

Pengaruh Efektivitas Media Sosial terhadap *Public Awareness* dalam Mematuhi Protokol Kesehatan Pandemi Covid-19

Claudia Elga Jauwhari¹, Rezi Erdiansyah^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: *claudiaelga980@gmail.com*

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta *

Email: *rezie@fikom.untar.ac.id*

Masuk tanggal : 15-12-2021 revisi tanggal : 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 16-01-2022

Abstract

At the beginning of 2020, Covid-19 hit all corners of the earth. Public awareness is a very important component to prevent the spread of Covid-19 and be able to prepare for handling this pandemic. Data shows so many people who aren't aware of the dangers and consequences of Covid-19. This behavior of the community also has an influence on how to deal with the Covid-19 outbreak. Therefore, various efforts and ways are needed to provide informations and educations to the public about the importance of complying with health protocols. This study aims to (1) obtain the public's mindset about the use of social media such as Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube, and others in the implementation of preventing the Covid-19 outbreak, (2) finding out the effect of using media effectiveness on awareness public regarding the implementation of the prevention of the Covid-19 outbreak. The research method that will be used by researchers is to use descriptive research methods and quantitative research methods. The people of West Jakarta will be the total population in this study. The sample used is 100 people. Data collection technique is to use indirect communication techniques. The research instrument used is a questionnaire (questionnaire). This research instrument uses a Likert scale with the validity test that is used by the researcher is Product Moment coefficient. Then, Cronbach's Alpha test is used for reliability test. The result of this study is that the effectiveness of the media has an influence on the awareness of the people of West Jakarta in complying with health protocols.

Keywords: *covid-19, public awareness, social media*

Abstrak

Pada awal tahun 2020, Covid-19 telah melanda ke seluruh penjuru bumi. Kesadaran masyarakat menjadi komponen yang sangat penting untuk mencegah penyebaran Covid-19 serta mampu mempercepat penanganan pandemi ini. Data memperlihatkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak menyadari bahaya dan akibat dari Covid-19. Perilaku dari masyarakat pun memiliki pengaruh terhadap cara dalam menangani wabah Covid-19. Maka dari itu, diperlukan berbagai upaya dan cara untuk menyebarluaskan informasi dan edukasi ke seluruh masyarakat tentang seberapa pentingnya mematuhi protokol kesehatan. Penelitian ini bermaksud untuk (1) mengetahui pola pikir masyarakat tentang pemanfaatan efektivitas media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, dan lain-lain dalam pelaksanaan pencegahan wabah Covid-19, (2) mencari tahu adanya pengaruh pemanfaatan efektivitas media sosial terhadap kesadaran masyarakat tentang pelaksanaan pencegahan wabah Covid-19. Metode penelitian yang dipakai adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan juga dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian yang digunakan adalah masyarakat Jakarta Barat. Sampel yang digunakan adalah 100 orang masyarakat. Teknik pengambilan data adalah dengan menggunakan teknik komunikasi tidak langsung. Instrumen penelitian yang dipakai adalah

angket (kuesioner). Instrumen penelitian ini memakai skala Likert dengan uji validitas yang digunakan adalah koefisien *Product Moment*. Kemudian, untuk uji reliabilitas memakai uji Cronbach's Alpha. Hasil penelitian ini adalah dalam mematuhi protokol kesehatan, efektivitas media sosial memiliki pengaruh terhadap kesadaran masyarakat Jakarta Barat.

Kata kunci: covid-19, kesadaran masyarakat, media sosial

1. Pendahuluan

Corona Virus atau Covid-19 menjadi pandemi di seluruh negara sudah mencapai pada tingkat yang mengkhawatirkan dikarenakan oleh penyebarannya yang cepat. Pada bulan Desember 2019, kasus *corona virus* jenis baru Covid-19 pertama kali ditemukan di Wuhan, Tiongkok. Kini penyebarannya sudah hampir merata ke seluruh dunia. Menurut *World Health Organization*, Covid-19 adalah penyakit yang ditimbulkan akibat *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2*. Virus ini adalah virus jenis baru dari keluarga *Coronavirus* yang mampu membawa dampak berbagai penyakit yang terjadi pada sistem pernapasan.

Menurut data gugus tugas Covid-19 per tanggal 14 November 2021 di Indonesia, kasus Covid-19 yang ada di 34 provinsi terdiri dari 496 kabupaten/kota, kasus pasien positif yang telah terkonfirmasi mencapai 4,251,076, kasus pasien Covid-19 yang saat ini sedang berada dalam perawatan di rumah sakit adalah 8,522, pasien Covid-19 yang sembuh mencapai 4,098,884, dan yang kasus pasien yang meninggal diakibatkan oleh Covid-19 sejumlah 143,670 (Covid-19, 2021).

Pemerintah Indonesia saat ini mengimplementasikan skenario *new normal*. Dalam kehidupan *new normal*, protokol kesehatan menjadi salah satu pedoman yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan (Kemenkes) yaitu Panduan Pengendalian dan Pencegahan Covid-19 di Industri dan Tempat Kerja Perkantoran dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi di dalam keputusan nomor HK. 01.07 / Menkes /328 /2020 pada tanggal 20 Mei 2020. Ketetapan ini diterbitkan untuk mendukung berjalannya dunia usaha dan kehidupan para pekerja.

Contoh dari protokol kesehatan yang disebarluaskan oleh pemerintah di Indonesia sebagai suatu kewajiban kepada masyarakat selama masa pandemi Covid-19 adalah menggunakan masker wajah pada saat keluar rumah, menjaga kesehatan dan istirahat yang cukup jika suhu badan mencapai 38° C atau lebih, menutup mulut ketika bersin atau batuk, masyarakat yang sedang sakit dilarang untuk menggunakan transportasi umum, apabila ada masyarakat yang memenuhi kriteria untuk menjadi suspek pasien Covid-19, maka harus dirawat ke rumah sakit terdekat atau menjalankan isolasi mandiri (Kantor Staf Presiden, 2020).

Difusi Inovasi berdiri dari dua paduan kata yaitu difusi dan inovasi. Di dalam Kamus Bahasa Indonesia, difusi diartikan sebagai proses perembesan atau penyebaran sesuatu (ide, kebudayaan, teknologi) dari satu pihak ke pihak yang lainnya (2008:353). Inovasi berarti pembaharuan atau pemasukan hal-hal baru (2008:557). Selain itu, difusi bisa disebut juga dengan suatu bentuk perubahan sosial atau suatu metode transformasi yang berlangsung kepada fungsi dan struktur sistem sosial. Sedangkan inovasi dapat dianggap sebagai suatu gagasan, benda, atau praktek yang dianggap baru oleh seorang individu, kelompok, atau masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut, difusi inovasi berarti penyaluran atas suatu pembaharuan yang baik seperti ide, teknologi, maupun kebudayaan dari satu pihak ke pihak yang lainnya.

Menurut Cangara (2012:41) komunikasi massa bisa dideskripsikan menjadi proses keberlangsungan komunikasi yang terjadi terhadap sebuah pesan yang dikirim

dari sumber kepada massa yang bersifat banyak melalui benda-benda yang bersifat mekanis seperti film, surat kabar, radio, dan televisi. Selain itu, komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan yang dikirimkan kepada audiens yang tersebar luas dan banyak, dengan menggunakan radio, televisi, majalah, internet, dan koran (Adler & Rodman, 2006:8).

Berlandaskan dari penjelasan latar belakang yang dikemukakan, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut terhadap adanya pengaruh efektivitas media sosial terhadap kesadaran masyarakat pada saat menghadapi pandemi penyakit Covid-19.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan memakai metode kuantitatif dan menggunakan metode penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui data survey/pemasaran. Penelitian kuantitatif yang menggunakan format penelitian deskriptif bermaksud untuk menjabarkan berbagai situasi, kondisi, atau variabel yang muncul di tengah-tengah masyarakat yang akan dijadikan sebagai obyek di penelitian.

Peneliti menggunakan populasi yang ada di dalam melaksanakan penelitian ini adalah masyarakat Jakarta Barat yang menggunakan media sosial dengan aktif. Sugiyono (2012:80) menyampaikan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Jumlah sampel yang akan diambil oleh peneliti adalah 100 sampel dari seluruh masyarakat Jakarta Barat. Dengan menggunakan rumus Slovin, berikut adalah hasil perhitungan dalam pengambilan sampel:

$$n = N / (1 + (N \times e^2)).$$

Penelitian ini akan diuji menggunakan alat uji statistik Pearson dengan tujuan agar dapat melihat hubungan kedua variabel X dengan variabel Y dan tabulasi silang dengan tujuan memudahkan dalam menganalisis data. Karakteristik demografi yang ada di penelitian ini berupa jenis kelamin, tingkatan pendidikan, usia, dan jenis pekerjaan responden. Data kuantitatif yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui angket (kuesioner) akan diolah dengan memakai program *SPSS for windows ver 25*.

3. Hasil Penelitian dan Diskusi

Pada penelitian ini, angket (kuesioner) yang telah disebarluaskan oleh peneliti kepada masyarakat Jakarta Barat adalah berjumlah 100 responden. Dari data yang diperoleh, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sejumlah 45 responden (45%) sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 55 responden (55%). Untuk usia diungguli pada masyarakat berumur 21 – 30 tahun sebanyak 38 responden (38%), 15 – 20 Tahun dengan total 18 responden (18%), 31-40 Tahun dengan total 21 responden (21%) dan di atas 40 Tahun sebanyak 23 responden (23%). Sesudah melaksanakan uji validitas, berikut adalah hasil dari uji validitas menggunakan aplikasi *SPSS for windows ver 25*.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Butir Indikator	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	Keterangan
	X1	0,520	Valid

Penggunaan Media Sosial (X)	X2	0,602	Valid
	X3	0,754	Valid
	X4	0,679	Valid
	X5	0,636	Valid
	X6	0,509	Valid
	X7	0,834	Valid
	X8	0,583	Valid
Public Awareness (Y)	Y1	0,412	Valid
	Y2	0,570	Valid
	Y3	0,642	Valid
	Y4	0,692	Valid
	Y5	0,745	Valid
	Y6	0,602	Valid
	Y7	0,665	Valid
	Y8	0,583	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Berdasarkan uji validitas memakai aplikasi *SPSS* for windows ver 25, di tabel di atas diperlihatkan setiap butir indikator pernyataan dikatakan valid sebab memiliki nilai angka korelasi melebihi 0,2.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (X)	0,762	Reliabel
Public Awareness (Y)	0,768	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Pada hasil uji reliabilitas menggunakan *SPSS* for windows di tabel 2, diperlihatkan bahwasanya setiap butir pernyataan dalam kuesioner yang disebarkan oleh peneliti dapat disebut reliabel dikarenakan kedua variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi dari 0,6.

Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	4.01451621
Most Extreme Differences	Absolute	0.076
	Positive	0.076
	Negative	-0.063
Test Statistic		0.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.161 ^c

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Untuk menguji data terdistribusi secara normal atau tidak, peneliti memakai uji One Sample Kolmogorov Smirnov dengan menggunakan aplikasi *SPSS* for windows Ver 25. Dalam hasil yang telah didapatkan, terlihat di tabel 3 dikemukakan bahwasanya nilai signifikansi senilai 0,161. Nilai tersebut menjelaskan bahwa data

yang telah diuji dianggap berdistribusi secara normal dikarenakan hasil nilai signifikansi variabel X dan variabel Y lebih dari 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.155	4.158		2.683	0.009
	Penggunaan Media Sosial	0.795	0.137	0.506	5.806	0.000

a. Dependent Variable: Public Awareness

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Pada hasil uji menggunakan *SPSS* pada tabel di atas, memperlihatkan hasil bahwa analisis data didapatkan nilai $t = 5,806$ kemudian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bernilai lebih kecil dari 0,05, didapatkan nilai p lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil yang didapatkan tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka bisa dikatakan bahwasanya ada nya pengaruh Efektivitas Media Sosial terhadap kesadaran masyarakat.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.155	4.158		2.683	0.009
	Penggunaan Media Sosial	0.795	0.137	0.506	5.806	0.000

a. Dependent Variable: Public Awareness

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Dengan keterangan $Y = \text{Public Awareness}$ dan $X = \text{Efektivitas Media Sosial}$. Bersumber pada hasil persamaan regresi linear dari *SPSS* di tabel di atas, bisa dijabarkan menjadi:

1. Nilai Y (*Public Awareness*) akan konsisten sebesar 11,155 konstanta kalau nilai X (Efektivitas Media Sosial) tidak memiliki perubahan, baik ada nya peningkatan maupun ada nya penurunan.
2. Apabila nilai X (Efektivitas Media Sosial) memiliki peningkatan nilai 1 satuan, maka nilai Y (*Public Awareness*) mengalami peningkatan sebesar 0,795 menjadi 11,950.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Correlations	
		Penggunaan Media Sosial	<i>Public Awareness</i>
Penggunaan Media Sosial	Pearson Correlation	1	.506**
	Sig. (2-tailed)		0.000

	N	100	100
Public Awareness	Pearson	.506**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Melalui hasil dari perhitungan *SPSS* pada tabel 6, dapat dilihat bahwasanya hasil dari nilai koefisien korelasi *R* senilai 0,506, arti nya berada di antara 0,40 – 0,60 interval. Dengan demikian, Efektivitas Media Sosial memiliki hubungan yang sedang terhadap *public awareness*.

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	0.256	0.248	4.368

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Pada hasil perhitungan *SPSS* di Tabel 7, dapat dilihat nilai koefisien determinasi di tabel *R Square* bernilai 0,256, berarti 25,6% *public awareness* memiliki pengaruh yang disebabkan oleh Efektivitas Media Sosial sementara 74,4% lainnya (100%-25,6%) terdapat pada pengaruh atau faktor lain yang peneliti tidak teliti.

4. Simpulan

Terdapat hubungan antara efektivitas media sosial terhadap *public awareness* dengan hasil hubungan sedang. Kemudian, untuk hasil dari uji koefisien korelasi menerangkan bahwasanya nilai korelasi ada di antara 0,40 - 0,60 interval yang memperlihatkan Efektivitas Media Sosial mempunyai hasil pengaruh yang bernilai sedang terhadap *public awareness* dan dapat dikatakan memiliki nilai positif. Maka dari itu, efektivitas media sosial dapat mendorong kesadaran masyarakat untuk meningkat.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, seluruh responden kuesioner yang telah meluangkan waktu untuk membantu peneliti dalam penyelesaian penelitian ini, serta berbagai pihak yang telah mendukung dalam menunjang kelancaran penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

Adler, R. B., & Rodman, G. (2006). *Understanding Human Communication*. New York: Oxford University Press.

- Cangara, Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Graffindo Persada.
- Covid-19, G. T. P. P. (2020). *Peta Sebaran | Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19*. November 19, 2021. covid19.go.id. Diakses dari <https://covid19.go.id/peta-sebaran>.
- Kantor Staf Presiden. (2020). *Pemerintah Terbitkan Protokol Kesehatan Penanganan COVID-19*. November 19, 2021. <http://ksp.go.id/index.html>
- Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- World Health Organization, Novel Coronavirus (2019-nCoV) Advice for the Public, (2020). Diakses dari <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>.