**Disfungsi Media Sosial dalam Seruan Pemerintah:**

**Lemahnya Pengaruh Konten Instagram terhadap
Pelaksanaan Protokol Kesehatan Covid-19**

***Abstract :*** *In early 2020, the coronavirus disease (covid-19) has reached Indonesia and is rapidly spreading. The Province of the Special Region of Yogyakarta is the area with the lowest positive number of covid-19 compared to other provinces on the island of Java. This is certainly inseparable from the decision of the Yogyakarta’s Government, one of which is communication on the @humasjogja Instagram account. Through the content produced, the Instagram account @humasjogja actively urges its followers to be vigilant and comply with the health protocol of covid-19. For this reason, it would be interesting if there was research to determine the magnitude of the influence of Instagram content on the implementation of the COVID-19 health protocol. To answer this problem, Media Dependency Theory is suitable to be used as a research basis because this theory explains that media that can provide individual desires will be considered important and can affect individual behavior changes. This study uses a survey research method to 100 respondents who are followers of the Instagram account @humasjogja and uses a simple linear regression analysis method. The results of the study found that there was an effect of 35.9% of Instagram content on the implementation of the covid-19 health protocol on followers of the Instagram account @humasjogja, and showed a scale of influence that was at a weak level.*

***Keywords :*** *Social Media, Instagram Content, Covid-19, Health Protocol of Covid-19*

**Abstrak** : Pada awal tahun 2020 virus covid-19 telah masuk ke Indonesia dan dengan cepat menyebar ke berbagai daerah. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi daerah dengan angka positif covid-19 yang paling rendah, diantara provinsi lain di Pulau Jawa. Hal ini tentu tak terlepas dari langkah yang diambil oleh Pemerintah DIY, salah satunya dengan melakukan komunikasi pada akun Instagram @humasjogja. Melalui konten yang diproduksi, akun Instagram @humasjogja aktif menghimbau pengikutnya untuk waspada dan mematuhi Protokol Kesehatan Covid-19. Atas hal tersebut, menarik kiranya apabila terdapat penelitian untuk mengetahui besaran pengaruh dari konten Instagram terhadap pelaksanaan protokol kesehatan covid-19. Untuk menjawab masalah ini, Teori Dependensi Media cocok digunakan sebagai landasan penelitian karena teori ini menjelaskan bahwa media yang bisa memberikan keinginan individu, akan dianggap penting dan dapat berpengaruh hingga ke perubahan perilaku individu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @humasjogja dan menggunakan metode analisis regresi liner sederhana. ​Hasil penelitian menemukan bahwa ada pengaruh sebesar 35,9% dari konten Instagram terhadap pelaksanaan protokol kesehatan covid-19 pada pengikut akun Instagram @humasjogja, dan menunjukkan skala pengaruh yang berada pada taraf lemah.

**Kata Kunci :** Media Sosial, Konten Instagram, Covid-19, Protokol Kesehatan Covid-19

**Pendahuluan**

Kehadiran teknologi melahirkan kebiasaan baru di tengah manusia, seperti kebutuhan informasi dan komunikasi yang semakin meningkat pesat. Media sosial merupakan salah satu produk digital yang digemari saat ini dan pada Januari 2021 telah memiliki 170 juta mengguna aktif di seluruh dunia (Kemp, 2021). Melalui media sosial semua orang bisa mengakses informasi dengan mudah dan cepat. Salah satu informasi yang saat ini ramai dibicarakan adalah kemunculan covid-19.

Pada Maret 2020, covid-19 telah masuk ke Indonesia dan dengan cepat menginfeksi banyak orang di berbagai provinsi. Menurut laman resmi pemerintah ([www.covid.go.id](http://www.covid.go.id)), Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi wilayah dengan angka infeksi covid-19 terendah jika dibandingkan dengan provinsi lain di Pulau Jawa. Padahal julukan kota pelajar yang melekat, membuat daerah ini menjadi kota dengan banyak pendatang dan mobilitas yang cukup tinggi. Capaian ini tentu diiringi oleh usaha dari pemerintah setempat agar dapat terus mengendalikan penyebaran penyakit di tengah warganya. Salah satu langkah yang diambil adalah menggunakan media sosial untuk dapat berkomunikasi dengan masyarakat.

Di antara akun media sosial resmi milik Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta jumlah pengikut dan interaksi paling banyak ada pada platform Instagram @humasjogja. Akun yang dikelola oleh Humas Pemda DIY ini menyajikan unggahan berupa seluruh informasi dan peristiwa yang berkaitan dengan Pemerintahan Daerah Istimewa Yogyakarta. Semenjak kemunculan penyakit covid-19, akun Instagram @humasjogja aktif memproduksi dan mengunggah konten yang memuat informasi, berupa kebijakan, himbauan, dan ajakan untuk melaksanakan protokol kesehatan covid-19 kepada pengikutnya. Sebagaimana dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan RI (2020: 12), bahwa protokol kesehatan covid-19 merupakan standar beberapa aturan yang harus dilakukan agar dapat mencegah penyebaran infeksi covid-19.

Jika dilihat dari pandangan Agama Islam, apa yang dilakukan oleh akun Instagram @humasjogja seperti berbagi informasi dan mengingatkan pelaksanaan protokol kesehatan covid-19, telah sesuai dengan Q.S. Ali-Imran ayat 104 :

Artinya:

*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.*

Menurut Tafsir Al-Misbah (Shihab, 2016: 174) yaitu : pada ayat ini diperintahkan kepada orang beriman untuk menempuh jalan lurus serta mengajak kepada orang lain untuk menempuh kebajikan dan melakukan perbuatan ma’ruf. Tidak dapat disangkal bahwa pengetahuan seseorang akan terlupakan bahkan dapat hilang, jika tidak ada yang mengingatkannya. Sebagian dari manusia haruslah saling mengingatkan perbuatan kebajikan dan melarang kemungkaran.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: seberapa besar pengaruh konten Instagram terhadap pelaksanaan protokol kesehatan covid-19 pada pengikut akun Instagram @humasjogja? Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis besaran pengaruh konten Instagram terhadap pelaksanaan protokol kesehatan covid-19 pada pengikut akun Instagram @humasjogja.

Media memiliki dampak yang kuat dalam mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat. Morissan (dalam Khairul & Yusaputra, 2019: 17) menyebutkan dalam teori dependensi media, media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi audien karena sifat ketergantungan audien terhadap media tersebut. Maka dari itu, penelitian ini akan menggunakan teori dependensi media sebagai dasar penelitian. Adapun variabel yang digunakanadalahkonten Instagram sebagaivariabel independen (X) dan protokol kesehatan covid-19 sebagai variabel dependen (Y).

**TeoriDependensi Media**

Teori yang dikembangkan oleh Ball-Rokeach dan DeFleur(dalam Herwandito & Sampoerno, 2018: 129) ini memiliki asumsi bahwa individu membentuk hubungan ketergantungan dengan media, karena memiliki tujuan kepuasan berupa kebutuhan informasi. Semakin seseorang bergantung pada suatu media, maka peran media tersebut akan menjadi sangat penting dan memiliki pengaruh yang besar. Anggraini (2020: 35) menyebutkan, terdapat empat tahapan ketergantungan seseorang terhadap suatu media, yaitu :

1. Individu tertarik pada media yang menawarkan konten yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tentang informasi atau hiburan.
2. Hubungan ketergantungan dimulai dengan intensitas yang berbeda, kemudian menimbulkan rangsangan kognitif dan afektif. Rangsangan kognitif berfungsi untuk meningkatkan perhatian, sedangkan rangsangan afektif berfungsi untuk meningkatkan tingkat kepuasan individu.
3. Kedua rangsangan di atas kemudian mengaktifkan tingkat keterlibatan lebih lanjut, seperti penghafalan dan pemrosesan informasi yang lebih jauh.
4. Keterlibatan ini memungkinkan semakin meningkatnya efek media pada individu di tingkat kognitif, afektif dan *behavioral* atau perilaku dalam jangka panjang.

Gambar 1:
Model Teori Dependensi Media



*Sumber: Anggraini, 2020*

Gambar di atas menjelaskan, audien yang telah bergantung pada suatu media akan mendapat pengaruh secara kognitif, afektif dan *behavioral* dengan tingkat yang berbeda. Efek kognitif memberikan dampak yang sifatnya informatif. Kemudian tingkatan lebih tinggi yaitu efek afektif, bertujuan membuat seseorang turut merasakan perasaan senang, iba, marah dan sebagainya. Lalu efektif *behavioral* merupakan akibat yang timbul pada seseorang dalam bentuk perilaku atau tindakan (Anggraini, 2020: 36).

Peneliti menggunakan Teori Dependensi Media karena akan meneliti pengguna Instagram yang bergantung pada akun @humasjogja dan ingin mengetahui besaran pengaruh konten Instagram terhadap pelaksanaan protokol kesehatan covid-19. Dalam hal ini, ketergantungan audien ditunjukkan oleh keputusan seseorang mengikuti akun @humasjogja.

**Konten Instagram**

Kontenadalahhal yang dilihatdalamsuatu media. Agar mencapaitujuan yang diinginkan, seluruhkonten di dalam media memerlukanstrategi yang tepat. Milhinhos (dalam Amalia, 2020: 5) menyebutkanindikator yang harusdimilikidalamsebuahkonten marketing pada Instagram agar dapatmencapai target yang diinginkan, yaitu:

1. Relevansi

MenurutKamus Bahasa Indonesia (2017), relevansiadalahsesuatu yang memilikiketerkaitan, dalamkontekskonten Instagram berariketerkaitanantarainformasi yang disajikandenganminataudien.

1. Akurasi

Konten yang akuratakanlebihterpercayakarenasesuaidenganfakta yang terjadi. Hal inimerupakanalasanbagiaudiensuntukmenjadikankontendarisuatumedia sebagaisumberinformasi yang diyakinikebenarannya.

1. Bernilai

Konten yang bernilaiakanmemberikanefekjangkapanjangbagiaudienkarenalebihmudahdiingat. Pada tahaplebihlanjut, audienakanmembagikankonten pada orang lain dengansukarelakarenamemberikansuatumanfaat.

1. MudahDipahami

Konten yang mudahdipahamidarisisiketerbacaan tulisan maupunpemaknaanisiakanmembuataudienmenangkappesandengancepat, sehinggamenimbulkankomunikasi yang lebihefektif.

1. MudahDitemukan

Konten yang mudahditemukanakanmenjangkauaudienlebihbanyak, dan halinidapatditemukan pada fitur*hashtag* dan lokasi pada media sosial.

1. Konsisten

Konten yang disampaikankeaudiendengankonsistendapatmembuatkuantitas dan kualitas yang baik, sehinggahendaknyainformasiharusdiperbarui.

**Protokol Kesehatan Covid-19**

Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satukepaladaerah yang membuataturanmengenaipermasalahan covid-19. MelaluiPergub DIY No. 77 (2020), tentang “PenerapanDisiplin danPenegakan Hukum Protokol Kesehatan sebagaiUpayaPencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019”. Di antarapasaltersebut, terdapatkewajibanmematuhiprotokolkesehatan covid-19individu, yaitu:

1. Menggunakan Alat PelindungDiri

Apabilakeluarrumahharusmelakukanperlindungandiridengancaramenutuphidung dan muluthinggabagiandagu.

1. MencuciTangan

Mencucitangansecarateraturmenggunakandengansabun dan air.

1. MembatasiInteraksiFisik

Membatasiinteraksifisikatau*physical distancing.*

1. MeningkatkanDayaTahan

MeningkatkandayatahantubuhdenganmenerapkanPerilakuHidupBersih dan Sehat (PHBS).

**KerangkaPemikiran**

Gambar 2:
Kerangka Pemikiran Penelitian

TeoriDependensi Media

Konten Instagram

@humasjogja

Protokol Kesehatan

Covid-19

Indikator

KontenMarketing : Instagram

- Relevansi

- Akurasi

- Bernilai

- MudahDipahami

- MudahDitemukan

- Konsisten

(Milhinhos, 2020)

Indikator

ProtokolKesehatan :

- Menggunakanalat
pelindungdiri

- Mencucitangan

- Membatasiinteraksifisik

- Meningkatkandaya
tahan

(Pergub DIY No 77 tahun 2020)

Terdapatpengaruhkonten Instagram terhadappelaksanaanprotokolkesehatan covid-19 pada pengikutakun Instagram @humasjogja

*Sumber : Olahan Peneliti*

**Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang nantinya akan didapat. Menurut Sugiyono (2016: 29) pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, serta analisis data bersifat statistik. Adapun cara yang digunakan dalam analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana.

Populasi pada penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @humasjogja dengan jumlah 195.947, berdasarkan data yang diperoleh dari akun Instagram @humasjogja per Juni 2021. Populasi tersebut kemudian digunakan untuk mengetahui jumlah sampel yang dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Dengan menggunakan alpha error (e) 10%, maka diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 sampel.

**Hasil dan Pembahasan**

**Karakteristik Responden**

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden, penulis memperoleh data karakteristik responden dengan rincian sebagai berikut:

1. Usia: diketahui bahwa usia responden didominasi oleh rentang 20-25 tahun yaitu sebesar 64%. Selebihnya terdapat rentang usia 26-30 tahun sebanyak 27%, usia di bawah 20% sebanyak 6% dan usia di atas 30 tahun sebanyak 3%.
2. Jenis Kelamin: responden dalam penelitian ini memiliki proporsi dalam karakteristik jenis kelamin yang cukup seimbang, yaitu laki-laki sebesar 51% dan perempuan sebesar 49%.
3. Domisili: responden penelitian ini didominasi oleh penduduk yang berdomisili di Provinsi DIY dengan proporsi sebesar 82%, dan sisanya sebesar 18% berdomisili di luar Provinsi DIY.

**PenilaianMengenaiKonten Instagram @humasjogja**

1. RelevansiKonten Instagram

Tabel 1:
Penilaian terhadap Relevansi Konten Instagram

*Sumber :OlahanPeneliti*

Dari data di atasdiketahuibahwahampirseluruhrespondenmenyetujuijikakonten Instagram @humasjogja selalumemuatinformasiterkiniberisihimbauanpenting, sesuaidengantopik yang dibahasdiberikan. Hal tersebutdapatdilihatdarijumlahjawabansetuju dan sangatsetuju yang mewarnaijawaban para responden.

Sebagaicontoh, beberapakonten yang dibagikan oleh akun Instagram @humasjogja diantaranyasepertidokumentasikunjungan Menteri Sosial, Tri Rismaharinidalamrangkainspeksimendadakdistribusibansos di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan informasipenutupanjalurselama PPKM Darurat di Yogyakarta. Keduakontentersebutdiunggah pada waktu yang sesuaidenganperistiwa yang sedangterjadi di Yogyakarta sehinggamengindikasikanbahwakonten Instagram yang disajikanakun @humasjogja selaluberisiinformasiterkini. Menjadiakundenganribuanpengikuttentumenjadikan @humasjogja memilikitanggungjawabmenyajikaninformasiterbaru agar relevandengankondisiterkiniterutama yang menjadikewenanganpemerintah DIY.

1. AkurasiKonten Instagram

Diketahuidari data pada tabel di atas, sebagianbesarrespondenpenelitianinimenyetujuipernyataanbahwakonten Instagram @humasjogja meng-highlight informasi yang penting. Hal iniditunjukkandenganpersentasebesardarijawabansetuju dan sangatsetuju.

Tabel 2:
Akurasi Konten Instagram

*Sumber :OlahanPeneliti*

Sebagai akun resmi Pemerintah Daerah DIY, konten pada Instagram @humasjogja selalu menggunakan sumber informasi terpercaya sebagai landasan. Hal ini juga sejalan dengan pendapat audiens pada temuan penelitian. Kemudian tulisan yang disertakan konten Instagram @humasjogja baik yang ada pada visual maupun kolom caption juga dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, gambar yang dijadikan sebagai objek visual, khususnya yang berbentuk foto juga sesuai dengan kenyataan. Hal ini merupakan aspek akurasi pada konten Instagram, sehingga dapat menyampaikan pesan komunikasi yang baik kepada audiens dan mempengaruhi pelaksanaan protokol kesehatan covid-19.

1. Nilai Konten Instagram

Tabel 3:
Distribusi Indikator Variabel X, Bernilai

*Sumber :OlahanPeneliti*

Grafikdiatasdi atasmenjelaskanbahwasebesar 27% respondenmenyatakansangatsetujujikakonten pada akun Instagram @humasjogja memberikanbernilai. Sedangkansisanyasejumlah58% darikeseluruhanrespondenmemilihuntuksetuju. Karena hampirseluruhrespondenmemilihuntuksetuju, makamenunjukkanbahwakonten Instagram @humasjogja memberikanmanfaatbagi para pengikutnya dan konten yang dihasilkan juga memilikinilaitersendiri. Sebagai salah satu media sosialmilikpemerintah, akun Instagram @humasjogja memangsudahseharusnyamemberikanpesan dan informasi yang bernilaisehinggamembawamanfaatbagikhalayak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten Instagram @humasjogja membawa kebermanfaatan bagi responden. Hal ini diketahui dari hampir seluruh responden yang menjawab sangat setuju dan setuju serta tidak ada yang memilih untuk tidak setuju. Begitu juga dengan item selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram @humasjogja menjawab permasalahan responden dengan mayoritas pendapat sangat setuju dan setuju, dengan sebagian kecil jawaban yang tidak setuju, yakni sebesar 2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konten Instagram @humasjogja cukup bernilai dan dapat mempengaruhi pelaksanaan protokol kesehatan covid-19.

1. Konten Instagram MudahDipahami

Tabel 4:
Distribusi Indikator Variabel X, Mudah Dipahami

*Sumber :OlahanPeneliti*

Sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel di atas, sebesar 24% respondenmemilihsangatsetuju dan 62% respondenmemilihuntuksetujuterhadappernyataan yang diberikan. Sedangkansisanya, sejumlah 16% memilihjawabannetralataubiasasaja. Gambar yang dimaksuddalamkonteksinimengacukepadabentuk visual berupafotomaupunilustrasi yang digunakanuntukmenyampaikaninformasi. Denganhasil yang telahdipaparkansebelumnya, dapatdisimpulkanbahwagambar yang digunakan pada konten Instagram @humasjogja cukupmudahuntukdipahami.

Agar proses komunikasi dapat berlangsung dengan efektif, maka konten Instagram @humasjogja harus dikemas sedemikian rupa agar mudah dipahami oleh audiens. Apabila hal ini dilakukan, proses penerimaan pesan akan dapat terjadi pada diri audiens. Berdasarkan data dan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa konten Instagram @humasjogja dapat mempengaruhi khalayak untuk menerapkan pesan yang diberikan yaitu pada aspek pelaksanaan protokol kesehatan covid-19.

1. MudahDitemukan

Tabel 4:
Distribusi Indikator Variabel X, Mudah Ditemukan

*Sumber :OlahanPeneliti*

Hampirseluruhrespondensetujujikanamaakun dan fotoprofil Instagram @humasjogja mudahdiingat. Persentase yang dihasilkansebagaimanatabel di atasadalahsebesar28% respondenmemilihsangatsetuju dan 51% memilihuntuksetuju. Instagram melaluilamanresminya (2021) juga menyampaikanpanduan agar membuatnamaakun dan fotoprofil yang mudahdiingat, sehinggadapatmemudahkanseseorangjikainginmengunjungiakun media sosial, dan berdasarkanhasiltabel di atas, akun Instagram @humasjogja telahmenerapkanhaltersebutdengancukupbaik.

Agar proses komunikasi dapat berlangsung dengan efektif, maka konten Instagram @humasjogja harus dikemas sedemikian rupa agar mudah dipahami oleh audiens. Apabila hal ini dilakukan, proses penerimaan pesan akan dapat terjadi pada diri audiens. Berdasarkan data dan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa konten Instagram @humasjogja dapat mempengaruhi khalayak untuk menerapkan pesan yang diberikan yaitu pada aspek pelaksanaan protokol kesehatan covid-19.

1. Konten Instagram MemilikiKonsistensi

Persentaseberdasarkan data pada tabel di atasadalahsebanyak 24% menyatakansangatsetuju, dan 58% respondenmenyatakansetuju. Sedangkanresponden yang memilihnetraladasejumlah 165 dan tidakadasamasekali yang menyatakantidaksetuju. Hal iniberartihampirseluruhrespondenmenyetujuijika tulisan dan gambar pada konten Instagram @humasgjogja memilikikarakter yang konsisten. Karakterkonten di akun Instagram ini, dapatberupapenerapandesainsecara visual ataupungayabahasa yang digunakandalammenyampaikanpesan.

Tabel 6:
Distribusi Indikator Variabel X, Konsisten

*Sumber :OlahanPeneliti*

Konten Instagram yang selalu diperbarui akan mendapat perhatian dari audiens karena dapat memenuhi kebutuhan informasi setiap waktu. Sedangkan konsistensi karakter yang diterapkan kepada tulisan dan desain dapat menjadi identitas yang kuat pada sebuah akun Instagram. Berdasarkan hasil penelitian, kedua hal tersebut terdapat pada konten Instagram @humasjogja. Dengan kata lain konten Instagram @humasjogja telah menerapkan konsistensi di setiap unggahannya, sehingga membuat audiens menerima pesan dengan baik dan mempengaruhi perilaku mereka, khususnya dalam pelaksanaan protokol kesehatan covid-19.

*Sumber :OlahanPeneliti*

**KepatuhandalamPelaksanaanProtokolKesehatan Covid-19**

1. KepatuhandalamMenggunakan Alat PelindungDiri

Tabel 7:
Distribusi Indikator Variabel Y, Menggunakan Alat Pelindung Diri

Sebagian besarpengikutakun

Instagram @humasjogja yang menjadirespondendalampenelitianini, selalumenggunakan masker saatkeluarrumahsebagaialatpelindungdiridaripotensipenularan covid-19. Hal iniditunjukkan oleh persentasetabel di atas yang menunjukkanbahwasebesar41% respondenmemilihsangatsetuju dan 46% menyatakansetuju. Sedangkansisanya, sebesar 12% respondenmemilihnetral dan tidakada yang menyatakanpendapattidaksetuju. Di tengahkondisipandemi yang terjadisepertisaatini, menggunakan masker memangdiperlukanuntukmenjagadiridaripenularan virus yang dapatmembahayakannyawatermasukpenyakit covid-19.

Sebagian besarpengikutakun Instagram @humasjogja yang menjadirespondendalampenelitianini, selalumenggunakan masker saatkeluarrumahsebagaialatpelindungdiridaripotensipenularan covid-19. Hal iniditunjukkan oleh persentasetabel di atas yang menunjukkanbahwasebesar 31% respondenmemilihsangatsetuju dan 52% menyatakansetuju. Sedangkansisanya, sebesar 17% respondenmemilihnetral dan tidakada yang menyatakanpendapattidaksetuju. Di tengahkondisipandemi yang terjadisepertisaatini, menggunakan masker memangdiperlukanuntukmenjagadiridaripenularan virus yang dapatmembahayakannyawatermasukpenyakit covid-19.

1. KepatuhandalamMencuciTangan

Sebanyak43% respondensangatsetuju dan 44% respondenmenyatakansetujujikamerekatidakmenyentuh area wajahsebelummencucitangan dan memastikankebersihan. Lalu ada12% yang menyatakannetral. WHO dalam situs resminya (2020) juga menghimbaumasyarakatuntuktidakmenyentuhwajahsebelummemastikankebersihantangan, agar mengurangipotensipemindahan virus covid-19 kedalamtubuhmelaluimatahidung dan mulut.Berdasarkan data pada tabel di atas, meskipunhasilnyacukupbervariasi, namunjumlahresponden yang setujumasihjauhlebihbanyakdaripada yang tidaksetuju. Makadapatdisimpulkanbahwarespondensetujuuntuktidakmenyentuh area wajahsebelummencucitangan.

Tabel 8:
Distribusi Indikator Variabel Y, Mencuci Tangan

*Sumber :OlahanPeneliti*

Hasil penelitian yang ditunjukkan oleh data yang ada, menggambarkan bahwa sebagian besar responden selalu mencuci tangan dan ditunjukkan melalui ketiga aspek yang disebutkan sebelumnya. Tanggapan setuju dari responden cukup signifikan, meskipun ada 1% yang berpendapat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa responden telah menerima pesan dan informasi dari konten Instagram @humasjogja dan mempengaruhi perilaku mereka dalam mencuci tangan sebagai salah satu bentuk penerapan protokol kesehatan covid-19.

1. KepatuhandalamMembatasiInteraksiFisik

Tabel 9:
Distribusi Indikator Variabl Y, Membatasi Interaksi Fisik

*Sumber :OlahanPeneliti*

Berdasarkantabel di atas, persentaseresponden yang menyatakanpendapatsangatsetujusebesar38% dan 47% menyatakansetuju. Sedangkansejumlah15% lainnyamemilihpendapatnetral dan tidakada yang memilihuntuktidaksetuju. Karena virus yang menyebabkanpenyakit covid-19 dapatmenulardariantar-manusia, makadenganmengurangiaktivitaskeluarrumahakanpotensipenularanpenyakit. Selainitu, kemungkinanbertemudengan orang asing juga jauhlebihsedikitsehinggamemudahkan proses *tracking*apabilaternyataterinfeksi covid-19 dan membuatkeadaanmenjadilebihterkendali. Berdasarkan data di atas, makadapatdiambilkesimpulanbahwarespondendaripenelitianinisebisamungkintelahmeminimalisiraktivitaskeluarrumahuntukmenjagadiridaripotensipenularanpenyakit covid-19.

Berdasarkantabel di atas, persentaseresponden yang menyatakanpendapatsangatsetujusebesar 28% dan 45% menyatakansetuju. Sedangkansejumlah 27% lainnyamemilihpendapatnetral dan tidakada yang memilihuntuktidaksetuju. Karena virus yang menyebabkanpenyakit covid-19 dapatmenulardariantar-manusia, makadenganmengurangiaktivitaskeluarrumahakanpotensipenularanpenyakit. Selainitu, kemungkinanbertemudengan orang asing juga jauhlebihsedikitsehinggamemudahkan proses *tracking*apabilaternyataterinfeksi covid-19 dan membuatkeadaanmenjadilebihterkendali. Berdasarkan data di atas, makadapatdiambilkesimpulanbahwarespondendaripenelitianinisebisamungkintelahmeminimalisiraktivitaskeluarrumahuntukmenjagadiridaripotensipenularanpenyakit covid-19.

1. KepatuhandalamUpayaMeningkatkanDayaTahan

Tabel 9:
Distribusi Indikator Variabl Y, Meningkatkan Daya Tahan

*Sumber :OlahanPeneliti*

Jawabandaripernyataan kali inicukupbervariasi. Di lihatdari data pada tabel di atas, terdapat 36% responden yang menyatakansangatsetuju, 47% menyatakansetuju, 15% memilihuntuknetral dan sisanyasejumlah 3% menyatakantidaksetuju. Mengkonsumsimakananbergizidapatmembantutubuhmembentukimunataudayatahan yang bagussehinggadapatterhindardarisegalapenyakit. Berdasarkan data pada tabel di atas, makadapatdiambilkesimpulanbahwahampirseluruhrespondenpenelitianinitelahberusahauntukmengkonsumsimakanansehat dan bergizisebagaiupayauntukmeningkatkandayatahan di tengahpandemi, namunadasebagiankecil orang yang tidakmelakukanhaldemikiankarenaalasantertentu.

Berdasarkan data dari responden, keempat pernyataan pada indikator meningkatkan daya tahan memberikan hasil yang cukup bervariatif. Pada aspek mencukupi kebutuhan air putih dan menjaga kebersihan mendapat jawaban setuju dari sebagian besar responden meski ada beberapa yang menyatakan netral. Sementara itu pada aspek mengkonsumsi makanan bergizi dan rutin berolahraga, meski masih mendapat mayoritas jawaban setuju, namun ada cukup banyak yang memilih netral dan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden dalam upaya meningkatkan daya tahan tubuh sebagai pelaksanaan protokol kesehatan covid-19 relatif beragam. Sebagian diantaranya merasa sudah cukup untuk meningkatkan daya tahan dengan mencukupi kebutuhan air putih dalam tubuh serta menjaga kebersihan diri dan sekitar meski belum dapat mengkonsumsi makanan bergizi dan berolahraga setiap hari

**Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak, secara signifikan, dengan dasar sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka hubungan dua variabel linear
2. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hubungan dua variabel tidak linear

Tabel 10:
Hasil Uji Linearitas

|  |
| --- |
| **ANOVA Table** |
|  | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig |
| Protokol Kesehatan Covid-19\* Konten Insta-gram | Bet-ween Groups | Combined | 2132,390 | 28 | 76,157 | 3,436 | 0,000 |
| Linearity | 1332,225 | 1 | 1332,225 | 60,110 | 0,000 |
| Deviation from Linearity | 800,165 | 27 | 29,636 | 1,337 | 0,166 |
| Within Groups | 1573,570 | 71 | 22,163 |  |  |
| Total | 3705,960 | 99 |  |  |  |

*Sumber :Olahan Data SPSS V.26 for Windows*

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Hasil uji analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (P Sig) dan taraf signifikansi (P Value = 0,05). Apabila nilai signifikansi < taraf signifikansi (0,05), maka menandakan terdapat pengaruh antara dua variabel. Sedangkan apabila nilai signifikansi > taraf signifikansi (0,05), maka tidak terdapat pengaruh terhadap dua variabel tersebut (Sugiyono, 2016: 84)

Tabel 11:
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Koefisien Signifikansi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standar-dized Coeffici-ents | t | Sig |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 20,131 | 4,752 |  | 4,261 | 0,000 |
| Konten Instagram | 0,496 | 0,067 | 0,600 | 7,416 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Protokol Kesehatan Covid-19

*Sumber :Olahan Data SPSS V.26 for Windows*

Tabel 12:
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Model Summary

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | 0,600a | 0,359 | 0,353 | 4,922 |
| a. Predictors: (Constant) Konten Instagram |
| b. Dependent Variable: Protokol Kesehatan Covid-19 |

*Sumber :Olahan Data SPSS V.26 for Windows*

Dari tabel di atas, didapatkan nilai signifikansi (Sig.) 0,000. Sehingga dapat diketahui bahwa dari taraf signifikansi yang ditentukan (p value) yaitu 5% atau 0,05 maka 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (konten Instagram) dan variabel Y (protokol kesehatan covid-19). Diketahui juga bahwa konstanta dan koefisien beta masing-masing variabel (B) yang dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

Y = 20,131 + 0,496 X

Persamaan regresi di atas, mengartikan bahwa setiap kenaikan 1 poin angka kasar pada variabel bebas yaitu konten Instagram. Maka variabel protokol kesehatan covid-19 akan meningkat sebanyak 0,496 poin atau 49,6% apabila variabel-variabel lain tidak berubah. Selain itu pada tabel *Model Summary*, juga menunjukkan hasil koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,359, yang berarti besaran nilai koefisien determinasi dari pengaruh konten instagram terhadap protokol kesehatan covid-19 adalah 35,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sisanya, sebesar 64,1% disebabkan oleh pengaruh variabel lain.

Tabel 13:
Tabel Koefisien Determinasi

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
| 0% – 19,9% | Sangat Lemah |
| 20% – 39,9% | Lemah |
| 40% – 59,9% | Sedang |
| 60% – 79,9% | Kuat |
| 80% – 100% | Sangat Kuat |

*Sumber :Sugiyono, 2016: 250*

Berdasarkan tabel di atas, Sugiyono (2016: 250), maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu 35,9% berada pada rentang nilai 20% – 39,9% atau menunjukkan tingkat hubungan yang lemah. Sehingga pengaruh antara variabel konten Instagram terhadap protokol kesehatan covid-19 berada pada taraf lemah.

**Uji Hipotesis**

Berdasarkan hasil uji regresi, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara variabel konten Instagram terhadap protokol kesehatan covid-19. Selain itu juga dapat diketahui melalui uji hipotesis parsial (uji t) maka dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima. Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa hasil t hitung adalah 7,416 sedangkan t tabel diperoleh 1,680 sehingga menunjukkan t hitung > t tabel (7,416 > 1,680). Hasil tersebut dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa hipotesis yang berlaku adalah Ha diterima dan Ho ditolak, dengan kata lain terdapat pengaruh konten Instagram terhadap protokol kesehatan covid-19.

Sesuai dengan Teori Dependency Media, Ball-Rokeach dan DeFleur (dalam Herwandito & Sampoerno, 2018: 129) bahwa individu dapat memiliki hubungan ketergantungan dengan media yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan informasi mereka. Menurut Anggraini (2020: 35) ketergantungan ini dapat menyebabkan keterlibatan audiens yang lebih jauh.

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa konten Instagram selaku variabel bebas telah menimbulkan pengaruh yang signifikan terhadap responden. Melalui informasi yang dikemas dalam sajian konten yang menarik, responden mampu menerima pesan komunikasi yang ingin disampaikan oleh akun Instagram @humasjogja, termasuk ajakan untuk berperilaku sesuai pelaksanaan protokol kesehatan covid-19.

**Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan dari konten Instagram terhadap protokol kesehatan covid-19 pada pengikut akun Instagram @humasjogja. Besaran pengaruh yang diperoleh sebesar 35,9% sedangkan sisanya sebesar 64,1% disebabkan oleh variabel lain. Jika dilihat berdasarkan tabel koefisien determinasi, maka besaran 35,9% menunjukkan tingkat pengaruh konten Instagram terhadap protokol kesehatan covid-19 berada pada taraf yang lemah.

Di dalam Teori Dependency Media, mengungkapkan bahwa individu dapat memiliki hubungan ketergantungan dengan media yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan informasi, dan menyebabkan keterlibatan yang lebih jauh hingga dapat berujung pada perubahan perilaku atau tindakan individu. Melalui sajian konten Instagram yang menarik, pengikut akun Instagram @humasjogja mampu menerima pesan komunikasi termasuk ajakan untuk melaksanakan protokol kesehatan covid-19.

**DAFTAR PUSTAKA**

Amalia, C. D. (2020). Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @lcheesefactory terhadap Minat Beli Konsumen. JOM FISIP, 7 (No 1), 1–11

Adinda, S., &Pangestuti, E. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang terhadapMinatBerkunjung Followers keSuatuDestinasi (Survei Pada Followers @exploremalang).* JurnalAdministrasiBisnis, 72 (No 1), 176–183

Anggraini, I. (2020). *Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media.* Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 8(No 1), 30–42

Azwar, S. (2013). Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. (2020). Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta No 77 Tahun 2020

Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. (2020).*PeraturanGubernur Daerah Istimewa Yogyakarta No 15 Tahun 2020*

Herwandito, S., & Sampoerno, S. (2018). *Pengaruh Pendidikan Orang Tua, Perangkat, Biaya dan Tempat terhadap Tingkat Penggunaan Media Baru Anak Anak SMA/SMK dalam Menggunakan Internet.*Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial, 7 (No 1), 123–149

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)*. Jakarta

Kemp, S. (2021). Digital 2021: Indonesia. Diambil 15 Juni 2021, dari [www.datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia](http://www.datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia)

Khairil, M., & Yusaputra, M. I. (2019). *Efek Ketergantungan Remaja K-Popers Terhadap Media Sosial.* Jurnal Aspikom, 4(No 1), 14–25

Nordin, N. H. (2019). *Media Sosial Instagram Menurut Islam.* AkademiTamadun Islam, 18, 276–295

Nusa, L. (2019). Media Sosial dan Kerukunan Umat Beragama di Bali (Representasi Masyarakat Bali terhadap Berbagai Posting Terkait Gerakan Aksi Damai terkait Isu Penistaan Agama di Media Sosial dan Dampaknya pada Kerukunan Umat Beragama di Bali). Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 11(1), 3-14.

Nusa, L. (2019). The Representation of Intolerance Practices In Cyber Space. In 1st Annual Internatioal Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2019) (pp. 6-11). Atlantis Press.

Pratiwi, F. D. (2013). Benih Anarkisme Mahasiswa Dan Media Sosial (Analisis Isi Pesan Twitter Mahasiswa Fishum Uin YOGYAKARTA). Profetik: Jurnal Komunikasi, 6(2).

Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Shihab, M. Q. (2016). *Tafsir Al-Misbah: Volume 2 Surah Ali Imran, Surah An-Nisa*. Jakarta: Lentera Hati

Singarimbun, M., & Effendi, S. (2019). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Waridah, E. (2017). Kamus Bahasa Indonesia. Jakarta: Bmedia

Sujarweni, V. W. (2014). Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Satuan Tugas Penanganan COVID-19. (2021). Peta Sebaran Covid-19. Diambil 18 Juni 2021, dari [www.covid19.go.id/peta-sebaran](http://www.covid19.go.id/peta-sebaran)

Virga, R. L., & Andriadi, N. (2019, August). Digital Literacy and HOAX on Social Media. In 1st Annual Internatioal Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2019) (pp. 175-179). Atlantis Press.

Wahyuni, S. P. (2019). P*engaruhKonten Instagram @smrfoodies terhadapMinatBeli Followers.* JurnalIlmuKomunikasi, 7 (No 1), 154–166