

PENGARUH TERPAAN INFORMASI PADA *WHATSAPP MESSENGER* TERHADAP KEPATUHAN MASYARAKAT DALAM MENYIKAPI PROTOKOL KESEHATAN COVID-19

Filza Alifah Hasny^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Pasca Sarjana Universitas Indonesia,

*Email: filza.alifah@ui.ac.id

Abstrak

Menjamurnya penggunaan internet dan majunya bidang teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu faktor terbentuknya media baru. Media baru memiliki pengaruh yang besar terhadap pembentukan opini publik. Penyebaran berita dan informasi menjadi sangat cepat melalui media baru. Terlebih, media informasi dan komunikasi era terkini yang memang menggunakan media baru sebagai sumber informasi utama. *Whatsapp Messenger* merupakan salah satu media utama yang digunakan oleh masyarakat dalam penyebaran berita dan informasi. Penerapan protokol kesehatan yang digemborkan pemerintah dalam memerangi Covid-19 adalah salah satu informasi yang kerap kali kita jumpai dalam media dan pesan dalam *Whatsapp Messenger*. Protokol kesehatan merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mencegah penyebaran virus Covid-19. Generasi Millennial sebagai pengguna utama media baru seharusnya menjadi pihak yang paling paham dalam pelaksanaan protokol kesehatan, namun kenyataannya rendahnya kepatuhan pada protokol kesehatan justru banyak terjadi di kalangan anak muda. Pada penelitian ini penulis akan menjabarkan pengaruh media baru seperti penggunaan *Whatsapp Messenger* terhadap kepatuhan masyarakat—khususnya generasi Millennial sebagai pengguna utama media baru—dalam menyikapi informasi dan praktik protokol kesehatan Covid-19.

Kata Kunci: Terpaan Informasi, *Whatsapp Messenger*, Kepatuhan, Protokol Kesehatan, Covid-19

EFFECT OF INFORMATION EXPOSURE ON *WHATSAPP MESSENGER* TOWARDS COMMUNITY COMPLIANCE IN RESPONDING HEALTH PROTOCOL COVID-19

Abstract

A huge number of internet uses and the growth of information and communication technology has become one of the main factors that form the new media. The new media had a major influence in public opinion. The news and information is rapidly spread through the new media. Moreover, the current era of information and communication use new media as the main source of information. Whatsapp Messenger is one of the main media used by the public in spreading news and information. The implementation of the health protocol advocated by the government in fighting Covid-19 is one of the information we often encounter in the media and messages on Whatsapp Messenger. The health protocol is one of the government's efforts to prevent the spread of the Covid-19 virus. Millennials, as the main users of the new media, should be the one who understands the best in implementing health protocols, but in fact, low adherence to health protocols is happened mostly among young people. In this study, the authors will portray the influence of new media such as the usage of Whatsapp Messenger on community compliance -especially the Millennial generation as the main users of new media - in responding to information and practices of the Covid-19 health protocol.

Keywords : Information Exposure , *Whatsapp Messenger*, Obedience , Health Protocol , Covid- 19

PENDAHULUAN

Media baru memiliki peran pada perubahan sosial yang masif dalam perilaku dan pola gaya hidup masyarakat. Media baru telah membentuk budaya yang modern dengan mempengaruhi cara orang berperilaku, berkomunikasi, belajar, dan memahami diri dan dunia mereka. Giovani Sartori dalam jurnalnya "*Homo videns, Imbecility through television and Post-Thinking*" mengatakan bahwa kita telah memasuki periode multimedia. Konsep multimedia menurut Sartori dijabarkan melalui bersatunya media kata, media tertulis, media lisan, media suara dan media gambar. Dalam periode multimedia ini, beberapa media hidup bersama, dan televisi bukan lagi satu satunya media yang memiliki kekuatan besar dalam penyampaian informasi dan komunikasi. *New Media* atau media baru didefinisikan sebagai produk dari komunikasi termediasi teknologi yang terdapat dalam komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media baru adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). Media baru merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13). Salah satu cara untuk mendefinisikan media baru adalah dengan membandingkannya dengan media lama. Media lama seperti surat kabar, majalah, radio, televisi relatif independen dan statis. Saat ini, banyak juga kita jumpai media lama yang menyesuaikan dengan media baru - surat kabar dan majalah memiliki versi online atau blog mereka sendiri, jaringan televisi menghasilkan banyak konten online yang berkaitan dengan program mereka, dan lain sebagainya. Beberapa perubahan ini disebabkan oleh kekhawatiran media lama yang secara perlahan tergusur eksistensinya oleh media baru. Voithofer (2005) secara khusus membandingkan media baru dengan media lama dengan mendeskripsikan "kebaruan" media baru dalam hal perubahan produksi karena adanya konvergensi teknologi dan media, penyimpanan (digitalisasi dan pengindeksan), presentasi (tampilan dalam video), dan distribusi melalui jaringan telekomunikasi.

Selama pandemi COVID-19, media baru berperan penting dalam penyampaian informasi tentang pandemi, meyakinkan masyarakat tentang pentingnya pencegahan penyebaran Covid-19 dan juga berperan penting dalam mengarahkan opini publik. Semangat untuk terus berperang melawan pandemi Covid-19 dikobarkan melalui media-media baru. Penggunaan media baru pun sedang berkembang pesat dan digunakan oleh pemerintah serta kalangan profesional secara efisien sebagai sumber persebaran informasi utama. Namun, penggunaan media baru tidak dimanfaatkan oleh kalangan profesional saja, publik yang memiliki literasi minim tentang informasi Covid-19 juga diberikan kekuatan yang sama dalam mempublikasikan informasi. Hal ini juga menyebabkan situasi pandemik dalam forum-forum Internet meningkat dan

menyebabkan kepanikan di kalangan publik. Melihat hal ini, dapat kita simpulkan bahwa media baru memiliki efek positif dan negatif dalam proses memerangi pandemi Covid-19.

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hampir separuh dari total pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia produktif 19-34 tahun (49,52%). Salah satu media yang paling banyak digunakan untuk berinteraksi adalah *Whatsapp Messenger*. Seperti yang dilansir dalam riset independen *We Are Social* pada tahun 2020, *Whatsapp* menempati peringkat kedua dengan persentase sebesar 84% sebagai media sosial yang paling sering diakses di Indonesia. Menurut hasil survei perilaku masyarakat di masa pandemi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik dari tanggal 7-14 September 2020, dengan persentase sebesar 76% *Whatsapp Messenger* berada pada peringkat tiga teratas sebagai media yang paling berpengaruh dalam penyebaran informasi protokol kesehatan dan pentingnya mencegah penyebaran Covid-19.

Selama penyebaran COVID 19 di seluruh dunia, masyarakat menggunakan media sosial untuk menerima dan bertukar informasi. Dengan munculnya ponsel pintar, akses luas ke Internet, dan ketersediaan aplikasi pesan instan, jelas terlihat bahwa komunikasi ini juga dapat memberikan banyak manfaat bagi penyedia layanan kesehatan. *WhatsApp Messenger* adalah salah satu aplikasi pesan instan yang populer digunakan selama pandemi ini; *Whatsapp Messenger* memiliki sekitar 1,5 miliar pengguna di seluruh dunia. Aplikasi ini kompatibel dengan semua sistem operasi ponsel pintar seperti iPhone, Android, dan juga Windows phone. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah berbagi pesan teks dan video serta file media dan konten dengan pengguna lain. Mengingat prevalensi COVID 19 di seluruh dunia dan risiko bagi semua individu, penggunaan *WhatsApp Messenger* digunakan untuk menginformasikan pengumuman terbaru terkait Covid-19. *WhatsApp* juga dapat digunakan untuk menghubungi teman lewat panggilan suara dan video, yang mungkin dapat mengurangi tekanan psikologis karantina dan isolasi sampai batas waktu tertentu.

Penerapan protokol kesehatan merupakan suatu upaya pencegahan penularan Covid-19 (*Coronavirus Disease 2019*) yang digagas oleh pemerintah. Padahal, informasi terkait protokol kesehatan dan Covid-19 ramai dipublikasikan di media-media. Pengguna media baru yang paling tinggi adalah masyarakat pada usia produktif justru menjadi kelompok masyarakat yang memiliki tingkat kepatuhan paling rendah terhadap protokol kesehatan yang di gemborkan oleh pemerintah. Sejak pertama kali diumumkan adanya pandemik virus Covid-19 pada tanggal 2 maret 2020 oleh pemerintah, konfirmasi positif virus corona masih terus naik dan belum ada tanda akan turun dalam waktu dekat. Berdasarkan data covid-19.go.id pada Kamis 7 Januari 2021, tercatat lebih dari 8.000 kasus baru harian Covid-19 di Indonesia. Ahli epidemiologi dari Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia (FKM UI) Pandu Riono menilai, lonjakan jumlah pasien Covid-

19 disebabkan tingkat kepatuhan masyarakat terhadap protokol kesehatan yang masih rendah. Data yang disampaikan oleh Ketua Bidang Perubahan Perilaku Satgas Covid-19, Sonny Harry Harmadi, kelompok masyarakat produktif khususnya anak muda cenderung paling banyak terkena Covid-19 karena tingkat kepatuhan mereka terhadap 3M (Menjaga jarak, memakai masker dan mencuci tangan) masih sangat rendah. Mereka menganggap bahwa fisiknya masih sangat kuat, padahal kemungkinan terjangkit virus sangatlah besar dan menjadi Orang Tanpa Gejala (OTG).

Didukung oleh latar belakang tersebut maka penulis ingin menjabarkan lebih lanjut tentang pengaruh terpaan informasi pada *Whatsapp Messenger* terhadap kepatuhan masyarakat dalam menyikapi protokol kesehatan Covid-19.

1. Kerangka Teoritis

1.1 Terpaan Media / Informasi

Terpaan media adalah kondisi dimana khalayak diterpa oleh isi pesan dalam media, atau dapat dilihat dari bagaimana sebuah media menerpa audiens. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat 66: 2004). Terpaan Media baru adalah kondisi dimana khalayak diterpa oleh informasi melalui media baru atau komunikasi massa melalui jaringan dan koneksi internet. Terpaan media/Terpaan Informasi dapat terjadi jika masyarakat membuka diri terhadap pesan yang diberikan.

Ada 3 faktor yang dapat kita gunakan untuk mengukur terpaan media menurut Elvinaro (2004) :

- A. Frekuensi : Dapat diukur berdasarkan seberapa sering berkomunikasi dari media melihat, membaca, dan mendengarkan media tersebut. Semakin tinggi frekuensi, pesan semakin menempel dalam benak konsumen dan menimbulkan perhatian dari audiens.
- B. Atensi / Perhatian : suatu proses mental seseorang dalam menyimak pesan di media. Meliputi melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain. Unsur audio, video, dan sebagainya berperan dalam hal ini. Karena menentukan ketertarikan dan fokus khalayak ketika menyimak isi pesan.
- C. Durasi : Yaitu seberapa lama media dilihat, didengarkan dan dibaca oleh khalayak.

Terpaan media berusaha mencari data khalayak meliputi penggunaan media nya, frekuensi penggunaan media dan pengukuran variabel durasi penggunaan media untuk menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media atau berapa lama khalayak mengikuti suatu program.

1.2 Media Baru

Media baru muncul sebagai hasil dari inovasi teknologi. Media baru memiliki sifat multi-arah, mendorong bahkan mewadahi respons, serta memiliki beragam bentuk dan konten. Media baru adalah media komunikasi yang mengacu pada konten yang dapat diakses kapan saja, dimanapun pada setiap perangkat digital, serta memiliki kemampuan melakukan interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi dan memungkinkan adanya partisipasi aktif dari berbagai pihak (McQuail: 2011).

Menurut McQuail (2010), media baru berfokus pada interkoneksi antar pengguna, dimana individu tersebut diposisikan sebagai pengirim (*senders*) dan penerima (*receivers*). Seringkali media baru dikategorisasikan sebagai media yang tidak jelas payung perlindungannya. Kebebasan akses yang digunakan oleh pengguna akan seringkali menimbulkan penyalahgunaan dan ketakutan yang meluas. McQuail juga menjelaskan bahwa dengan hadirnya media baru, para peneliti media telah meninjau ulang kajiannya tentang efek media. Mereka berpendapat bahwa model komunikasi massa satu arah tidak dapat lagi dipertahankan. Media baru sendiri merupakan suatu institusi privat yang masih sulit diatur pola komunikasinya. Prinsip media baru sendiri serupa dengan media massa, dimana proses komunikasinya tersedia bagi semua kalangan.

Media sosial merupakan salah satu contoh media baru yang marak digunakan oleh masyarakat. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". *Whatsapp messenger* sebagai salah satu media sosial berbasis aplikasi pesan instan menjadi aplikasi paling populer kedua di Indonesia dengan persentase sebesar 84%.

1.3 Health Belief Model

Pada teori *Health Belief Model* (HBM) dijelaskan tentang perilaku yang berhubungan dengan kesehatan (health-related behavior). Awalnya dikembangkan di Amerika Serikat pada tahun 1950 oleh para ahli psikologi sosial Hochbaum, Rosenstock dan Kegels yang memnag bekerja di layanan kesehatan masyarakat Amerika Serikat. Pada awalnya teori ini dikembangkan untuk menjelaskan kurangnya partisipasi masyarakat mengikuti program deteksi dini penyakit, yaitu skrining tuberculosis (TBC). Kemudian teori ini digunakan untuk menjelaskan perilaku masyarakat dalam menanggapi suatu penyakit. Pada tahun 1966 Rosenstock mengembangkan teori ini dengan menjelaskan usaha preventif yang berhubungan dengan kesehatan seperti pemeriksaan kesehatan dan imunisasi (Rosenstock, 1974).

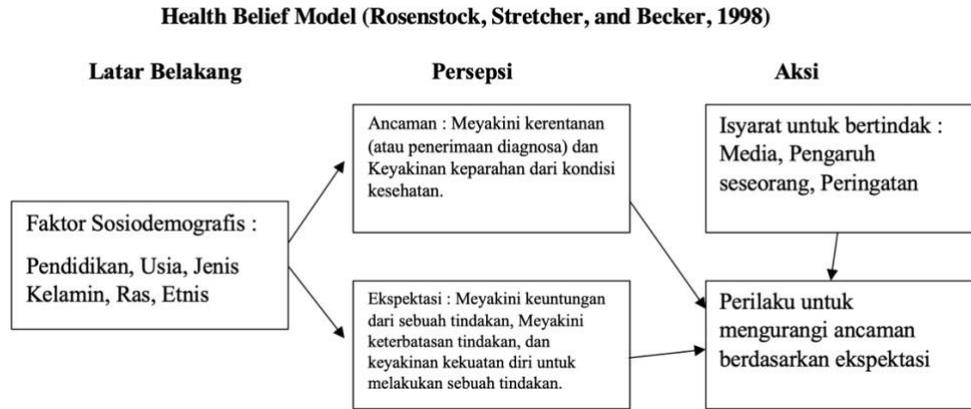
Menurut HBM, seseorang akan mengambil tindakan pencegahan apabila seseorang tersebut

menganggap dirinya rentan terhadap suatu kondisi yang dapat menimbulkan konsekuensi serius di masa depan. Seseorang akan memeriksakan dirinya, atau melakukan aksi lain yang menurutnya dapat menguntungkan dalam mengurangi kerentangan kondisi tersebut. Seseorang akan mengambil langkah-langkah untuk mengontrol kondisi kesehatannya apabila mereka mempercayai bahwa keuntungan yang diperoleh melebihi rintangan yang dihadapi pada saat mengambil langkah tersebut. HBM adalah perilaku pencegahan pada individu yang merupakan bentuk perilaku sehat. Hal ini bergantung pada dua penilaian yaitu *perceived threat* (*perceived seriousness, perceived susceptibility, cues to action*) dan *perceived benefits and barriers*.

HBM juga digunakan untuk memprediksikan perilaku pencegahan dalam bentuk perilaku sehat dan juga merupakan respon perilaku terhadap pengobatan yang akan dilakukan. Berdasarkan teori HBM ini maka ada beberapa pertimbangan yang dapat menentukan perubahan perilaku kesehatan seseorang, diantaranya :

- A. *Perceived susceptibility*, yang berarti anggapan akan adanya ancaman penyakit yang bisa menimpa seseorang.
- B. *Perceived severity*, yaitu pertimbangan terhadap tingkat keseriusan suatu ancaman, apabila makin serius suatu ancaman penyakit maka makin kuat dorongan seseorang untuk bertindak menghindarinya.
- C. *Perceived benefits*, yaitu pertimbangan keuntungan yang selalu menjadi salah satu pertimbangan utama dalam mengambil suatu tindakan. Jika tindakan atau perubahan perilaku yang dianjurkan dipandang menguntungkan maka seseorang cenderung akan bertindak atau berubah perilakunya.
- D. *Perceived barriers*, merupakan pertimbangan hambatan yang mungkin akan dihadapi dalam mengambil suatu tindakan atau perubahan perilaku.

Selain empat persepsi tersebut, HBM juga menunjukkan bahwa perilaku dipengaruhi oleh isyarat untuk bertindak atau *cues to action*. Isyarat untuk bertindak adalah peristiwa, orang, atau hal-hal yang menggerakkan orang untuk mengubah perilaku mereka. Pada tahun 1988, *self-efficacy* ditambahkan ke empat keyakinan asli dari HBM (Rosenstock, Strecher, & Becker, 1988). *self-efficacy* adalah keyakinan pada kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu (Bandura, 1977). Orang pada umumnya tidak mencoba melakukan sesuatu yang baru kecuali mereka berpikiran mereka dapat melakukannya. Jika seseorang percaya perilaku baru itu berguna (manfaat yang dirasakan), tetapi tidak berpikir bahwa ia mampu melakukannya (hambatan yang dirasakan), kemungkinan itu tidak akan dicoba.



Gambar 2.1 Komponen Health Belief Model

Sumber : Slideshare oleh Melvyn Quinn, 2017 (<https://slideplayer.com/slide/6328027/>)

1.4 Teori Kultivasi

Teori Kultivasi awalnya dikemukakan oleh George Gerbner dengan rekan-rekan pada tahun 1969. Teori kultivasi meyakini efek media massa sifatnya kumulatif dan berdampak pada tataran sosial-budaya. Gerbner berpendapat bahwa media massa dapat menanamkan sikap dan nilai tertentu dalam diri seseorang. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai tersebut antar anggota masyarakat, kemudian memaknainya secara bersama-sama pula. Media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu menyakininya. Teori ini mencoba untuk menjelaskan efek kumulatif media massa dengan memandang hubungan antara terpaan media terhadap kepercayaan serta sikap khalayak tentang dunia sekitarnya. Efek kultivasi memberikan kesan bahwa televisi atau media mempunyai dampak yang sangat kuat pada diri individu audiens kelas berat, membuat mereka beranggapan bahwa lingkungan sekitarnya sama seperti yang tergambar di televisi.

Dalam hal ini, ada dua tahap proses kultivasi, yaitu *mainstreaming* dan *resonance*. *Mainstreaming* adalah kecenderungan kelompok kelas berat menerima realitas budaya dominan yang sama dengan realitas yang digambarkan media, walau realitas yang digambarkan media tidak sama dengan sebenarnya. Sedangkan *Resonance* adalah ketika realitas eksternal masyarakat bergaung di televisi untuk kemudian bergaung ulang dalam benak khalayak dan mendapatkan penguatannya (West & Turner, 2008).

Kini, berbagai terpaan media bukan semata bisa kita temui dalam tayangan televisi saja, sekarang lebih mudah diakses lewat *gadget* pintar dimanapun dan kapanpun. Dari sini kita dapat membangun sebuah argumen kausalitas dalam pemakaian media yang lebih luas, bukan semata televisi pada teori Kultivasi Gerbner. Kultivasi merupakan sebuah teori yang memprediksikan dan menjelaskan pembentukan jangka panjang dari

persepsi, pemahaman, dan keyakinan mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi pesan media dan penggunaan media secara menerus. Teori Kultivasi menunjukkan bahwa media mulai dari televisi hingga *gadget* terkini mampu mengkultivasi keyakinan tertentu mengenai realitas yang dianggap sebagai sesuatu yang umum. Dalam situasi sekarang, *gadget* pun menimbulkan efek candu yang lebih parah karena untuk menikmatinya dapat diakses dari mana pun, oleh siapa pun, dan tentang apa pun.

2. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif karena penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009). Penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif pada penelitian ini mengungkapkan kontribusi variabel terpaan informasi pada *Whatsapp Messenger* terhadap kepatuhan protokol kesehatan dalam angka serta menjelaskannya dengan membandingkan dengan teori – teori yang telah ada dan menggunakan teknik analisis data yang sesuai dengan variabel dalam penelitian. Variabel yang diteliti yaitu pengaruh terpaan informasi pada *Whatsapp Messenger* sebagai variabel independen / bebas (x) dan kepatuhan akan protokol kesehatan Covid-19 sebagai variabel dependen/ terikat (y).

Paradigma positivistik digunakan sebagai dasar pemikiran dalam penelitian ini, karena pandangan paradigma ini didasarkan pada hukum-hukum dan prosedur-prosedur yang baku, bersifat deduktif, berjalan dari hal yang umum dan bersifat abstrak menuju yang konkrit dan bersifat spesifik. Untuk mencari sebuah kebenaran terhadap peristiwa yang terjadi, langkah yang dilakukan adalah dengan menghubungkan antar variabel yaitu pengaruh terpaan informasi pada *Whatsapp Messenger* terhadap kepatuhan masyarakat dalam menyikapi protokol kesehatan Covid-19.

Teknik analisis data statistik deskriptif penulis gunakan pada tahap pengolahan data karena teknik ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dan cara pengolahannya dengan perhitungan persentase. Penggunaan pendekatan penelitian didasarkan pada kuesioner yang dipakai yaitu: data kuesioner pertanyaan yang dibuat dengan pilihan skala 1 sampai 5, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju dan tidak tahu. Dimana skala 1 menunjukkan kepatuhan protokol kesehatan yang paling tinggi, sedangkan skala 5 menunjukkan kepatuhan protokol kesehatan yang paling rendah. Secara pelaksanaan penelitian ini menggunakan analisis korelasional yaitu teknik untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Adapun tujuan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu

situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan. Dimana hasil penelitian diperoleh dari hasil perhitungan indikator-indikator variabel penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis oleh penulis.

3. Hasil dan Diskusi

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden adalah seputar frekuensi, durasi, intensitas dan atensi membaca berita pandemik Covid-19 di *Whatsapp Messenger*. Serta peneliti mengajukan pertanyaan lain yaitu berita dan informasi lain yang disebarakan melalui *Whatsapp Messenger*.

Profil responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan. Dilihat dari jenis kelamin nya responden perempuan sebanyak 63,2% dan laki laki sebanyak 36,3%. Dilihat dari usia, berkisar 19-25 tahun yakni sebanyak 64%, diikuti kelompok usia 26-30 tahun sebanyak 24% dan usia 31-35 tahun sebanyak 12% . Kemudian jika dilihat dari tingkat pendidikan, responden penelitian ini mayoritas berpendidikan Akademi/Sarjana/Pascasarjana yaitu sebanyak 81,2%, SMA sebanyak 17,3% dan pendidikan lainnya sebanyak 1,5%.

Dari hasil uji Validitas, Realibilitas dan Normalitas, peneliti mendapatkan temuan penelitian sebagai berikut :

- A. Ditemukan nilai validitas kuesioner dengan korelasi sangat kuat sampai lemah namun tidak ditemukan nilai validitas sangat lemah. Dengan batas nilai kritik yaitu 0,1723 didapatkan hasil bahwa keseluruhan butir pernyataan valid. Namun terdapat beberapa butir pernyataan yang memiliki nilai validitas lemah seperti pada poin tidak keluar rumah dapat mencegah penyebaran virus Covid-19, harga masker cenderung mahal di masa pandemi, pimpinan tidak memberikan contoh kepatuhan protokol di dalam kantor, *Work From Home* (WFH), dan menghindari penggunaan transportasi umum.
- B. Skala pengukuran dikatakan reliabel apabila menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang peneliti lakukan, kuesioner pada seluruh variabel dikatakan valid dengan nilai Cronbach's Alpha rendah pada variabel persepsi harapan.
- C. Distribusi normal akan memiliki nilai Kolmogorov Smirnov lebih besar dari nilai $(\alpha) = 5\% = 0,05$. Berdasarkan temuan penulis, ditemukan bahwa hasil test Kolmogorov Smirnov adalah $0,200 > 0,05$ sehingga dapat diasumsikan bahwa data yang disajikan berdistribusi normal.

3.1 Pengaruh terpaan informasi (X), persepsi ancaman (Z1), persepsi harapan (Z2) terhadap kepatuhan masyarakat (Y)

Terpaan media memperoleh nilai t hitung sebesar $0.797 > 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $0.427 >$

0.05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan masyarakat. Sama halnya dengan Persepsi harapan yang memperoleh memperoleh nilai t hitung sebesar $0.678 < 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $0.499 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan pula bahwa persepsi harapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan masyarakat.

Persepsi ancaman memperoleh nilai t hitung sebesar $8.803 < 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $.0000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi ancaman berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan masyarakat.

4.2 Pengaruh terpaan informasi (X) terhadap persepsi ancaman (Z1)

Terpaan informasi memperoleh nilai t hitung sebesar $1.979 > 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $0.049 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan informasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi ancaman.

4.3 Pengaruh terpaan informasi (X) terhadap persepsi harapan (Z2)

Terpaan informasi memperoleh nilai t hitung sebesar $1.071 < 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $0.286 > 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi harapan.

**Tabel 4.1 Pengaruh terpaan media (X), persepsi ancaman (Z1), persepsi harapan (Z2) terhadap kepatuhan masyarakat (Y)
 Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.709	5.851		2.514	.013
	Terpaan media	.035	.044	.054	.797	.427
	Persepsi ancaman	.953	.108	.629	8.803	.000
	Persepsi harapan	.127	.187	.048	.678	.499

Dependent Variable: Kepatuhan masyarakat

- a. Terpaan media memperoleh nilai t hitung sebesar $0.797 > 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $0.427 > 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan media tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan masyarakat

- b. Persepsi ancaman memperoleh nilai t hitung sebesar $8.803 < 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $.0000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi ancaman berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan masyarakat.
- c. Persepsi harapan memperoleh nilai t hitung sebesar $0.678 < 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $0.499 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi harapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil survey yang diperoleh dari pengguna *Whatsapp Messenger* generasi millennial yang sering memperoleh terpaan informasi mengenai Covid-19 melalui media *Whatsapp Messenger* yang diukur berdasarkan 4 aspek yakni aspek frekuensi, durasi, intensitas dan atensi. Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden adalah seputar frekuensi, durasi, intensitas dan atensi membaca berita pandemik Covid-19 di *Whatsapp Messenger*. Serta peneliti mengajukan pertanyaan lain yaitu berita dan informasi lain yang disebarakan melalui *Whatsapp Messenger*.

Hasil yang diperoleh berdasarkan Uji Normalitas yakni Pengaruh Terpaan Informasi (X), Persepsi Ancaman (Z1), Persepsi Harapan (Z2) dan kepatuhan masyarakat (Y) adalah Terpaan Informasi memperoleh nilai hitung T sebesar sebesar $1.979 > 0.1.978$ dan nilai signifikansi sebesar $0.049 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan Informasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi ancaman kemudian terpaan media memperoleh nilai t hitung sebesar $1.071 < 0.1.978$ dan untuk nilai signifikansi sebesar $0.286 > 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi harapan. Hasil analisis pada responden mengenai pengaruh terpaan berita *Whatsapp Messenger* terhadap persepsi ancaman, menyatakan bahwa masyarakat lebih tertarik menerima sebuah informasi mengenai Covid-19 dengan pesan yang mengandung ancaman.

Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam era digital saat ini, *Whatsapp Messenger* sebagai sumber informasi merupakan salah satu sumber terpaan informasi pemegang peran penting bagi masyarakat. Tingkat kepatuhan masyarakat dapat dipengaruhi saat menerima berita mengenai Covid-19, dengan terpaan informasi mengenai berita Covid-19 di *Whatsapp Messenger* ternyata masyarakat memiliki kecenderungan untuk merasa terancam. Persepsi ancaman merupakan rasa ancaman yang dirasakan individu saat merasa sakit atau luka (perceived threat of injury or illness). Hal ini mengacu pada sejauh mana individu berpikir bahwa penyakit atau rasa sakit benar-benar merupakan sebuah ancaman bagi dirinya (Maulana, 2009). Hal ini berbanding lurus dengan sebuah perilaku pencegahan individu. Semakin individu merasa terancam maka makin meningkat pula pencegahannya.

REFERENSI**Buku**

- Bandura, Albert. 1977. *Social Learning Theory*. Prentice-Hall, Inc., New Jersey
- Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England:Open University Press.
- Lievrow, Leah A. 2011. "New Media, Mediation, and Communication Study". *Information, Communication & Society* Vol 12, No. 3, April 2009, H. 303 – 325
- Maulana, H. 2009. Promosi Kesehatan. Jakarta: EGC
- McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Jakarta : Salemba Humanika Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rosenstock, IM, Stretcher, V.J., & Becker, M.H. " *Social Learning Theory and The Health Belief Model*", *Health Education Quarterly*, 15 (2). 1988. H. 175 -183
- Rosenstock, IM, "Historical origins of the health belief model" *Health Education & Behavior*, 2 (4) , 1974.Hal 328 – 335
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- West, Richard, Lynn H. Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3. Jakarta:Salemba Humanika

Jurnal

- Delam, Hamed. (2020). WhatsApp Messenger role in Coronavirus Disease 2019 (COVID 19) Pandemic.Li, Xiangyi. (2020). Analysis on the Impact of New Media During COVID-19 Epidemic.
- Junaidi . (2018). Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi.
- Friedman, Linda Weiser. (2008). The New Media Technologies: Overview And Research Framework.Kumar, Naveen. (2016). Survey Analysis on the usage and Impact of Whatsapp Messenger.
- Niacoleta, Ciacugrasu. (2008). The Impact Of New Media On Society.

Online

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- <https://www.bps.go.id/publication/2020/09/28/f376dc33cfcdeec4a514f09c/perilaku-masyarakat-di-masa-pandemi-covid-19.html>
- <https://covid19.go.id/peta-sebaran>
- <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/07/13/13204801/lonjakan-kasus-covid-19-di-jakarta-epidemiolog-kepatuhan-protokol?page=all>
- <https://www.kompas.com/edu/read/2020/09/12/180704471/kepatuhan-rendah-mahasiswa-rentan-terkena-covid-19>