

Hubungan Umur dan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Sikap Masyarakat Terhadap Kampanye Protokol Kesehatan 5M di Kota Padang

Teddi Asfarilla¹, Ernita Arif², Asmawi³
¹²³Magister Ilmu Komunikasi Universitas Andalas
email: teddiasfarilla@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan usia dan intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye protokol kesehatan 5M. Teori yang digunakan adalah teori kampanye sosial, teori kegunaan dan gratifikasi, teori sikap dan perilaku. Metode dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuesioner online sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini ada 65 responden yang kemudian datanya dianalisis, dengan pengujian menggunakan aplikasi SPSS. Hasil uji korelasi Rank Spearman menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara usia (0,130) dengan sikap masyarakat terhadap kampanye protokol kesehatan tetapi terdapat hubungan yang negatif antara intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye protokol kesehatan 5M. (-0,284).

Kata Kunci: *Umur, Intensitas Penggunaan Media Sosial, Sikap Masyarakat, Kampanye Protokol Kesehatan 5M*

Abstract

The purpose of this study was to find out how the relationship between age and intensity of social media use with public attitudes towards the 5M health protocol campaign. The theory used is social campaign theory, usability and gratification theory, attitude and behavior theory. The method in this research is a quantitative approach. This study used an online questionnaire as a data collection instrument in this study. In this study there were 65 respondents whose data were then analyzed, by testing using the SPSS application. The results of the Rank Spearman correlation test show that there is no relationship between age (0.130) and people's attitudes towards the health protocol campaign but there is a negative relationship between the intensity of social media use and public attitudes towards the 5M health protocol campaign. (-0.284).

Keywords: Age, Intensity of Social Media Use, Public Attitude, Campaign 5M Health Protocol

PENDAHULUAN

Covid-19 atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan (WHO, 2019). *Coronavirus* adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada makhluk hidup khususnya hewan atau bisa terjadi pada manusia. COVID-19 merupakan virus yang menyerang sistem pernafasan manusia yang dapat menyebar melalui percikan droplet yang keluar dari hidung atau mulut seorang yang terinfeksi (WHO, 2019). Virus baru ini menyebar pertama kali di Wuhan, Tiongkok pada bulan Desember 2019. Kasus positif di Indonesia pertama kali ditemukan di daerah Depok dengan jumlah kasus sebanyak 2 orang.

Menurut Annisa *et all* (2020) kurang lebih 123 negara sudah terpapar positif COVID-19. Sehingga dengan banyak penambahan kasus terkonfirmasi positif dari seluruh negara organisasi kesehatan dunia (WHO) menyatakan bahwa COVID-19 sebagai pandemi global (Kompas, 2020). Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pandemi adalah wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografi yang luas.

Menurut WHO (2020) di dunia kasus tertinggi terdapat di Negara Amerika Serikat dengan jumlah kasus 5.756.661. Brazil menempati posisi kedua dengan 3.622.861 kasus. Sedangkan di Indonesia menempati posisi ke 23 dengan kasus positif sebanyak 172.000. Di Indonesia kasus tertinggi terdapat di daerah DKI Jakarta sebanyak 37.943 kasus. Sedangkan kasus tertinggi di pulau Sumatra adalah ditempati oleh provinsi Sumatera Utara menempati posisi ke 1 dengan 12125 kasus. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, salah satu cara pencegahan COVID-19 adalah dengan menggunakan masker. Putri (2020) mengatakan penggunaan masker baik masker medis maupun masker kain yang sekali dipakai sangat penting digunakan bagi pasien yang bergejala apabila dirumah maupun beraktifitas dengan banyak orang. Penggunaan masker medis merupakan salah satu cara pencegahan yang dapat membatasi penyebaran-penyebaran virus pada umumnya termasuk virus COVID-19 yang terjadi pada saat ini (WHO,2020). Menurut Hendrawan dan Muthia (2017) mengatakan bahwa masker adalah APD (Alat Pelindung Diri) yang paling umum digunakan di Indonesia dilihat dari banyaknya pengguna jalan yang memakai masker untuk melindungi dirinya dari polusi udara.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa masker adalah alat pelindung diri (APD) yang digunakan untuk meminimalisir seseorang terpapar oleh debu atau penyakit lain yang akan berdampak pada diri manusia nantinya. Semakin hari dengan bertambah banyaknya masyarakat yang terkena positif COVID-19 membuat masyarakat mengubah sikap mereka sendiri, dengan menggunakan masker setiap keluar dari rumah. Kasus awal terjadinya penyebaran virus COVID-19, WHO mengatakan penggunaan masker hanya berlaku bagi orang yang terinfeksi saja, karena dapat dengan mudah untuk menyebarkan virus tersebut apabila tidak menggunakan masker (Perkasa 2020). Namun terjadinya lonjakan kasus positif di seluruh dunia, sehingga WHO mengeluarkan pendapat agar semua masyarakat di dunia wajib menggunakan masker baik dalam kondisi sehat maupun sakit jika berada di luar rumah. Hal ini untuk meminimalisir terjadinya penyebaran virus yang begitu cepat. Hingga saat ini banyak himbauan yang diluncurkan oleh pemerintah kepada masyarakat untuk menggunakan masker baik masker jenis kain maupun medis.

Menurut Kompas (2020) semakin meningkatnya kasus positif COVID-19 organisasi kesehatan dunia (WHO) menyatakan bahwa semua orang wajib memakai masker baik yang positif terhadap virus tersebut maupun yang sehat. Hal ini bertujuan untuk mengurangi laju kasus virus COVID-19 berbagai negara di dunia. Pada tanggal 5 April 2020 pemerintah mewajibkan memakai masker kepada masyarakat di Indonesia, yang bertujuan memperlambat penularan virus COVID-19, tapi kenyataannya kasus positif terus meningkat. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Republik Indonesia terdapat 172.053 kasus COVID-19 terjadi di Indonesia. Banyak kampanye-kampanye dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengurangi laju positif COVID-19 contohnya dengan adanya kampanye untuk protokol kesehatan.

Menurut Rogers dan Storey (1987) kampanye adalah serangkaian komunikasi yang terorganisir yang mempunyai tujuan-tujuan untuk menciptakan suatu akibat terhadap sasaran yang dilangsungkan secara berkelanjutan dengan waktu-waktu tertentu. Umumnya kampanye tersebut adalah penyampaian pesan-pesan dari komunikator kepada masyarakat dengan menggunakan simbol-simbol secara verbal maupun non verbal yang tujuan akhirnya untuk mendapatkan respon-respon masyarakat (Venus,2012). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho *et all* (2019) bahwa kampanye komunikasi berpengaruh positif pada

perubahan sikap masyarakat, dapat dikatakan apabila ditingkatkan kampanye komunikasi yang dilakukan maka sikap masyarakat otomatis meningkat juga.

Di era pandemi ini, sosial media menjadi pilihan untuk mengetahui perkembangan situasi termasuk mempelajari apa saja anjuran untuk terhindar dari penyebaran virus Covid 19 termasuk oleh pengguna di Indonesia (Adawiyah & Kadir, 2020). Karena banyak digunakan selama pandemi, pihak berwenang di Indonesia juga menggunakan platform sosial media untuk gencar mengkampanyekan protokol kesehatan agar masyarakat terhindar dari penyebaran virus Covid 19. Sayangnya kampanye yang gencar di sosial media tidak berdampak pada penurunan jumlah orang positif Covid 19, jumlahnya bahkan terus bertambah. Namun pada penelitian ini, akan membahas hubungan antara karakteristik responden dan intensitas media sosial dengan sikap masyarakat.

Penggunaan masker ini menyebabkan pola kehidupan masyarakat berubah yang disebut dengan *new normal*. Adapun perubahan pola kehidupan masyarakat *new normal* adalah dengan menggunakan masker di saat keluar rumah, berjarak dengan orang lain minimal jarak 1 meter dan sering mencuci tangan. Menurut Yurianto *dalam* detik.news mengatakan bahwa *new normal* adalah hidup dengan berdasarkan protokol kesehatan COVID-19. Berbagai respons masyarakat terhadap *new normal* tersebut, yang diharapkan dapat mengubah sikap masyarakat sehingga menekan laju kenaikan angka positif COVID-19. Akan tetapi setelah berjalannya *new normal* kasus positif di Indonesia semakin bertambah, padahal pemerintah sudah mengeluarkan gerakan pakai masker. Sejalan dengan pendapat Winanti dan Mas'udi (2020) kasus Indonesia terus meningkat pada tahun 2020 dengan angka positif 115.455. Rumusan Penelitian: Bagaimana hubungan umur dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M di Kota Padang?, Bagaimana hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M di Kota Padang?. Tujuan Penelitian: Menganalisis hubungan umur dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M di Kota Padang dan Menganalisis hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M di Kota Padang

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme yang didukung oleh data kualitatif untuk melihat hubungan antar variabel. Pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner yang diberikan langsung kepada responden. Penelitian ini bersifat eksplanatori. Metode penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelum penelitian ini dilakukan (Singarimbun dan Effendi 2012). Populasi adalah jumlah dari keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga dalam penelitian (Singarimbun dan Effendi 2012). Populasi pada penelitian ini seluruh masyarakat Kota Padang. Sampel pada penelitian ini seluruh masyarakat Kota Padang yang menerapkan protokol kesehatan 5M. Pada penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi yang menerapkan protokol kesehatan dan mempunyai populasi yang besar oleh karena itu peneliti menggunakan rumus Cochran (1963) dalam Siregar (2015) untuk menentukan sampel dalam penelitian ini. Unit analisis pada penelitian ini adalah individu, yaitu masyarakat Kota Padang. Individu-individu diminta untuk mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner *online*. Penentuan sampel menggunakan metode *quota sampling* yang dimana sampel dengan menentukan kuota atau jumlah dari sampel penelitian, apabila jumlah belum terpenuhi maka penelitian belum dianggap selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini tidak terdapat hubungan antara umur dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rusmini dan Suryawan (2014) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan umur dengan sikap. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan teori Lewin (1970) dan teori Green (1991) yang menyatakan bahwa umur merupakan salah satu faktor pembentuk suatu sikap, dalam artian bahwa semakin tinggi umur berarti semakin baik dalam sikap.

Tabel 1 Hubungan umur dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M di Kota Padang

		Umur	Sikap
Spearman's rho	Umur	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.301
		N	65
		Correlation Coefficient	.130
	Sikap	Sig. (2-tailed)	.301
		N	65
		Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.

Pada saat ini perkembangan media sosial sangat cepat terjadi. Media sosial banyak digunakan sebagai media berinteraksi, ruang untuk berbagi informasi dan sebagai ruang sosial masyarakat. Nurfitri (2017) juga mengatakan bahwa media sosial itu merupakan suatu alat komunikasi yang digunakan dalam sosial seperti kampanye. Menurut Benson dan Morgan (2014) media sosial itu mencakup berbagai aplikasi internet yang ada saat ini dan mempunyai sifat interaktif yang baik atau disebut dengan *media sharing*. Sehingga media sosial adalah suatu alat komunikasi yang berbasis internet yang bersifat interaktif dan digunakan untuk mencari informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Teori *Uses and Gratification* yang membahas tentang penggunaan atau pemanfaatan media dan pemenuhan kebutuhan khalayak dimana antara media dan khalayak mempunyai kepentingan masing-masing. Di era pandemi ini, media sosial menjadi pilihan untuk mengetahui perkembangan situasi termasuk mempelajari apa saja anjuran untuk terhindar dari penyebaran virus Covid 19 oleh pengguna di Indonesia (Adawiyah & Kadir, 2020).

Tabel 2. Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M di Kota Padang

		Intensitas Penggunaan Media Sosial	attitude
Spearman's rho	Intensitas Penggunaan Media Sosial	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.022
		N	65
		Correlation Coefficient	-.284*
	Sikap	Sig. (2-tailed)	.022
		N	65
		Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan negatif antara intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka akan semakin rendah sikap masyarakat terhadap kampanye 5M. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parmadi dan Pratama (2019) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan sikap apatis yang ditunjukkan nilai $p < 0.001$. Berdasarkan pendapat responden di atas pemerintah Dinas Kesehatan Kota Padang telah berusaha berbagai cara untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai Covid-19 dan cara pencegahannya dalam kehidupan sehari-hari tetapi pemerintah tidak dapat mengevaluasi bagaimana sikap masyarakat terhadap kampanye tersebut. Pandemi Covid 19 merupakan hal yang baru bagi masyarakat dan pemerintah.

Pandemi Covid-19

Tidak pernah ada yang menyangka bahwa di era modern saat ini dimana teknologi kedokteran dan pengobatan sudah sangat maju, penyebaran virus Covid 19 meluluhlantakan sendi ekonomi dan tatanan kehidupan berubah drastis akibat penularan virus Corona yang mulai menyebar di akhir tahun 2019. Tidak ada satupun negara, pemimpin, organisasi, komunitas hingga individu yang siap menghadapi penularan virus karena penyebarannya yang luar biasa oleh World Health Organisation (WHO) sudah dikategorikan sebagai pandemi kesehatan dunia. Corona virus disease 2019 atau disingkat Covid 19 merubah berbagai pola kehidupan masyarakat dalam sekejap. Cara manusia beraktivitas dan berkomunikasi kini harus diatur dalam protokol kesehatan yang menjadi turunan dari New Normal atau kenormalan baru yang ditetapkan pemerintah, salah satunya dengan memakai masker, mencuci tangan pakai sabun dan lain-lain (Abdillah, 2020). Beruntung teknologi komunikasi sudah berkembang pesat. Di saat komunikasi tidak bisa lagi berlangsung secara tatap muka, maka teknologi komunikasi menjadi solusi. Apalagi saat ini sudah berkembang perangkat sosial media yang memungkinkan manusia berkomunikasi dua arah atau berkelompok saling mengirimkan simbol untuk dimaknai dan dibahas bersama.

Di era pandemi ini, sosial media menjadi pilihan untuk mengetahui perkembangan situasi termasuk mempelajari apa saja anjuran untuk terhindar dari penyebaran virus Covid 19 termasuk oleh pengguna di Indonesia (Adawiyah & Kadir, 2020). Karena banyak digunakan selama pandemi, pihak berwenang di Indonesia juga menggunakan platform sosial media untuk gencar mengkampanyekan protokol kesehatan agar masyarakat terhindar dari penyebaran virus Covid 19. Sayangnya kampanye yang gencar di sosial media tidak berdampak pada penurunan jumlah orang positif Covid 19, jumlahnya bahkan terus bertambah.

Protokol kesehatan

Saat ini bangsa Indonesia sedang menghadapi tantangan yang mengharuskan sumber daya manusia beradaptasi dengan situasi pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19). Dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru menuju masyarakat yang produktif dan aman terhadap Covid 19, diperlukan penataan penyelenggaraan berbagai kegiatan dengan prioritas kesehatan masyarakat dengan melakukan protokol kesehatan. Peran masyarakat untuk dapat memutus mata rantai penularan COVID-19 (risiko tertular dan menularkan) harus dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan. Protokol kesehatan secara umum harus memuat: Mencuci tangan, Memakai masker, Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan dan Mengurangi mobilitas.

Kampanye

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kampanye merupakan gerakan atau tindakan dengan tujuan menjalankan sebuah aksi. Menurut Rogers dan Storey (1987) kampanye adalah sejumlah tindakan komunikasi terencana yang bertujuan menciptakan akibat atau efek tertentu kepada khalayak dalam jumlah yang besar dan dikerjakan secara terus menerus pada waktu tertentu. Kampanye pada dasarnya untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi baik verbal maupun nonverbal kepada media sebagai salurannya yang bertujuan memancing respon-respon khalayak umum. Menurut Ruslan (2008) sebenarnya tujuan kampanye untuk menghasilkan kesadaran, pengertian dan pemahaman didalam masyarakat. Menurut Perloff (2017) kampanye adalah : *“Communication campaign can be defined as purposive attempts to inform, persuade, or motivate behavior changes ia a relatively well defined and large audience, generally for non commercial benefits to the individuals and/or society large typically within a given time period by means of organized communications activities involving mass media and internet and often complemented by interpersonal communication”*. Berdasarkan pendapat parah ahli diatas dapat dikatakan bahwa kampanye adalah sebuah arah penyampaian pesan dengan menggunakan media atau secara langsung dan berkelanjutan. Umumnya pelaksanaan dari kampanye-kampanye dilakukan secara terlembaga tidak individu, tetapi tujuan dari melakukan kampanye tergantung lembaga-lembaga penyelenggara dari kampanye tersebut.

Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Mulawarman dan Nurfitri (2017) media sosial adalah sebuah alat komunikasi yang digunakan masyarakat dunia dalam proses-proses sosial yang terjadi. Media sosial adalah sebuah wadah yang digunakan secara online dimana media online tersebut para konsumennya bisa saling berinteraksi, berbagi dan berpartisipasi (Cahyono,2016). Menurut Kumar dan Akram (2017) media sosial adalah : *“Social Media is a innovative idea with a very brilliant opportunity with additional scope for advancements”*. Berdasarkan pendapat diatas dapat dikatakan bahwa media sosial adalah sebuah media online yang digunakan oleh masyarakat yang dimana mudah diakses dan mempermudah komunikasi antar masyarakat dunia.

Komunikasi media massa dalam hal ini adalah media sosial, merupakan komponen mendasar dari banyak strategi promosi kesehatan yang dirancang untuk mengubah perilaku risiko kesehatan. Media sosial memiliki kapasitas untuk menjangkau dan mempengaruhi jutaan orang Indonesia secara bersamaan. Kekuatan media yang paling jelas terletak pada jumlah individu yang dapat mereka jangkau. Media sosial dapat mempengaruhi perilaku individu dan nilai nilai komunitas yang turut mendukung lingkungan dan individu sehingga diperlukan untuk mempertahankan kebiasaan atas perubahan perilaku untuk sadar kesehatan (Prasetio, dkk 2020). Media sosial telah menjadi salah satu media untuk edukasi, dimulai dari banyaknya informasi dan peluang terjadinya interaksi serta arahan untuk menuju pengembangan informasi ke dalam tautan lain. Hal tersebut menandakan bahwa selain keterkaitannya sebagai media hiburan, media sosial dapat dijadikan sebagai alternatif sumber jawaban untuk pertanyaan keseharian, termasuk info dan pertanyaan tentang COVID-19 (Prasetio, dkk 2020).

Sikap

Attitude (sikap) menggambarkan seseorang untuk mengevaluasi masalah dengan cara menyenangkan ataupun tidak menyenangkan. Interpretasi inilah yang melahirkan sikap seseorang (Kasali,1994). Azwar (2011) mengemukakan sikap dalam hal ini berarti konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif, dan konatif yang saling berinteraksi dalam memahami, merasakan, dan bersikap terhadap suatu objek di lingkungan sekitarnya. Komunikasi akan berjalan efektif jika dalam suatu kegiatan dilihat dari sejauh mana kegiatan tersebut mampu

mengubah sikap pesertanya. McGuire (1960) mengemukakan konsep *information - processing* paradigma bahwa sikap dapat terbentuk melalui 6 langkah, yaitu objek sikap harus disajikan (*Presentation*) terlebih dahulu kepada individu. Apabila presentasi dilakukan dengan tepat dan menarik maka individu akan tertarik (*Attention*) terhadap objek sikap. Objek sikap yang disajikan dengan baik, menyebabkan individu bersedia secara sukarela mencurahkan perhatiannya, sehingga pemahaman (*Comprehension*) terhadap isi pesan akan lebih mudah dilakukan. Dalam belajar juga dikenalkan prinsip *fun learning* yang mampu melipatgandakan hasil belajar. Apabila isi pesan terkait objek sikap tersebut dipahami, tidak ada alasan bagi individu untuk menolak (*Yielding*). Pada saat ini benih sikap potensial terbentuk pada individu. Satu proses lagi yang dibutuhkan yaitu memperkuat dan memelihara agar pemahaman itu bertahan (*Retention*) sebelum akhirnya terwujud dalam sikap (*Behavior*).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai hubungan karakteristik responden, intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye protokol kesehatan 5M, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai yaitu tidak terdapat hubungan antara umur dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M dan Terdapat hubungan negatif antara intensitas penggunaan media sosial dengan sikap masyarakat terhadap kampanye 5M

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah, Leon. (2020). "Stigma Terhadap Orang Positif COVID-19 (Stigma on Positive People COVID-19)". *Jambura Journal*. 2(2). <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjhsr/article/view/6012>
- [2] Adawiyah, Dwi Putri Robiatul, & Kadir, Nurhaya. (2020). "Analisis Peran Media dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Virus Corona (Covid-19) di Indonesia". *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. 4(1). <https://jurnal.iainkediri.ac.id/index.php/mediakita/article/view/2444>
- [3] Annisa et all. (2020). "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini". 7(1). *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*. <http://jurnalpenyakitdalam.ui.ac.id/index.php/jpdi/article/view/415>
- [4] Cahyono S A.(2016). "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia". *Jurnal Publicana*. 9(1). <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- [5] Hendrawan a, Muthia a. (2017). "Perancangan Masker Sebagai Alat Pelindung Diri Bagi Pengendara Sepeda Motor Wanita". *Jurnal Atrat*. 3(9). <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/339>
- [6] Kasali R.(1994). *Manajemen Public relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta:Pustaka Utama Grafiti
- [7] Kumar R dan Akram W. 2017. "A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society". *International Journal of Computer Sciences and Engineering*. 5(10), https://www.researchgate.net/publication/323903323_A_Study_on_Positive_and_Negative_Effects_of_Social_Media_on_Society
- [8] Mulawarman dan Nufritri D A. 2017. "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan". *Jurnal Buletin Psikologi*. 25(1). <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/22759>
- [9] Nugroho et all.(2019). "Pengaruh Kampanye Komunikasi Pada Gerakan "Bogoh Ka Bogor" Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Bogor Tengah)". *Jurnal APIK*.1(2). <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik/article/view/1296>.
- [10] Parmadi A. Pratama A B.(2019). "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kecenderungan Sikap Apatis Terhadap Lingkungan Sekitar Pada Siswa SMP N 1 Sukoharjo, Kec/Kab Sukoharjo, Jawa Tengah". *IJMS (Indonesian Journal On Medical Science)*.6(1). <https://ejournal.ijmsbm.org/index.php/ijms/article/view/167>
- [11] Singarimbun M, Effendi S. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta (ID): LP3ES.
- [12] Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.