

PENGARUH BERITA LONJAKAN KASUS COVID-19 PADA AKUN INSTAGRAM @KEMENKES_RI TERHADAP MINAT VAKSINASI FOLLOWERS AKUN @KEMENKES_RI

Ayu Sari Nur Lestiyanti¹, Dian Purworini²
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta
11100180154@student.ums.ac.id

ABSTRAK

Fenomena penggunaan Instagram yang semakin merebak dimanfaatkan berbagai pihak untuk berbagai tujuan. Dalam situasi pandemi seperti saat ini Instagram dimanfaatkan sebagai media untuk mengedukasi dan menginformasi masyarakat terkait Covid-19 dan vaksinasi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksinasi *followers* akun Instagram @kemenkes_ri. Teori dalam penelitian ini menggunakan teori SOR. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif. Menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan studi lapangan kegiatan *survey* melalui kuesioner. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis data regresi linier sederhana. Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri berpengaruh positif terhadap minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri yang diperoleh dari variabel terpaan berita lonjakan Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri adalah sebesar 56,2% sedangkan 43,8% dari sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Terpaan berita, Covid-19, Instagram, Vaksin Covid-19

ABSTRACT

The phenomenon of the use of Instagram which is increasingly widespread is used by various parties for various purposes. In a pandemic situation like today, Instagram is used as a medium to educate and inform the public regarding Covid-19 and Covid-19 vaccinations. The purpose of this study was to find out how the influence of news of the spike in Covid-19 cases on the @kemenkes_ri Instagram account on the interest in vaccination of followers of the @kemenkes_ri Instagram account. The theory in this study uses the SOR theory. This research uses explanative quantitative method. Using non-probability sampling technique with purposive sampling technique. Data collection techniques with field studies survey activities through questionnaires. The data analysis technique used is simple linear regression data analysis. The results of the study concluded that the exposure to news of the spike in Covid-19 cases on the Instagram account @kemenkes_ri had a positive effect on the interest in vaccines for followers of the Instagram account @kemenkes_ri which was obtained from the variable exposure to news of the spike in Covid-19 on the Instagram account @kemenkes_ri on interest in vaccines for followers of the

Instagram account @kemenkes_ri. is 56.2% while 43.8% of the rest is influenced by other variables.

Keywords: *News exposure, Covid-19, Instagram, Covid-19 vaccine*

A. PENDAHULUAN

Kemunculan Covid-19 mengejutkan masyarakat pada awal tahun 2020 (UNODC, n.d.). Lebih dari 4,7 juta kasus dan 316.000 kematian di seluruh dunia (Gottlieb & Dyer, 2020). Covid-19 disebabkan oleh infeksi dan saat ini telah ditetapkan sebagai pandemi global (Argista, 2021). Berbagai upaya dilakukan untuk mencegah penyebaran virus (Mózo, 2017). Cepatnya penyebaran virus berdampak pada aspek ekonomi dan sosial, sehingga memunculkan berbagai kontroversi dalam aspek penegakan diagnosis, tatalaksana, hingga pencegahan (Susilo et al., 2020).

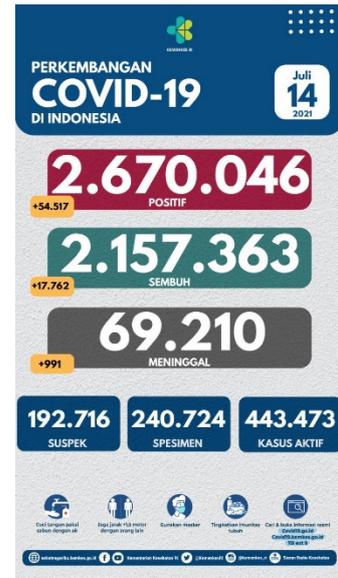
Saat ini tidak terasa sudah hampir dua tahun pandemi Covid-19 menyerang Indonesia dan tak kunjung tuntas dalam penanganannya justru malah memunculkan spekulasi-spekulasi baru terkait hal tersebut. Peristiwa ini menyita banyak perhatian

masyarakat. Rasa ingin tahu membuat masyarakat mencoba mencari tahu perkembangan kasus ini melalui berita, baik melalui televisi hingga media online. (Dwiputra, 2021). Berita pembahasan virus di media massa akhirnya memunculkan kepanikan dalam diri masyarakat (Mózo, 2017). Banyaknya pemberitaan Covid-19 di media sosial menghimbau masyarakat untuk melakukan *Cross-check* fakta sebelum mempercayai suatu informasi (Fitriani & Purworini, 2022)

Menurut Renata (2021) media sosial memiliki peranan aktif dalam kehidupan manusia sebagai alat untuk bertukar informasi, mulai dari aktifitas sosial, politik, ekonomi, budaya, hingga dengan peristiwa penting lainnya, namun hingga saat ini media tetap sama dengan dahulu, media dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif bagi penggunaannya. Salah satu media bertukar informasi yang

digemari saat pandemi adalah Instagram. Pengguna Instagram mengalami pertumbuhan 5% dalam satu tahun yang setara dengan 3 juta pengguna baru (Junawan & Laugu, 2020).

Pemberitaan tentang Covid-19 di media sosial, salah satunya Instagram tidak dapat di hindari oleh masyarakat. Hampir setiap hari masyarakat terkena terpaan informasi tentang Covid-19. Saat ini hampir setiap orang memiliki akses untuk menggunakan Instagram. Banyaknya masyarakat yang mengakses Instagram menimbulkan efek yang bervariasi terhadap postingan di akun Instagram (Pratama, n.d.). Pada saat seperti ini diperlukan media yang benar-benar bermanfaat bagi penerima pesan, salah satu akun Instagram yang dapat dipercaya terkait Covid-19 adalah Instagram @kemenkes_ri yang merupakan objek penelitian ini (Renata, 2021).



(sumber: Instagram @kemenkes_ri)

Postingan akun @kemenkes_ri mengedukasi masyarakat untuk memahami Covid-19, cara mengatasi Covid-19, menjaga imun, cara terhindar dari Covid-19, cara melakukan isolasi mandiri dan berbagai informasi seputar Covid-19. Postingan @kemenkes_ri mengajak masyarakat untuk membudayakan hidup sehat dan tidak takut Covid-19 namun tetap waspada dan menaati aturan pemerintah (Renata, 2021).

Indonesia dapat bernafas lega karena menjadi salah satu negara yang memulai program vaksinasi di Asia Tenggara. Vaksin merupakan salah satu cara efektif untuk pencegahan pada penyakit menular (Febriyanti, 2021). Kehadiran vaksin Covid-19 menjadi

sorotan media massa, baik media cetak, elektronik maupun digital, sehingga memudahkan masyarakat mengetahui hal yang sedang terjadi dengan cepat (Gussman & Triwulandari, 2019).

Vaksin yang dilakukan pemerintah banyak menggiring opini dari masyarakat. Program vaksinasi pertama kali dilakukan pada Januari 2021. Vaksin yang diterbitkan sudah mendapatkan izin penggunaan darurat *Emergency Use Authorization* (EUA) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan fatwa halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sehingga vaksin telah memenuhi standart kualitas, keamanan, dan efektivitas (Pratiwi et al., 2021).

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu yaitu, penelitian yang dilakukan oleh Argista (2021), tentang persepsi masyarakat terhadap vaksin *Covid-19* di Sumatera Selatan; Penelitian yang dilakukan oleh Wang et al. (2020), tentang penerimaan vaksinasi *Covid-19* selama pandemi *Covid-19* di Tiongkok; Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Biasio et al.

(2021), tentang Literasi vaksin *Covid-19* dan diperoleh hasil yaitu perilaku masyarakat positif terhadap vaksinasi.

Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperlukan penelitian yang mengkaji tentang apakah ada pengaruh terpaan postingan Instagram @kemenkes_ri terhadap minat masyarakat untuk melakukan vaksinasi. Penelitian mengenai *Pengaruh Terpaan Berita Lonjakan Kasus Covid-19 pada Akun Instagram @kemenkes_ri Terhadap Minat Vaksinasi Followers Akun @kemenkes_ri* sebelumnya belum pernah dilakukan. Karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengisi kebutuhan tersebut, dengan berfokus untuk mengetahui besaran terpaan informasi yang ada di media massa terhadap minat masyarakat untuk melakukan vaksin. Perhatian masyarakat terhadap vaksin *Covid-19* dan maraknya penyebaran informasi palsu di masyarakat menjadi dasar kajian untuk mengetahui pengaruh berita lonjakan kasus *Covid-19* terhadap minat vaksinasi masyarakat. Berdasarkan hal

tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini, bagaimana pengaruh terpaan berita lonjakan kasus *covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksinasi *followers* akun Instagram @kemenkes_ri?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stimulus- Organism- Respon

Menurut Effendy (2003) komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan menggunakan alat bantu. Teori ini berprinsip bahwa respon adalah reaksi balik yang diterima audience ketika menerima pesan dari media. Individu dapat memperkirakan efek pesan yang disampaikan media dengan reaksi audience, sehingga seseorang dapat memprediksi antara kesesuaian pesan dengan reaksi audience.

Efek dari teori S-O-R adalah reaksi khusus yang diberikan pada stimulus khusus, sehingga dapat diperkirakan kesesuaian pesan dan reaksi komunikan. Teori S-O-R menjelaskan bahwa pengaruh yang akan terjadi pada penerima pesan

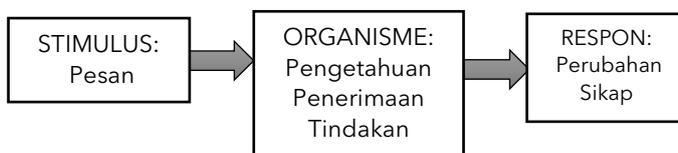
merupakan akibat dari ilmu komunikasi.

Teori S-O-R di kemukakan oleh Houland (1953) (Lisma, 2020). Unsur dalam model teori S-O-R adalah a) stimulus, menghasilkan pesan; b) komunikan (organism), menghasilkan perhatian dan penerimaan komunikan; c) efek (response), menghasilkan efek (Effendy, 2003). Maka sangat tepat jika peneliti menggunakan teori S-O-R sebagai pijakan dalam penelitian. Dalam proses komunikasinya teori S-O-R berkaitan dengan perubahan sikap yaitu aspek "How" bukan "What" atau "Why". Dapat dikatakan, *how to communicate* dimaksudkan dengan *how to change the attitude*, bagaimana merubah sikap audiens. Teori ini menekankan pada pesan yang disampaikan, apakah mampu menumbuhkan motivasi dan menumbuhkan gairah kepada audiens sehingga audiens dapat menerima pesan dengan cepat dan merubah sikap sesuai dengan isi pesan (Sukanda & Abdurahman, 2020).

Teori ini mengatakan, perilaku dapat berubah hanya karena stimulus yang diberikan dapat

meyakinkan organism. Dalam meyakinkan organism, faktor *reinforcement* memiliki peran penting. Stimulus yang disampaikan kepada komunikan dapat ditolak atau dapat diterima. Selanjutnya komunikan mengerti, setelah komunikan mengolahnya, maka terjadilah ketersediaan untuk merubah sikap. Jadi dapat dikatakan jika stimulus dapat berubah hanya jika stimulus yang diterima melebihi apa yang ada didalamnya (Effendy, 2003).

Sehingga dapat dirumuskan:



Sumber: (Effendy, 2003)

Bagan diatas menjelaskan bahwa stimulus dapat merubah sikap audience tergantung pada individunya. Komunikasi terjadi karena adanya perhatian dari komunikator kepada komunikan, sehingga komunikan dapat menangkap maksud pesan, sehingga menumbuhkan kesadaran komunikan untuk merubah sikap sesuai maksud pesan (Kartika, 2021).

Pola yang dihasilkan oleh teori S-O-R dapat merespon positif maupun negatif. Contohnya saat kita tersenyum kepada seseorang dan dibalas dengan

senyuman maka hal ini adalah respon positif. Ketika kita tersenyum dan kita diacuhkan hal ini adalah respon negatif. Hal itu menjadikan dasar teori jarum hipodermik tidak jauh berbeda dengan teori S-O-R (Azhar, 2019).

Stimulus yang terjadi dalam penelitian ini ialah informasi terkait lonjakan kasus Covid-19, informasi tersebut mengandung pesan yang dapat memengaruhi atau tidak memberikan pengaruh kepada audience. Organisme dari penelitian ini adalah orang yang memberikan respon pada informasi mengenai lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri. Respon yang telah diterima oleh komunikan akan memberikan perubahan perilaku sesuai dengan pemaknaan yang diberikan oleh setiap individu pada pesan tersebut.

Teori ini berasumsi jika perubahan perilaku bergantung pada rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism, yang berarti semakin tinggi kualitas pesan yang disampaikan, maka respon yang diberikan komunikan akan semakin meningkat (Kartika, 2021).

C. METODE

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif yang

bersifat eksplanatif. Eksplanatif bertujuan untuk menyelidiki ada tidaknya hubungan/pengaruh antara dua variabel atau lebih untuk menguji suatu hipotesis penelitian. Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pemberitaan Covid-19 dengan minat vaksin masyarakat menggunakan metode survei.

Populasi yang diambil adalah seluruh *followers* akun Instagram @kemenkes_ri. Menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Dengan kriteria penelitian yaitu masyarakat yang mempunyai akun Instagram dan merupakan *followers* akun Instagram @kemenkes_ri. Karena besarnya jumlah populasi maka jumlah sampel diambil dengan rumus solvin (Siregar, 2013):

$$n = 1 + \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Sampel

N = Populasi

$e = (0,1)$

$$n = 1 + \frac{2.400.000}{1 + 2.400.000 (0,1)^2}$$

$$n = 1 + \frac{2.400.000}{1 + 2.400.000 (0,1)^2} = 101$$

Menggunakan metode pengumpulan data kuesioner angket tertutup *checklis* dengan skala point 1 sebagai "tidak setuju", 2 sebagai "kurang setuju" 3 sebagai "setuju", 4 sebagai "sangat setuju" yang akan diberikan secara online kepada

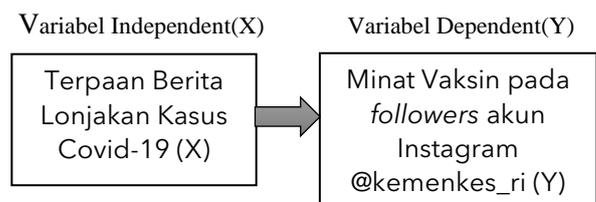
sebanyak 101 pengguna Instagram yang merupakan *followers* akun Instagram @kemenkes_ri Media yang digunakan dalam penyebaran kuesioner yaitu Instagram *stories* dan *WhatsApp stories* yang dilakukan selama kurang lebih 14 hari..

Dengan hipotesis penelitian:

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 di Indonesia terhadap minat vaksin masyarakat.

Ha : Terdapat pengaruh antara terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 di Indonesia terhadap minat vaksin masyarakat.

Melihat hipotesis diatas, diperoleh variabel penelitian yaitu:



Dari variabel penelitian diatas, diperoleh beberapa item kuesioner diadopsi dari penelitian (Asih, 2020) dan sudah dimodifikasi oleh penulis.

Uji validitas menggunakan korelasi pearson dengan kriteria pengujian menggunakan uji dua pihak dengan taraf signifikan 0,05 yakni sebagai berikut:

- Nilai r hitung $>$ r table maka H_0 ditolak artinya uji validitas dinyatakan valid
- Nilai r hitung $<$ r table maka H_0 diterima artinya uji validitas dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur tingkat konsistensi dalam instrumen penelitian. Untuk menghitung tingkat reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach-Alpha pada aplikasi SPSS Statistics 22 for Windows. Jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar atau sama dengan 0.60 berarti instrumen tersebut reliabel, sedangkan jika nilai *Cronbach's alpha* kurang dari 0.60 berarti instrumen tersebut tidak reliabel.

D. HASIL

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan menggunakan program SPSS for Window Versi 22.0. Uji validitas pertama dilakukan terhadap 30 responden. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai r -hitung (*Corrected Item Total Correlation*) $>$ r -tabel sebesar 0,361. Untuk $df = 30 - 2 = 28$; $\alpha = 0,5$ pada aplikasi SPSS. Hasil uji perhitungan variabel sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0.531	0.361	Valid
X2	0.473	0.361	Valid
X3	0.612	0.361	Valid
X4	0.728	0.361	Valid
X5	0.571	0.361	Valid
X6	0.382	0.361	Valid
X7	0.508	0.361	Valid
X8	0.655	0.361	Valid
X9	0.762	0.361	Valid
X10	0.634	0.361	Valid
Y01	0.829	0.361	Valid
Y02	0.701	0.361	Valid
Y03	0.784	0.361	Valid
Y04	0.574	0.361	Valid
Y05	0.656	0.361	Valid
Y06	0.682	0.361	Valid
Y07	0.570	0.361	Valid
Y08	0.537	0.361	Valid
Y09	0.541	0.361	Valid
Y10	0.878	0.361	Valid

(Sumber: Hasil Pengolahan SPSS)

Untuk mengetahui kuesioner valid atau tidak, maka perlu mencari r -tabel terlebih dahulu. Rumus r -tabel adalah $df = N - 2$ jadi $30 - 2 = 28$, sehingga r -tabel yang diperoleh adalah 3,61. Dari hasil perhitungan validitas diatas, dapat dilihat bahwa r -hitung $>$ r -tabel sehingga 20 kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,851	10

(Sumber: Hasil Pengolahan SPSS)

Variabel dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* harus memenuhi 0,60. Hasil pengujian yang didapat memiliki nilai 0,851 sehingga pertanyaan dalam kuesioner (X) dianggap reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	10

(Sumber: Hasil Pengolahan SPSS)

Variabel dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* harus memenuhi 0,60. Hasil pengujian yang didapat memiliki nilai 0,893 sehingga pertanyaan dalam kuesioner (Y) dianggap reliabel.

Uji Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana, dimana hanya digunakan untuk satu variabel *Independent* dan satu variabel *Dependen*. Bertujuan untuk memprediksi besaran nilai variabel *Dependent* yang dipengaruhi oleh variabel *Independent*. Regresi linier

sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut.

Keterangan :

Y = Variabel yang tak bebas atau subjek variabelnya dapat diprediksi

X = Variabel yang bebas atau bubjek variabel independent yang mempunyai nilai tertentu

A = Nilai Konstan atau harga Y bila X = 0

B = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	5,476	2,454			2,232	,028
Terpaan Berita	,784	,070	,750		11,271	,000

a. Dependent Variable: Minat Vaksin

(Sumber: Hasil Pengolahan SPSS)

Perhitungan data dengan SPSS for Window Versi 22.0, diperoleh hasil untuk analisis regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5,476 + 0,784X$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah :

a : 5,476 artinya jika pengaruh terpaan berita lonjakan kasus *Covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri sama dengan nol, maka minat vaksin *followers* akun @kemenkes_ri adalah positif, yaitu sejumlah 5,476.

b : 0,784 artinya pengaruh variabel terpaan berita lonjakan kasus *Covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksin *followers* akun @kemenkes_ri positif, artinya apabila terpaan berita lonjakan kasus *Covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri meningkat, maka dapat meningkatkan minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat diartikan bahwa semakin baik pemberitaan pada akun Instagram kemenkes-ri, maka semakin tinggi minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri.

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa pemberitaan lonjakan kasus *Covid-19* pada akun Instagram kemenkes-ri berpengaruh terhadap minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri. Untuk menguji

pengaruh pemberitaan lonjakan kasus *Covid-19* pada akun Instagram kemenkes-ri terhadap minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri, selanjutnya dilakukan analisis uji t. Hasil analisis uji t diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 11,271 dengan p -value sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh positif dan signifikansi pada pemberitaan lonjakan kasus *Covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri.

Analisis Uji F

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	697,483	1	697,483	127,047	,000 ^b
Residual	543,507	99	5,490		
Total	1240,990	100			

a. Dependent Variable: Minat Vaksin

b. Predictors: (Constant), Terpaan Berita

(Sumber: Hasil Pengolahan SPSS)

Hasil analisis uji F diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 127,047 dengan besar p -value $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari terpaan berita lonjakan kasus *covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap

minat vaksin *followers* Instagram @kemenkes_ri. Hasil tersebut menjelaskan bahwa terpaan berita lonjakan kasus *covid-19* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat vaksin *followers* nya, yang berarti tingginya terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri yang diterima oleh *follower* nya akan memberikan pengaruh yang positif terhadap tindakan vaksinasi. Begitu pula sebaliknya, rendahnya terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 yang diterima *followers* akan berpengaruh negatif terhadap minat melakukan vaksinasi.

Uji Determinasi

Tabel 6.. Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,562	,558	2,343

a. Predictors: (Constant), Terpaan Berita

(Sumber: Hasil Pengolahan SPSS)

Dari hasil pengujian pada tabel diatas diketahui bahwa didapatkan nilai dari *r square* (R^2) sebesar 0,562 atau 56,2% yang berarti ada pengaruh antara terpaan berita lonjakan *Covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksin *followers* akun

Instagram @kemenkes_ri adalah sebesar 56,2% sedangkan 43,8% dari sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

E. BAHASAN

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 11,271 dengan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai ini berarti H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikansi pada pemberitaan lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri. Dari nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yaitu sebesar 0,750 maka dari model *summary* diatas dapat diketahui nilai R_{square} sebesar 0,562 yang berarti terdapat pengaruh terpaan berita lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri terhadap minat vaksin *followers* akun Instagram @kemenkes_ri, dengan pengaruh sebesar 56,2%.

Hasil penelitian ini secara konsisten mendukung penelitian yang dilakukan oleh Alfatease et al., (2021) yang menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi elemen yang berguna untuk mengkomunikasikan informasi

penting kepada pemerintah, lembaga, dan akademi. Beberapa instansi memanfaatkan media sosial untuk melacak wabah penyakit menular dan menilai sikap, perilaku, dan persepsi opini publik. Sama halnya dengan penelitian ini, Instansi pemerintahan Kemenkes RI memanfaatkan akun Instagram resminya dalam situasi pandemi *covid-19* untuk menarik minat vaksin masyarakat, yang memperoleh hasil 56% *followers* akun Instagram @kemenkes_ri memberikan respon yang positif terhadap vaksinasi. Dalam penelitian ini, hampir setengah responden menunjukkan sikap positif terhadap informasi melalui postingan Instagram @kemenkes_ri dapat mempengaruhi respon mereka. Sehingga, dapat dikatakan akun Instagram @kemenkes_ri memainkan peran penting pada persepsi *followers* nya dalam proses pengambilan keputusan, perilaku beresiko dan informasi tentang suatu wabah penyakit.

Lebih lanjut, penelitian ini juga diperkuat dengan beberapa penelitian lain, termasuk penelitian yang dilakukan oleh Arifah & Yulianita, n.d. (2021); Alfatease et al. (2021); Fibrianingrum (2021) dimana media sosial seperti

Instagram, Twitter, Facebook, Youtube dan Tiktok sama sama memberikan pengaruh yang signifikan kepada masyarakat mengenai informasi *Covid-19*, dalam penelitian Fibrianingrum (2021) menyebutkan keterbatasan ruang gerak memaksa seseorang untuk lebih banyak melakukan aktivitas di rumah, salah satu kegiatan yang dapat mengurangi kebosanan adalah bermain sosial media, maka dari itu durasi dan frekuensi seseorang memainkan media sosial bertambah. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini dimana intensitas seseorang dalam mengakses informasi di media sosial mampu mempengaruhi persepsi dan tindakan seseorang.

Sejak pandemi *Covid-19* media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga media berbagi informasi dan edukasi. Akun Instagram @kemenkes_ri merupakan salah satu media sosial yang sering menginformasikan tentang lonjakan kasus *Covid-19*, akun tersebut merupakan akun resmi pemerintahan sehingga sangat dapat dipercaya oleh masyarakat. Tujuan dari postingan pada akun tersebut adalah meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat mengenai vaksin *covid-19* serta membuktikan kepada masyarakat

bahwa program vaksin *Covid-19* terjamin aman untuk digunakan.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Piltch-Loeb et al. (2021) turut membuktikan jika tidak hanya media sosial yang memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat vaksin masyarakat. Namun, media tradisional turut memainkan peran penting dalam masyarakat, dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar respondennya menggunakan media tradisional untuk memperoleh informasi seputar vaksin *Covid-19*, sebanyak 86% peningkatan program vaksinasi disebabkan oleh terpaan informasi dari media tradisional. Hasil penelitian tersebut juga menyebutkan jika terdapat banyak penyebaran informasi di media sosial yang menyebabkan timbulnya keraguan. Karena kepercayaan merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam menyangga keefektifan informasi. Hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian ini, dimana dalam penelitian ini media sosial Instagram justru memberikan pengaruh positif dalam mempengaruhi minat vaksin masyarakat.

Media sosial dan media tradisional dapat saling membantu masyarakat

untuk melawan informasi yang salah dan mengenai kebijakan kesehatan yang akan diterima oleh masyarakat dengan menjangkau institusi dan organisasi resmi pemerintahan, sehingga saling berkontribusi untuk melawan keraguan terhadap vaksin *Covid-19* (Reno et al., 2021).

Kaitan antara teori S-O-R dengan penelitian ini yaitu stimulus yang disampaikan dalam penelitian ini merupakan terpaan berita lonjakan kasus *Covid-19* pada akun Instagram @kemenkes_ri akan merangsang *followers* akun Instagram @kemenkes_ri untuk memberikan respon. Respon yang dimaksud dalam penelitian ini yakni persepsi *followes* terhadap pemberitaan pada akun Instagram @kemenkes_ri untuk melakukan vaksin. Teori S-O-R memaparkan jika stimulus tertentu dapat merangsang orang lain untuk memberikan respon (Munawwaroh, 2018). Oleh karena itu, informasi/pesan yang diunggah dalam akun Instagram @kemenkes_ri dapat memberikan respon kepada *followers* terhadap informasi yang diunggah oleh akun tersebut, respon yang dihasilkan dalam penelitian adalah munculnya minat untuk melakukan vaksin pada *followers* akun Instagram @kemenkes_ri.

F. KESIMPULAN

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki peran penting dalam pengambilan sikap/respon masyarakat khususnya tentang vaksin *Covid-19*. Penelitian ini membuktikan bahwa informasi yang diperoleh dari media sosial Instagram cenderung mudah dipercaya dan diterima masyarakat. Penelitian ini juga dapat membuka kesadaran masyarakat agar dapat memilah informasi yang diterima dari media sosial, dengan memanfaatkan situs resmi pemerintahan untuk mencari informasi yang akurat dan terpercaya.

Masyarakat dapat memanfaatkan media apapun untuk memperoleh informasi, namun alangkah lebih baik masyarakat mampu memilah dan memilah informasi dari sumber terpercaya sehingga dapat mengurangi keragu-raguan dan kecemasan tentang suatu hal. Informasi yang diberikan oleh

media, baik cetak maupun tradisional sangat berpengaruh terhadap tindakan masyarakat, maka dari itu diperlukan media yang jujur dan terpercaya untuk turut membantu pemerintah dalam menanggulangi suatu masalah khususnya masalah wabah penyakit.

Kelemahan dalam penelitian ini terletak pada kurang luasnya subjek yang diteliti. Sehingga penelitian serupa untuk selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dengan variabel lain dan media yang berbeda dan lebih mendalam agar dapat memahami setiap variabel dengan tepat, menggunakan ukuran sampel yang besar dan demografi yang beragam. Serta dengan penelitian ini diharapkan pengguna media sosial, khususnya Instagram dapat membuat konten yang bermanfaat dan dapat mengedukasi masyarakat sehingga dapat memberikan pengaruh dalam pembentukan sikap dan opini masyarakat tentang suatu isu.

REFERENSI

- Alfatease, A., Alqahtani, A. M., Orayj, K., & Alshahrani, S. M. (2021). The impact of social media on the acceptance of the covid-19 vaccine: A cross-sectional study from saudi arabia. *Patient Preference and Adherence*, 15, 2673-2681. <https://doi.org/10.2147/PPA.S342535>
- Argista, Z. L. (2021). *Persepsi Masyarakat Terhadap Vaksin Persepsi Masyarakat Terhadap Vaksin Covid-19 Di Sumatera Selatan*.
- Arifah, A., & Yulianita, N. (n.d.). *Hubungan antara Tayangan Presiden Divaksin dengan Minat Vaksin Masyarakat Antara Tayangan Presiden Divaksin dengan Minat Vaksin Masyarakat Di Kota Bandung* " pada. 136-141.
- Asih, R. S. (2020). Pengaruh Pemberitaan Wabah Covid-19 Diprogram Kabar Petang TV One Terhadap Tingkat Kecemasan Warga (Survei Warga Jalan Karya Utama RT.08 RW.06 Kelurahan Srengseng Jakarta Barat. *Endocrine*, 9(May), 6. https://www.slideshare.net/maryamkazemi3/stability-of-colloids%0Ahttps://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf%0Ahttp://www.ibm.com/support%0Ahttp://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf%0Ahttps://www.n
- Azhar, S. (2019). *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme di Media Online Terhadap Persepsi Mahasiswa Pada Pakaian Syar'i*.
- Biasio, L. R., Bonaccorsi, G., Lorini, C., & Pecorelli, S. (2021). Assessing COVID-19 vaccine literacy: a preliminary online survey. *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 17(5), 1304-1312. <https://doi.org/10.1080/21645515.2020.1829315>
- Dwiputra, K. O. (2021). JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26-37. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. PT.Citra Aditya Bakti. Framanik,.
- Febriyanti, N. et al. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Kesiediaan Vaksinasi Covid-19 Pada Warga Kelurahan Dukuh Menanggal Kota Surabaya. *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian*, 3, 1-7. [file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/168-Article Text-499-1-10-20210424.pdf](file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/168-Article%20Text-499-1-10-20210424.pdf)
- Fibrianingrum, N. (2021). Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Kesadaran Masyarakat Kota Medan Mengikuti Program Vaksinasi Covid-19. *Skripsi USU*.
- Fitriani, E., & Purworini, D. (2022). *Reducing Covid-19 Information Uncertainty Through Social Media Descriptive Quantitative Study of Universitas Muhammadiyah Surakarta Students*. 661(Iccee 2021), 80-88.
- Gottlieb, M., & Dyer, S. (2020). Information and Disinformation: Social Media in the COVID-19 Crisis. *Academic Emergency Medicine*, 27(7), 640-641. <https://doi.org/10.1111/acem.14036>

- Gussman, S. Y., & Triwulandari. (2019). Pengaruh terpaan berita bpjs di media massa terhadap pembentukan sikap masyarakat di kota pekanbaru. *Communiverse*, 4(2), 42-50. <http://jurnal.univrab.ac.id/index.php/cm/article/view/859>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial , Youtube , Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia 1 Hendra A . PENDAHULUAN Perkembangan teknologi media yang sangat pesat serta dengan kemajuan teknologi-teknologi yang semakin har. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41-57.
- Kartika. (2021). *the Effect of Covid-19 Information Exposure in Social Media on the Level of Society ' S Healthy Living*.
- Lisma, D. R. (2020). *Respon jama'ah terhadap kegiatan dakwah di masjid ar-rahim kelurahan tangkerang selatan kecamatan bukit raya kota pekanbaru*.
- Mózo, B. S. (2017). Efek Pemberitaan Media Massa terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699. <file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>
- Munawwaroh, P. R. (2018). PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA AKUN INSTAGRAM @EXPLORESIAK TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATA KE SIAK SRI INDRAPURA. JOM FISIP VOL. 5 NO. 1 - April 2018. *Universitas Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.*, 5(1).
- Piltch-Loeb, R., Savoia, E., Goldberg, B., Hughes, B., Verhey, T., Kayyem, J., Miller-Idriss, C., & Testa, M. (2021). Examining the effect of information channel on COVID-19 vaccine acceptance. *PLoS ONE*, 16(5 May), 1-14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251095>
- Pratama, Y. & S. widowati H. (n.d.). *Hubungan Terpaan Berita COVID-19 di Televisi dan Tingkat Pendidikan dengan Tingkat Kecemasan Masyarakat dalam Menghadapi Pandemi COVID-19*. 017.
- Pratiwi, T. S., Insani, P., Fitrianti, L., Sari, C. nur indah, Siburian, N., & Wardi, J. (2021). Pengaruh Media Terhadap Opini Milenial Tentang Vaksinasi. *Seminar Nasional Karya Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 60-64.
- Renata, C. D. (2021). Pengaruh Terpaan Postingan Di Instagram Dan Daya Tarik Pesan Iklan Di Youtube Kemenkes_Ri Terhadap Vaksin Covid 19. *MEDIALOG : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 48-60.
- Reno, C., Maietti, E., Di Valerio, Z., Montalti, M., Fantini, M. P., & Gori, D. (2021). Vaccine hesitancy towards COVID-19 vaccination: Investigating the role of information sources through a mediation analysis. *Infectious Disease Reports*, 13(3), 712-723. <https://doi.org/10.3390/IDR13030066>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (Suwito (ed.); 1st ed.). PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sukanda, U. F., & Abdurahman, A. I. (2020). Efek Tayangan Video Penjelasan Kasus Corona Terhadap Khayalak (Analisis Deskriptif Kuantitatif Terhadap Efek Video Penjelasan Kasus Corona Di Provinsi Banten). *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal*

Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah, 8(2), 86-99.
<https://doi.org/10.33592/dk.v8i2.682>

UNODC. (n.d.). *COVID-19 VACCINES AND CORRUPTION RISKS: PREVENTING CORRUPTION IN THE MANUFACTURE, ALLOCATION AND DISTRIBUTION OF VACCINES SUMMARY*. 1-14.
https://www.unodc.org/documents/corruption/COVID-19/Policy_paper_on_COVID-19_vaccines_and_corruption_risks.pdf

Wang, J., Jing, R., Lai, X., Zhang, H., Lyu, Y., Knoll, M. D., & Fang, H. (2020). Acceptance of covid-19 vaccination during the covid-19 pandemic in china. *Vaccines*, 8(3), 1-14. <https://doi.org/10.3390/vaccines8030482>