasi dari para kapital.

Jadi menurut Marx, ekonomi memiliki fungsi yang hanya bisa dijalankan oleh aktor yaitu produksi nilai. Nilai sebenarnya dari sesuatu yang muncul karena ada ruang kerja untuk membuatnya dan ada orang yang membutuhkannya kemudian dibeli atau dikonsumsi. Di lain sisi, Marx dalam bukunya *Communist Manifesto* mendefinisikan komodifikasi sebagai *Callous Cash Payment* yakni pembayaran tunai yang tidak berperasaan karena memanfaatkan transformasi dari nilai guna menjadi

nilai tukar, mengubah hubungan yang sentimental menjadi hubungan memanfaatkan atau mempergunakan uang.

## **2. Perkembangan Model Masker**

Seiring mewabahnya Covid-19 di belahan dunia, meningkat pula permintaan akan alat penutup mulut dan hidung ini, sehingga membuatnya langka di pasaran karena ditimbun dan dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Beberapa jenis masker di Indonesia mengalami kelangkaan dan sangat susah untuk didapatkan seperti N95 yang memiliki tingkat efektivitas tinggi dalam menyaring partikel-partikel yang membawa virus. Sejarah mengatakan bahwa penggunaan masker tidak muncul baru-baru ini saja, tapi sudah ada sejak beberapa abad yang lalu.

Penggunaan masker tertua terlacak di Eropa pada abad ke-17 yang berbentuk seperti paruh burung, dan digunakan untuk menangkal wabah pada saat itu. Kemudian di abad ke-14, saat wabah *Black Death* merebak di Eropa, penggunaan masker yang berbentuk mirip masker wajah berkembang menjadi simbol kematian akibat wabah yang saat itu meluas. Pada tahun 1827, seorang ilmuwan asal Skotlandia bernama Robert Brown membuat terobosan baru dalam masker dan membuktikan efek perlindungan masker terhadap debu. Selanjutnya di tahun 1848, masker buatan Amerika, Lewis Hassley yang diperuntukkan bagi para penambang menjadi masker pertama yang dipatenkan sebagai masker pelindung.

Ini sekaligus menjadi pelopor dalam sejarah perkembangan masker wajah. Saat mulai muncul wabah penyakit menular seperti flu, batuk, serta muncul kabut asap dari industri modern yang semakin banyak, bahan masker pun juga terus berkembang sesuai kebutuhan dari para penggunanya. Hal itu untuk meningkatkan kemampuannya dalam menyaring virus maupun polusi supaya lebih baik. Termasuk saat pandemi SARS tahun 2003 dan kabut asap tahun 2012. Istilah PM2.5 mulai dikenal publik yakni ukuran dari suatu partikel udara yang kurang dari 2.5 mikron (mikrometer) dan penggunaan masker N95 maupun KN90 yang mampu menyaring partikel PM 2.5 ini dinilai sangat efektif dan menjadi populer. Sedangkan di masa pandemi Covid-19 masker telah menjadi salah satu kebutuhan yang penting, dikarenakan era *new normal* yang mengharuskan orang bepergian dengan menggunakan masker agar menekan rantai penyebaran virus. Oleh karena itu, masker juga menjadi bagian dari penampilan seseorang dan menjadi aspek *fashion*. Hal ini membangun prestise di masyarakat sesuai masker yang ia kenakan dan menambah kepercayaan diri ketika menggunakan masker yang harga dan modelnya lebih tinggi nan terkenal. Peluang ini dimanfaatkan bagi para produsen pembuat masker dan aksesorisnya nuntuk menjadikannya suatu komoditas untuk meraup keuntungan dari perdagangan masker.

**Tabel 2.1** Model dan Aksesoris Masker di Kalangan Mahasiswa Unhas Tahun 2021

<b>Model dan Aksesoris Masker</b>	<b>Harga</b>	<b>Keterangan</b>
Masker KN95	± 12.000/pcs	Masker berbahan kapas, sifon dan flanel. Berbentuk lancip ke depan di bagian mulut, memiliki efektifitas yang tinggi dalam menangkal virus. Hanya 1-2 kali pemakaian.
Masker KF94	± 10.000/pcs	Masker berbahan gabungan antara kapas, kain flanel, katun dan sutra. Berbentuk 4 lekukan sehingga memaksimalkan pemakaian di bagian hidung, mulut, dan dagu, sangat efektif dalam menangkal virus. Hanya

		1-2 kali pemakaian.
Masker Duckbill	± 12.000/pcs	Masker berbahan gabungan antara kapas, kain flanel, katun dan sutra. Berbentuk seperti mulut bebek dengan lancip di bagian hidung. Efektif menangkal virus dan banyak dipakai oleh selebriti dan untuk memperindah penampilan karena desainnya yang estetik. Hanya 1-2 kali pemakaian.
Masker Convex	± 12.000/pcs	Masker berbahan gabungan antara kapas, kain flanel, katun dan sutra serta memiliki 3 bagian lekukan, sehingga memaksimalkan pemakaian di bagian

		hidung, mulut, dan dagu sehingga efektif untuk menangkal virus. Hanya 1-2 kali pemakaian.
Masker Kain	$\pm 10.000/\text{pcs}$	Masker berbahan kain yang memiliki banyak model dan dapat dipakai berulang kali ( <i>reusable</i> ), dan masih bisa menangkal virus.
Masker Bedah	$\pm 3.000/\text{pcs}$	Masker berbahan kain/poliester yang simpel dan hanya bisa digunakan sekali pakai. Efektif menangkal virus ketika tidak digunakan berulang kali.
Tali Gantungan Masker	$\pm 10.000/\text{pcs}$	Tali gantungan masker digunakan agar lebih mudah dalam melepas pasang masker, ketika

		melepas masker kita hanya menggantungnya seperti kalung, dan ketika ingin menggunakannya hanya memasang pengait di telinga dan belakang leher
Pengait Masker	± 10.000/pcs	Biasanya digunakan bagi orang berjilbab sebagai pengait untuk bagian belakang kepala, sehingga penggunaannya tidak perlu melepas jilbab ketika ingin menggunakan masker

*Sumber: Diolah dari berbagai sumber oleh penulis*

### **3. Teori Motivasi**

Proposisi pertama mengenai motivasi ialah individu merupakan keseluruhan yang terintegrasi dan terorganisir. Pernyataan teoretis ini biasanya diterima dengan cukup baik oleh para psikolog, yang kemudian sering kali dengan tenang mengabaikannya dalam eksperimen mereka yang sebenarnya. Bahwa itu adalah

realitas eksperimental dan juga teori yang harus diwujudkan. Dalam teori motivasi, proposisi ini berarti hal yang spesifik. Misalnya, itu berarti seluruh individu termotivasi daripada hanya sebagian dari dirinya. Dalam teori yang baik tidak ada entitas seperti kebutuhan perut atau mulut, atau kebutuhan genital (H. Maslow, 1970).

Jika kita memeriksa dengan seksama keinginan rata-rata yang kita miliki dalam kehidupan sehari-hari, kita menemukan bahwa mereka memiliki setidaknya satu karakteristik penting, yaitu bahwa mereka biasanya menjadikan sarana untuk mencapai tujuan daripada tujuan itu sendiri. Contohnya seseorang menginginkan uang sehingga dapat memiliki mobil. Pada gilirannya, seseorang tersebut menginginkan mobil karena tetangga memilikinya dan dia tidak ingin merasa rendah diri dari mereka, sehingga seseorang itu dapat dicintai dan dihormati oleh orang lain. Gejala-gejala itu penting, tidak begitu penting dalam dirinya sendiri, tetapi untuk apa arti akhirnya, yaitu untuk apa tujuan atau efek akhir mereka (H. Maslow, 1970).

Menurut Maslow, manusia adalah hewan yang menginginkan dan jarang mencapai tingkat kepuasan penuh kecuali untuk waktu yang singkat. Saat satu keinginan terpenuhi, keinginan lain muncul untuk menggantikannya. Ketika ini terpenuhi, yang lain muncul di latar depan, dan lain-lain. Ini adalah karakteristik manusia sepanjang hidupnya bahwa ia praktis selalu menginginkan sesuatu. Kita kemudian dihadapkan pada kebutuhan untuk mempelajari hubungan semua motivasi satu sama lain dan kita secara bersamaan dihadapkan pada kebutuhan untuk melepaskan unit-unit motivasi secara terpisah jika kita ingin mencapai pemahaman

luas yang kita cari. Penampilan ini secara praktis selalu bergantung pada keadaan atau kepuasan atau ketidakpuasan dari semua motivasi lain yang mungkin dimiliki seseorang. Titik awal yang diambil pada teori ini adalah kebutuhan atau kebutuhan dasar. Teori motivasi adalah berbagai bentuk kebutuhan yang ada dalam diri seseorang salah satunya adalah sesuatu yang disebut sebagai dorongan fisiologis, berikut berbagai macam penjelasan mengenai kebutuhan dasar (H. Maslow, 1970).

*Dorongan fisiologis* merupakan pengembangan konsep homeostatis, dan kedua, temuan bahwa selera adalah indikasi yang cukup efisien dari kebutuhan aktual atau kekurangan dalam tubuh. Homeostasis mengacu pada upaya otomatis tubuh untuk mempertahankan keadaan organ dalam tubuh kita seperti aliran darah, kadar garam, kadar gula, kadar protein, dan lain-lain. Tidak diragukan lagi kebutuhan fisiologis ini adalah yang paling kuat dari semua kebutuhan. Apa artinya ini secara khusus adalah, bahwa pada manusia yang kehilangan segala sesuatu dalam hidup dengan cara yang ekstrem, kemungkinan besar motivasi utama adalah kebutuhan fisiologis daripada yang lain. Seseorang yang kekurangan makanan, keamanan, cinta, dan harga diri kemungkinan besar akan lebih lapar akan makanan daripada apa pun (Maslow, 1943).

*Kebutuhan keamanan.* Jika kebutuhan fisiologis relatif terpenuhi dengan baik, maka muncullah seperangkat kebutuhan baru, yang secara kasar dapat kita kategorikan sebagai kebutuhan rasa aman. Semua yang telah dikatakan tentang kebutuhan fisiologis sama benarnya, meskipun dalam tingkat yang lebih rendah,

tentang keinginan-keinginan ini. Organisme mungkin sama-sama didominasi oleh mereka. Mereka mungkin berfungsi sebagai penyelenggara perilaku yang hampir eksklusif, merekrut semua kapasitas organisme untuk melayani mereka, dan kemudian kita dapat menggambarkan seluruh organisme secara adil sebagai mekanisme pencarian keamanan. Salah satu alasan munculnya reaksi ancaman atau bahaya yang lebih jelas pada bayi, jika mereka diganggu atau dijatuhkan secara tiba-tiba, dikejutkan oleh suara keras, kilatan cahaya, atau rangsangan sensorik yang tidak biasa lainnya, dengan penanganan yang kasar, oleh hilangnya dukungan secara umum di lengan ibu, atau dengan dukungan yang tidak memadai (Maslow, 1943).

*Kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki.* Jika kebutuhan fisiologis dan rasa aman terpenuhi dengan baik, maka akan muncul kebutuhan akan cinta dan kasih sayang dan rasa memiliki, dan seluruh siklus [hal. 381] yang sudah dijelaskan akan berulang dengan pusat baru ini. Sekarang orang itu akan merasa sangat, tidak seperti sebelumnya, tidak adanya teman, atau kekasih, atau istri, atau anak-anak. Dia akan haus akan hubungan kasih sayang dengan orang-orang pada umumnya, yaitu, untuk mendapatkan tempat di kelompoknya, dan dia akan berusaha keras untuk mencapai tujuan ini. Dia akan ingin mencapai tempat seperti itu lebih dari apa pun di dunia dan bahkan mungkin lupa bahwa sekali, ketika dia lapar, dia mencibir cinta (Maslow, 1943).

*Kebutuhan harga diri.* Semua orang dalam masyarakat kita (dengan beberapa pengecualian patologis) memiliki kebutuhan atau keinginan akan evaluasi diri yang

stabil, berdasar kuat, (biasanya) tinggi, untuk harga diri, atau harga diri, dan untuk harga diri orang lain. Dengan harga diri yang didasarkan dengan kokoh, yang kami maksudkan adalah yang didasarkan pada kapasitas nyata, pencapaian, dan rasa hormat dari orang lain. Kebutuhan ini dapat diklasifikasikan menjadi dua set anak perusahaan. Ini adalah, pertama, keinginan untuk kekuatan, untuk pencapaian, untuk kecukupan, untuk kepercayaan diri dalam menghadapi dunia, dan untuk kemerdekaan dan kebebasan. Kedua, kita memiliki apa, kita dapat menyebut keinginan akan reputasi atau prestise (mendefinisikannya sebagai rasa hormat atau penghargaan dari orang lain), pengakuan, perhatian, kepentingan atau penghargaan. Kebutuhan-kebutuhan ini relatif ditekankan oleh Alfred Adler dan para pengikutnya, dan relatif diabaikan oleh Freud dan para psikoanalisis. Namun, semakin banyak hari ini muncul apresiasi luas tentang kepentingan sentral mereka (Maslow, 1943).

*Kebutuhan akan aktualisasi diri.* Bahkan jika semua kebutuhan ini terpenuhi, kita mungkin masih sering (jika tidak selalu) berharap bahwa ketidakpuasan dan kegelisahan baru akan segera berkembang, kecuali individu tersebut melakukan apa yang cocok untuknya. Seorang musisi harus membuat musik, seorang seniman harus melukis, seorang penyair harus menulis, jika dia ingin pada akhirnya bahagia. Apa yang seorang pria bisa, dia harus . Kebutuhan ini bisa kita sebut aktualisasi diri. Ini mengacu pada keinginan untuk pemenuhan diri, yaitu kecenderungan dia untuk menjadi teraktualisasikan dalam potensinya. Kecenderungan ini dapat diungkapkan

sebagai keinginan untuk menjadi lebih dan lebih seperti apa adanya, untuk menjadi segala sesuatu yang seseorang mampu untuk menjadi (Maslow, 1943).

#### **4. Pertukaran Sosial**

Fokus penelitian ini membahas tentang pengaruh motivasi penggunaan masker pada kalangan mahasiswa, di mana pembicaraan ini secara tidak langsung memengaruhi tindakan, pola pikir, atau cara berbicara seseorang. Dalam hal ini pengaruh dari komodifikasi masker tertuangkan dalam perilaku seseorang seperti masker apa yang ia gunakan, bagaimana cara ia berpakaian sesuai dengan gaya maskernya. Tindakan ini dilakukan seseorang karena memperhatikan suatu objek indrawi yang membawa impuls terhadap perilaku seseorang tersebut. Misalkan ketika seseorang melihat aktor/aktris yang menggunakan model masker masa kini dan membuat orang tersebut ingin menggunakannya juga karena terpengaruh dan menganggap dirinya akan keren juga jika menggunakan masker tersebut. Contoh kasus ini dapat ditanggapi oleh teori pertukaran sosial yang membahas tentang pertukaran dari hubungan sosial yang memengaruhi perilaku, oleh karena itu akan lebih lanjut dijelaskan terkait teori pertukaran sosial di bawah ini.

Teori pertukaran sosial bertujuan untuk memprediksi dan menjelaskan suatu perilaku. Dasar analisis teori pertukaran adalah hubungan sosial, dan terus dipengaruhi oleh arus-arus intelektual lainnya seperti pilihan rasional. Hal ini membuat teori pertukaran berjalan di dalam serangkaian arah yang unik menurut Willer dan Emanuelson, 2008 (Ritzer & Goodman, 2012).

Teori pertukaran ini merupakan hasil modifikasi dari model pilihan rasional dan behaviorisme, teori ini diyakini dapat berpengaruh penting terhadap pengondisian perilaku selanjutnya di masa yang akan datang. Mengapa demikian? Dikarenakan pertukaran sosial membawa pelajaran dari masa lalu dan menghasilkan konsekuensi-konsekuensi yang cenderung memodifikasi perilaku di masa depan. Jika dampak dari perilaku itu membawa hal yang melukai atau menyakitkan, bisa dipastikan kurangnya peluang perilaku itu terjadi di kemudian hari. Secara singkat, pengaruh dari behaviorisme dan pilihan rasional masuk ke teori pertukaran sosial, sehingga perilaku di masa lampau tertentu dapat mengatur keadaan yang sekarang.

Sedikit menyinggung tentang teori pilihan rasional, para aktor memiliki tujuan dan mempunyai konsistensi dalam tujuan dari tindakan mereka, para aktor juga mempunyai pilihan yang membawa kegunaan ataupun keuntungan di dalamnya. Seperti yang diajukan Friedman dan Hechter bahwa suatu kehendak seorang individu secara khas akan menemukan tindakan-tindakannya yang sejak lahir hingga kematian diperiksa oleh aturan keluarga, sekolah, kebijakan perusahaan dan keagamaan. Batasan ini memberikan sanksi positif dan negatif yang mendorong tindakan tertentu dan mengucilkan semangat untuk melakukan tindakan lain (Ritzer & Goodman, 2012).

Vitalitas dari teori pertukaran Homans terdapat proposisi yang penting, meskipun beberapa proposisinya berkenaan dengan dua individu yang berinteraksi. Menurut Homans proposisi-proposisi tentang perilaku manusia individual ketimbang

proposisi tentang kelompok pada umumnya dianggap sebagai bidang psikologi (Ritzer & Goodman, 2012). Homans juga mengakui bahwa orang-orang cenderung menghabiskan waktu dan sifat sosial dalam berinteraksi dengan orang lain.

Manusia digambarkan sebagai individu yang bertindak selalu atas dasar kepentingan-kepentingan tertentu, dan oleh karenanya masalah utama sosiologi (menurut paradigma ini) adalah mencari dan menelaah kepentingan-kepentingan itu (Wirawan, 2012). Teori pertukaran yang dibangun Homans adalah teori yang berkaitan dengan tindakan sosial yang memiliki nilai antar individu berdasarkan susunan sosial tertentu.

Dalam karya teoretis Homans, ia membuka perhatian pada interaksi sosial sehari-hari dan meyakini bahwa sosiologi akan mampu menjelaskan segala perilaku sosial berdasarkan prinsipnya. Dalam mengamati interaksi sosial sehari-hari, Homans mengelompokkan beberapa bentuk proposisi dalam pertukaran yakni; proposisi sukses, proposisi stimulus, proposisi nilai, proposisi kejenuhan-kerugian, proposisi persetujuan-agresi, dan proposisi rasionalitas (Ritzer & Goodman, 2012).

*Proposisi Sukses* berlaku untuk tindakan yang diambil orang, semakin sering tindakan itu membawa penghargaan maka semakin mungkin ia melakukan tindakan itu. *Proposisi Stimulus* berbicara tentang kejadian masa lampau yang memiliki sekumpulan stimuli dari tindakan seseorang yang mendapatkan penghargaan, maka

semakin mirip stimuli masa kini dengan stimuli masa silam, dan orang itu semakin mantap melakukan tindakan yang serupa di masa depannya.

Sedangkan *Proposisi Nilai* ialah tindakan yang semakin bernilai hasil bagi seseorang, semakin besar dia untuk melakukan tindakannya lagi. Lalu, *Proposisi Kejenuhan-Kerugian* menunjukkan semakin sering seseorang belum menerima penghargaan di masa lampau, maka semakin kurang baginya nilai penghargaan selanjutnya.

Ketika tindakan seseorang tidak mencapai ekspektasinya, maka ia lebih mungkin melakukan tindakan agresif, dan hasil dari itu dijadikan suatu pembelajaran berharga, ini disebut sebagai *Proposisi Persetujuan-Agresi*. Terakhir adalah *Proposisi Rasionalitas* adalah kemampuan memilih tindakan cadangan (alternatif), seseorang akan memilih tindakan, yang dia rasakan pada saat itu, mempunyai nilai hasil yang lebih besar, dan percaya diri untuk dapat ia lipatgandakan hasilnya di masa yang akan datang (Ritzer & Goodman, 2012).

Pada dasarnya, orang-orang membuat perhitungan-perhitungan tentang tindakan alternatif bagi mereka, ia dapat membandingkan penghargaan yang diterima terhadap beberapa rangkaian tindakannya. Kausalitas yang terbentuk dalam prediksi-prediksi ini bisa senantiasa dihindari ketika mendapat kurang penghargaan, oleh karenanya ada interaksi antara nilai-nilai penghargaan dan kemungkinannya untuk dicapai.

Ditegaskan oleh Prof. Dr. I.B. Wirawan dalam karyanya yang berjudul “*Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial)*” (Wirawan, 2012), bahwa teori pertukaran sosial memiliki beberapa prinsip yang merupakan deskripsi umum tentang unsur-unsur teori tersebut, yaitu satuan analisis, motif, keuntungan, dan persetujuan sosial.

- a) *Satuan Analisis* dalam tatanan sosial adalah sesuatu yang diamati dalam teori ini, meskipun tidak dimulai dari bertanya, ataupun opini umum, tapi pada akhirnya akan menjelaskan tentang hal yang terkait dengan institusi, kelompok, dan sentimen mereka.
- b) *Motif Pertukaran* dalam teori pertukaran mengatakan bahwa setiap orang mempunyai motif dalam tindakannya sendiri. Orang termotivasi melakukan pertukaran karena adanya gabungan berbagai tujuan dan keinginan yang sifatnya khas. Motivasi itu biasanya berbau kesenangan dan kepuasan yang bersifat emosional.
- c) *Faedah atau Keuntungan* merupakan hadiah yang diperoleh untuk dirinya atas tindakannya, misalkan memberikan sesuatu kepada orang dan memperoleh kesenangan, maka itulah yang ia rasakan sebagai hadiah (*reward*) untuk dirinya.
- d) *Pengesahan Sosial* merupakan suatu pemuas dan merupakan motivator yang umum dalam sistem pertukaran. *Reward* ialah ganjaran yang memiliki kekuatan pengesahan sosial (*social approval*), dan orang-orang akan mencari

sesuatu yang ia senangi dalam relasi sosial mereka. Intinya, orang akan lebih cocok dan senang dengan orang lain yang mengesahkan dirinya (Wirawan, 2012).

Maka dapat disimpulkan bahwa pertukaran sosial akan semakin besar terjadi ketika aktor memiliki banyak keuntungan di dalam tindakannya. Hadiah yang diperoleh untuk dirinya sendiri berdasarkan tindakan yang ia lakukan akan meningkatkan kualitas emosional si aktor seperti merasa senang dan bahagia. Perasaan senang dan bahagia ini membuatnya diterima dan mengalami pengesahan sosial dalam interaksinya. Oleh karenanya, pengesahan sosial akan menjelaskan bagaimana pertukaran sosial itu terjadi dalam suatu barang komoditi yaitu masker di tengah pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Unhas.

## B. Hasil Penelitian yang Relevan

**Tabel 2.2.** Hasil Penelitian yang relevan

No.	Nama (Tahun)	Judul	Referensi dan Metode	Hasil Penelitian
1.	Mia Mauldydia (2021)	Analisis Penggunaan Masker di Masa Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa Keperawatan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	Repositori Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Metode penelitian kuantitatif.	Mahasiswa keperawatan UIN Alauddin Makassar sering menggunakan masker ketika keluar rumah dengan jenis masker yang dominan yaitu masker medis. Faktor jarang nya penggunaan

				masker karena adanya ketidaknyamanan pada bahan masker, dan menyebabkan tidak nyaman dalam bernapas
2.	Dian Saputra Marzuki, Muh. Yusri Abadi, Suci Rahmadani, Muhammad Al Fajrin, Rima Eka Juliarti, Arvina Pebrianti HR (2021)	Analisis Kepatuhan Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Covid-19 Pada Pedagang Pasar Kota Parepare	Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo. Metode penelitian kuantitatif.	Berdasarkan uraian hasil penelitian terkait analisis variabel yang diteliti tentang faktor yang mempengaruhi kepatuhan penggunaan masker sebagai upaya pencegahan penularan COVID-19 pada pedagang di Pasar Lakessi Kota Parepare, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara pengetahuan, sikap, informasi tentang masker dan motivasi sebagai variabel independen terhadap kepatuhan penggunaan masker pada pedagang di Pasar Lakessi

				Kota Parepare sebagai variabel dependen (terikat).
3.	Caroline Virgine Putri Lesilolo (2021)	Pengetahuan Masyarakat tentang Covid-19 Berhubungan dengan Kepatuhan Menggunakan Masker pada Masa Pandemi Covid-19	Jurnal Penelitian Perawat Profesional. Metode yang digunakan adalah studi literatur.	Diketahui terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi kepatuhan seseorang menggunakan masker, seperti pengetahuan, motivasi, persepsi, dan keyakinan tentang Covid-19. Penelitian menunjukkan masyarakat dengan tingkat pengetahuan tentang Covid-19 yang baik cenderung patuh untuk menggunakan masker, sedangkan masyarakat dengan tingkat pengetahuan Covid-19 yang kurang cenderung tidak patuh untuk menggunakan masker pada masa pandemi Covid-19.

*Sumber: Diolah dari berbagai sumber*

Berdasarkan pengamatan penulis mengenai referensi yang bersinggungan dengan penelitian ini, maka penulis mendapatkan penelitian relevan seperti yang sudah dipaparkan di tabel. Pada penelitian relevan yang pertama yaitu Skripsi "Analisis Penggunaan Masker di Masa Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa Keperawatan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar" dapat diketahui bahwa responden dari penelitian tersebut merasa tidak nyaman dalam bernapas ketika menggunakan masker dengan beberapa bahan tertentu, dan lebih banyak responden memilih menggunakan masker kain.

Sedangkan pada jurnal "Analisis Kepatuhan Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Covid-19 Pada Pedagang Pasar Kota Parepare" analisis variabel yang diteliti tentang faktor yang mempengaruhi kepatuhan penggunaan masker sebagai upaya pencegahan penularan COVID-19 pada pedagang di Pasar Lakessi Kota Parepare, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara pengetahuan, sikap, informasi tentang masker dan motivasi sebagai variabel independen terhadap kepatuhan penggunaan masker.

Kemudian informasi yang diperoleh dari jurnal "Pengetahuan Masyarakat tentang Covid-19 Berhubungan dengan Kepatuhan Menggunakan Masker pada Masa Pandemi Covid-19" mengatakan bahwa masyarakat menggunakan masker dipengaruhi berdasarkan motivasi, persepsi, pengetahuan, dan keyakinannya tentang

Covid-19. Masyarakat yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai Covid-19 cenderung patuh dalam menggunakan masker di masa pandemi Covid-19, sedangkan masyarakat yang memiliki tingkat pengetahuan yang kurang mengenai Covid-19 cenderung tidak patuh dalam menggunakan masker di masa pandemi Covid-19

### **C. Kerangka Konseptual**

Dampak merebaknya Covid-19 pada tahun 2020 hingga tahun 2021 membawa kebiasaan baru bagi masyarakat dunia dan terkhusus masyarakat Indonesia. Berbagai kebijakan penanggulangan Covid-19 di Indonesia dilontarkan pemerintah dengan beragam rupa, mulai dari *lockdown*, PSBB, pembatasan jam malam, hingga PPKM. Pada awal penerapan kebijakan itu, sempat membawa *culture shock* bagi masyarakat Indonesia karena kebijakan karantina tidak imbang dengan alokasi dana bantuan, sehingga masyarakat harap-harap cemas mengenai penghasilan dan suguhan makanan di meja makan mereka.

Kepanikan masyarakat mulai surut dengan pemberlakuan *new normal* dengan catatan tetap memperhatikan protokol kesehatan seperti memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan. Dalam sektor usaha yang mengandalkan pengunjung, seperti tempat makan dan minum, maka memaksa pemilik toko mengurangi sebanyak 50-75% kuota pelanggan yang diterima dengan acuan dari menjaga jarak tersebut.

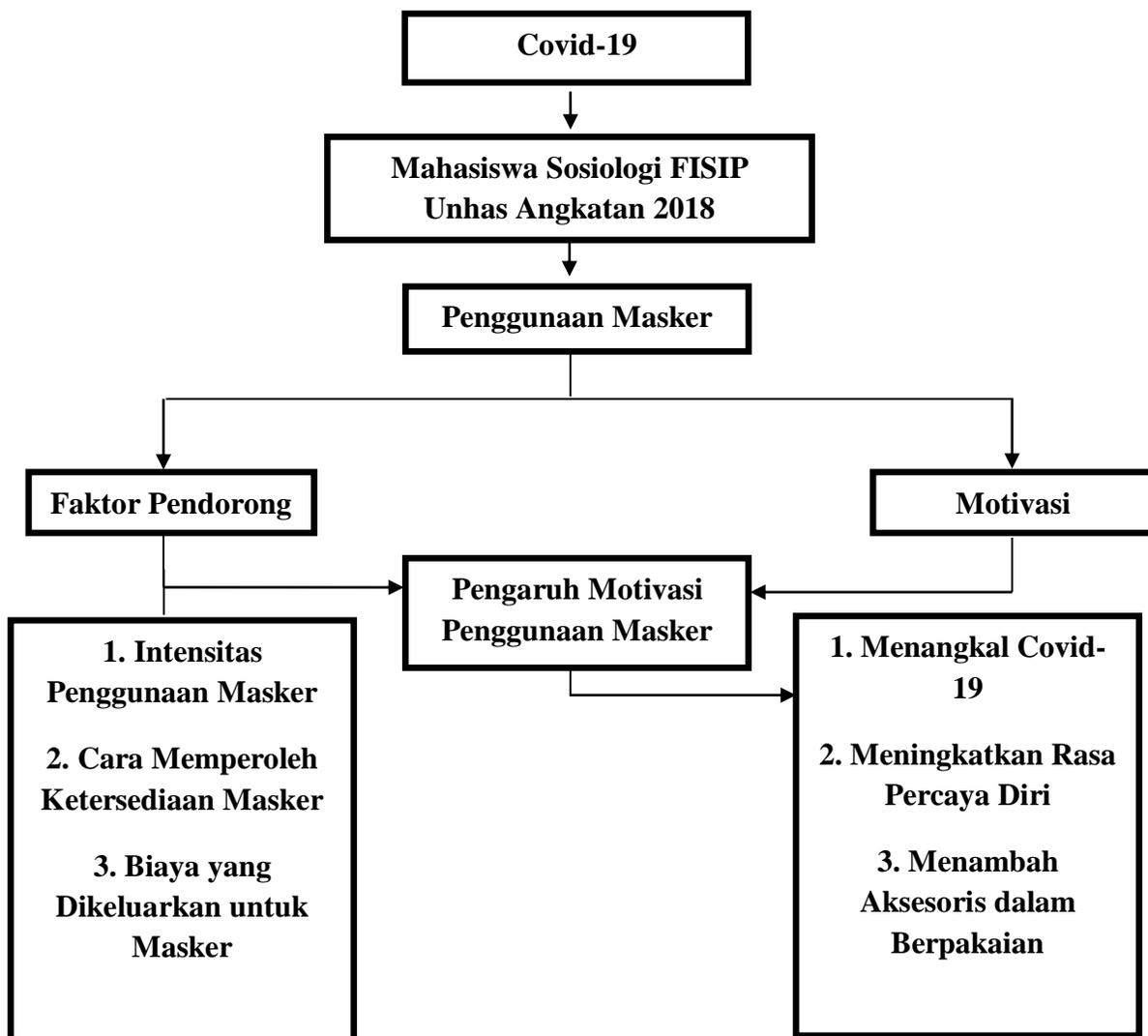
Kampanye kesadaran masyarakat tentang Covid-19 digaungkan di hampir seluruh media elektronik maupun media non elektronik. Keadaan dunia yang dilanda dengan wabah Covid-19 tidak selalu dipandang sebagai hal yang merugikan kehidupan manusia. Hal ini dilihat oleh salah satu perusahaan penyedia jaringan telekomunikasi sebagai kesempatan untuk memperoleh keuntungan. Yaitu komodifikasi dari wabah Covid-19. Dalam penjelasan jurnal tersebut, memperlihatkan bahwa produk dari penyedia jasa telekomunikasi tersebut dipromosikan di momentum Covid-19 dengan imbauan tetap berada di rumah dan masyarakat menggunakan produknya (Prakoso & Syafuddin, 2020).

Demikian halnya dengan komodifikasi penggunaan masker di tengah pandemi Covid-19, masker telah menjadi gaya hidup masyarakat dan telah menjadi aspek *fashion*. Pemberitaan di media dengan imbauan memakai masker dan banyaknya produsen pembuat masker memanfaatkan momentum Covid-19 ini untuk komersialisasi masker. Para aktor dan aktris yang muncul di layar kaca dengan setelan maskernya, meracuni masyarakat untuk tampil dengan menggunakan masker dan aksesoris masker.

Terlepas dari penggunaan masker untuk menangkal virus, segelintir orang mungkin mengenakan masker hanya sebagai perilaku aman dalam pemeriksaan protokol kesehatan, dan menjadikannya salah satu indikator dalam berbusana. Ketertarikan penulis mengenai itu dikarenakan ada beberapa orang yang hanya menggantung maskernya di leher tanpa memakainya dan hanya untuk terlihat keren,

bermakna, dan menerima pengakuan sosial. Peristiwa seperti ini marak di kehidupan bermasyarakat di Indonesia, demikian pula di Kampus Universitas Hasanuddin Makassar. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1.** Skema kerangka konseptual



## D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, yaitu dengan cara melihat pada dimensi indikator dari suatu konsep/variabel. Definisi operasional yang digunakan pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

### 1. Pengaruh

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa pengaruh didefinisikan sebagai daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (KBBI, 2021). Pada penelitian kali ini, pengaruh yang dimaksudkan ialah sesuatu yang timbul dari seseorang ketika ia menggunakan masker sesuai pilihan, bermerek, ataupun masker dengan kualitas yang baik. Pengaruh ini tentunya dapat membentuk perbuatan keseharian dari seseorang ketika menggunakan masker terkhusus di masa pandemi Covid-19.

### 2. Motivasi

Motivasi berasal dari kata lain *Motive* yang berarti dorongan atau bahasa Inggrisnya *to move*. Motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat (*driving force*). Motif tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dengan faktor-faktor lain, baik faktor eksternal, maupun faktor internal. Hal-hal yang mempengaruhi motif disebut motivasi. Michel J. Jucius

menyebutkan motivasi sebagai kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki (Prihartanta, 2015). Pada penelitian kali ini, motivasi yang dimaksud ialah motivasi dalam penggunaan masker

Cakupan dalam penelitian ini mengambil definisi motivasi menurut Maslow yang membagi motivasi menjadi beberapa tingkatan kebutuhan yang dimulai dari tingkatan biologis yang dasar hingga motif psikologis yang kompleks yaitu:

- Kebutuhan fisiologis (rasa lapar, rasa haus, dan sebagainya).
- Kebutuhan rasa aman (merasa aman dan terlindung, jauh dari bahaya).
- Kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki (berafiliasi dengan orang lain, diterima, memiliki).
- Kebutuhan akan penghargaan (berprestasi, berkompetensi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan).
- Kebutuhan aktualisasi diri (kebutuhan kognitif: mengetahui, memahami, dan menjelajahi; kebutuhan estetik: keserasian, keteraturan, dan keindahan; kebutuhan aktualisasi diri: mendapatkan kepuasan diri dan menyadari potensinya) (Prihartanta, 2015).

### 3. Masker

Masker menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata masker adalah kain penutup mulut dan hidung (seperti yang dipakai oleh dokter dan perawat di rumah sakit). Contoh: masker yang menutup mulutnya bertali ke telinga. Arti lainnya dari masker adalah alat untuk menutup muka. Melihat kondisi dunia saat ini, masker sangat dibutuhkan untuk mencegah tertular virus Covid-19 saat sedang berada di kerumunan dengan harapan dapat melindungi dari partikel di udara dan cairan yang dapat mengotori wajah. Terdapat beberapa jenis yaitu masker bedah atau biasa disebut masker medis, masker N95 dan masker kain (Dinda, 2022). Dalam penelitian kali ini masker menjadi salah satu variabel, dikarenakan masker memiliki bentuk dan ragamnya masing-masing, akan tetapi didefinisikan secara umum terkait pengertian tentang masker.

### 4. Mahasiswa Sosiologi Unhas Angkatan 2018

Menurut KBBI, Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi (KBBI, 2021). Mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No. 30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Sedangkan pada penelitian kali ini fokus responden ialah mahasiswa Sosiologi FISIP Unhas angkatan 2018 yaitu peserta didik yang terdaftar secara administrasi di Departemen Sosiologi FISIP Unhas yang secara aktif masih berstatus mahasiswa.

## 5. Pandemi

Pandemi adalah epidemi yang terjadi pada skala yang melintasi batas internasional, biasanya memengaruhi sejumlah besar orang. Suatu penyakit atau kondisi bukanlah pandemi hanya karena tersebar luas atau membunuh banyak orang; penyakit atau kondisi tersebut juga harus menular. Misalnya, kanker bertanggung jawab atas banyak kematian tetapi tidak dianggap sebagai pandemi karena penyakit ini tidak menular (*Wikipedia*, 2022). Pandemi pada penelitian ini terkhusus pada pandemi Covid-19

## 6. Covid-19

Akhir tahun 2019 tepatnya pada bulan Desember dunia dihebohkan dengan berita munculnya wabah pneumonia yang tidak diketahui sebab pastinya. Wabah ini pertama kali ditemukan di kota Wuhan Provinsi Hubei China. Kebanyakan pasien pneumonia ini berawal dari pedagang di pasar Huanan yang menjual hewan hidup yang terletak di kota Wuhan. Pada 7 Januari 2020 para peneliti berhasil mengidentifikasi penyebab *pneumonia* ini yakni jenis *novel coronavirus*. Secara resmi, WHO menamakan penyakit ini Covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*) dan nama virus tersebut adalah SARS-CoV-2 (*Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2*) (Naufal, 2020). Seperti pada penjelasan di atas, Covid-19 menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu melihat pengaruh dari motivasi penggunaan masker di masa pandemi Covid-19 oleh responden.