

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Judul, penulis, tahun	Afiliasi / universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya
1	Novita Dian Utami - Pengaruh Terpaan Pemberitaan Covid19 di Media Radio Suara Surabaya terhadap Tingkat Kesadaran Kesehatan dan Dampaknya terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Surabaya ke Pulau Bali pada Masa Pandemi Covid19 (Studi Eksplanasi pada Masyarakat Kota Surabaya dengan Variabel Tingkat Kesadaran Kesehatan sebagai Variabel Intervening)	Universitas Kristen Satya Wacana	Penelitian Kuantitatif	Berlandaskan pencapaian dari penelitian yang dikerjakan peneliti pada Pengaruh Terpaan Pemberitaan terhadap tingkat kesadarannya dan dampak minat berkunjung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung masyarakat surabaya ke pulau bali. Dapat disimpulkan bahwa terpaan pemberitaan serta informasi yang diberikan radio dapat meningkatkan minat berkunjung masyarakat	Penulis menyarankan penelitian selanjutnya meneliti dengan sample yang heterogen tidak hanya masyarakat satu kota (Surabaya) tetapi seluruh pendengar dari radio tersebut, saran selanjutnya adalah penambahan dari karakteristik agar lebih universal dan dapat mengembankan penelitian menggunakan variabel lain	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel Y yang bertujuan untuk melihat terpaan pemberitaan terhadap dampak yang ditimbulkan
2	Abdul Rokhim - PENGARUH TERPAAN KONTEN @NGERTIS AHAM TERHADAP MINAT	Universitas Islam Negeri Yogyakarta	Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada terpaan konten terhadap sebuah minat investasi ditemukan hasil bahwa terpaan	Penulis menyarankan penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan variabel -	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel Y yang membahas dan bertujuan

	ANAK MUDA BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL (Survey Pada Followers Akun Instagram @ngertisaham)			konten tersebut berhasil membuat pengaruh terhadap minat investasi di kalangan anak muda	variabel lainnya yang lebih menarik lagi untuk dapat dijadikan sebuah penelitian	untuk melihat pengaruh terpaan konten instagram terhadap minat berinvestasi
3	Aditya Putra Riandono - PENGARUH KESADARAN KESEHATAN TERHADAP SUBJECTIVE WELL-BEING PADA REMAJA SELAMA PANDEMI COVID-19	Universitas Muhammadiyah Malang	Penelitian kuantitatif	Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan pada pengaruh kesadaran kesehatan terhadap <i>subjective well-being</i> para remaja selama pandemic covid – 19 bahwa terdapat pengaruh antara kesadaran kesehatan dengan <i>subjective well-being</i> pada remaja selama pandemi covid – 19	Penulis menyarankan penelitian selanjutnya agar lebih berfokus pada perkembangan kondisi kesadaran kesehatan	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variable

Peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu dengan fenomena atau topik pembahasan yang serupa. Pada penelitian pertama ini disusun oleh Novita Dian Utami dengan judul yaitu “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Covid19 di Media Radio Suara Surabaya terhadap Tingkat Kesadaran Kesehatan dan Dampaknya terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Surabaya ke Pulau Bali pada Masa Pandemi Covid19 (Studi Eksplanasi pada Masyarakat Kota Surabaya dengan Variabel Tingkat Kesadaran Kesehatan Sebagai Variabel Intervening” pada tahun 2022. Dalam penelitian ini mengatakan bahwa terpaan media dalam liputan Covid19 pada media radio di Suara Surabaya terhadap skala kesadaran dari sebuah kesehatan beserta pengaruhnya terhadap minat berkunjung masyarakat Surabaya ke pulau Bali berpengaruh signifikan. Berpengaruh karena Pada uji path analisis diperoleh tabel Anova menunjukkan nilai probabilitas  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ . Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research dengan metode kuantitatif.

Penelitian kedua disusun oleh Abdul Rokhim dengan judul skripsi “PENGARUH TERPAAN KONTEN @NGERTISAHAM TERHADAP MINAT

ANAK MUDA BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL (Survey Pada *Followers* Akun Instagram (@ngertisaham)” pada tahun 2022. Peneliti melakukan pencarian data dengan metode kuantitatif yaitu melakukan kuisioner dalam google form kepada 100 responden untuk melihat apakah terpaan konten Instagram @ngertisaham mempengaruhi minat berinvestasi anak muda. Hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini adalah bahwa nilai Sig sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima atau dalam arti lain terdapat pengaruh dari Terpaan Konten @ngertisaham terhadap Minat Anak Muda Berinvestasi Saham di Pasar Modal.

Lalu untuk penelitian ketiga disusun oleh Aditya Putra Riandono dengan judul “PENGARUH KESADARAN KESEHATAN TERHADAP SUBJECTIVE WELL-BEING PADA REMAJA SELAMA PANDEMI COVID-19” pada tahun 2020. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan sampel 100 remaja yang akan mengisi kuisioner melalui google form. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara kesadaran kesehatan dengan subjective well-being pada remaja selama pandemi covid19.

Maka dari itu peneliti ingin meneliti media sosial TikTok dengan fokus fenomena mengenai kesadaran kesehatan tidur agar adanya sebuah kebaruan yang ada pada penelitian ini.

## **2.2. Teori & Konsep**

### **2.2.1. Komunikasi Media Baru**

Komunikasi Media baru atau bisa juga disebut dengan Bahasa Inggris yaitu *New media*. Media baru ini adalah sebuah media yang menggunakan jaringan internet berlandaskan dari teknologi online atau dalam jaringan. *New media* sendiri juga berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, juga dapat digunakan dengan umum atau privasi. Pada dasarnya media baru merupakan sebuah istilah yang diluncurkan untuk kemunculan dari perubahan media dari konvensional ke digital, maka banyak juga yang menyebut media baru ini dengan sebutan *new digital media*. pada media baru ini memiliki banyak macam kebaruan dari media – media sebelumnya yang mana bila kontennya terpisah, seperti media cetak hanya teks dan

gambar saja. Pada media baru ini dapat menampilkannya dengan gabungan teks, suara, gambar atau video di dalam satu kontennya. (Ginting, et al., 2021)

Komunikasi adalah suatu keadaan dimana terjadinya sebuah interaksi secara lisan maupun nonverbal antara pengirim dan penerima informasi dengan maksud mengubah perilaku masing – masing individu. Pertukaran informasi dalam bentuk ucapan, simbol, ataupun gerakan yang dilaksanakan pada perangkat lunak dengan jaringan nirkabel merupakan arti dari komunikasi media baru, yaitu sebuah komunikasi yang dilaksanakan pada media yang baru atau dengan media yang lebih modern. (Muhammad, 2016)

Jika dikaitkan komunikasi media baru adalah sebuah penyampaian serta pertukaran informasi yang diberikan kepada satu pihak atau lebih, dengan menggunakan media baru atau dengan *new media*, yaitu menggunakan jaringan dari internet dalam berbagai macam bentuk seperti teks, suara, atau visual. Perbedaan komunikasi media baru dengan tradisional ini dilihat dari cara individu memproduksi pesan, pendistribusian atau pengiriman, sampai dengan cara individu lainnya membaca pesan tersebut.

Komunikasi media baru yang ada pada penelitian ini adalah adanya hubungan dua arah yang dilaksanakan menggunakan *new media* yaitu adalah media sosial TikTok. Hubungan tersebut terjadi melalui media audio visual atau teks, suara, dan juga visual yaitu seperti konten yang berbentuk video pada media sosial TikTok.

#### **2.2.1.1. Media Sosial**

Media sosial merupakan tempat ketika orang – orang di dalamnya dapat terkoneksi lalu membagikan informasi – informasi dengan berbagai macam bentuk seperti teks, audio, visual, atau juga gabungan dari ketiganya. Media sosial menurut Nasrullah (2015 ) adalah suatu perantara dari jaringan internet yang dapat penggunaanya untuk mempresentasikan dirinya untuk melakukan interaksi, melakukan kerjasama, berbagi, berinteraksi dengan yang lain membuat sebuah hubungan sosial secara daring. Menurut Nasrullah media sosial memiliki arti sosial

yang berbeda - beda yaitu seperti pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*), dan kerjasama (*co-operation*).

Tidak hanya berbentuk dalam pemaknaannya saja tetapi media sosial juga memiliki jenis – jenis yang dapat dikategorikan oleh Nasrullah, seperti yang terdapat dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah R. , 2015) yaitu :

1. Social Networking

Social Networking adalah sebuah tempat dimana hal tersebut dapat dipakai agar bisa melaksanakan hubungan dua arah, dan juga efek yang dilahirkan melalui hubungan dua arah pada dunia virtual. Karakter terdepan dari jaringan sosial ini adalah pemakainya dapat membentuk jaringan kelompok yang baru yang dapat beraskan dari adanya kesamaan – kesamaan seperti hobi dan ketertarikan lainnya.

2. ● Blog

Blog adalah salah satu fitur yang disediakan oleh media sosial untuk membagikan aktivitas keseharian dari para pengguna, menyampaikan sanggahan, dan berpartisipasi dengan individu lainnya dengan menyebarkan *link* web, informasi, dan lain - lain.

3. Microblogging

Microblogging adalah fasilitas media sosial dengan kegunaan agar dapat menuliskan sebuah tulisan yang dapat diunggah serta pendapatnya. Microblogging ini merujuk pada salah satu media sosial yaitu adalah Twitter yang mana pada saat itu twitter menyediakan ruang tertentu dengan maksimal kata yang cukup sedikit yaitu 140 kata.

4. Media Sharing

Di dalam Media Sharing ini dapat dipastikan penggunanya untuk dapat membagikan berbagai jenis media seperti berkas, audio visual, audio, gambar secara daring. Contohnya disaat seperti ini adalah Instagram dan juga TikTok.

## 5. Social Bookmarking

Social Bookmarking merupakan sebuah penanda untuk media sosial sang pengguna yang berguna untuk dapat mengorganisasikan, menyimpan, mengelola, serta mencari sesuatu seperti informasi dan berita secara online.

## 6. Wiki

Wiki sendiri adalah sebuah platform konten di mana isi kontennya tersebut terbentuk melalui kolaborasi antara para pengguna media tersebut. Lalu setiap pengguna yang berada di dalamnya dapat mengubah atau menyunting konten yang telah di publikasikan tersebut.

Untuk jenis media sosial yang telah dijelaskan diatas telah dikategorikan menjadi enam bagian menurut Nasrullah. Di dalam 6 bagian tersebut, media sosial yang dipakai pada penelitian adalah TikTok yang merupakan kategori media sosial *social networking* karena disini adanya hubungan dua arah serta adanya efek yang di hasilkan.

### 2.2.1.1.1. TikTok

TikTok merupakan media sosial yang berasal dari negara Cina dengan nama Douyin. TikTok ini pertama kali ditemukan oleh seseorang bernama Zhang Yi Ming pada September 2016 yang lalu. Pada awalnya media sosial ini hanya dapat membagikan video dengan durasi 15 detik saja dan biasanya di isi oleh para penggunanya dengan berjoget atau menari karena aplikasi ini terus melonjak tinggi dari segi penggunaan dan popularitasnya maka Douyin memperluas jangkauan hingga ke luar dari negara cina itu sendiri dengan nama baru yaitu TikTok. Sebutan untuk para pengguna yang membuat konten video tersebut biasa disapa dengan konten kreator (kumparan.com, 2020).

TikTok sekarang telah mendunia, jumlah pengguna yang dimilikinya berdasarkan data dari *Bussines of Apps* (2023) mengatakan bahwa ada 1,6 miliar pengguna aktif TikTok di seluruh dunia pada tahun 2022 . Dengan itu TikTok banyak mengembangkan aplikasinya dengan menambah serta memperbaiki fitur –

fitur yang ada pada social media tersebut. Seperti yang kita ketahui bahwa TikTok ini media sosial berbasis media audio visual sehingga ada gabungan dari teks, suara, gambar, dan juga video yang dii satupadukan menjadi satu yang di sebut sebagai sebuah konten. Pada konten yang di unggah oleh para konten kreator sekarang ini sudah dapat di berikan *comment*, *like*, *share*, dan juga *save*. Untuk durasi dari kontennya sendiri sekarang telah diperbaharui dengan durasi selama 3 menit yang awalnya hanya bisa 3 menit saja. Dengan itu maka lebih banya konten kreator yang pada awalnya hanya mengunggah hiburan beralih menjadi sebuah ajang untuk para kreator menampilkan kebiasaan serta memberikan informasi yang bermutu. Seperti konten video memasak dengan resep – resep baru, lalu tips berolahraga dari seorang personal trainer, sampai ke informasi edukasi kesehatan oleh para dokter – dokter yang handal.

Pada penelitian ini, peneliti berkeinginan untuk dapat melihat bagaimana sebuah aplikasi media sosial yaitu TikTok apakah mampu membuat penggunanya merasakan kesadaran diri karena teredukasi atau merasa kebutuhan informasinya terpenuhi oleh konten – konten video yang berada di dalamnya, yang telah diberikan oleh para konten kreator.

### **2.2.2. Terpaan Media**

Terpaan Media atau kerap dikenal sebagai media exposure ini merupakan sebuah sikap atau perilaku seseorang dalam penggunaan media. Adanya sebuah kondisi dari pengguna yang ditimpa oleh sebuah pesan yang di berikan serta sampaikan oleh media merupakan pengertian dari media itu sendiri (Mahendra & Ismail, 2022). Terpaan adalah sebuah tingkat intensitas dari situasi publik yang dimana ia menerima pemahaman yang disebarluaskan dari pihak media. Terpaan ini mampu diartikan sebaai sebuah tindakan mendengarkan, menyimak pesan, melihat gambar atau video juga pengalaman dan perhatian yang diberikan pada pesan sehingga dapat terjadi pada orang lain atau juga kelompok.(Ardianto E. L., 2014).

Menurut Ardianto (Ardianto E. K., 2017) mengatakan bahwa terpaan media dapat diukur dengan indikator seperti berikut :



a) Frekuensi

Frekuensi disini dapat dikatakan mengukur dengan rutinitasnya. Berapa kali dan seberapa sering pengguna tersebut memakai media dan mengkonsumsi dari isi media tersebut.

b) Durasi

Durasi pada pengukuran ini meliputi berapa lama dalam rentang waktu seseorang itu menggunakan media dan mengkonsumsi dari isi media tersebut. Jika hal ini semakin lama maka semakin besar ia menyerap media tersebut.

c) Atensi

Atensi dalam pengukuran ini dapat dilihat dari tingkat perhatiannya atau proses dari mental pengguna tersebut dalam memperhatikan sebuah konten. Hal ini dilihat juga dari fokusnya seperti melihat media dengan melakukan kegiatan – kegiatan lain, melihat media dengan tidak melakukan kegiatan lain, atau melihat media dengan melaksanakan perbincangan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hal ini dapat diukur dengan seberapa fokus dan *terinfluence* nya atensi orang terhadap suatu konten.

Sehingga dapat dikatakan bahwa terpaan media merupakan sebuah keadaan dimana seorang individu yang menggunakan media dengan mendengarkan, membaca, dan memberi perhatian terhadap isi dari pesan di dalam media tersebut, sehingga menimbulkan adanya efek atau individu yang tertera akan media tersebut.

Terpaan media yang terjadi di dalam penelitian ini ada adalah bagaimana para khalayak atau audiens menerima isi pesan dari suatu media yaitu adalah video konten edukasi TikTok pada akun @drprasadja, apakah mereka akan merasakan adanya perubahan atau tidak bisa dari segi pengetahuan sampai dengan perubahan praktik. Hal tersebut juga sejalan dengan teori kultivasi yaitu bagaimana penggunaan media digunakan kepada khalayaknya sehingga hal tersebut dapat memberikan reaksi kepada khalayak yang tertera .



### 2.2.3. Kesadaran Kesehatan

Kesadaran kesehatan dalam Bahasa Inggris disebut sebagai *health consciousness* yang berarti kesadaran merupakan sebuah kondisi dimana individu memiliki perasaan merasakan atau mengerti akan sebuah perkataan, keadaan, atau situasi terhadap kesehatannya seperti yang dikatakan oleh (Sandu, 2015) bahwa kesadaran kesehatan merupakan sebuah tingkatan dimana masalah dari kesehatan mengambil bagian dari kehidupan sehari – hari individu. Dengan itu berkesinambungan dengan yang dikatakan oleh (Hu, 2013) bahwa kesadaran kesehatan menciptakan individu merasa butuh untuk bergabung kedalam persoalan yang berkaitan mengenai kesehatan serta memotivasi untuk menjalani gaya hidup sehat yang ditimbulkan melalui edukasi mengenai kesehatan yang diperoleh individu.

Kesadaran kesehatan pada penelitian ini terfokuskan untuk sampai pada ranah afektif. Pada tingkatan afektif lebih menekankan kepada aspek – aspek dari perasaan, seperti adanya minat dan juga sebuah sikap. Karena kesadaran kesehatan pada penelitian ini sampai kepada sikap melaksanakan praktik dari kesehatan tidur tersebut. Seperti yang dikatakan menurut Popham yang menyatakan bahwa pada ranah afektif melingkupi sikap, minat, emosi, dan juga nilai hidup (2013).

Menurut Hasibuan, kesadaran merupakan sebuah sikap dimana individu secara sukarela melakukan serta mematuhi semua aturan serta paham akan adanya kewajiban dan tugas yang harus dijalankannya. Sehingga yang dimaksud yakni individu berada di keadaan yang paham akan dirinya juga dapat merespons sesuai dengan keadaan lingkungannya. Tingkat kesadaran dari individu sendiri dapat dilihat serta diukur melalui kesadarannya serta respon individu tersebut terhadap sebuah rangsangan yang di dapat. Jika individu sadar maka ia dapat tahu bagaimana harus bersikap, berperilaku, memahami, dan juga menggunakan pengetahuannya. Hal tersebut sama dengan yang dapat dikatakan dengan kesadaran kesehatan juga memiliki tingkatan atau indikatornya (Hasibuan, 2014).

Pada penelitian, kesadaran kesehatan dapat dilihat pada saat individu sadar akan pesan tentang kesehatan tidur yang telah disampaikan. Menurut Soekidjo Notoatmojo (Lestari, 2010) Untuk dapat melihat kesadaran kesehatan ada indikator dimensi yang dapat mengukurnya menurut Notoatmojo yaitu dengan :

1. Pengetahuan tentang kesehatan
2. Sikap terhadap kesehatan
3. Praktik Kesehatan

Pada penelitian ini kesadaran kesehatan terfokus kepada kesadaran kesehatan tidur pengikut serta penonton dari akun @drprasadja, hal tersebut juga selaras terhadap teori yang dipakai yaitu kultivasi mengenai atau reaksi yang diberikan oleh khalayak karena telah terterpa secara terus menerus oleh konten dari akun media massa yaitu media sosial TikTok @drprasadja.

#### **2.2.4. Kesehatan Tidur**

Kesehatan Tidur menurut Buysee (2014) merupakan sebuah pola dalam keseharian tidur dimulai dari awal tidur sampai keadaan bangun, yang dimensinya disesuaikan dengan tuntutan individu, sosial, lingkungan, untuk bisa menaikkan kesehatan fisik serta kesehatan mental. Buysee juga mengatakan bahwa kesehatan tidur ini tidaklah hanya dilihat dari kepuasan subjektif saja melainkan juga mencakup waktu seperti jam yang tepat untuk memulai tidur, durasi tidur yang juga pas tidak lebih dan tidak kurang, tidak adanya kesulitan untuk memulai tidur serta mudah kembali tertidur jika terbangun disaat waktu tidur, lalu mampu untuk tetap fokus menjalankan kegiatan sehari – harinya tanpa rasa kantuk.

Menurut WHO yang dikutip oleh Kementerian Kesehatan (2019), mengatakan dalam hal ini kesehatan merupakan kondisi yang sempurna, badan yang sejahtera, jiwa, serta juga sosialnya. Sedangkan tidur adalah sebuah kebutuhan dari tubuh manusia dapat juga dapat dijadikan sebuah indikator tingkat kesehatan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kesehatan tidur adalah kondisi dimana individu memiliki kualitas tidur yang berkualitas dari beberapa segi karena tidur yang nyenyak saja belum tentu kesehatan mengenai tidurnya tidak bermasalah. Di dalam penelitian ini kesehatan tidur berkaitan dengan segala aspek seperti waktu, durasi, adakah gangguan saat tidur seperti mendengkur, mengigau dan beberapa ciri penyakit lainnya.

### 2.2.5. Video Edukasi

Video edukasi merupakan sebuah alat atau cara yang dapat digunakan untuk dapat menampilkan materi – materi pembelajaran yang di produksi dalam gabungan dari bentuk audio dan juga bentuk visualnya. Pengertian ini juga dikemukakan oleh (Putra, 2017) yang mengatakan bahwa video edukasi adalah sebuah media yang menggunakan sebuah suara atau audio dan gambar atau video yang terangkai satu sama lainnya menampilkan sebuah materi edukasi.

Menurut Sokheh (2017) mengatakan video edukasi yang dilakukan untuk sebuah pembelajaran ini merupakan gabungan dari beberapa media – media audio dan juga visual serta menggunakan sebuah alat untuk menampilkannya untuk khalayak. Selain membutuhkan sebuah alat untuk dapat menampilkannya ada juga proses dari pembuatan video edukasi yang harus diperhatikan seperti sumber daya manusianya atau orang yang akan membuat video tersebut harus memahami atau memiliki kemampuan dalam bidangnya, berkemampuan untuk merancang dan memproduksi video, peralatan video yang memadai, dan yang terakhir adalah dapat merancang serta merangkai naskah untuk video tersebut.

### 2.2.6. Teori Kultivasi

Teori kultivasi adalah sebuah teori penanaman yang mulanya diperkenalkan oleh George Gerbner dan rekannya pada tahun 1969 dengan pokok pikiran mengenai media massa terhadap penanaman suatu nilai yang tentu akan berpengaruh kepada sikap perilaku khalayak tersebut atau terfokuskan kepada effect atau dampak yang ditimbulkan. Untuk itu, teori ini dapat memprediksi serta menjelaskan persepsi, pemahaman, serta sebuah pembentukan keyakinan efek dari konsumsi informasi media dalam jangka yang panjang seperti yang dikatakan oleh Morison (2018).

Menurut Morisson (2018) dalam teori ini, penonton dari media massa tersebut di pisahkan menjadi 2 bagian yaitu *light viewer* dan *heavy viewer*. Konsep *light viewer* dan *heavy viewer* yang mengacu pada tingkat paparan dan konsumsi media massa oleh individu. *Light viewer* merujuk pada individu yang memiliki paparan media yang terbatas atau konsumsi media yang tergolong rendah. Mereka

mungkin hanya menyaksikan sedikit program televisi, membaca sedikit koran, atau menghabiskan waktu yang terbatas dalam penggunaan media digital. Karena paparan yang terbatas ini, *light viewer* cenderung memiliki pengaruh yang lebih sedikit dari media massa terhadap persepsi dan keyakinan mereka terhadap realitas sosial.

Di sisi lain, *heavy viewer* merujuk pada individu yang memiliki paparan media yang intensif dan konsumsi media yang tinggi. Mereka menghabiskan banyak waktu dalam menonton televisi, membaca koran dan majalah, atau terlibat dalam penggunaan media digital secara aktif. *Heavy viewer* secara konsisten terpapar oleh pesan dan narasi yang dibentuk oleh media massa. Mereka mungkin lebih mungkin untuk mempercayai representasi media sebagai gambaran yang akurat dari realitas sosial dan membentuk keyakinan dan sikap yang sesuai dengan pesan yang mereka saksikan secara berulang.

- Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk menganalisis bagaimana pengaruh terpaan video konten yang diperoleh dari @drprasadja dalam aplikasi tiktok terhadap kesadaran kesehatan tidur, dan melihat apakah individu yang sering terpapar konten tersebut memiliki persepsi yang lebih akurat dan komprehensif mengenai pentingnya tidur yang baik dan dampaknya terhadap kesehatan secara keseluruhan.

### **2.2.7. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan sebuah pengertian dari dimensi ungkapan mengenai penelitian yang akan dilaksanakan ini. Hal ini juga dimaksudkan agar tidak adanya kesalahan dari penafsiran atau pemaknaan istilah dari kata – kata yang berada dalam judul penelitian. Adapun definisi operasional pada penelitian yaitu :

#### **1. Terpaan Media**

Terpaan media yang ada pada penelitian merupakan variabel x atau variabel independen pada penelitian. Menurut Ardianto (Ardianto E. K., 2017), Terpaan media dioperasionalkan berdasarkan sebuah konsep yang mengatakan ada 3 indikator terpaan yang didapatkan dari media yaitu sebagai berikut :

a) Frekuensi

Frekuensi disini dilihat dari seberapa sering terpaan media dari konten video edukasi kesehatan tidur dari akun TikTik @drprasadja dilihat oleh para *followersnya*.

b) Durasi

Durasi disini dapat dikatakan dengan seberapa lama (dalam kurun waktu) *followers* dari @drprasadja menonton konten video edukasi mengenai kesehatan tidur.

c) Atensi

Atensi disini dapat dikatakan dengan seberapa besar tingkat perhatiannya para *followers*, seberapa besar memperhatikan atau mengamati konten video edukasi

2. Kesadaran Kesehatan

Kesadaran Kesehatan merupakan variabel Y atau variabel dependen pada penelitian ini. Menurut Soekidjo Notoatmojo (Lestari, 2010) kesadaran dalam kesehatan dapat dilihat dari indikator sebagai berikut :

a) Pengetahuan tentang kesehatan

Pada indikator dilihat dengan seberapa besar para *followers* mengetahui informasi edukasi mengenai kesehatan tidur dari konten video TikTok tersebut.

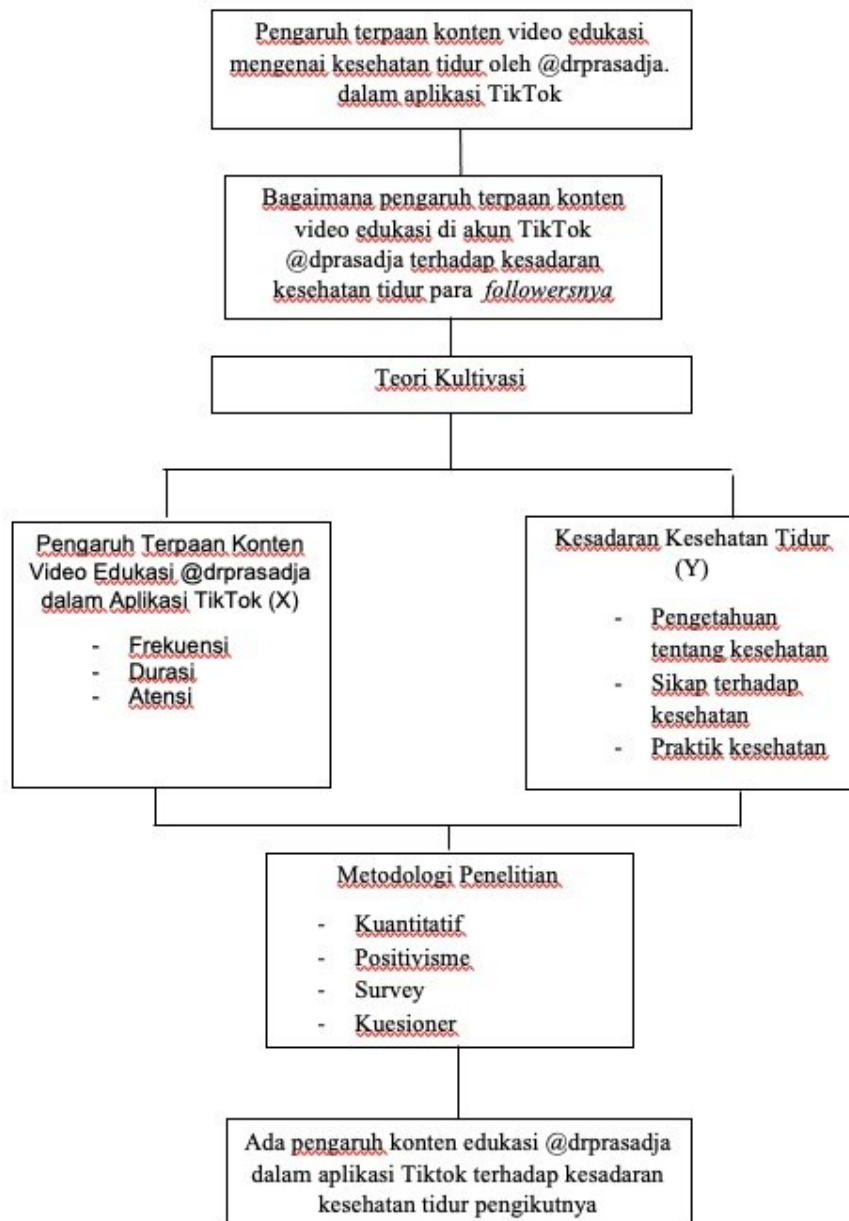
b) Sikap terhadap kesehatan

Pada indikator ini dapat dilihat dari bagaimana sikap dari para *followers* apakah dapat menilai atau merencanakan tindakan untuk menjaga kesehatan tidur.

c) Praktik kesehatan

Pada indikator ini dapat dilihat dari bagaimana perilaku dari para *followers* apakah adanya perubahan menjaga kesehatan tidur dengan mengikuti

### 2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Penelitian diatas berangkat dengan judul Pengaruh Terpaan Konten Video Edukasi Mengenai Kesehatan Tidur oleh @Drprasadja dalam Aplikasi Tiktok dan memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh terpaan konten video edukasi mengenai kesehatan tidur oleh @drprasadja dalam aplikasi tiktok. Penelitian ini menggunakan teori kultivasi sebagai landasan teori dan terdapat 2 varabel pada penelitian ini yaitu ada variabel independen atau variabel X serta variabel dependen

atau variabel Y pada penelitian ini yang dimana pada variabel independen terdapat pengaruh terpaan konten video edukasi @drprasadja dalam aplikasi tiktok yang berisi frekuensi, durasi dan juga atensi. Pada variabel y, terdapat kesadaran kesehatan tidur yang berisi pengetahuan mengenai kesehatan, sikap terhadap kesehatan, dan praktik kesehatan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan paradigme positivisme serta metode pengambilan data kuesioner. Hal yang sudah dijelaskan tersebut akan menghasilkan pengaruh terpaan konten video edukasi @drprasadja terhadap kesadaran kesehatan tidur bagi para *followersnya*.





