PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @KEMENKES\_RI TERHADAP SIKAP MAHASISWA

Gisela Rilina Manengkey, Julius L.K. Randang, Lingkan Tulung

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sam Ratulangi Manado, Jl. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

Email: gismanengkey@gmail.com

**ABSTRAK**

**Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori stimulus-organism-response. Penelitian ini memiliki satu variabel bebas yaitu konten dan satu variabel terikat yaitu sikap. Penelitian ini diukur berdasarkan indikator konten yaitu foto, video, desain grafis dan caption, serta indikator sikap yaitu kepercayaan, ide dan konsep, perasaan, emosional, kecenderungan bertindak. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Pendistribusian kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan Google Form. Populasi dalam penelitian ini adalah 52 Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISPOL Universitas Sam Ratulangi Manado yang mem-follow akun Instagram @Kemenkes\_RI dengan sampel sebanyak 52 responden yang ditentukan menggunakan teknik sampling jenuh atau teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang cukup kuat sebesar 0,598 antara konten akun instagram @Kemenkes\_RI terhadap sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. Pada uji hipotesis didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kriteria penolakan H0 adalah jika nilai signifikan α < 0,05, sehingga Ha diterima dan H0 ditolak karena diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan konten akun instagram @Kemenkes\_RI berpengaruh terhadap sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado.**

**Kata kunci: Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI, Sikap Mahasiswa**

# *ABSTRACT*

*This research aims to know the Influence of @Kemenkes\_RI Instagram Account Content Towards Student of Communication Sciences “FISPOL” Sam Ratulangi Manado University. The theory that used in this study is the stimulus-organismresponse theory. This research has one independent variable which is content and one dependent variable which is attitude. This research was measured based on content indicators which are photo, video, graphic design and caption, also attitude indicators which are beliefs, ideas and concepts, feelings, emotions and tendencies to act. The research method that used in this research is quantitative with data retrieval techniques using questionnaires. The distribution of questionnaire was by online using google form. The population in this research were 52 students of Communication Sciences “FISPOL” Sam Ratulangi Manado University who also followed the @Kemenkes\_RI Instagram account with a sample of 52 respondents who were determined using the saturated sampling technique or the sampling technique where all members of the population were used as samples. In hypothesis testing, a significance value of 0.000 was obtained. The criteria for rejecting H0 are if the significant value is < 0.05, so Ha is accepted and H0 is rejected because a significance value is smaller than 0.05. So it can be concluded that the content of the @Kemenkes\_RI Instagram account has an effect on the attitudes of Communication Science students at Sam Ratulangi University, Manado.*

*Keywords: Instagram Account @Kemenkes\_RI Content, Student Attitude*

# PENDAHULUAN

V

irus Corona terbaru (COVID-19) yang paling mengkhawatirkan terjadi pada akhir 2019 di Wuhan, Cina. Virus ini juga telah menyebar dengan kasus yang dikonfirmasi sebanyak 219 juta kasus, dengan jumlah kematian sebanyak 4,55 juta terhitung sampai September 2021. Virus Covid-19 akhirnya melanda negara lain akibat perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain, termasuk Indonesia. Di Indonesia tercatat ada 4,21 juta kasus terkonfirmasi positif dengan 141.000 jumlah kematian pada September 2021. Indonesia adalah satu dari sekian negara dengan peningkatan penyebaran tertinggi di wilayah Asia Tenggara. Untuk itu diperlukan sosialisasi dan penyebaran informasi terkait penyebaran virus tersebut sebagai respon atas meningkatnya jumlah kasus aktif. Oleh karena itu, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia saat ini memposting informasi terkait COVID-19 di platform Media Sosial untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Dengan adanya penyebaran COVID-19 yang pesat di Indonesia, tentunya langkah preventif atau pencegahan telah dilakukan. Salah satunya penyebaran informasi lewat media sosial sebagai wadah untuk mengedukasi masyarakat. Pemerintah Indonesia lewat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia memiliki akun Instagram dengan username @Kemenkes\_RI untuk memberikan informasi terkait COVID-19, mulai dari update kasus harian, protokol Kesehatan, vaksinasi dan lain-lain. Media Sosial Instagram dipandang sebagai platform yang efektif untuk menyebarkan informasi berupa edukasi mengenai COVID-19 dan merupakan bagian dari komunikasi itu sendiri, karena melalui media sosial Instagram, para penggunanya dapat berkomunikasi, serta berbagi dan menerima informasi dengan mudah dan cepat. Informasi yang didapat tidak terbatas oleh ruang dan waktu, serta dapat diakses hanya dengan sentuhan jari-jari tangan kita dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang pesat belakangan ini. Menurut hasil survei WeAreSocial.net dan Hootsuite, Instagram sendiri merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. 10 negara dengan umlah pengguna aktif instagram terbesar berdasarkan tahun Januari 2018, Indonesia berada diurutan ketiga setelah Amerika Serikat dan Brazil. Begitu banyak manfaat Instagram untuk para penggunanya, seperti untuk media bersosialisasi, media memperkenalkan suatu produk, dan untuk media berbagi informasi penting kepada para followers (Pengikut). Followers (Pengikut) yang ada di aplikasi Instagram juga berperan penting untuk melihat seberapa aktif para pengguna mengikuti suatu konten Instagram. Selain akun Instagram, Kementerian Kesehatan RI juga memiliki akun media sosial lain seperti akun Tiktok dengan 134.000 followers dan mengedukasi serta memberi informasi terkait COVID-19 melalui video-video pendek berdurasi 15 detik sampai 3 menit. Sedangkan, akun media sosial Facebook Kementerian Kesehatan RI memiliki 5,3 juta followers dan isi unduhannya mengedukasi dan memberi informasi terkait COVID-19 berupa hasil reshare dari akun media sosial Instagram yang ada. Kementerian Kesehatan RI dengan akun Instagram terverifikasi membagikan berbagai informasi terkait upaya menjaga kesehatan, pencegahan dan pengendalian COVID-19 dalam bentuk foto, video, dengan keterangan di setiap unduhannya. Selain itu, untuk memudahkan pengguna Instagram menemukan akun resminya, aplikasi Instagram akan otomatis menampilkan akun @Kemenkes\_RI di kolom pencarian Instagram. Media Instagram @Kemenkes\_RI ini juga turut meng-update situasi terkini terkait COVID-19 dari berbagai sudut pandang dengan kecepatan dan kemudahan dalam mengakses. Terlihat dari profil @Kemenkes\_RI memiliki kurang lebih 2,4 juta followers dan terdapat 1.861 postingan berupa konten Instagram dalam bentuk foto, video, desain grafis juga menyertakan caption atau keterangan yang menarik serta edukatif. Sejalan dengan Teori S-O-R oleh Hovland (1953) yang adalah singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya, model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, simbol-simbol tertentu, akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Stimulus atau pesan dalam hal ini adalah konten akun Instagram @Kemenkes\_RI, organism atau komunikan adalah mahasiswa, dan response atau efek berupa sikap. Subjek dari penelitian ini ialah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado yang adalah perwakilan untuk kategori anak muda berdasarkan Organisasi Kesehatan Dunia atau World Health Organization (WHO) yaitu di usia 18-24 tahun, yang menurut survei dari NapoleonCat adalah pengguna Instagram di Indonesia dengan presentase terbesar yaitu 37,6% dibanding kelompok usia lain. Pengguna dengan usia 18-24 tahun menyentuh angka 33.300.000. Selain itu pula, berdasarkan laporan dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada siaran pers 12 Mei 2021, menyatakan bahwa kelompok usia dengan presentase tertinggi yang paling ragu menerima suntikan vaksin COVID-19 adalah kelompok usia 25-34 tahun sebesar 21,4% dan kelompok usia 18-24 tahun sebesar 20,9% dibanding dengan kelompok usia lain. Survei ini dilakukan oleh University of Maryland dengan kemitraan bersama Facebook. Survei digelar pada 10 Januari hingga 31 Maret 2021, dengan melibatkan 178.988 responden. Berdasarkan data-data di atas maka penelitian terhadap mahasiwa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado adalah yang paling relevan untuk mewakili anak muda usia 18-24 tahun dengan jumlah pengguna Instagram di Indonesia terbesar dan juga adalah kelompok usia yang paling ragu untuk menerima suntikan vaksin COVID-19. Atas dasar fakta-fakta tersebut ditemui kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang ada, dimana pemerintah Indonesia lewat Kementerian Kesehatan Republik Indonesia telah melakukan langkah preventif atau pencegahan dengan membagikan dan menyebarkan informasi lewat platform media sosial yang efektif apalagi untuk mensasar kalangan anak muda yaitu Instagram, namun pada kenyataannya anak muda masih abai dalam menerapkan protokol Kesehatan yang ada baik untuk mencegah penularan COVID-19 tetapi juga dalam rangka menyukseskan kegiatan vaksinasi COVID-19. Penelitian ini dipandang penting dilakukan untuk mencari tahu apakah ada pengaruh konten akun Instagram @Kemenkes\_RI terhadap sikap mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado.

**METODE PENELITIAN**

**J**

**enis Penelitian;** Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian korelasional adalah sesuatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih (Siswanto dan Suyatno, 2018:17). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana. **Lokasi Penelitian;** Penelitian ini dilakukan di Universitas Sam Ratulangi, khususnya di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi. **Tujuan Penelitian;** mengetahui Apakah Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI Berpengaruh Terhadap Sikap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado. Variabel dalam penelitian ini yakni terdiri dari dua variabel yaitu konten akun Instagram @Kemenkes\_RI sebagai variabel bebas (X) dan sikap mahasiswa sebagai variabel terikat (Y). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah konten dengan indikator yang terdiri dari foto, video, desain grafis, dan caption, serta sikap dengan indikator yang terdiri dari kepercayaan, ide dan konsep, perasaan, emosional, dan kecenderungan bertindak. Populasi dan Sampel, Populasi adalah semua anggota dari objek yang diteliti. Populasi tidaklah identik dengan penduduk atau warga. Tujuan atau topik survei tertentu akan menghasilkan populasi tertentu. Populasi dalam penelitian ini Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2018 dan Angkatan 2019 yang mem-follow akun Instagram @Kemenkes\_RI sejumlah 52 orang yang didapatkan lewat pra-survey yang dilakukan sebelumnya. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap mewakili keseluruhan populasi. Sampel, Dalam penelitian ini akan memakai Teknik sampling jenuh. Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. (Sugiyono, 2015: 126). Jadi, jumlah sampel dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 52 mahasiswa program studi ilmu komunikasi yang mem-follow akun Instagram @Kemenkes\_RI. **Teknik Pengumpulan Data;** Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Kuesioner adalah alat ukur dalam pengumpulan data dengan membagikan beberapa pertanyaan kepada responden. (Ardial, 2015:379). Kuesioner disebarkan melalui *Google Form.* Pengukuran Variabel, penelitian ini menggunakan skala Likert untuk menilai kuesioner yang dikembangkan oleh Ransis Likert dengan menentukan skor pada setiap pernyataan atau pertanyaan. Skala Likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono, (2016). Penelitian ini menggunakan sejumlah statement dengan skala 5. Pengukuran Variabel, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi. Analisis regresi digunakan karena didasari hubungan fungsional atau hubungan sebab-akibat (kausal) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Menurut (Gani dan Amalia, 2015) pengujian asumsi regresi terbagi menjadi dua kelompok, yaitu asumsi dasar dan asumsi klasik. Asumsi dasar terdiri atas uji normalitas data, uji linearitas data, uji validitas data dan uji reliabilitas data. Dalam penelitian ini model regresi yang akan digunakan adalah model regresi sederhana, mengingat dalam penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun pengujian atau perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program kompüter *Statistical Package for Social Science*s (SPSS) versi 25.

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

P

enelitian pada pengaruh Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado, memberikan hasil positif, yaitu terdapatnya pengaruh Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. Berdasarkan hasil pengujian yang menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25, dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut: Hasil uji normalitas data menyatakan bahwa data yang sudah diuji peneliti berdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,200. Hal ini berarti nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal yang menandakan bahwa data yang diolah sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam uji linearitas juga menunjukkan adanya hubungan yang linear antara Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI (X) dengan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado (Y), diketahui nilai signifikansi sebesar 0,266. Hal ini berarti nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Jika dilihat dari hasil uji validitas data yang menyatakan bahwa data yang telah diolah bersifat valid atau sah untuk dijadikan bahan penelitian untuk diteliti lebih lanjut. Uji penelitian pada data penelitian menghasilkan data yang reliabel. Berdasarkan hasil yang diperoleh, variabel Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI diperoleh 0,872 dan variabel Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado diperoleh 0,874 maka instrument yang diuji dinyatakan reliabel karena hasil yang diperoleh kedua variabel lebih besar dari 0,65, hal tersebut menandakan bahwa data yang dijadikan penelitian dapat dipercaya kebenarannya. Dengan demikian syarat untuk melakukan analisis regresi sederhana telah terpenuhi sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara variabel Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI (X) Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado (Y), bahwa nilai konsisten variabel Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI sebesar 18.764 dan untuk nilai koefisien regresi X sebesar 0,468. Menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI, maka nilai Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISPOL Universitas Sam Ratulangi Manado bertambah sebesar 0,468. Hasil pengujian koefisien korelasi juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang cukup kuat antara variabel Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI (X) Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado (Y) sebesar 35,7% yang adalah proporsi variasi perubahan nilai-nilai Y (sikap) yang ditentukan oleh variasi perubahan nilai-nilai X (Konten). Dalam pengujian hipotesis diketahui nilai signifikansi yang didapat lebih kecil dari 0,05 dan nilai t\_hitung lebih besar dari t\_tabel. Diketahui nilai t\_hitung lebih sebesar 5,273 lebih besar dari t\_tabel sebesar 2,009 sehingga dapat diambil keputusan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI (X) Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado (Y). Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan konten akun Instagram @Kemenkes\_RI berpengaruh terhadap sikap mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISPOL Universitas Sam Ratulangi Manado. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam (handphone) (Santoso, Baihaqi, & Persada, 2017). Di dalam penelitian ini diketahui bahwa Kementerian Kesehatan Republik Indonesia membagikan konten-konten berupa foto, video, desain grafis dan keterangan foto/caption seputar protokol Kesehatan di masa pandemi COVID-19 menggunakan medium tidak langsung, yaitu media sosial Instagram untuk menyasar masyarakat yang aktif menggunakan Instagram dalam hal ini mahasiswa yang masuk dalam kelompok anak muda. Dari hasil penelitian yang ada konten yang dibagikan oleh Akun Instagram @Kemenkes\_RI lewat media sosial Instagram memiliki pengaruh untuk membentuk sikap yang utuh (total attitude) dalam diri mahasiswa, yaitu mengetahui, mempercayai, meyakini mengenai suatu konsep atau ide, mengevaluasi dan menyukainya kemudian memiliki kecenderungan untuk melakukan suatu konsep atau ide tersebut. Hal ini sejalan dengan teori stimulus-organism-response. Teori S-O-R mengemukakan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisis dari stimulus yang diberikan dan mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung penghargaan sesuai dengan reaksi. (Rakhmat, 2004). Stimulus berupa konten yang diberikan pada mahasiswa dapat diterima baik yang berarti ada perhatian dari mahasiswa dan stimulus tersebut efektif, karena adanya perhatian ini maka mahasiswa mengerti stimulus ini dan setelah itu, mahasiswa mengolah stimulus berupa konten tersebut dan terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap). Dalam pembentukan sikap yang utuh dalam diri mahasiswa mengenai protokol Kesehatan COVID-19, adanya konten akun Instagram @Kemenkes\_RI cukup kuat untuk mempengaruhinya, meski masih ada variabel-variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini yang juga turut andil.

# KESIMPULAN

# H

# asil penelitian yang ada menunjukan bahwa konten akun instagram @Kemenkes RI berpengaruh terhadap sikap mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISPOL Universitas Sam Ratulangi Manado sebagai berikut:

# 1. Terdapat pengaruh yang cukup kuat antara Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISPOL Universitas Sam Ratulangi Manado. 2. Lewat hasil uji t dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Akun Instagram @Kemenkes\_RI Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. 3. Dalam penelitian ini ditemukan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISPOL Universitas Sam Ratulangi mengetahui dan mengikuti akun Instagram Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dengan username @Kemenkes\_RI, bukan hanya sekedar mengetahui, juga menyukai konten-konten yang disajikan serta memiliki kecenderungan untuk melakukan apa yang dibagikan dalam hal ini protokol kesehatan pandemi COVID-19. Dengan adanya akun Instagram @Kemenkes\_RI mahasiswa lebih menyadari tentang betapa pentingnya untuk menjalankan protokol kesehatan di masa pandemi COVID-19 lewat kontennya yang menarik dan berkualitas. Saran; Saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut: 1. Disarankan untuk Kementerian Kesehatan Republik Indonesia agar dapat mempertahankan, mengoptimalkan dan memaksimalkan pembuatan dan penyebarluasan konten-konten lewat akun instagramnya @Kemenkes\_RI agar semakin menarik dan berkualitas. 2. Disarankan untuk mahasiswa agar terus memanfaatkan teknologi dalam hal ini media sosial Instagram untuk mengetahui dan mendapatkan konten-konten yang sifatnya mengedukasi dan memberikan informasi yang berguna. 3. Disarankan untuk peneliti lain agar dapat meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi kebutuhan informasi kesehatan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

# DAFTAR PUSTAKA

Ardial. 2015. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Cetakan Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.

Azwar S., 2013. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Jakarta: Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.

Gani, Irawan, dan Siti Amalia. 2015. ALAT ANALISIS DATA - Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial, Edisi 1, CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Hovland, Carl I., Irving K. Janis, and Harold H., Kelley. 1953. Communication and Persuasion, New Haven, CT: Yale University Press.

Karyanti S., Rema, 2005. Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Kinantiar, Dinar Anggi. 2018. Akun Instagram Hipwee Terhadap Sikap Followernya Diakses dari https://eprints.stikosaaws.ac.id/

Kriyantono, Rakhmat. 2006. Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

McQuail, Dennis. 1994. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Erlangga.

Mulyana Deddy. 2014. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muhith, A & Siyoto. S. 2018. Aplikasi Komunikasi Efektif Nursing and Health. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Nasution, Fahmi Idris. 2021. Pengaruh Peringatan Kesehatan Pada Akun Instagram @Kemenkes\_RI Terhadap Sikap Hidup Sehat Masyarakat. Diakses dari http://repository.upi.edu/58474/

Nurudin. 2013. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Nurmuhammad R., I Pamungkas. 2020. Pengaruh Konten Instagram Terhadap Sikap Konsumen Game Mobile PT. Agate International. E-Proceeding of Management: Vol. 7, No. 1 April 2020 Page 1752. Diakses dari https://repository.telkomuniversity.ac.id

Rakhmat, Jalaluddin. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. 2013. Psikologi komunikasi, bandung: Remaja Rosdakarya.

Riduwan. 2009. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Roudhonah. 2007. Ilmu Komunikasi. Jakarta: Kerjasama Lembaga Penelitian UIN Jakarta dan Jarkarta Pers.

Sendjaja, Djuarsa. 2018. Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.

Siswanto dan Suyatno, 2018. Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional. Klaten: Bossscript.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Utama, Setyawan Cahya. 2017. Pengaruh Akses Konten Akun Instagram "Kulineryogya Terhadap Sikap Konsumen Pada Wisata Kuliner Di Yogyakarta. Diakses dari etd.repository.ugm.ac.id.