

Analisis Pengaruh Berita COVID-19 Terhadap Perilaku Masyarakat di Masa Pandemi dan masa Transisi Pandemi ke Endemi COVID-19

David Saputera, Jonathan Satrianaga Sudibyo, Felisa Leonita, Mansi Al Michelle, Pradita University, david.saputra@student.pradita.ac.id

ABSTRACT: The rapid spread of the COVID-19 virus has made it classified as a pandemic. The Covid-19 virus is a family of the SARS virus that attacks the human respiratory system. The Covid-19 virus was first identified and discovered in Wuhan, China on December 31, 2019. In response to its rapid spread, many efforts have been made by the government. Some examples of efforts made, such as implementing social restrictions to reduce the possibility of the virus spreading from one person to another. During a pandemic because there is very little social contact, the media plays an important role in disseminating information to the public. This study aims to analyze the effect of news in influencing people's behavior during the pandemic and the transition period from pandemic to endemic. The research method used in the study was carried out with a descriptive-qualitative approach and the data used was secondary derived from existing research and surveys. The analysis was carried out using news exposure theory and S-O-R theory as the approach. Media exposure theory was used to find the intensity and effectiveness of the news spread. While S-O-R theory is used to find out the effects of news on changes in people's behavior. The results of this study found that the media plays a role in providing a stimulus that will affect the behavior produced by the recipient of the stimulus. Also, it was found that there were differences in the stimulus given according to the conditions of the COVID-19 outbreak. During a pandemic, the type of news disseminated refers to the dangers and ways to avoid a pandemic. Meanwhile, the type of news disseminated during the transition period refers more to the recovery of conditions from the pandemic and the situation that is starting to be safe.

KEYWORDS: Covid-19, News, Media, Behavior, Pandemic, Endemic.

ABSTRAK: Penyebaran virus COVID-19 yang sangat cepat membuat virus ini diklasifikasikan sebagai pandemi. Virus Covid-19 merupakan salah satu famili dari virus SARS yang menyerang sistem pernapasan manusia. Virus Covid-19 pertama kali teridentifikasi dan ditemukan di Wuhan, China pada 31 Desember 2019. Dalam menanggapi penyebarannya yang sangat cepat, banyak upaya yang dilakukan pemerintah. Beberapa contoh upaya yang dilakukan, seperti menerapkan pembatasan sosial untuk mengurangi kemungkinan virus menyebar dari satu orang ke orang lainnya. Pada masa pandemi karena kontak sosial yang terjadi sangat sedikit, media memegang peranan penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan analisis terhadap efek berita dalam memengaruhi perilaku masyarakat di masa pandemi serta masa transisi dari pandemi ke endemi. Metode Penelitian yang digunakan pada penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif-kualitatif dan data yang digunakan bersikap sekunder yang berasal dari penelitian dan survey yang ada. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori terpaan berita dan teori S-O-R sebagai pendekatannya. Teori terpaan media digunakan untuk mencari intensitas dan keefektivitasan berita yang tersebar. Sementara teori S-O-R digunakan untuk mencari tahu efek dari berita terhadap perubahan

perilaku masyarakat. Hasil dari Penelitian ini menemukan bahwa media memegang peranan dalam memberikan stimulus yang akan mempengaruhi perilaku yang dihasilkan oleh penerima stimulus. Serta, ditemukan adanya perbedaan stimulus yang diberikan disesuaikan dengan kondisi wabah COVID-19. Pada masa pandemi, jenis berita yang disebarkan merujuk pada bahaya dan cara menghindar dari pandemi. Sementara, Jenis berita yang disebarkan pada masa transisi lebih merujuk kepada pemulihan kondisi dari pandemi dan situasi yang mulai aman.

KATA KUNCI: Covid-19, Berita, Media, Perilaku, Pandemi, Endemi.

I. PENDAHULUAN

Tahun 2020 merupakan tahun dimana virus COVID-19 menyebar dan diklasifikasikan sebagai sebuah pandemi. Virus Covid-19 merupakan salah satu famili dari virus SARS yang menyerang sistem pernapasan manusia. Virus ini menyebar melalui cairan yang dikeluarkan penderita ketika bersin, batuk atau meludah. Virus Covid-19 pertama kali teridentifikasi dan ditemukan di Wuhan, China pada 31 Desember 2019. Virus ini kemudian menyebar hingga ke 18 negara diluar negara China dalam kurun waktu 1 bulan dengan total kasus 7,818 pada 30 Januari 2020.([WHO, 2020](#)). Penyebarannya yang sangat cepat membuat WHO mengklasifikasikan virus ini sebagai kelas pandemi pada 11 Maret 2020 (WHO, 2020). Negara indonesia pun tidak luput dari penyebaran virus yang mematikan ini.

Cepatnya penyebaran virus Covid-19 di beberapa negara membuat WHO mengeluarkan kebijakan untuk untuk mengurangi penularan virus Covid-19. Protokol kesehatan yang dikeluarkan oleh WHO meliputi penggunaan masker, menjaga kebersihan, physical distancing, dan melakukan isolasi untuk para penderita Covid-19 (WHO, 2020). WHO mengeluarkan protokol kesehatan dengan harapan dapat mengurangi tingkat penyebaran virus Covid-19. Kemenkes Indonesia pun juga mengeluarkan kebijakan untuk mengurangi penyebaran virus ini di Indonesia.

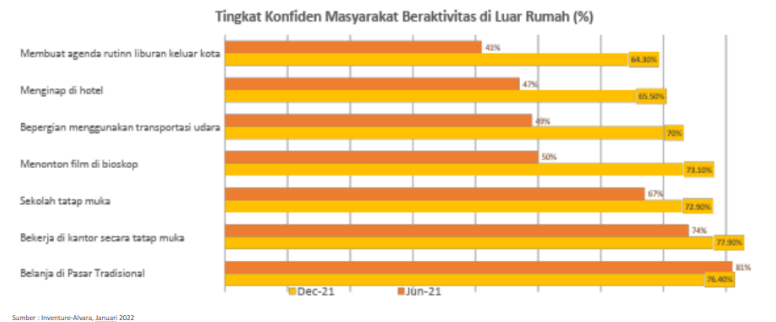
Selama masa pandemi, media informasi merupakan komponen penting dalam menyebarkan informasi. Pembatasan sosial secara fisik membuat masyarakat terpisah dari satu sama yang lain. Maka dari itu, media merupakan jalur utama masyarakat mendapatkan informasi Selain itu, Informasi mengenai Covid-19 juga merupakan jenis informasi yang ingin diketahui oleh masyarakat di masa pandemi. Untuk memenuhi kebutuhan itu, Media informasi membantu dalam menyebarkan informasi mengenai virus COVID-19. Beberapa bentuk informasi yang biasanya tersebar adalah peraturan, pemberitaan status pandemi, infografis cara pencegahan, serta berita penting mengenai wabah yang sedang terjadi lainnya. Akan tetapi, berita yang disebarkan bukan hanya berita baik tetapi juga ada berita buruk. Berita buruk yang

wajah sebelum mencuci tangan, mencuci tangan, menggunakan *hand sanitizer*, menghindari kontak fisik dengan orang lain, mandi setelah beraktivitas diluar rumah, menggunakan masker saat berinteraksi dengan orang lain, memberikan cairan desinfektan pada benda yang disentuh secara berkala, mengkonsumsi makanan yang bergizi, serta lebih sering mengkonsumsi suplemen dan vitamin, merupakan beberapa contoh PHBS yang dilakukan masyarakat di masa pandemi.

Dalam waktu yang singkat PHBS pun menjadi kebiasaan yang melekat di masa pandemi COVID-19. Masyarakat diketahui lebih banyak melakukan aktivitas dirumah dibandingkan di luar rumah guna mengurangi kemungkinan terjangkit penyakit covid. Aktivitas seperti Work From Home dan online meeting menjadi aktivitas new normal yang dijalankan oleh masyarakat. Selain itu, masyarakat juga diketahui mulai menggunakan layanan digital guna mendukung aktivitasnya sehari hari. Selain itu, penggunaan media hiburan dan media sosial diketahui mengalami kenaikan yang sangat besar di masa pandemi. Kenaikan penggunaan layanan alternatif ini menunjukkan bahwa masyarakat aktif dalam mengurangi aktivitas yang dapat membahayakan dirinya.

Setelah 2 tahun pandemi COVID-19 berlangsung, Tahun 2022 merupakan tahun dimana wabah virus covid-19 sudah mulai beralih dari pandemi menjadi endemi. Angka penyebaran yang mulai berkurang serta gejala yang mulai dapat dikendalikan membuat masyarakat lebih percaya diri. Oleh karena itu, masyarakat sudah mulai beraktivitas tanpa adanya kecemasan masih adanya virus covid-19. Pada masa peralihan ini, masyarakat diketahui sangat berantusias untuk melakukan aktivitas di luar rumah (Inventure-alvara, 2022). Sikap antusias ini tentu saja mendorong masyarakat untuk mulai melakukan aktivitas di luar rumahnya. Katadata.com melaporkan bahwa sudah mulai terjadi peningkatan kunjungan masyarakat pada toko retail dan kawasan rekreasi (Rahman, 2022).

OUTDOOR ACTIVITIES MORE CONFIDENCE



Sumber: Alvara-inventure (2022)

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan, diketahui bahwa berita memegang peranan penting dalam memengaruhi perilaku masyarakat di masa pandemi dan masa transisi dari pandemi ke endemi. Banyak penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian mengenai efek berita kepada perilaku seorang individu di masa pandemi (Valentino & Simbolon, 2020., Alkautsar & Putri, 2021., Putu *et al*, 2021, Anggi *et al*, 2021, Nursyafina *et al*, 2021). Akan tetapi, kami menemukan bahwa masih sedikit penelitian yang membahas transisi dari masa pandemi ke endemi. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap efek berita dalam memengaruhi perilaku di masa pandemi serta masa transisi dari pandemi ke endemi. Cakupan penelitian yang kami lakukan hanya sebatas mengenai berita COVID-19 yang tersebar di masa pandemi dan masa transisi dari pandemi ke endemi.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang berfokus pada mengamati mendalam. metode ini juga bersifat interpretif karena hasil penelitian akan berhubungan dengan interpretasi data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2013:7). Hasil analisis data pada penelitian ini berbentuk deskripsi ataupun menggambarkan data yang telah

dikumpulkan (Sugiyono, 2013 : 13 dan 147). Data yang kami gunakan bersifat sekunder yang berasal dari artikel, jurnal, berita dan media online lainnya.

III. HASIL

A. Berita COVID-19 pada media selama masa pandemi.

Penelitian ini menggunakan teori terpaan media untuk menguji intensitas dan keefektivitasan pemberitaan COVID-19. Teori terpaan media membahas bagaimana seorang individu terekspos kepada sebuah pesan atau berita di media. Secara definisi, terpaan media meliputi kegiatan melihat, membaca dan mendengar sebuah pesan yang membuat timbul sebuah perhatian khusus terhadap pesan tersebut. Menurut Hamner dan Organ dalam (Giovanny & Kaligis, 2022) mengemukakan bahwa segala sesuatu yang memengaruhi persepsi nantinya akan berdampak pada perubahan perilaku seseorang.

Teori ini mencakup pesan yang ada di media cetak, media audio, media audio visual ataupun kombinasi dari beberapa media (Mahfudz, 2020, 3). Untuk mengukur intensitas dan keefektivitasan sebuah berita, teori terpaan media menggunakan frekuensi, atensi dan durasi sebagai indikator penilaiannya. Frekuensi didefinisikan sebagai rutinitas atau ukuran seberapa banyak seseorang melihat, membaca dan mendengar isi pesan atau berita. Atensi merupakan tingkat perhatian yang diberikan oleh seseorang ketika terekspos terhadap pesan atau berita yang dimaksud. Sementara durasi merupakan berapa lama waktu yang dihabiskan seseorang untuk melihat, membaca dan mendengar isi pesan atau berita dari media.

Kajian pustaka menemukan bahwa berita yang beredar di media pada masa pandemi telah memenuhi kriteria indikator teori terpaan media (Alkautsar & Putri, 2021., Susanto et al., 2021., Mahfudz A, 2020). Masyarakat diketahui terekspos dengan cukup baik pada semua indikator. Kajian pustaka menemukan bahwa masyarakat sering melihat berita mengenai pandemi covid-19 (frekuensi), memerhatikan berita dengan cukup baik (atensi), dan menghabiskan banyak waktu membaca

berita yang beredar (durasi). Berita yang dibaca datang dalam berbagai topik, seperti Protokol kesehatan, cara mencegah, informasi terbaru mengenai status pandemi, dan lain-lain. Selain itu, kajian pustaka juga menemukan bahwa adanya pengaruh kuat dari indikator yang telah disebutkan dalam memengaruhi perilaku masyarakat.

Media- media yang digunakan dalam penyebaran berita ini beragam. Beberapa contoh media yang digunakan yaitu iklan televisi, website resmi Kemenkes RI, sosial media, liputan berita yang beredar, dan masih banyak lagi. Penggunaan seluruh media-media ini bertujuan agar seluruh masyarakat dapat mengakses berita himbauan tersebut dengan cepat dan mudah. Akan tetapi, Pemenuhan kriteria ini banyak diatribusikan kepada media sosial. Media sosial membantu mempercepat persebaran informasi mengenai Covid-19. Informasi yang disebarkan dapat membantu mengubah pola pikir serta perilaku masyarakat terhadap pandemi. Media sosial memiliki sifat pertukaran informasi secara dua arah. Berbeda dengan media konvensional, jalur informasi 2 arah ini membuat pertukaran informasi menjadi lebih cepat. Maka dari itu, masyarakat dapat dengan lebih cepat mendapatkan informasi terbaru. Akan tetapi, kecepatan peredaran ini juga membawa dampak buruk seperti banyaknya beredarnya hoax dan amplifikasi sentimen buruk yang berlebihan (Kartika, 2021).

Pada masa pandemi, berita yang beredar lebih merujuk kepada bagaimana cara masyarakat dapat terhindar dari wabah COVID-19 dan informasi terbaru mengenai pandemi. Beberapa contoh berita yang beredar seperti himbauan protokol kesehatan, pemberlakuan vaksinasi 2 dosis, dan 1 dosis booster yang telah dilakukan oleh Kemenkes dalam menanggulangi penyebaran virus Covid-19 ([Kemenkes, 2021](#) & [Kemenkes, 2022](#)).



Instagram @Kemenkes_RI



Sumber: Kompas.com



Sumber: Youtube Kementerian Kesehatan RI

Sementara, pada masa transisi pandemi berita yang beredar lebih merujuk kepada pulihnya kondisi dari pandemi dan berakhirnya pandemi. Berita yang beredar pada masa transisi ini datang dalam

berbagai bentuk, seperti Penurunan level PPKM ([Detik, 2022](#)), Informasi terbaru akan pulihnya situasi dari pandemi, pelaksanaan aktivitas normal seperti WFO dan kegiatan belajar mengajar, peningkatan kapasitas pengunjung pada pasar, supermarket, restoran, kafe, mal, bioskop, tempat ibadah, kegiatan olahraga, dan transportasi umum. serta pelanggaran beberapa kebijakan seperti penggunaan masker, test swab PCR dan antigen ([Setkab, 2022](#)).



Sumber: CNBC Indonesia



Sumber: Kemenkes.go.id



Sumber: Twitter @tvOneNews

B. Peran berita dalam memengaruhi perilaku masyarakat di masa pandemi dan masa transisi pandemi ke endemi.

Efek berita dikaji dengan menggunakan teori S-O-R. Teori S-O-R menjelaskan bagaimana reaksi seorang individu ketika diberikan stimulus. Teori ini menjelaskan bahwa ada tiga komponen dalam memengaruhi respon seorang individu. Komponen tersebut berupa *Stimulus*, *Organism*, dan *Response*. Stimulus merupakan pesan yang berisikan informasi dan diedarkan oleh media. Organisme merupakan subjek terekspos oleh pesan atau stimulus yang beredar. sementara respon adalah perilaku yang timbul di organisme setelah mendapatkan sebuah stimulus. Pada konteks penelitian ini, stimulus yang disebut adalah berita, organisme adalah masyarakat, dan respon adalah perilaku yang ditimbulkan masyarakat setelah menerima stimulus.

1. Efek berita terhadap perilaku masyarakat di masa pandemi.

Penelitian terdahulu menemukan bahwa terdapat respon khusus yang dihasilkan oleh berita-berita yang dikonsumsi oleh masyarakat di masa pandemi. Respon ditimbulkan oleh mayoritas masyarakat pada

masa pandemi datang dalam bentuk rasa cemas dan ketakutan. Rasa cemas dan takut ini memengaruhi perilaku seorang individu pada masa pandemi. Perubahan perilaku tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menghindari kemungkinan terpapar virus COVID-19.

Berita-berita Covid-19 yang beredar ditemukan dapat memengaruhi perilaku hidup bersih dan sehat masyarakat (Valentino & Simbolon, 2020., Alkautsar & Putri, 2021., Putu *et al*, 2021, Anggi *et al*, 2021, Nursyafina *et al*, 2021). Pengaruh tersebut berupa peningkatan kesadaran masyarakat untuk melakukan protokol kesehatan di kehidupannya sehari-hari (Albert & Siti, 2022), meningkatkan keinginan masyarakat dalam mengikuti kegiatan vaksinasi (Ayu & Dian, 2022), dan takut beraktivitas diluar rumah (Novita & Eddy, 2022). Sementara, secara khusus, Valentino & Simbolon (2020) ditemukan bahwa pemberitaan Covid-19 meningkatkan beberapa aktivitas perilaku hidup bersih dan sehat. Perilaku yang dimaksud meliputi lebih menghindari menyentuh bagian wajah sebelum mencuci tangan, lebih rutin mencuci tangan, lebih rutin menggunakan *hand sanitizer*, lebih menghindari kontak fisik dengan orang lain, lebih sering mandi setelah beraktivitas diluar rumah, lebih sering menggunakan masker saat berinteraksi dengan orang lain, lebih sering memberikan cairan desinfektan pada benda yang disentuh secara berkala, lebih sering mengonsumsi makanan yang bergizi, serta lebih sering mengonsumsi suplemen dan vitamin.

2. Efek Berita terhadap perilaku masyarakat di masa transisi dari pandemi ke endemi.

Penelitian terdahulu menemukan bahwa terdapat respon khusus yang dihasilkan oleh berita-berita yang dikonsumsi oleh masyarakat di masa transisi. Berbeda dengan masa pandemi, respon yang ditimbulkan pada masa transisi cenderung merujuk kepada rasa antusiasme masyarakat untuk kembali beraktivitas dengan normal. Rasa antusiasme ini ditemukan memengaruhi perilaku yang sebelumnya telah diadopsi pada masa pandemi. Pada masa pandemi, masyarakat cenderung lebih berhati-hati dan mengurangi kontak fisik antara satu sama lain. Sementara pada masa transisi, Sebanyak 70 - 80% masyarakat

dilaporkan telah mengubah kebiasaannya saat melakukan kegiatan diluar rumah jika dibandingkan dengan masa sebelum covid-19. Beberapa contoh kebiasaan ini seperti menetapkan protokol kesehatan dan lebih sedikit melakukan aktivitas di luar rumah. masyarakat diketahui lebih sering beraktivitas diluar rumah, bersosialisasi secara fisik, mulai melakukan WFO (Work From Office) dan beberapa aktivitas fisik lainnya.

Selain itu, survey yang dilakukan McKinsey menemukan bahwa mayoritas dari masyarakat Indonesia masih melakukan kebiasaan yang telah diadopsi pada masa pandemi. Masyarakat dilaporkan juga memiliki substitusi lain untuk tetap melakukan kegiatannya di dalam rumah. Masyarakat dilaporkan masih menggunakan layanan-layanan alternatif dari media digital dalam menunjang kegiatannya di dalam rumah. Alternatif layanan tersebut berupa aplikasi *E-commerce*, *food delivery*, *grocery delivery*, *online telemedicine*, *online video conferencing /virtual hangout*, dan *remote learning*, Diketahui bahwa sebanyak 70% dari masyarakat akan tetap menggunakan layanan alternatif tersebut dalam melaksanakan aktivitasnya.

IV. PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa berita memiliki pengaruh yang sangat besar dalam mempengaruhi sentimen masyarakat. Berkat dukungan dari teknologi yang membantu masyarakat mendapatkan informasi lebih cepat, masyarakat dapat dengan lebih mudah terpengaruh pesan yang ingin disampaikan oleh sebuah pihak. Pendekatan dengan menggunakan teori terpaan media menemukan bahwa berita pada covid-19 pada masa pandemi sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada banyak orang dalam waktu yang singkat. Sementara teori S-O-R menjelaskan bahwa berita bergerak sebagai sebuah stimulus dalam menghasilkan sebuah respon. Respon ini biasa datang dalam bentuk perasaan yang dimiliki oleh penerima pesan dan kemudian menghasilkan sebuah perilaku berdasarkan respon yang didapatkan penerima berita. Maka dari itu, berita memegang peranan

sangat penting dalam mengontrol perilaku masyarakat selama masa pandemi.

Pemanfaatan media untuk menyebarkan berita di Indonesia sudah dilakukan dengan baik. Sepanjang melakukan kajian teori, penulis menemukan pemerintah telah menggunakan banyak jenis sosial media yang populer seperti Instagram, Youtube, Facebook, dan Twitter. Selain itu, Pemerintah dan media massa menyebarkan berita pada waktu yang tepat. Ketika kondisi telah membaik pemerintah memberikan pesan dan media massa melakukan penyebaran terhadap pesan tersebut. Setelah itu, pesan tersebut mendapatkan amplifikasi di sosial media sehingga menjadi sebuah stimulus untuk perilaku masyarakat.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah disebutkan, diketahui bahwa pertukaran informasi yang sangat cepat membuat pandangan masyarakat dapat berubah dengan cepat. Maka dari itu, media harus lebih berhati-hati dalam mengedarkan berita. Tidak terbatas pada media saja, karena adanya banyak pemberitaan hoax yang beredar di media sosial masyarakat juga harus dapat memilah-milah dan melakukan pengecekan fakta sebelum ikut menyebarkan informasi yang didapatkan. Selain itu, masyarakat juga lebih baik tidak menerima informasi yang diberitakan sesuai *face value* agar tidak memberikan sentimen buruk yang berlebihan. Pada masa transisi, perusahaan dan pemerintah diharapkan dapat memberikan layanan dengan metode hybrid dan tidak terlalu memaksakan hubungan fisik. Saran ini didasarkan pada data yang menyatakan bahwa sebagian besar dari masyarakat masih melakukan perilaku yang diadopsinya semasa pandemi. Tim penulis berharap insight ini dapat membantu pihak yang membutuhkan.

Ada beberapa limitasi dari penelitian ini. Penelitian ini hanya terbatas kepada penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang hanya merujuk kepada data dan penelitian yang telah ada. Maka dari itu, celah dalam penelitian merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Penulis menemukan bahwa masih sedikit data empiris yang dapat ditemukan mengenai masa transisi dari pandemi ke endemi. Jurnal serta analisis pada masa transisi juga masih sedikit sekali ditemukan. Besar harapan penulis untuk penelitian

selanjutnya dilakukan demi mengisi celah literatur yang ada. Serta, penulis menyarankan untuk melakukan penelitian dengan pendekatan kuantitatif untuk menutup celah literatur ini.

VI. KESIMPULAN

Media memegang peranan penting dalam memengaruhi perilaku masyarakat. Berita yang bertindak sebagai stimulus dapat memengaruhi perilaku masyarakat. Kecepatan peredaran informasi menyebabkan banyaknya stimulus yang beredar di masyarakat sehingga mempercepat proses perubahan perilaku. Serta, penelitian ini menemukan adanya perbedaan stimulus yang diberikan sesuai dengan perkembangan wabah covid. Perbedaan stimulus yang diberikan ini ditujukan agar menghasilkan respon dan perilaku yang berbeda sesuai dengan kondisi yang sedang berlangsung.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyi, N. R., Muthmainnah, S., Putri, T. W., Zahra, H. P., & Febrian, F. T. (2021). Efek Twitter Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sikap dan Perilaku. *Jurnal Ilmu Kominkasi*.
- Alkautsar, N. K., & Putri, D. W. (2021). Pengaruh Terpaan Media terhadap Kesadaran Mahasiswa tentang Protokol Kesehatan Covid-19 3M (Memakai Masker, Mencuci Tangan, Menjaga Jarak). *Journal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 1(2), 135-142.
<https://doi.org/10.29313/jrjmd.vli2.505>
- Astuti, A., Alpani, E. A., Isdiputri, F. S., & Zulbaidah. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Warfa RT 07 RW 03 Kleurahan Cipadu Jaya Mengenai Perilaku Hidup Sehat. Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19*. Subdirektorat Indikator Statistik.
- Bahtiar. (2019). Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya. *Komunikasi Massa Dalam Media Critical dan Media Equation*, 10, 20-27. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v10i1.1705>
- Cahyawati, P. N., Pradnyawati, L. G., & Puspa Ningsih, N. L. A. (2021). Analisis Dan Edukasi Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Pekerja Salon Dan Spa. *Jurnla Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*.
- Dwi Rahma Putri, N., & Sudaryanto, E. (2022). Pengaruh Terpaan Press Release Angka Kematian Akibat Covid-19 Oleh Satgas Terhadap Tingkat Kecemasan Anak Remaja Di SMA N 1 Tarakan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 02(03).
- Giovanny, A., & Kaligis, R. A.W. (2022). Jurnal Publish. *Pengaruh Terpaan Berita Vaksin Covid-19 di Kompas.com Terhadap Persepsi Vaksinasi di Kalangan Generasi Z*, 1(1), 1-69.
- Hidayah, N., & Riyadi. (2022). Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam. *Pengaruh Terpaan Berita Televisi Tentang COVID-19 Terhadap Tingkat Kecemasan Masyarakat Di Kabupaten Cirebon*, 3(1), 68-84.
- Indonesia Bersiap Menuju Endemi – Sehat Negeriku*. (2022, September 30). Sehat Negeriku. Retrieved November 9, 2022, from <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20220930/4641193/indonesia-bersiap-menuju-endemi/>

Kartika, Unde, A. A., & Mau, M. (2021). PENGARUH TERPAAN INFORMASICOVID-19 DI MEDIA SOSIAL TERHADAP TINGKAT PERILAKUMASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1).

Kemenkes Terbitkan Surat Edaran Pelaksanaan Vaksinasi Booster di Semua Wilayah. (2022, January 13). Sehat Negeriku. Retrieved November 9, 2022, from <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20220113/4539153/kemenkes-terbitkan-surat-edaran-pelaksanaan-vaksinasi-booster-di-semua-wilayah/>

Kominfo. (2020). Terjadi Pergeseran Penggunaan Internet selama Masa Pandemi. *Berita Kominfo*.

Mahfudz, A. (2020). Pengaruh Terpaan Berita TV Tentang Covid-19 Terhadap Kecemasan Masyarakat Desa Kaladan Jaya. *Jurnal Falkultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan*, 1-11.

Makruf, A. (2021). Perubahan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Sebelum dan Selama Pandemi COVID-19 pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Muhammadiyah Jakarta. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 10(1).

Melki, J., Tamim, H., Hadid, D., Makki, M., Amine, J. E., & Hitti, E. (2021). *Mitigating Infodemics: The Relationship Between News Exposure and Trust and Belief in COVID-19 Fake News and Social Media*, 1-13.

Pratama, R. A., & Herlina, M. (2021). *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Virus Corona di Kabupaten Bogor pada Media Online CNN Indonesia Terhadap Tingkat Kecemasan Warga*, 1-9.

Program Vaksinasi COVID-19 Mulai Dilakukan, Presiden Orang Pertama Penerima Suntikan Vaksin COVID-19 – P2P Kemenkes RI. (n.d.). P2P Kemenkes RI. Retrieved November 9, 2022, from <http://p2p.kemkes.go.id/program-vaksinasi-covid-19-mulai-dilakukan-presiden-orang-pertama-penerima-suntikan-vaksin-covid-19/>

Rahman, D. F. (2022, October 19). Keramaian dan Mobilitas Masyarakat di Ujung Pandemi - Analisis Data Katadata. *Katadata*. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/634ea90c32be4/keramaian-dan-mobilitas-masyarakat-di-ujung-pandemi>

Rizky, M. A., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan

- Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 157-164.
- Sari Nur Lestiyanti, A., & Purworini, D. (2022). Pengaruh Berita Lonjakan Kasus Covid-19 Pada Akun Instagram @Kemenkes-RI Terhadap Minat Vaksinasi Followers Akun @Kemenkes_RI. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(2), 259-273.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia | Pemerintah Longgarkan Kebijakan Pemakaian Masker. (2022, May 17). Sekretariat Kabinet. Retrieved November 9, 2022, from <https://setkab.go.id/pemerintah-longgarkan-kebijakan-pemakaian-masker/>
- Setiawan, A. O., & Purwanti, S. T. (2022). Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Tentang Penggunaan Masker Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta Bandung.
- Susanto, A., Barlian, A. A., Latifah, U., & Suwito, K. N. (2021). *Hubungan Terpaan Media Dengan Tingkat Pengetahuan Tentang Covid-19, IV(II)*.
- Valentino, Y. P., & Simbolon, B. R. (2020). Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi. *Pengaruh Pemberitaan Covid-19 di Media Online terhadap Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Mahasiswa FISIP UDA 2018*, 5(2), 198-212.