

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini mengungkap pengaruh terpaan media unggahan *tweet* @KemenkesRI tentang ajakan untuk menggunakan masker selama pandemi COVID-19. Sebelum masuk ke dalam analisis data, sebelumnya ditelaah terlebih dahulu mengenai aspek-aspek yang berkenaan dengan karakteristik dan persepsi responden. Aspek pertama yang akan ditelaah adalah mengenai karakteristik responden, yang secara demografi akan mengungkapkan profil responden penelitian. Adapun kriteria responden adalah Memiliki akun Twitter yang aktif. Aspek kedua memiliki nama akun dan data diri yang jelas. Aspek ketiga mengikuti akun Twitter @KemenkesRI. Dengan kriteria tersebut terdapat responden yang tidak sesuai dan pengeleminasian beberapa data, didapatkan data responden dengan jumlah 100.

##### 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan usia ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
Sumber: Penulis (2020)

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.1 diatas mengenai jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 49 orang (49%) dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang (51%). Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih dominan daripada jumlah responden laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* akun Twitter @KemenkesRI merupakan perempuan.

#### 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan usia ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**  
Sumber: Penulis (2020)

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 17 tahun	8	8%
2	17 - 25 tahun	48	48%
3	26 - 35 tahun	31	31%
4	36 - 45 tahun	10	10%
5	> 45 tahun	3	3%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.2 diatas mengenai usia, responden yang berada dalam usia dibawah 17 tahun sebanyak 8 orang (8%), usia dengan rentang umur 17 - 25 tahun sebanyak 48 orang (48%), rentang umur 26 - 35 tahun sebanyak 31 orang (31%). Responden dengan usia 36 - 45 tahun sebanyak 10 orang (10%), dan terakhir responden dengan usia diatas 45 tahun sebanyak 3 orang (3%). Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden rentang usia 17 - 25 tahun dan 26 - 35 tahun mendominasi dalam penggunaan Twitter, sehingga mayoritas mereka merupakan

generasi yang melek terhadap media sosial dan menjadi *followers* akun Twitter @KemenkesRI.

#### 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan ditunjukkan pada tabel 4.1.3 berikut:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**  
Sumber: Penulis (2020)

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMA	25	25%
2	D3/S1	68	68%
3	S2/S3	7	7%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.3 diatas mengenai tingkat pendidikan, responden mayoritas memiliki tingkat pendidikan diatas SMA dan dibawah S2/S3, yang artinya mereka berada pada tingkat pendidikan D3/S1 sebanyak 68 orang (68%). Pada tingkat pendidikan terakhir SMA, jumlah responden sebanyak 25 orang (25%), dan terakhir responden dengan tingkat pendidikan S2/S3 sebanyak 7 orang (7%). Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden yang didominasi *followers* akun Twitter @KemenkesRI memiliki tingkat pendidikan D3/S1.

#### 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**  
Sumber: Penulis (2020)

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	12	12%
2	Pegawai Negeri	11	11%

3	Tenaga Medis	11	11%
4	Wirausaha	6	6%
5	Karwayan BUMN	16	16%
6	Karyawan Swasta	28	20%
7	Lainnya	16	16%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.4 diatas mengenai pekerjaan, responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Swasta sebanyak 28 orang (28%). Kemudian 2 jenis pekerjaan dengan jumlah yang sama sebanyak 16 orang (16%) juga ditampilkan pekerjaan responden sebagai Karyawan BUMN dan juga pekerjaan Lainnya. Tidak hanya itu, 2 jenis pekerjaan dengan jumlah yang sama sebanyak 11 orang (11%) juga ditampilkan pekerjaan responden sebagai Tenaga Medis dan Pegawai Negeri. Pekerjaan dengan persentase responden terendah terdapat pada pekerjaan Pelajar sebanyak 12 orang (12%) dan Wirausaha sebanyak 6 orang (6%). Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden *followers* akun Twitter @KemenkesRI terdiri dari berbagai kalangan pekerjaan.

#### 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Mengenai Lamanya Mengikuti Akun Twitter @KemenkesRI

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan persepsi mengenai lamanya mengikuti akun Twitter @KemenkesRI ditunjukkan pada tabel 4.1.5 berikut

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Lamanya Mengikuti Akun Twitter @KemenkesRI**  
Sumber: Penulis (2020)

No	Rentang Waktu	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 1 bulan	18	18%
2	1 - 3 bulan	25	25%

3	4 - 6 bulan	23	23%
4	< 1 tahun	13	13%
5	1 - 6 tahun	21	21%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.5 diatas mengenai persepsi mengenai lamanya mengikuti akun Twitter @KemenkesRI, responden mayoritas mengikuti akun Twitter @KemenkesRI sejak 1 hingga 3 bulan sebanyak 25 orang (25%). Kemudian dengan rentang waktu 4 - 6 bulan sebanyak 23 orang (23%), dan 1 - 6 tahun 21 orang (21%). Responden dengan persentase terendah dalam mengikuti akun Twitter @KemenkesRI < 1 bulan sebanyak 18 orang (18%), dan < 1 tahun sebanyak 13 orang (13%). Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden yang merupakan *followers* akun Twitter @KemenkesRI memiliki persepsi yang berbeda tentang waktu lamanya mengikuti akun Twitter @KemenkesRI.

#### 4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Mengenai Lamanya Mengunjungi Akun Twitter @KemenkesRI

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan persepsi mengenai lamanya mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI dalam satu hari ditunjukkan pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Mengenai Lamanya Mengunjungi Akun Twitter @KemenkesRI**  
Sumber: Penulis (2020)

No	Rentang Waktu	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1 - 2 kali	60	60%
2	5 - 6 kali	10	10%
3	Tidak pernah	30	30%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.6 diatas mengenai lamanya mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI dalam satu hari, responden mayoritas mengunjungi 1 - 2 kali setiap harinya sebanyak 60 orang (16%). Selanjutnya responden juga sering mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI dalam satu hari dengan rentang waktu 5 - 6 kali kunjungan sebanyak 10 orang (10%). Selain itu, peneliti juga melihat bagaimana responden yang juga tidak pernah mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI dalam satu hari sebanyak 30 orang (30%), hal ini menunjukkan meskipun mereka tidak secara langsung mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI mereka juga mengetahui setiap tweet yang diunggah oleh @KemenkesRI. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden *followers* akun Twitter @KemenkesRI mayoritas pernah mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI setidaknya 1 hingga 2 kali dalam sehari.

#### 4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi *Followers* Menghabiskan Waktu Untuk Melihat *Tweet* dari Akun @KemenkesRI

Penggolongan karakteristik responden berdasarkan persepsi mengenai lamanya lama *followers* menghabiskan waktu untuk melihat tweet dari akun @KemenkesRI dalam satu hari ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut:

**Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Menghabiskan Waktu Untuk Melihat *Tweet* @KemenkesRI**  
Sumber: Penulis (2020)

No	Rentang Waktu	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0 - 4 menit	65	65%
2	5 - 8 menit	27	27%
3	9 - 12 menit	8	8%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.7 diatas mengenai lamanya lama *followers* menghabiskan waktu untuk melihat tweet dari akun @KemenkesRI, responden mayoritas mengunjungi menghabiskan waktu untuk melihat tweet sebanyak 0 hingga 4 menit dalam satu hari sbenayak 65 orang (65%). Selanjutnya, responden yang menghabiskan waktu untuk melihat tweet dari akun @KemenkesRI selama 5 hingga 8 menit dalam sati hari sebanyak 27 orang (27%). Dan terakhir responden sebanyak 8 orang (8%) juga menghabiskan waktu untuk melihat tweet dari akun @KemenkesRI selama 9 - 12 menit dalam satu hari.

## 4.2 Hasil Survei Kuisisioner

### 4.2.1 Hasil Kuisisioner Indikator Terpaan Media

Dalam survei yang dilakukan pada variabel independen (X) yaitu terpaan media melalui instrumen penelitian yang dibentuk menjadi 9 pernyataan ditemukan data sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Survei Indikator Terpaan Media (X)**  
Sumber: Penulis (2020)

<b>PERTANYAAN</b>	<b>Tidak Pernah</b>	<b>1-2 kali</b>	<b>3-4 kali</b>	<b>5-6 kali</b>	<b>&gt; 6 kali</b>
Berapa kali anda mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI dalam sehari?	29	60	9	2	0
<b>PERNYATAAN</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Akun Twitter @KemenkesRI aktif membuat <i>tweet</i> mengenai ajakan penggunaan masker saat pandemi COVID-19	1	9	16	56	18
<b>PERTANYAAN</b>	<b>0-4 menit</b>	<b>5-8 menit</b>	<b>9-12 menit</b>	<b>13-16 menit</b>	<b>&gt; 17 menit</b>
Berapa lama Anda menghabiskan waktu untuk melihat <i>tweet</i> dari @KemenkesRI dalam satu hari?	65	27	8	0	0
<b>PERNYATAAN</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Saya membaca <i>tweet</i> akun @KemenkesRI tentang ajakan penggunaan masker selama	2	15	14	61	8

pandemi COVID-19 sampai selesai					
<i>Tweet</i> @KemenkesRI tentang ajakan penggunaan masker selalu menarik untuk dibaca	8	14	25	39	14
<i>Tweet</i> @KemenkesRI tentang ajakan penggunaan masker mengandung pesan yang mudah dipahami	1	3	14	61	21
Saya menerima isi pesan <i>tweet</i> @KemenkesRI tentang ajakan penggunaan masker dengan baik	2	9	17	47	25
<i>Tweet</i> yang disajikan @KemenkesRI menarik dibandingkan dengan akun serupa yang menampilkan konten yang sama	12	15	32	27	9
Setelah membaca <i>tweet</i> @KemenkesRI mengenai penggunaan masker saya cenderung terus mengingatnya	3	19	22	44	12

#### 4.2.2 Hasil Kuisioner Indikator Sikap

Survei yang dilakukan pada indikator sikap sebagai variabel dependen (Y) yang dibentuk menjadi pernyataan dan disebarakan melalui instrumen penelitian kepada 100 responden ditemukan data sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Survei Indikator Sikap (Y)**  
Sumber: Penulis (2020)

PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Saya percaya bahwa informasi yang diberikan dari <i>tweet</i> @KemenkesRI mengenai penggunaan masker merupakan kebenaran.	3	11	8	58	28
Saya percaya akan pentingnya penggunaan masker selama pandemi COVID-19 setelah melihat <i>tweet</i> dari @KemenkesRI	0	8	17	44	31



Saya merasa nyaman saat menggunakan masker selama pandemi COVID-19 karena tweet @KemenkesRI	1	10	13	43	33
Saya merasa aman saat menggunakan masker selama pandemi COVID-19 karena tweet @KemenkesRI	8	16	26	38	12
Saya merasa percaya diri ketika menggunakan masker di tempat umum dikarenakan tweet @KemenkesRI	0	18	11	49	18
Saya menjadi terdorong untuk menggunakan masker karena melihat tweet dari @KemenkesRI	5	16	20	44	15
Saya menganjurkan orang lain untuk menggunakan masker dikarenakan tweet @KemenkesRI	4	13	28	34	21

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam analisis deskriptif, setiap jawaban responden diukur menggunakan skala pengukuran Likert dengan bentuk skala ordinal. Data ordinal tersebut dikonversikan menjadi data interval dengan menggunakan *Microsoft Excel*, yang kemudian dapat digunakan dalam analisis data menggunakan *software IBM SPSS statistic 25*.

Analisis deskriptif digunakan dengan tujuan untuk menganalisis data yang terkumpul dari kuisioner yang telah disebar, tanpa bermaksud untuk menggeneralisasikan atau kesimpulan secara umum. Penyajian data maka dapat disajikan pada tabel 4.10 dibawah ini:

**Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**  
**Sumber: Penulis (2020)**

<b>Variabel</b>	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>
Terpaan Media	100	7.00	33.93	22.7390
Sikap	100	7.00	32.17	22.6193

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 4.10, dapat terlihat bahwa pada variabel independen (terpaan media) memiliki nilai minimum sebesar 7.00, nilai maksimal sebesar 33.93, dan nilai rata-rata sebesar 22.7390. Pada variabel dependen (sikap) nilai minimum sebesar 7.00, nilai maksimal sebesar 32.17, dan nilai rata-rata sebesar 22.6193.

#### 4.3.2 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak mempunyai distribusi normal Ghazali (2018). Pada pengujian normalitas ini menggunakan analisis *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, adapun taraf signifikansi 0.05 penyajian data maka dapat disajikan pada tabel 4.11 dibawah ini.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas**  
**Sumber: Penulis (2020)**

		<b>Unstandardized Residual</b>	
N			100
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>		.0000000	.0000000
		2.75548086	7.51684724
<i>Most</i>	<i>Extreme</i>	.079	.056
<i>Differences</i>		.079	.055
		-.039	-.056
<i>Test Statistic</i>			.079
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>			.131 <sup>c</sup>

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 4.11, dapat terlihat bahwa nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* menunjukkan angka 0.131. Kaidah

keputusan pada uji normalitas sesuai perhitungan diatas adalah, nilai signifikansi (0.131) > 0.05, maka data terdistribusi normal dan dapat memenuhi prasyarat regresi linier.

### 4.3.3 Uji Korelasi

Uji korelasi adalah pengujian untuk mengetahui hubungan dalam satu variabel independen (terpaan media) yang saling berkorelasi dengan variabel dependen (sikap). Pada penelitian ini digunakan analisis statistik korelasi *Bivariate Pearson* atau *Pearson Correlation Product Moment*, penyajian data maka dapat disajikan pada tabel 4.12 dibawah ini:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi**  
Sumber: Penulis (2020)

		Terpaan Media	Sikap
Terpaan Media	<i>Pearson Correlation</i>	1	.869**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	N	100	100
Sikap	<i>Pearson Correlation</i>	.869**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	N	100	100

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

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 4.12, dapat terlihat bahwa perhitungan uji korelasi menunjukkan nilai korelasi sebesar 0.869. Nilai korelasi 0.869 termasuk ke dalam interval 0.800 - 1.000, yang berarti memiliki korelasi sangat kuat. Dapat disimpulkan bahwa, variabel independen (terpaan media) memiliki hubungan korelasi yang sangat kuat terhadap variabel dependen (sikap). Selain itu, hubungan korelasi ini memiliki hubungan yang positif dan searah, sehingga jika terpaan media unggahan *tweet* @KemenkesRI dengan pesan ajakan

untuk menggunakan masker, meningkatkan pengaruh pada sikap dalam penggunaan masker.

#### 4.3.4 Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier bertujuan untuk melihat pengaruh terpaan media unggahan tweet @KemenkesRI terhadap sikap dalam penggunaan masker selama pandemi COVID-19. Setelah melakukan pengujian normalitas yang menunjukkan data terdistribusi dengan normal, dan pengujian korelasi yang menunjukkan data tidak memiliki gejala autokorelasi, maka dapat dilanjutkan dengan menganalisis regresi secara linier. Pada analisis regresi linier ini, digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (terpaan media) terhadap variabel dependen (sikap). Berikut disajikan penyajian data pada tabel 4.13 dibawah ini:

**Tabel 4.13 Hasil Estimasi Regresi Linier**  
Sumber: Penulis (2020)

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	.869 <sup>a</sup>	.755	.753	2.76950

a. *Predictors: (Constant), Terpaan Media*

b. *Dependent Variable: Sikap*

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 4.13 dapat terlihat bahwa hasil perhitungan regresi dengan nilai menggunakan model *R Square*, dapat terlihat bahwa, nilai *R Square* yang merupakan kontribusi variabel independen (terpaan media) terhadap variabel dependen (sikap) sebesar 0.755 (75.5%) yang termasuk pada interval 60% - 79.9% memiliki pengaruh kuat. Dengan demikian terpaan media memberikan pengaruh sangat kuat dan secara signifikan meningkatkan sikap khalayak sasaran dalam penggunaan masker saat pandemi COVID-19 sebesar 75.5%, dan sisanya sebesar 24.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen (terpaan media).

#### 4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian pada uji korelasi terdapat hubungan yang signifikan terpaan media sosial twitter @KemenkesRI terhadap sikap penggunaan masker selama pandemi COVID-19. Pada hasil analisis regresi linier terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial twitter @KemenkesRI terhadap sikap penggunaan masker selama pandemi COVID-19. Hasil ini sesuai dengan hipotesis pertama yaitu tentang hubungan (korelasi) antara variabel independen (terpaan media) dan variabel dependen (sikap), yang menunjukkan korelasi sangat kuat. Selain itu, hasil penelitian juga sesuai dengan hipotesis kedua mengenai pengaruh antara variabel independen (terpaan media) terhadap variabel dependen (sikap), yang menunjukkan terdapat pengaruh sebesar 75.5%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori Ketergantungan Media. Teori Ketergantungan Media dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeah dan Melvin De Fleur. Teori ini membahas mengenai hubungan yang integral antara masyarakat, media, dan masyarakat yang lebih besar (Littlejohn & Foss, 2008). Teori Ketergantungan Media memperkirakan massa bergantung kepada media mencari informasi guna mencapai tujuan tertentu dan memenuhi kebutuhan. Tetapi hal ini tidak berlaku untuk semua media. Terdapat dua faktor yang akan menentukan seberapa bergantungnya masyarakat kepada media Menurut Ball-Rokeah dan De Fleur (dalam Littlejohn & Foss, 2008) yaitu:

Pertama, masyarakat akan lebih bergantung kepada media yang dapat memenuhi sejumlah kebutuhannya dibandingkan kepada media yang hanya memenuhi sedikit kebutuhan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian yang mana, responden *followers* akun Twitter @KemenkesRI didominasi

mengunjungi akun Twitter @KemenkesRI setidaknya 1 hingga 2 kali dalam sehari. Pemilihan Twitter sebagai media penyampaian informasi ini disebabkan, Twitter berpeluang menjadi sumber informasi baru sekaligus menjadi media sosialisasi dan interaksi. Media sosial Twitter ini memiliki respon dan *feedback* yang aktif dan aktual dari para audiensnya. Menurut Susanto (2013) Twitter bersifat *real time* dan dalam sebuah pemberitaan, dalam studi yang dilakukan oleh University of Edinburg jurusan School of Informatics menunjukkan *Newswire* Twitter bertindak sebagai penyampai berita atau informasi singkat ke semua pihak secara cepat.

Kedua, stabilitas sosial saat terjadi terdapat konflik maupun perubahan sosial, biasanya masyarakat dipaksa untuk dilakukan penilaian ulang media dan kemungkinan mengonsumsi media dengan pilihan baru. Media sosial Twitter yang marak digunakan memiliki kemudahan dalam memperoleh informasi yang instan. Setiap pengguna Twitter juga dapat merespon secara cepat, dan seringkali setiap informasinya dianalisis. Analisis nilai yang menjadikan adanya penilaian ulang media sebagai sebuah pilihan baru dalam mengonsumsi media.

Seperti pada saat ini masyarakat membutuhkan informasi dan edukasi mengenai COVID-19 agar senantiasa sehat dan terhindar dari wabah tersebut. Maka masyarakat akan bergantung pada media sosial dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang merupakan badan pemerintahan tertinggi dibidang kesehatan baik melalui media sosial Twitter untuk terus mengikuti berita terkini mengenai COVID-19. Penggunaan media sosial Twitter diyakini sebagai sumber informasi kesehatan masyarakat secara yang skala jaringannya secara global (Jordan et al., 2019) Hal ini sesuai dengan Garfin et al., (2020) yang mengungkapkan bahwa, ketergantungan masyarakat selama krisis kesehatan

terhadap media sosial, menjadi salah satu upaya untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terkini mengenai perkembangan kasus COVID-19.

Melesatnya angka kasus positif COVID-19 ini dikarenakan banyak masyarakat yang belum mengikuti protokol kesehatan, terutama pada penggunaan masker (Kemenkes, 2020). Dengan demikian secara aktif Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melalui akun Twitternya @KemenkesRI sering mengunggah *tweet* yang mengajak masyarakat untuk peduli pada penanganan COVID-19 dengan cara menggunakan masker sebagai salah satu protokol kesehatan yang bertujuan menekan kasus COVID-19.

Penyajian *tweet* ajakan untuk menggunakan masker di akun Twitter @KemenkesRI dianggap menjadi upaya yang mengharapkan masyarakat terterpa media dan memiliki pengaruh terhadap sikap masyarakat, agar taat menggunakan masker demi menekan kasus COVID-19. Terpaan media yang mencakup frekuensi, durasi dan atensi, secara aktif mengajak *followers* pada akun Twitter @KemenkesRI untuk mulai melakukan perubahan sikap. de Vreese & Neijens (2016) mengartikan terpaan media sebagai indikator sejauh mana khalayak sasaran menemukan dan memaknai setiap pesan atau isi media yang disebarkan. Secara sederhana, terpaan media dapat diartikan tentang bagaimana sebuah pesan atau isi dalam sebuah media mendapatkan perhatian dari khalayak sasaran.

Penggunaan akun Twitter oleh Kementerian Kesehatan Indonesia melalui @KemenkesRI menunjukkan bahwa sistem media merupakan pendukung sosial yang berinteraksi dengan khalayak sehingga bisa menumbulkan kebutuhan, minat, dan motif (Littlejohn & Foss, 2008). Ketergantungan media tentang bagaimana *followers* pada akun Twitter @KemenkesRI memandang akun Twitter yang

dilakukan Kementerian Kesehatan Republik menjadi alat dalam menyampaikan tujuan kognitifnya berupa pemahaman sosial dari informasi praktis tentang bagaimana bersikap dan membuat keputusan tindakan dalam berbagai konteks. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang disampaikan oleh Ludolph et al., (2018) yang menunjukkan bahwa dampak terpaan media menjadi alat untuk merubah perilaku masyarakatnya agar memiliki kepedulian terhadap kesehatan.

Pelibatan publik dalam keaktifannya di media sosial dianggap mampu mencegah penyebaran COVID-19, yang disampaikan melalui pesan *tweet* perihal penggunaan masker. Selain itu, temuan penelitian Kyungeun & Young (2018) juga mendukung hasil penelitian yang mana, pentingnya unggahan informasi di media sosial sehingga adanya media sosial memiliki pengaruh yang penting agar *followers* pada akun Twitter @KemenkesRI tertera *tweet* media penggunaan masker, sehingga media bertindak sebagai sarana perubahan sikap. Menurut Sandra Ball-Rokeah dan Melvin De Fleur sistem media terdiri dari konten, struktur, dan fungsi. Hal ini menunjukkan sistem sosial dan sistem media berinteraksi dengan masyarakat, yang akhirnya memenuhi kebutuhan, minat, dan motif. Masyarakat yang telah bergantung pada satu media tertentu, akan terpengaruh secara kognitif, afektif, dan behavioral. Namun, setiap audiens dipengaruhi dengan tingkatan yang berbeda (Littlejohn & Foss, 2008). Hal ini menjadi penjelasan bahwa terpaan media sosial Twitter @KemenkesRI dapat memperngaruhi sikap masyarakat untuk menggunakan masker selama pandemi COVID-19