

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 7 Logo Kemenkes RI (www.kemkes.go.id)

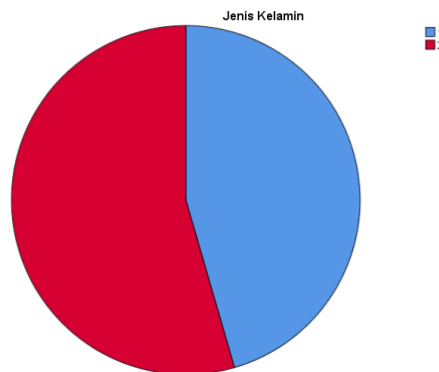
Menurut Umar (2013) Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Serta di mana dan kapan penelitian itu dilakukan, dan juga hal-hal lain yang dianggap penting. Di mana objek penelitian tersebut terkandung masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya. Dari penjelasan tersebut bahwa objek penelitian merupakan suatu gambaran sasaran ilmiah yang akan dijelaskan untuk mendapatkan informasi serta data dengan tujuan dan kegunaannya. Tidak hanya itu, objek penelitian dapat ditemukan pada subjek penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian ini yaitu, perubahan sikap remaja Jakarta mengenai Covid-19. Sehingga yang menjadi objek penelitian ini adalah Kemenkes RI, karena fokus penelitian ini yaitu ingin mencari tahu perubahan sikap remaja Jakarta mengenai Covid-19 melalui pesan *feeds* edukasi instagram.

Melihat penyebaran Covid-19 yang semakin tinggi, pemerintah perlu melakukan sosialisasi secara terus menerus terkait Covid-19 melalui *feeds* Instagram @kemenkes_ri di mana dengan adanya pesan edukasi melalui Instagram dapat menjangkau responden yang di tuju oleh pemerintah untuk menekan angka kenaikan Covid-19, selain itu pemerintah menggunakan Instagram karena tingginya pengguna Instagram di Indonesia serta masyarakat cenderung lebih senang melihat gambar dibandingkan dengan membaca tulisan. Akun Instagram @kemenkes_ri menampilkan gambar atau video yang menarik untuk kalangan

muda. Pesan yang terdapat dalam *feeds* Instagram @kemenkes_ri juga bersifat informasi yang dapat mempersuasi masyarakat, hal ini menjadi fokus pada penelitian yang melihat pesan edukasi pada *feeds* Instagram @kemenkes_ri, karena dapat menyampaikan pesan bersifat informasi dan mempersuasi masyarakat lewat visual yang diberikan pada *feeds* Instagram. Dengan adanya pesan persuasi dalam informasi yang diberikan tentunya akan sangat mudah dalam mempersuasi seseorang. (Silvia, 2021)

4.1.1 Deskripsi Responden

Responden yang mengisi kuesioner penelitian ini merupakan *followers* Instagram @kemenkes_ri. *Followers* tersebut juga melihat postingan @kemenkes_ri dari 1 Juli – 31 Desember 2021, dan tinggal di Jakarta. Serta berusia 18-24 Tahun. Peneliti juga sudah menyebarkan kuesioner sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan kepada 400 responden.



Gambar 8 Diagram Pie Chart Jenis Kelamin Responden. (Sumber: Hasil Output SPSS)

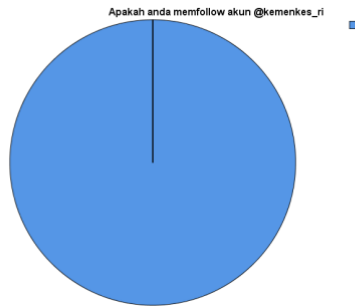
Tabel 7 Persentase Responden Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	182	45.5	45.5	45.5
	Perempuan	218	54.5	54.5	100.0

Total	400	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari kuesioner yang di bagikan oleh peneliti kepada responden secara online melalui google form menghasilkan data valid 45.5% dengan jenis kelamin Laki-Laki atau berjumlah 182 orang dan 54.5% dengan jenis kelamin Perempuan atau berjumlah 218 orang. Jadi, dari pertanyaan ini dapat disimpulkan responden dengan jenis kelamin Perempuan atau berjumlah 218 orang lebih dominan dalam mengisi kuesioner penelitian ini.



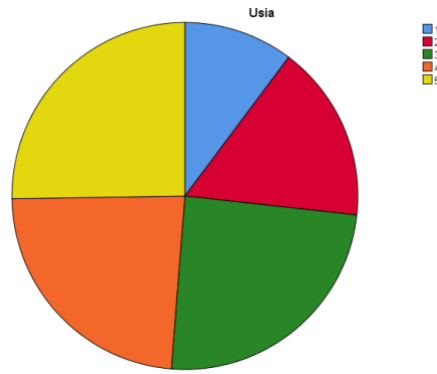
Gambar 9 Diagram Pie Chart Followers Instagram @kemenkes_ri. (Sumber: Hasil Output SPSS)

Tabel 8 Persentase Responden Followers @kemenkes_ri

Apakah anda memfollow akun @kemenkes_ri					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	400	100.0	100.0	100.0

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari kuesioner yang di bagikan oleh peneliti kepada responden secara online melalui google form menghasilkan data valid 100% mengikuti Instagram @kemenkes_ri. Jadi, dari pertanyaan ini dapat disimpulkan 400 orang mengikuti Instagram @kemenkes_ri.



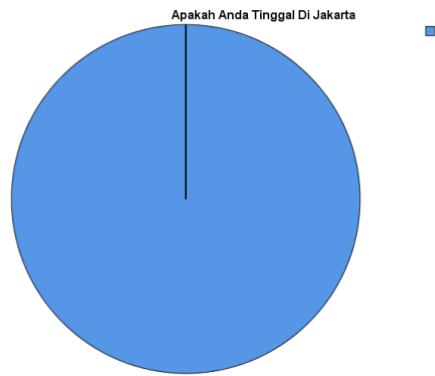
Gambar 10 Diagram Pie Chart Usia Responden. (Sumber: Hasil Output SPSS)

Tabel 9 Persentase Usia Responden

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	18	41	10.3	10.3	10.3
	19	66	16.5	16.5	26.8
	20	98	24.5	24.5	51.2
	21	94	23.5	23.5	74.8
	22	101	25.3	25.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari kuesioner yang di bagikan oleh peneliti kepada responden secara online melalui google form menghasilkan data valid 10.3% dengan usia 18 tahun atau berjumlah 41 orang. 16.5% dengan usia 19 tahun atau berjumlah 66 orang. 24.5% dengan usia 20 tahun atau berjumlah 98 orang. 23.5% dengan usia 21 tahun atau berjumlah 94 orang. 25.3% dengan usia 22 tahun atau berjumlah 101 orang. Jadi, dari pertanyaan ini dapat disimpulkan responden usia 22 tahun dengan jumlah 101 orang lebih dominan dalam mengisi kuesioner penelitian ini.



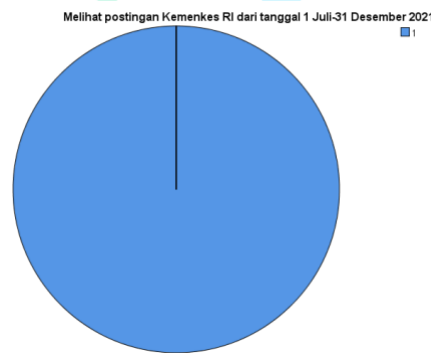
Gambar 11 Diagram Pie Chart Domisili Jakarta. (Sumber: Hasil Output SPSS)

Tabel 10 Persentase Responden Domisili Jakarta

Apakah Anda Tinggal Di Jakarta					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jakarta	400	100.0	100.0	100.0

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari kuesioner yang di bagikan oleh peneliti kepada responden secara online melalui google form menghasilkan data valid 100% tinggal di Jakarta atau 400 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan ini 400 orang tinggal di Jakarta.



Gambar 12 Diagram Pie Chart Melihat Postingan @kemenkes_ri 1 Juli-31 Desember 2021. (Sumber: Output SPSS)

Tabel 11 Persentase Melihat Postingan @kemenkes_ri 1 Juli-31 Desember 2021

Melihat postingan Kemenkes RI dari tanggal 1 Juli-31 Desember 2021					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	400	100.0	100.0	100.0

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari kuesioner yang di bagikan oleh peneliti kepada responden secara online melalui google form menghasilkan data valid 100% melihat postingan Instagram @kemenkes_ri dari tanggal 1 Juli – 31 Desember 2021. Jadi, dapat disimpulkan dari pernyataan ini 400 orang melihat postingan Instagram @kemenkes_ri dari tanggal 1 Juli – 31 Desember 2021.

4.2 Hasil dan Analisis Pembahasan

4.2.1 Hasil dan Analisis Variabel X

Pada penelitian ini Variabel X nya berkaitan dengan variabel Pesan Edukasi Covid-19. Pada variabel Pesan Edukasi Covid-19 tersebut, peneliti melihat tolak ukur dari Pesan yang dicetuskan oleh Venus (2018). Dalam hal ini, pada variabel X terdapat 11 pernyataan yang di mana sebelumnya sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. 11 pernyataan tersebut merupakan hasil turunan dari indikator dimensi yang membentuk Pesan Edukasi Covid-19 menurut Venus. Dimensi tersebut yaitu, Isi Pesan dan Struktur Pesan. Di bawah ini merupakan hasil deskripsi dari 11 pernyataan pada variabel X.

Tabel 12 Persentase Penilaian Variabel X Item 1

Pesan yang dikemas oleh akun @kemenkes_ri tentang edukasi Covid-19 lebih mudah diterima					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.5	.5	.5
	TS	65	16.3	16.3	16.8
	S	263	65.8	65.8	82.5
	SS	70	17.5	17.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 1 pada variabel X yaitu “Pesan yang dikemas oleh akun @kemenkes_ri tentang edukasi Covid-19 lebih mudah diterima” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 65.8% atau sebanyak 263 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 17.5% atau

sebanyak 70 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 16.3% atau sebanyak 65 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.5% atau sebanyak 2 responden dengan pernyataan Pesan yang dikemas oleh akun @kemenkes_ri tentang edukasi Covid-19 lebih mudah diterima. Jadi, 83.3% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang dikemas lebih mudah diterima.

Berdasarkan dimensi isi pesan yang membentuk pesan edukasi covid-19 menurut Venus (2018) di dalamnya terdapat pendekatan dalam menyampaikan pesan, sehingga seseorang lebih mudah menerima pesan yang diberikan. Di mana indikator tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk pesan edukasi covid-19. Dengan begitu, kemungkinan besar pesan yang disampaikan melalui feeds pada akun instagram @kemenkes_ri dapat diterima dengan baik oleh pengikutnya.

Selain itu berdasarkan komunikasi persuasif bergantung pada tahapan kelima tahapan menurut Suranto (2016) salah satunya tahapan penerimaan, dalam melakukan komunikasi persuasif pesan yang disampaikan harus mudah diterima dan juga apabila seseorang tidak menerima pesan dengan baik, maka akan terjadi masalah dalam penerimaan pesan persuasi. Dengan adanya pesan yang dikemas secara lebih mudah diterima oleh pengikut akun instagram @kemenkes_ri, hal ini menandakan kemungkinan terciptanya pesan komunikasi persuasif yang efektif akan semakin besar. Tidak hanya itu dapat dikatakan pemilihan pesan yang dikemas secara lebih mudah diterima dinilai tepat.

Hal ini juga berkaitan dengan konsep remaja, di mana masa remaja biasanya melakukan perilaku yang menyempitkan pandangan, serta remaja juga mengalami perubahan yang pesat pada intelektual yang dimilikinya (Asrori, 2013), hal ini dikatakan sesuai karena akun instagram @kemenkes_ri dalam mengemas pesan yang diberikan kepada responden untuk lebih mudah diterima, di mana hal tersebut dapat membuat remaja memiliki cara berpikir yang dapat di arahkan, agar remaja juga memiliki karakteristiknya sendiri.

Selain itu pernyataan ini juga termasuk ke dalam proses komunikasi persuasif yang bergantung kepada lima tahap, di mana pernyataan ini masuk ke dalam tahap penerimaan. Pada tahap penerimaan ini jika seseorang tidak menerima

pesan dengan baik, maka akan terjadi permasalahan dalam penerimaan pesan persuasi Suranto (2016). Namun dalam hal ini seseorang menerima pesan dengan baik yang sesuai dengan pernyataan ini bahwa pengemasan pesan yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri tentang edukasi Covid-19 lebih mudah diterima

Tabel 13 Persentase Penilaian Variabel X Item 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	75	18.8	18.8	18.8
	S	249	62.3	62.3	81.0
	SS	76	19.0	19.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 2 pada variabel X yaitu “Pesan yang diberikan oleh akun @kemenkes_ri sesuai dengan fakta Covid-19 di lapangan” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 62.3% atau sebanyak 249 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 19% atau sebanyak 76 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 18.8% atau sebanyak 75 responden, dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dengan pernyataan Pesan yang diberikan oleh akun @kemenkes_ri sesuai dengan fakta Covid-19 di lapangan. Jadi, 81.3% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang diberikan sesuai dengan fakta di lapangan.

Hal ini sejalan dengan dimensi isi pesan menurut Venus (2018) yang membentuk pesan edukasi. Dijelaskan bahwa isi pesan yang terdapat dalam feeds instagram @kemenkes_ri dapat dipengaruhi oleh salah satunya pesan yang diberikan harus sesuai fakta covid-19 dilapangan. Di mana sebelum pesan disampaikan kepada pengikut instagram @kemenkes_ri harus dipersiapkan dengan matang sehingga pesan tersebut dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang direncanakan dan akan mendapat perhatian dari publik (Hajarriah, 2019).

Pada feeds instagram akun @kemenkes_ri sering mengunggah konten sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan. Sehingga ketika akun instagram

@kemenkes_ri menyampaikan informasi terkait covid-19 akan mendapat perhatian publik, dan juga tentunya akun instagram @kemenkes_ri sudah merencanakan informasi yang diberikan akan mendapat perhatian dari publik. Hal ini juga mendukung pernyataan sebelumnya di mana terkait dengan penyampaian pesan yang mudah diterima, dengan begitu adanya pesan yang mudah diterima serta memiliki fakta dilapangan sesuai dengan yang sudah direncanakan akan mendapatkan perhatian lebih dari publik.

Hal ini juga sesuai dengan tahapan pada komunikasi persuasif menurut Suranto (2016) masuk ke dalam tahapan perhatian, di mana jika pesan yang terdapat tidak memberikan perhatian, maka seseorang tidak akan terpersuasi oleh pesan yang diberikan. Dengan begitu efektivitas persuasi harus terlebih dahulu memperhatikan pesan yang diberikan agar mendapatkan perhatian dari publik.

Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan konsep remaja, di mana remaja belum mampu ke usia yang kuat serta penuh tanggung jawab terhadap dirinya sendiri (Hurlock, 2013), artinya dengan adanya pesan yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri sesuai fakta Covid-19 di lapangan dapat membuat remaja mempertanggung jawabkan terhadap sesuatu yang membuat dirinya berbahaya terkena virus Covid-19, dengan begitu remaja jadi memiliki tanggung jawab terhadap dirinya terkait dengan kesehatan untuknya.

Tabel 14 Persentase Penilaian Variabel X Item 3

Akun @kemenkes_ri Memiliki kreatifitas dalam menyampaikan pesan sehingga memudahkan pembaca dalam menerima pesan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.5	.5	.5
	TS	85	21.3	21.3	21.8
	S	250	62.5	62.5	84.3
	SS	63	15.8	15.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 3 pada variabel X yaitu “Akun @kemenkes_ri Memiliki kreatifitas dalam menyampaikan pesan sehingga memudahkan pembaca dalam menerima pesan” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 62.5% atau sebanyak 250 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar

21.3% atau sebanyak 85 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 15.8% atau sebanyak 63 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.5% atau sebanyak 2 responden dengan pernyataan Akun @kemenkes_ri Memiliki kreatifitas dalam menyampaikan pesan sehingga memudahkan pembaca dalam menerima pesan. Jadi, 78.3% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui akun @kemenkes_ri memiliki kreatifitas dalam menyampaikan pesan.

Berdasarkan dimensi isi pesan yang membentuk pesan edukasi covid-19 menurut Venus (2018) di dalamnya terdapat kreatifitas, di mana untuk menyampaikan sebuah pesan perlu adanya kreatifitas agar dapat mempengaruhi perubahan sikap seseorang. Disisi lain juga akun instagram @kemenkes_ri sebagai pelaku kampanye dalam menyampaikan pesan harus mengemas pesan dan cara penyampaianya lebih mudah diterima. Hal ini sejalan dengan pernyataan 1 dengan adanya pesan yang lebih mudah diterima akan berjalan dengan baik.

Pada *feeds* akun instagram @kemenkes_ri banyak mengunggah konten-konten yang memiliki kreatifitas dalam menyampaikan pesannya, sehingga dengan adanya penyampaian pesan yang memiliki kreatifitas lebih mudah diterima oleh seseorang. Hal ini juga yang medasari bahwa akun instagram @kemenkes_ri memikirkan secara cermat seseorang yang di hadapinya sehingga mengunggah informasi atau pesan dengan menggunakan kreatifitasnya. Menurut Cangara (2013) dengan adanya faktor komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi keefektifan komunikasi persuasif seperti memikirkan dengan cermat seseorang yang di hadapi akan membuat pesan yang disampaikan menjadi berhasil.

Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan proses komunikasi persuasif yang bergantung pada lima tahapan, yaitu pada tahapan pemahaman, di mana jika seseorang tidak memahami atau tidak mengerti pesan yang disampaikan, maka seseorang tersebut akan sulit terpersuasi melalui proses komunikasi Suranto (2016). Di mana pernyataan ini dikatakan sesuai karena pesan yang diberikan memiliki kreatifitas yang membuat seseorang lebih mudah menerima pesan tersebut, sehingga seseorang akan mudah memahami pesan tersebut dan juga akan terpersuasi melalui pesan yang diberikan.

Tabel 15 Persentase Penilaian Variabel X Item 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	84	21.0	21.0	21.3
	S	245	61.3	61.3	82.5
	SS	70	17.5	17.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 4 pada variabel X yaitu “Pesan yang diberikan menggambarkan visualisasi kejadian” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 61.3% atau sebanyak 245 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 21% atau sebanyak 84 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 17.5% atau sebanyak 70 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.3% atau sebanyak 1 responden dengan pernyataan Pesan yang diberikan menggambarkan visualisasi kejadian. Jadi, 78.8% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang diberikan menggambarkan visualisasi kejadian di setujui oleh responden dari penelitian ini, karena banyaknya responden yang mengatakan setuju bahwa akun Instagram @kemenkes_ri dalam menyampaikan informasinya menggunakan visualisasi kejadian terkait dengan covid-19. Pernyataan tersebut di dominasi dengan jawaban setuju.

Selain itu hal ini berkaitan dengan isi pesan kampanye di mana terdapat visualisasi kejadian dalam menyampaikan pesan menurut Venus (2018). Dengan begitu sebagai pelaku kampanye harus melihat pesan dari pendekatan emosional seseorang, yang di mana biasanya seseorang akan lebih menerima pesan berdasarkan isi pesan tersebut. Dengan adanya visualisasi kejadian terkait dengan covid-19 akun instagram @kemenkes_ri membumbuinya dengan sifat yang menghibur agar seseorang tersebut menjadi rileks dalam menerima pesan yang diberikan.

Pada akun instagram @kemenkes_ri dalam mengunggah konten-konten memiliki daya tarik pesan menurut Jalaluddin Rakhmat dalam buku Psikologi Komunikasi (Hajarriah, 2019). Karena pesan menjadi acuan utama yang ingin

disampaikan terkait dengan covid-19, dari suatu pesan tersebut yang menampilkan visualisasi kejadian memiliki dampak yang dapat mempengaruhi pemikiran dari seseorang.

Tabel 16 Persentase Penilaian Variabel X Item 5

Pesan yang disampaikan memiliki pendekatan emosional sehingga pesan dapat menggugah perasaan serta emosi seseorang					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	77	19.3	19.3	19.3
	S	271	67.8	67.8	87.0
	SS	52	13.0	13.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 5 pada variabel X yaitu “Pesan yang disampaikan memiliki pendekatan emosional sehingga pesan dapat menggugah perasaan serta emosi seseorang” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 67.8% atau sebanyak 271 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 19.3% atau sebanyak 77 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 13% atau sebanyak 52 responden, dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dengan pernyataan Pesan yang disampaikan memiliki pendekatan emosional sehingga pesan dapat menggugah perasaan serta emosi seseorang. Jadi, 80.8% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang disampaikan memiliki pendekatan emosional.

Berdasarkan dimensi isi pesan banyak hal yang terkait di dalamnya seperti melakukan pendekatan emosional pada saat penyampaian pesan menurut Venus (2018). Artinya akun instagram @kemenkes_ri telah melakukan secara cermat dalam memikirkan orang yang dihadapinya, melalui pendekatan emosional yang dilakukan oleh akun instagram @kemenkes_ri biasanya orang akan lebih menerima pesan dengan baik, di mana jika seseorang merasa terancam dengan isi pesan yang diberikan, maka seseorang tersebut akan cenderung meresponnya. Hal ini juga berkaitan dengan pernyataan 3 di mana pesan yang memiliki kreatifitas serta melakukan pendekatan emosional seseorang akan lebih meresponnya dengan baik

dari pesan yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri terkait dengan covid-19.

Pada pernyataan ini sesuai dengan konsep remaja, di mana remaja mempunyai arti yang luas mencakup kematangan mental, emosional fisik, dan juga fisik (Hurlock, 2013). Pernyataan ini dikatakan sesuai karena dalam menggunakan pendekatan emosional sehingga dapat menggugah perasaan serta emosi seseorang dalam menerima pesan, hal ini di mana remaja sedang mengalami ketergantungan sehingga dengan adanya pesan tersebut dapat membuat remaja memiliki cara berpikirnya sendiri.

Tabel 17 Persentase Penilaian Variabel X Item 6

Penyampaian pesan yang diberikan memberikan dampak atau pengaruh kepada khalayak					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	80	20.0	20.0	20.3
	S	244	61.0	61.0	81.3
	SS	75	18.8	18.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 6 pada variabel X yaitu “Penyampaian pesan yang diberikan memberikan dampak atau pengaruh kepada khalayak” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 61% atau sebanyak 244 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 20% atau sebanyak 80 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 18.8% atau sebanyak 75 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.3% atau sebanyak 1 responden dengan pernyataan Penyampaian pesan yang diberikan memberikan dampak atau pengaruh kepada khalayak. Jadi, 79.8% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui penyampaian pesan yang diberikan memberikan dampak pada khalayak.

Hal ini sesuai dengan komunikasi persuasif yang di mana pesan tersebut memberikan perubahan menurut Devito (2013) pada pernyataan ini banyaknya responden yang mengatakan setuju dengan adanya penyampaian pesan yang memberikan dampak atau pengaruh kepada khalayak. Kemudian komunikasi

persuasif juga merupakan teknik yang dapat mempengaruhi pikiran seseorang dengan cara memanfaatkan fakta dan data, di mana hal ini juga sejalan dengan pernyataan 2 pesan yang diberikan sesuai dengan fakta dilapangan, dengan adanya pesan yang sesuai fakta dan didukung oleh penyampaian pesan memberikan dampak atau pengaruh kepada khalayak.

Pernyataan ini juga sesuai dengan proses komunikasi persuasif yang bergantung kepada lima tahapan, yaitu tahapan tindakan yang artinya tindakan yang spesifik diminta dalam pesan tersebut harus sesuai dengan himbauan pesan yang diterima Suranto (2016). Pernyataan ini dapat dikatakan sesuai karena pesan yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri memberikan dampak atau pengaruh kepada khalayak. Artinya dari pernyataan tersebut membuat banyaknya khalayak yang melakukan tindakan sesuai dengan arahan yang diberikan.

Tabel 18 Persentase Penilaian Variabel X Item 7

		Pesan terkait Covid-19 yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri menarik untuk di baca			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	92	23.0	23.0	23.3
	S	228	57.0	57.0	80.3
	SS	79	19.8	19.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 7 pada variabel X yaitu “Pesan terkait Covid-19 yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri menarik untuk di baca” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 57% atau sebanyak 228 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 23% atau sebanyak 92 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 19.8% atau sebanyak 79 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.3% atau sebanyak 1 responden dengan pernyataan Pesan terkait Covid-19 yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri menarik untuk di baca. Jadi, 76.8% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan terkait Covid-19 menarik untuk dibaca.

Berdasarkan hasil responden hal ini sejalan dengan dimensi struktur pesan yang merujuk kepada unsur-unsur pesan organisasi menurut Venus (2018) di mana aspek yang terkait langsung dengan pengorganisasian pesan kampanye yaitu sisi pesan. Pada pernyataan ini sisi pesan yang diberikan terkait covid-19 menarik untuk dibaca oleh seseorang. Dengan begitu adanya pesan terkait covid-19 yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri menarik untuk dibaca memiliki potensi untuk merubah sikap yang dimiliki oleh seseorang.

Selain itu dengan adanya pernyataan ini sesuai dengan faktor komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi keefektifan komunikasi persuasif menurut Cangara (2013) yaitu memilih strategi komunikasi yang tepat, di mana pernyataan ini akun instagram @kemenkes_ri mencermati dengan baik dalam menentukan strategi sesuai dengan sasaran yang ditujunya. Di mana dengan adanya pesan yang menarik untuk dibaca sangat diperhatikan oleh seseorang dalam menerima pesan yang diberikan, sehingga akan membuat pesan tersebut tersampaikan dengan baik.

Tabel 19 Persentase Penilaian Variabel X Item 8

		Pesan yang diberikan instagram @kemenkes_ri sangat informatif			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.3	.3	.3
	TS	65	16.3	16.3	16.5
	S	245	61.3	61.3	77.8
	SS	89	22.3	22.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 8 pada variabel X yaitu “Pesan yang diberikan instagram @kemenkes_ri sangat informatif” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 61.3% atau sebanyak 245 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 22.3% atau sebanyak 89 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 16.3% atau sebanyak 65 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.3% atau sebanyak 1 responden dengan pernyataan Pesan yang diberikan instagram @kemenkes_ri sangat informatif. Jadi, 83.6% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang diberikan sangat informatif.

Berdasarkan hasil responden hal ini sejalan dengan dimensi struktur pesan yang merujuk pada bagaimana unsur pesan yang diberikan dapat diorganisasikan menurut Venus (2018) terkait dengan sisi pesan yang disajikan, dalam pernyataan ini akun instagram @kemenkes_ri memiliki sisi pesan yang sangat informatif, dengan begitu adanya pesan yang sangat informatif sangat dicermati oleh seseorang dalam menerima pesan dengan baik, selain itu hal ini juga sesuai dengan proses komunikasi persuasif menurut Suranto (2016) terkait dengan pemahaman, adanya pesan yang sangat informatif, artinya hal ini membuat seseorang dengan mudah memahami pesan yang disampaikan, seseorang akan sangat sulit menerima pesan apabila pesan yang diberikan tidak dapat dipahami dengan baik.

Pada pernyataan ini juga sesuai dengan konsep komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi keefektifan dalam memproses pesan, di mana masuk ke dalam memilih strategi komunikasi yang tepat, di mana perlunya mencermati dalam menentukan strategi apa dari sasaran persuasif (Cangara, 2013). Di mana pernyataan ini sesuai karena akun instagram @kemenkes_ri memilih strategi komunikasi dalam menyampaikan pesan yang sangat informatif dan juga mencermati dalam menentukan strategi yang dipilih.

Tabel 20 Persentase Penilaian Variabel X Item 9

Penyajian pesan akun Instagram @kemenkes_ri terkait Covid-19 menarik perhatian					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	.8	.8	.8
	TS	104	26.0	26.0	26.8
	S	226	56.5	56.5	83.3
	SS	67	16.8	16.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 9 pada variabel X yaitu “Penyajian pesan akun Instagram @kemenkes_ri terkait Covid-19 menarik perhatian” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 56.5% atau sebanyak 226 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 26% atau sebanyak 104 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 16.8% atau sebanyak 67 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.8% atau sebanyak

3 responden dengan pernyataan Penyajian pesan akun Instagram @kemenkes_ri terkait Covid-19 menarik perhatian. Jadi, 73.3% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui penyajian pesan terkait Covid-19 menarik perhatian.

Dari jawaban responden hal ini sejalan dengan dimensi struktur pesan yang melihat aspek terkait dengan pengorganisasian pesan yaitu susunan penyajian menurut Venus (2018) di mana dalam susunan penyajian pesan akun instagram @kemenkes_ri menyajikan pesan terkait covid-19 menarik perhatian seseorang, dengan adanya penyajian pesan terkait covid-19 yang menarik akan membuat seseorang mudah dalam menerima pesan dengan baik serta memiliki potensi seseorang dalam merubah sikap terkait dengan pesan covid-19.

Selain itu hal ini juga sesuai dengan faktor komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi keefektifan dari komunikasi persuasif menurut Cangara (2013) di mana dalam susunan penyajian pesan yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri memiliki kejelasan tujuan dalam memberikan pesan kepada seseorang, dengan adanya penyajian pesan terkait covid-19, maka akan memudahkan proses komunikasi persuasif yang dilakukan.

Tidak hanya itu pernyataan ini juga sesuai dengan elemen dari komunikasi persuasif yaitu daya tarik pesan, di mana daya tarik pesan menurut Hajarriah (2019) dalam penyajian pesan tersebut termasuk ke dalam imbauan rasional untuk meyakinkan penerima pesan dalam mengambil suatu keyakinan dengan menyajikan bukti logis serta empiris yang dapat mendukung, artinya dalam pernyataan penyajian pesan yang diberikan akun instagram @kemenkes_ri terkait Covid-19 menarik perhatian juga memiliki daya tarik sendiri dalam menyampaikan pesan kepada khalayak.

Tabel 21 Persentase Penilaian Variabel X Item 10

Dalam setiap pesan edukasi dari akun Instagram @kemenkes_ri terdapat pernyataan kesimpulan yang mudah dipahami					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	.8	.8	.8
	TS	36	9.0	9.0	9.8
	S	225	56.3	56.3	66.0
	SS	136	34.0	34.0	100.0

Total	400	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 10 pada variabel X yaitu “Dalam setiap pesan edukasi dari akun Instagram @kemenkes_ri terdapat pernyataan kesimpulan yang mudah dipahami” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 56.3% atau sebanyak 225 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 34% atau sebanyak 136 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 9% atau sebanyak 36 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.8% atau sebanyak 3 responden dengan pernyataan Dalam setiap pesan edukasi dari akun Instagram @kemenkes_ri terdapat pernyataan kesimpulan yang mudah dipahami. Jadi, 90.3% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui setiap pesan edukasi terdapat kesimpulan yang mudah dipahami.

- Berdasarkan jawaban responden hal ini sesuai dengan dimensi struktur pesan merujuk pada unsur pesan yang diorganisasikan menurut Venus (2018) adanya aspek terkait langsung dengan pengorganisasian pesan yaitu pernyataan kesimpulan, dalam pernyataan ini akun Instagram @kemenkes_ri pada feeds Instagram selalu memberikan pernyataan kesimpulan terkait dengan covid-19, dengan begitu dapat memudahkan seseorang dalam menerima pesan yang diberikan.

Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan elemen komunikasi persuasif menurut Hajarriah (2019) yaitu daya tarik pesan yang terdiri dari imbauan rasional, di mana dalam pernyataan ini termasuk kedalam imbauan rasional, artinya pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri terdapat pernyataan kesimpulan untuk meyakinkan penerima pesan dalam mengambil suatu keyakinan seseorang dengan memberikan bukti logi serta empiris yang mendukung pesan tersebut.

Tabel 22 Persentase Penilaian Variabel X Item 11

Penyajian pesan edukasi oleh akun Instagram @kemenkes_ri memiliki kemudahan gaya bahasa yang dapat dipahami					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.5	.5	.5
	TS	80	20.0	20.0	20.5

S	244	61.0	61.0	81.5
SS	74	18.5	18.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 11 pada variabel X yaitu “Penyajian pesan edukasi oleh akun Instagram @kemenkes_ri memiliki kemudahan gaya bahasa yang dapat dipahami” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 61% atau sebanyak 244 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 20% atau sebanyak 80 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 18.5% atau sebanyak 74 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.5% atau sebanyak 2 responden dengan pernyataan Penyajian pesan edukasi oleh akun Instagram @kemenkes_ri memiliki kemudahan gaya bahasa yang dapat dipahami. Jadi, 79.5% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui penyajian pesan edukasi memiliki kemudahan gaya bahasa yang dapat dipahami.

Hal ini sesuai dengan dimensi struktur pesan merujuk pada unsur pesan yang diorganisasikan menurut Venus (2018) yaitu susunan penyajian pesan, dari pernyataan ini susunan penyajian pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri memiliki kemudahan gaya Bahasa sehingga dapat mudah dipahami oleh seseorang dalam menerima pesan. Adanya gaya bahasa yang dapat dipahami memiliki potensi yang efektif dalam menyampaikan pesan terkait dengan covid-19 kepada responden.

Selain itu dengan adanya pemilihan gaya bahasa yang mudah dipahami hal ini sejalan dengan faktor komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi keefektifan komunikasi persuasif menurut Cangara (2013) yaitu memikirkan secara cermat orang yang dihadapinya. Dalam pernyataan ini dengan memilih gaya bahasa yang mudah dipahami artinya akun Instagram @kemenkes_ri sangat cermat dalam melihat seseorang yang dihadapinya terkait dengan penyampaiannya tentang covid-19.

4.2.2 Hasil dan Analisis Variabel Y

Pada penelitian ini Variabel Y nya berkaitan dengan variabel Perubahan Sikap Remaja. Pada variabel Perubahan Sikap Remaja peneliti menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang dikemukakan oleh Littlejohn & Karen (2014) yang di mana teori ini mencoba untuk memahami seseorang bagaimana dan kapan seseorang akan terpersuasi oleh suatu pesan yang diterimanya. Dalam hal ini, pada variabel Y terdapat 9 pernyataan yang di mana sebelumnya sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. 9 pernyataan tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi pesan edukasi Covid-19 berdasarkan *Elaboration Likelihood Model* (ELM), faktor-faktor tersebut yaitu, kognitif, afektif, konatif. Di bawah ini merupakan hasil deskripsi dari 9 pernyataan pada variabel Y.

Tabel 23 Persentase Penilaian Variabel Y Item 1

		Pesan yang diberikan terkait vaksin merubah pikiran saya tentang vaksin menjadi lebih baik			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	TS	59	14.8	14.8	14.8
	S	251	62.7	62.7	77.5
	SS	90	22.5	22.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 1 pada variabel Y yaitu “Pesan yang diberikan terkait vaksin merubah pikiran saya tentang vaksin menjadi lebih baik” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 62.7% atau sebanyak 251 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 22.5% atau sebanyak 90 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 14.8% atau sebanyak 59 responden, dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dengan pernyataan Pesan yang diberikan terkait vaksin merubah pikiran saya tentang vaksin menjadi lebih baik. Jadi, 85.2% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang diberikan merubah pikiran seseorang terkait vaksin menjadi lebih baik.

Pernyataan ini sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM) yang mengindikasikan efek persuasi sangat tergantung pada apa yang diproses oleh

persuader dan apa yang dipikirkan oleh persuader (Perbawaningsih, 2012) di mana pada pernyataan ini pesan yang diberikan oleh akun Instagram @kemenkes_ri terkait vaksin dapat merubah pemikiran seseorang, hal ini artinya seseorang tersebut terpersuasi karena memproses pemikirannya untuk merubah sesuatu yang dipikirkannya terkait dengan vaksin. Selain itu didukung oleh asumsi bahwa manusia dapat mengelaborasi pesan ketika seseorang dapat berpikir mengenai apa yang dikatakan oleh pesan tersebut (Littlejohn & Karen, 2014). Hal ini yang mendasari bahwa pernyataan ini sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM), di mana pernyataan ini berkaitan dengan pemikiran seseorang terhadap pesan yang diterimanya.

Pada pernyataan ini banyaknya responden memilih jawaban setuju, artinya responden memilih rute sentral sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM) seseorang mengolah pesan dan melibatkan proses berpikir kritis, di mana ada 3 motivasi dalam rute sentral ini, yaitu keterlibatan atau relevansi personal dengan topik, di mana semakin penting topik tersebut akan semakin terpersuasi dengan pesan yang diberikan dengan merubah sikap atau pemikiran dari seseorang tersebut.

Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan dimensi sikap, di mana sikap sendiri merupakan penilaian seseorang terhadap suatu objek yang dapat berupa perasaan mendukung atau juga memihak menurut Rina (2015) dan juga melibatkan faktor yang mempengaruhi perubahan sikap yaitu faktor kognitif, pernyataan ini sesuai dengan faktor kognitif di mana dalam pernyataan ini pesan yang diberikan terkait dengan vaksin merubah pemikiran seseorang tentang vaksin menjadi lebih baik, hal ini masuk ke dalam faktor kognitif karena komponen kognitif berupa kepercayaan, dengan adanya kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang tersebut kepada akun Instagram @kemenkes_ri tentunya akan merubah sikap seseorang.

Tabel 24 Persentase Penilaian Variabel Y Item 2

		Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI sudah sesuai fakta			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	2.5	2.5	2.5
	TS	77	19.3	19.3	21.8
	S	233	58.3	58.3	80.0

SS	80	20.0	20.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 2 pada variabel Y yaitu “Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI sudah sesuai fakta” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 58.3% atau sebanyak 233 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 20% atau sebanyak 80 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 19.3% atau sebanyak 77 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 2.5% atau sebanyak 10 responden dengan pernyataan Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI sudah sesuai fakta. Jadi, 80.3% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang diberikan sesuai dengan fakta.

Hal ini sesuai dengan dimensi sikap dengan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap yang berdasarkan pengalaman pribadi, kebudayaan, faktor emosi dalam diri individu dll (Zuchdi, 2013) dalam pernyataan ini juga termasuk ke dalam faktor kognitif yang mempengaruhi peranan penting terhadap perubahan perilaku, pada pernyataan ini pesan yang diberikan sudah sesuai fakta, artinya dalam komponen sikap kognitif ini masuk ke dalam persepsi seseorang yang menunjukkan bahwa dia setuju dengan adanya pesan yang diberikan sesuai dengan fakta. Pernyataan ini juga mendukung pernyataan 1 yaitu pesan yang diberikan terkait vaksin merubah pemikiran seseorang menjadi lebih baik, dengan adanya pernyataan pesan yang diberikan sesuai dengan fakta, artinya mendukung pernyataan 1 bahwa ketika pesan yang diberikan sesuai dengan fakta dapat merubah pemikiran seseorang terkait dengan vaksin yang menjadikan pemikiran seseorang menjadi lebih baik lagi.

Selain itu hal ini juga sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM) yaitu dalam tradisi ini yang memperhatikan pada persuasi dan perubahan sikap, pemrosesan pesan, serta bagaimana individu merencanakan strategi pesan, bagaimana penerima pesan memproses informasi pesan dan efek pesan pada individu (Littlejohn & Karen, 2014). Dalam pernyataan ini terkait dengan pesan yang diberikan akun instargam @kemenkes_ri sudah sesuai fakta, di mana hal ini

artinya responden memperhatikan pesan sehingga dapat memproses informasinya dengan baik dan mengatakan setuju bahwa pesan yang diberikan sudah sesuai fakta.

Tidak hanya itu pada pernyataan ini juga sesuai dengan proses komunikasi persuasif yang bergantung kepada lima tahapan, yaitu tahapan penerimaan di mana jika seseorang tidak menerima pesan persuasif dengan baik, maka akan terjadi permasalahan dalam penerimaan pesan persuasi menurut Suranto (2016), hal ini artinya akun Instagram @kemenkes_ri dalam menyampaikan pesan yang sesuai dengan fakta mendapatkan penerimaan dari masyarakat.

Tabel 25 Persentase Penilaian Variabel Y Item 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	13	3.3	3.3	3.3
	TS	76	19.0	19.0	22.3
	S	231	57.8	57.8	80.0
	SS	80	20.0	20.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 3 pada variabel Y yaitu “Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI mengubah pemikiran negatif saya terkait vaksin” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 57.8% atau sebanyak 231 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 20% atau sebanyak 80 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 19.0% atau sebanyak 76 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 3.3% atau sebanyak 13 responden dengan pernyataan Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI mengubah pemikiran negatif saya terkait vaksin. Jadi, 77.8% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden menyetujui pesan yang diberikan mengubah pemikiran negatif terkait vaksin.

Berdasarkan hasil responden, banyaknya responden yang mengatakan setuju, dari hasil tersebut hal ini sesuai dengan dimensi sikap yang memiliki faktor kognitif, dengan adanya interaksi sosial melalui media sosial dapat membentuk pola sikap tertentu terhadap objek yang dihadapinya menurut Zuchdi (2013) dari pernyataan ini masuk ke dalam faktor kognitif yang memiliki peranan penting dari

perubahan sikap, pernyataan ini dapat mengidentifikasi bahwa pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri mengubah pemikiran negatif seseorang terkait dengan vaksin, dengan adanya interaksi sosial yang dilakukan melalui media sosial artinya seseorang akan dapat membentuk sikap tertentu dari objek atau pesan yang diberikan.

Hal ini juga berdasarkan teori *elaboration likelihood model* (ELM) bahwa sikap seseorang dapat dibentuk secara lebih permanen atau juga temporer tergantung dari alur pengolahan pesan menurut Perbawaningsih (2012) dengan begitu pernyataan pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri mengubah pemikiran negatif seseorang terkait dengan vaksin, bias di ubah tergantung dari alur pengolahan pesan yang diberikan, agar nantinya seseorang dapat merubah pola pikir dari pesan yang diberikan. Di mana pada setiap postingan feeds Instagram @kemenkes_ri terdapat alur pengolahan pesan yang dilakukan.

Selain itu pernyataan ini juga termasuk ke dalam proses komunikasi persuasif bergantung kepada lima tahapan, yaitu tahapan pemahaman, pada tahap ini jika persuasi kepada seseorang tidak memahami atau tidak mengerti pesan yang disampaikan, maka seseorang akan sangat sulit untuk di persuasi melalui proses komunikasi menurut Suranto (2016), namun pada pernyataan ini seseorang terpersuasi oleh pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri yang mengubah pemikiran seseorang dari negatif menjadi positif, artinya seseorang tersebut memahami pesan yang disampaikan.

Tabel 26 Persentase Penilaian Variabel Y Item 4

Saya merasa percaya dengan pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI untuk melakukan vaksin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	15	3.8	3.8	3.8
	TS	99	24.8	24.8	28.5
	S	209	52.3	52.3	80.8
	SS	77	19.3	19.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 4 pada variabel Y yaitu “Saya merasa percaya dengan pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI untuk melakukan vaksin”

menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 52.3% atau sebanyak 209 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 24.8% atau sebanyak 99 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 19.3% atau sebanyak 77 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 3.8% atau sebanyak 15 responden dengan pernyataan Saya merasa percaya dengan pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI untuk melakukan vaksin. Jadi, 71.6% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden merasa percaya dengan pesan yang diberikan untuk melakukan vaksin.

Hal ini sesuai dengan dimensi sikap, di mana sikap sendiri merupakan penilaian dari seseorang terhadap suatu objek yang berupa perasaan mendukung ataupun memihak (Rina, 2015). Pernyataan ini masuk ke dalam faktor yang mempengaruhi peranan penting terhadap perilaku sikap yaitu faktor afektif, dari pernyataan ini melibatkan perasaan serta emosi dari seseorang, reaksi emosional yang dilakukan oleh seseorang akan membentuk sikap yang positif atau negatif terhadap objeknya. Pernyataan ini sesuai dengan dimensi sikap karena berkaitan dengan perasaan dan emosional sehingga memunculkan reaksi emosional seseorang untuk merespon pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri bahwa banyak yang setuju responden merasa percaya dengan pesan yang diberikan untuk melakukan vaksin.

Selain itu pernyataan ini sesuai dengan rute sentral motivasi untuk mengolah pesan tinggi dan melibatkan proses berpikir kritis. Adanya pernyataan merasa percaya pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri untuk melakukan vaksin, artinya bahwa seseorang tersebut dalam menerima pesan melewati proses berpikir kritis sebelum akhirnya melakukan tindakan atau perubahan yang dilakukannya. Dan juga tentunya seseorang menerima pesan melihat dari sisi pesan bahwa semakin penting topik bagi seseorang akan membuatnya melakukan perubahan.

Pernyataan ini juga sesuai dengan faktor komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi keefektifan komunikasi persuasif, yaitu termasuk ke dalam kejelasan tujuan di mana dari komunikasi persuasif ini memiliki tujuan untuk mengubah pendapat, perilaku, atau sikap seseorang yang dituju menurut Cangara (2013). Pernyataan ini dikatakan sesuai karena akun Instagram @kemenkes_ri

dalam memberikan pesan terkait Covid-19 kepada khalayak memiliki kejelasan tujuan untuk membuat khalayak melakukan anjuran yang diberikan oleh pemerintah.

Tabel 27 Persentase Penilaian Variabel Y Item 5

Saya merasa yakin melakukan vaksin setelah melihat pesan dari akun instagram Kemenkes RI						
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	STS	1	.3	.3	.3	
	TS	42	10.5	10.5	10.8	
	S	280	70.0	70.0	80.8	
	SS	77	19.3	19.3	100.0	
	Total	400	100.0	100.0		

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 5 pada variabel Y yaitu “Saya merasa yakin melakukan vaksin setelah melihat pesan dari akun instagram Kemenkes RI” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 70% atau sebanyak 280 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 19.3% atau sebanyak 77 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 10.5% atau sebanyak 42 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.3% atau sebanyak 1 responden dengan pernyataan Saya merasa yakin melakukan vaksin setelah melihat pesan dari akun instagram Kemenkes RI. Jadi, 89.3% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden merasa yakin untuk vaksin setelah melihat pesan tersebut.

Berdasarkan hasil responden, pernyataan ini sesuai dengan dimensi sikap bahwa seseorang yakin akan tindakan yang dilakukan menimbulkan dampak positif pada dirinya sendiri, seseorang itu akan bersikap cenderung melakukan tindakan tersebut (Zuchdi, 2013) artinya pernyataan ini dapat meyakinkan seseorang untuk melakukan tindakan yang menimbulkan dampak positif karena banyaknya responden yang menyatakan setuju, dengan adanya pernyataan merasa yakin melakukan vaksin setelah melihat pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri, hal ini yang membuat sesuai dengan dimensi sikap di mana faktor yang menjadi perananan penting yaitu faktor afektif, faktor afektif sendiri melibatkan perasaan dan emosi yang nantinya memunculkan reaksi emosional

seseorang dalam merespon suatu objek yang diterima akan membentuk sikap positif atau negatif dari objek yang diterimanya.

Selain itu hal ini juga mengindikasikan efek persuasi yang sangat bergantung pada apa yang diproses dan dipikirkan oleh seseorang, teori *elaboration likelihood model* (ELM) juga mengasumsikan bahwa tidak semua orang akan melakukan proses informasi atau pesan persuasi, namun nyatanya pada pernyataan ini banyaknya responden mengatakan setuju, artinya responden banyak yang memilih rute sentral dalam mengolah pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri melibatkan proses berpikir sehingga dapat merubah sikap seseorang.

Pernyataan ini juga termasuk ke dalam elemen dari komunikasi persuasif, yaitu elemen daya tarik, di mana dalam elemen daya tarik sendiri memiliki imbauan rasional untuk meyakinkan penerima pesan untuk mengambil suatu keyakinan seseorang dengan menyajikan bukti logis serta empiris (Hajarriah, 2019). Hal ini dikatakan sesuai karena akun Instagram @kemenkes_ri meyakinkan seseorang untuk melakukan vaksin melalui pesan yang diberikan, sehingga pesan tersebut memiliki imbauan rasional untuk meyakinkan seseorang tersebut.

Tabel 28 Persentase Penilaian Variabel Y Item 6

Saya merasa harus melakukan setiap anjuran setelah melihat pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	1.5	1.5	1.5
	TS	86	21.5	21.5	23.0
	S	236	59.0	59.0	82.0
	SS	72	18.0	18.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 6 pada variabel Y yaitu “Saya merasa harus melakukan setiap anjuran setelah melihat pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 59% atau sebanyak 236 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 21.5% atau sebanyak 86 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 18% atau sebanyak 72 responden, dan diikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 1.5% atau sebanyak 6 responden dengan pernyataan Saya merasa harus melakukan setiap

anjuran setelah melihat pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI. Jadi, 77% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden merasa harus melakukan anjuran setelah melihat pesan tersebut.

Pada pernyataan ini sesuai dengan dimensi perubahan sikap, karena Sikap merupakan kesiapan seseorang untuk bereaksi terhadap suatu objek sebagai hasil penghayatan terhadap objek tertentu (Zuldafrial, 2014) serta masuk kedalam faktor yang mempengaruhi peranan penting terhadap perilaku sikap yaitu afektif, hal ini sesuai karena pada pernyataan merasa harus melakukan setiap anjuran setelah melihat pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri melibatkan perasaan seseorang dalam menerima pesan yang diberikan. Hal ini artinya sikap dapat dibentuk dalam interaksi sosial yang nantinya akan membentuk pola sikap terhadap objek yang dihadapinya, dengan adanya berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap melalui pengalaman pribadi, media massa, lembaga kepentingan dll. Dapat dikatakan dengan adanya pernyataan ini masuk kedalam salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap seseorang.

Selain itu pernyataan ini sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM) ini menjelaskan sikap seseorang dapat dibentuk secara lebih permanen atau juga temporer tergantung dari alur pengolahan pesan (Perbawaningsih, 2012) hal dapat dikatakan sesuai karena akun Instagram @kemenkes_ri memiliki alur pengolahan pesan sehingga dapat membentuk sikap seseorang secara temporer, selain itu sikap permanen yang dihasilkan seseorang ini dihasilkan melalui proses yang melibatkan kesempatan, kemampuan, motivasi, hal ini bertujuan untuk membentuk elaborasi terhadap isi pesan persuasi, di mana dalam pernyataan ini seseorang menerima telah melalui proses kemampuan berpikir kritis dan juga menjadikan motivasi seseorang dalam merubah sikap yang dimilikinya. Tidak hanya itu artinya seseorang dalam menerima pernyataan ini melalui rute sentral untuk mengolah pesan dan juga melibatkan berpikir kritis yang dipengaruhi oleh motivasi dan juga kemampuan yang dimilikinya.

Tabel 29 Persentase Penilaian Variabel Y Item 7

**Saya jadi melakukan vaksinasi setelah melihat pesan dari instagram
Kemenkes RI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	2.0	2.0	2.0
	TS	72	18.0	18.0	20.0
	S	251	62.7	62.7	82.8
	SS	69	17.3	17.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 7 pada variabel Y yaitu “Saya jadi melakukan vaksinasi setelah melihat pesan dari instagram Kemenkes RI” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 62.7% atau sebanyak 251 responden menyatakan setuju, lalu pilihan tidak setuju sebesar 18% atau sebanyak 72 responden, selanjutnya pilihan sangat setuju sebesar 17.3% atau sebanyak 69 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 2% atau sebanyak 8 responden dengan pernyataan Saya jadi melakukan vaksinasi setelah melihat pesan dari instagram Kemenkes RI. Jadi, 80% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden jadi melakukan vaksinasi setelah melihat pesan tersebut.

Pernyataan ini sesuai dengan dimensi perubahan sikap, di mana Sikap merupakan kesiapan seseorang untuk bereaksi terhadap suatu objek sebagai hasil penghayatan terhadap objek tertentu (Zuldafrial, 2014). Pernyataan ini juga masuk kedalam faktor yang mempengaruhi peranan penting terhadap perilaku sikap, di mana faktor yang mengidentifikasinya yaitu konatif, komponen konatif atau kecenderungan bertindak dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap. Perilaku seseorang dalam situasi tertentu dan dalam situasi menghadapi stimulus tertentu, banyak ditentukan oleh kepercayaan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut. Di mana pada pernyataan ini dapat dikatakan sesuai karena seseorang jadi melakukan vaksinasi setelah melihat pesan dari akun Instagram @kemenkes_ri yang di mana seseorang menerima pesan melalui proses kepercayaan dan perasaannya terhadap objek yang diterimanya. Tidak hanya itu seseorang juga dalam melakukan kecenderungan bertindak terhadap suatu objek hasil dari penghayatan tersebut.

Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM) Hal ini mengindikasi efek persuasi sangat tergantung pada apa yang

diproses (dipikirkan) oleh persuader dan apa yang dipikirkan oleh persuader tergantung pada kesempatan, kemampuan, motivasi mengolah pesan persuasi (Perbawaningsih, 2012). Di mana pernyataan ini seseorang dalam menerima pesan akan melakukan vaksinasi setelah melihat pesan dari akun Instagram @kemenkes_ri tergantung pada proses pemikiran yang dimilikinya, hal ini banyaknya responden mengatakan setuju dengan pernyataan tersebut, artinya responden menerima pesan melalui proses berpikir yang bergantung kepada kemampuan serta motivasi yang dimiliki untuk melakukan perubahan sikap yang dimilikinya.

Pernyataan ini juga termasuk ke dalam proses komunikasi persuasif yang bergantung kepada lima tahapan, di mana pernyataan ini termasuk ke dalam tahapan tindakan, pada tahapan ini perubahan sikap atau tindakan yang spesifik diminta dalam pesan tersebut harus sesuai dengan himbuan pesan yang diterima menurut Suranto (2016). Artinya pernyataan ini dikatakan sesuai karena seseorang menjadi melakukan vaksinasi setelah melihat pesan yang diberikan oleh akun Instagram @kemenkes_ri, sehingga dapat dikatakan ada perubahan sikap atau tindakan yang spesifik sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Tabel 30 Persentase Penilaian Variabel Y Item 8

Dengan adanya pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI saya selalu menjaga kondisi di tengah pandemi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	1.3	1.3	1.3
	TS	43	10.8	10.8	12.0
	S	262	65.5	65.5	77.5
	SS	90	22.5	22.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 8 pada variabel Y yaitu “Dengan adanya pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI saya selalu menjaga kondisi di tengah pandemi” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 65.5% atau sebanyak 262 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 22.5% atau sebanyak 90 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 10.8% atau sebanyak 43 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 1.3%

atau sebanyak 5 responden dengan pernyataan Dengan adanya pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI saya selalu menjaga kondisi di tengah pandemi. Jadi, 88% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden merasa dengan adanya pesan yang diberikan akun @kemenkes_ri responden selalu menjaga kondisi di tengah pandemi.

Pada pernyataan ini sesuai dengan dimensi perubahan sikap, di mana pernyataan ini menjelaskan tentang adanya pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri seseorang selalu menjaga kondisi di tengah pandemi, artinya seseorang bersedia bereaksi terhadap sesuatu. Dalam hal ini sikap berkaitan dengan motif yang mendasari tingkah laku seseorang (Zuldafrial, 2014). Pernyataan ini dapat dikatakan sesuai karena masuk kedalam salah satu faktor yang mempengaruhi peranan penting terhadap perilaku seseorang yaitu faktor konatif, di mana dalam hal ini perilaku seseorang dalam situasi tertentu banyak ditentukan oleh kepercayaan dan perasaannya terhadap objek yang diterimanya. Dengan begitu banyaknya responden yang mengatakan setuju, seseorang tersebut melibatkan kepercayaan dan juga perasaan yang dimilikinya untuk bertindak.

Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM), model ini berasumsi bahwa manusia dapat mengelaborasi pesan ketika seseorang dapat berpikir mengenai apa yang dikatakan oleh pesan tersebut (Petty, E, & S. C, 2012). Hal ini dikatakan sesuai karena pernyataan terkait dengan adanya pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri seseorang selalu menjaga kondisi di tengah pandemi, artinya dengan jawaban responden yang mengatakan setuju, responden telah mengelaborasi pesan dengan berpikir sebelumnya mengenai apa yang dikatakan pesan tersebut. Tidak hanya itu dengan banyaknya responden mengatakan setuju artinya, responden memilih rute sentral untuk megolah pesan dan dipengaruhi oleh pemikiran yang kritis, sehingga banyak responden cenderung melakukan perubahan sikap setelah menerima pesan yang diberikan oleh akun Instagram @kemenkes_ri.

Tabel 31 Persentase Penilaian Variabel Y Item 9

Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI mengubah pola pikir saya menjadi positif terkait dengan vaksin			
Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	STS	3	.8	.8	.8
	TS	33	8.3	8.3	9.0
	S	291	72.8	72.8	81.8
	SS	73	18.3	18.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS

Hasil dari pernyataan 9 pada variabel Y yaitu “Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI mengubah pola pikir saya menjadi positif terkait dengan vaksin” menghasilkan jawaban setuju paling besar dengan 72.8% atau sebanyak 291 responden menyatakan setuju, lalu pilihan sangat setuju sebesar 18.3% atau sebanyak 73 responden, selanjutnya pilihan tidak setuju sebesar 8.3% atau sebanyak 33 responden, dan di ikuti oleh pilihan sangat tidak setuju sebesar 0.8% atau sebanyak 3 responden dengan pernyataan Pesan yang diberikan akun instagram Kemenkes RI mengubah pola pikir saya menjadi positif terkait dengan vaksin. Jadi, 91.1% jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Artinya dari banyaknya responden merasa pesan yang diberikan mengubah pola pikir menjadi positif terkait vaksin.

Pernyataan ini mengatakan pesan yang diberikan akun Instagram @kemenkes_ri mengubah pola pikir seseorang menjadi positif terkait dengan vaksin sesuai dengan dimensi perubahan sikap di mana pertimbangan seseorang yang menjadi dampak positif dan negatif menjadi suatu tindakan yang menentukan apakah sikap seseorang menjadi tindakan nyata atau tidak, faktor utama lainnya yang mempengaruhi tindakan seseorang itu norma sosial (Zuchdi, 2013). Hal ini dikatakan sesuai karena pernyataan ini menjelaskan terkait perubahan pola pikir seseorang dalam menerima pesan menjadi positif yang sesuai dengan penjelasan perubahan sikap seseorang. Tidak hanya itu pernyataan ini termasuk kedalam salah satu faktor yang menjadi peranan penting terhadap perubahan sikap yaitu faktor konatif, di mana faktor konatif sendiri melihat perilaku seseorang dalam menerima objek atau situasi tertentu merubah sikapnya karena adanya kepercayaan dan perasaan yang dimiliki terhadap objek tersebut.

Selain itu pernyataan ini juga sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM) menjelaskan bahwa manusia dapat mengelaborasi pesan ketika seseorang dapat berpikir mengenai apa yang dikatakan oleh pesan tersebut (Petty,

E, & S. C, 2012). Artinya dengan banyaknya responden mengatakan setuju, seseorang telah melewati proses berpikir yang matang dalam menerima pesan dari akun Instagram @kemenkes_ri mengubah pola pikir seseorang menjadi positif. Hal ini dapat dikatakan sesuai dengan teori *elaboration likelihood model* (ELM). Dan juga responden telah melewati proses rute sentral dalam mengolah pesan karena memiliki pemikiran mengenai suatu pesan yang diterimanya, kemudian akan diintegrasikan pemikiran barunya itu secara keseluruhan.

4.2.3 Uji Hipotesis dan Analisis Data

Pada bagian BAB 3, peneliti sudah melakukan analisis data dan sudah melakukan hipotesis sementara untuk memperkirakan hasil dari penelitian ini. Melalui kuesioner yang dibuat peneliti berupa pernyataan sudah dibagikan kepada 400 responden. Maka, peneliti ingin melihat hubungan dan pengaruh antara variabel X yaitu Pesan Edukasi Covid-19 dengan variabel Y yaitu Perubahan Sikap Remaja. Sehingga, peneliti akan melakukan uji korelasi. Di mana Uji tersebut tidak hanya untuk melihat hubungan antara variabel X dan variabel Y serta hipotesis yang ada. Melainkan, uji ini juga untuk melihat apakah ada hubungan searah ataupun berlawanan antara variabel X dan variabel Y. Selanjutnya analisis regresi linear yang peneliti gunakan untuk melihat besaran nilai dari variabel X terhadap nilai variabel Y, serta memprediksi kuatnya hubungan variabel X dan Y.

4.2.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi yang digunakan peneliti untuk melihat hubungan antara variabel X ialah Pesan Edukasi Covid-19 dan variabel Y ialah Perubahan Sikap Remaja. Berikut adalah hasil olahan data SPSS dengan menyebarkan kepada 400 responden dari uji korelasi dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment*.

Tabel 32 Tabel Hasil Korelasi Variabel X dan Y

Correlations			
		Total X	Total Y
Total X	Pearson Correlation	1	.605**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Total Y	Pearson Correlation	.605**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

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

Sumber: Hasil Output SPSS

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel X yaitu Pesan Edukasi Covid-19 pada feeds Instagram @kemenkes_ri dengan variabel Y yaitu Perubahan Sikap Remaja memiliki korelasi yang positif dan tergolong kuat. Hal itu berdasarkan hasil r hitung nya 0,605 untuk variabel X terhadap variabel Y dan juga r hitung 1 untuk variabel Y terhadap variabel X. Melalui uji korelasi ini dapat dikatakan bahwa Hipotesis H_a diterima di mana terdapat hubungan kuat dan positif antara variabel X dan Y, yaitu apabila nilai dari variabel X naik, maka nilai dari variabel Y juga naik. Sesuai dengan Dari nilai signifikansi di atas, secara parsial pada variabel X nilai sig sebesar 0,00 dan pada penelitian ini nilai α : 0,05. Sehingga $\text{sig} = 0,00 < \alpha = 0,01$. Maka dari itu, sesuai dengan hipotesis penelitian yang dibagi menjadi H_a dan H_o :

H_a : ada pengaruh Pesan Edukasi Covid-19 serta signifikan terhadap Perubahan Sikap Remaja

H_o : tidak ada pengaruh Pesan Edukasi Covid-19 serta tidak signifikan terhadap Perubahan Sikap Remaja

Oleh karena itu dapat disimpulkan, bahwa nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka H_o ditolak, sehingga dapat dikatakan Pesan Edukasi Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri berpengaruh dan juga signifikan terhadap Perubahan Sikap Remaja.

4.2.4.1 Koefisien Korelasi

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X yaitu Pesan Edukasi Covid-19 pada feeds Instagram @kemenkes_ri dengan variabel Y yaitu Perubahan Sikap Remaja menunjukkan hubungan yang kuat dan positif, yaitu 0,605. Di mana arti positif pada penelitian ini adalah hubungan antara variabel X dan variabel Y searah, di mana jika Pesan Edukasi Covid-19 mengalami peningkatan, maka Perubahan Sikap Remaja juga mengalami peningkatan. Menurut Siregar (2013) koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel, dengan nilai korelasi ($r = (-1 \leq 0 \leq 1)$). Untuk kekuatan hubungan, nilai dari koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1.

Tabel 33 Tabel Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Siregar, 2013)

Berdasarkan tabel koefisien korelasi, nilai hubungan antara Pesan Edukasi Covid-19 (X) terhadap Perubahan Sikap Remaja (Y) tergolong pada tingkat hubungan kuat. Hal itu membuktikan jika penggunaan Pesan Edukasi Covid-19 pada akun Instagram @kemenkes_ri mampu atau tergolong kuat mempengaruhi Perubahan Sikap Remaja. Hal ini menurut Venus (2018) dalam merancang pesan umumnya memiliki kepekaan dalam mengidentifikasi karakteristik khalayaknya dan memiliki kreativitas dalam mendesain pesan sesuai ciri-ciri umum khalayak yang menjadi sasaran utama, serta di dukung oleh Devito (2013) pesan menyebabkan perubahan perilaku, sikap, serta keyakinan.

4.2.4.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan variabel X yaitu Pesan Edukasi Covid-19 pada feeds Instagram @kemenkes_ri terhadap variabel Y Perubahan Sikap Remaja (Siregar, 2013). Maka dari tabel yang sudah didapatkan dari korelasi Pearson, yaitu :

$$KD : (r)^2 \times 100\%$$

$$KD : (0,605)^2 \times 100\%$$

$$KD : 0,366025 \times 100\%$$

$$KD : 36,6\%$$

Angka tersebut menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh Pengaruh Pesan Edukasi Covid-19 Pada Feeds Instagram @Kemenkes_ri Terhadap Perubahan Sikap Remaja sebesar 36,6%. Maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y memiliki pengaruh sebesar 36,6% sedangkan 63,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang di luar dari variabel penelitian. Dengan kata lain, “Penggunaan Pesan Edukasi Covid-19 untuk membangun Perubahan bisa dikatakan belum maksimal karena pengaruhnya dibawah 50%”.

4.2.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk memprediksi apakah arah hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent* positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen meningkat atau menurun. Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah diolah menggunakan SPSS, maka peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh dan juga prediksi hubungan variabel X dan variabel Y. Maka tabel regresi linear memiliki hasil sebagai berikut :

Tabel 34 Model Summary Regresi Linear

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.605 ^a	.366	.365	2.999
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Total X

Sumber: Hasil Output SPSS

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan searah dari variabel X dan Y bahwa apabila X meningkat maka Y juga akan meningkat, dari hasil perhitungan angka tergolong positif dengan pengaruh kuat yaitu angka $r = 0,605$. Dengan hasil yang didapatkan menggunakan rumus pearson product moment bahwa pengaruh dari variabel X ke Y bersifat searah tergolong kuat. Dalam hal ini, angka r adalah angka yang menunjukkan korelasi antar variabel.

Tabel 35 Model Coefficients Regresi Linear

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	8.866	1.204		7.364	.000
	Total X	.550	.036	.605	15.172	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Hasil Output SPSS

Persamaan regresi sesuai dengan rumus yang sudah di tentukan di bab sebelumnya maka, dari angka tabel di atas, $Y = 8.866 + 0.550 X$. Angka a dan b didapatkan dari hasil tabel koefisien regresi linear, yaitu dari variabel *dependent* dan *independent*. Maka persamaan ini digunakan untuk memperkirakan nilai Perubahan Sikap Remaja yang dipengaruhi oleh Pesan Edukasi Covid-19 Pada Feeds Instagram @kemenkes_ri. Untuk menentukan apakah rumus dapat digunakan, caranya adalah dengan membandingkan F tabel dan F hitung serta sig dan a. F hitung merupakan angka yang digunakan dari hasil tabel ANOVA yaitu sebuah tabel yang menunjukkan angka variasi dan rata-rata dari korelasi dua variabel. F hitung yang ada pada tabel tersebut merupakan angka yang menunjukkan angka hasil regresi untuk melihat hubungan seberapa besar nilai variabel X dengan variabel Y. Lalu angka signifikan dan F hitung tadi digunakan untuk melihat apakah persamaan yang sudah dibuat tadi bisa dipakai untuk memprediksi nilai variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X. Maka F hitung :

Tabel 36 Tabel ANOVA Regresi Linear

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2070.372	1	2070.372	230.196	.000 ^b
	Residual	3579.588	398	8.994		
	Total	5649.960	399			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X

Sumber: Hasil Output SPSS

F hitung yang ada pada tabel berjumlah 230.196 dan F tabel yang sudah dihitung berjumlah 3,86. Angka tersebut didapatkan dari rumus F tabel : $F(a)(k, dk)$ alphanya = 0,05 n adalah jumlah responden. Dan k adalah jumlah variabel bebas tambah terikat maka :

$$F(0,05)(1, 400-2-1) = F(0,05)(1, 397) = 3,86$$

$$F \text{ hitung } 230.196 > F \text{ tabel } 3,86 \text{ maka } 0,000 < 0,05$$

Artinya model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh Pesan Edukasi Covid-19 terhadap Perubahan Sikap Remaja. Persamaan regresi linear yaitu $Y = 8.866 + 0.550 X$ maka, ketika nilai pada variabel X bertambah atau jawaban responden bertambah satu poin, maka tingkat Perubahan Sikap Remaja akan bertambah. $X = 11$.

$$\text{Maka, } Y = 8.866 + 0.550. 11 = 14,916$$

Jadi, angka tersebut mengindikasikan, besaran Perubahan Sikap Remaja yang semakin bertambah apabila skor pada Pesan Edukasi Covid-19 pada feeds Instagram @kemenkes_ri semakin bertambah juga. Semakin meningkat nilai X maka semakin meningkat juga nilai.