

**EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN PESAN AKUN INSTAGRAM  
@PANDEMICTALKS MENGENAI VARIAN BARU VIRUS CORONA  
(OMICRON) PADA *FOLLOWERS***  
(Studi Deskriptif Kuantitatif pada *Followers* Instagram @pandemictalks)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**LAURENCIA EPRINA DIAN MAHARANI**

**180906534**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Efektivitas Penyampaian Pesan Akun Instagram @Pandemictalks  
Mengenai Varian Baru Virus Corona (Omicron) pada *Followers*  
(Studi Deskriptif Kuantitatif pada *Followers* Instagram @pandemictalks)**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

LAURENCIA EPRINA DIAN MAHARANI

180906534

disetujui oleh :



**Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D.**

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Efektivitas Penyampaian Pesan Akun Instagram @Pandemictalks Mengenai Varian Baru Virus Corona (Omicron) pada *Followers* (Studi Deskriptif Kuantitatif pada *Followers* Instagram @pandemictalks)

Penyusun : Laurencia Eprina Dian Maharani

NPM : 180906534

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : 7 Juni 2022

Pukul : 09.30 WIB

Tempat : Kampus IV Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta

### TIM PENGUJI


**Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D.**

Penguji Utama



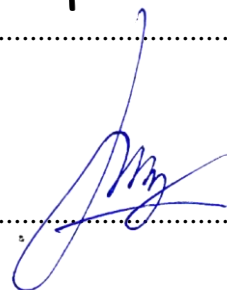
**Yohanes Widodo, S.Sos, M.Sc**

Penguji I



**Pupung Arifin, S.Sos, M.Si**

Penguji II



**Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laurencia Eprina Dian Maharani

NPM : 180906534

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Efektivitas Penyampaian Pesan Akun Instagram @Pandemictalks Mengenai Varian Baru Virus Corona (Omicron) pada *Followers* (Studi Deskriptif Kuantitatif pada *Followers* Instagram @pandemictalks)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 17 Mei 2022

Saya yang menyatakan,



Laurencia Eprina Dian Maharani

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Rasa syukur dan terima kasih saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kelancaran dan terang-Nya pada setiap proses yang saya lalui demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.*

**SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA KEDUA ORANG TUA SAYA, KELUARGA, DAN TEMAN-TEMAN TERDEKAT YANG SETIA MENDUKUNG DAN SELALU MEMBERIKAN SEMANGAT KEPADA SAYA DARI PEMBUATAN PROPOSAL HINGGA PENYELESAIAN SKRIPSI INI.**

**TERIMA KASIH.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat melimpah yang senantiasa menyertai penulis hingga mampu mencapai tahap akhir dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga ingin berterimakasih banyak kepada pihak yang turut mendukung serta membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta motivasi sepenuhnya kepada saya dalam hal apapun sehingga saya merasa nyaman dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Pembimbing Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D. yang sudah sabar membimbing dan memberikan bantuan serta masukan yang berguna bagi terselesaikannya skripsi saya.
3. Ibu Dina Listiorini, S.Sos., M.Si, Dr.dan Ibu Irene Santika Vidiadari, M.A. selaku dosen penguji pada saat seminar proposal yang telah memberikan saran dan arahan agar skripsi saya menjadi lebih baik.
4. Yohanes Aji yang selalu memberikan dukungan, semangat, bantuan, dan menjadi tempat keluh kesah saya selama mengerjakan skripsi ini.
5. Grup Domisili Jogja (Nia, Damian, dan Jasmine) yang setia mendengar keluh kesah dan memberikan semangat selama proses penulisan skripsi ini.
6. Grup Gas (Christine, Yoga, Vio, dan William) yang selalu mendukung, memberikan saran, serta apresiasi kepada peneliti sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Katarina Arum dan Cornelia Tata yang setia menemani dan memberi semangat kepada penulis selama ini.

8. Semua responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Laurencia Eprina Dian Maharani

180906534/KOM

## EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN PESAN AKUN INSTAGRAM

@PANDEMICTALKS MENGENAI VARIAN BARU VIRUS CORONA (OMICRON)

PADA *FOLLOWERS*

(Studi Deskriptif Kuantitatif pada *Followers* Instagram @pandemictalks)

### ABSTRAK

Munculnya Covid-19 menimbulkan permasalahan salah satunya tentang kesenjangan informasi terkait Covid-19. Terlebih di situasi pandemi, masyarakat membutuhkan informasi yang tepat guna melindungi diri dari penyakit tersebut. Penelitian ini membahas mengenai efektivitas penyampaian pesan mengenai virus Omicron yang dilakukan oleh salah satu *platform* edukasi Covid-19 yaitu Instagram @pandemictalks yang sudah berdiri sejak tahun 2020. Sejak awal pandemi Covid-19, akun @pandemictalks rutin mengunggah pesan terkait Covid-19 yang bertujuan untuk meminimalisir kesenjangan data Covid-19 yang terjadi di Indonesia serta menyampaikan pesan-pesan secara terbuka dan apa adanya. Wilayah penelitian ini yaitu *followers* dari akun @pandemictalks.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena sesuai kenyataan dan apa adanya yaitu dengan melihat bagaimana efektivitas penyampaian pesan akun Instagram @pandemictalks mengenai varian baru virus corona (Omicron) pada *followers*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner melalui *direct message* Instagram kepada 100 *followers* Instagram @pandemictalks. Data kuesioner pada penelitian ini diolah menggunakan IBM SPSS *Statistics* 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan akun Instagram @pandemictalks mengenai varian baru virus corona (Omicron) pada *followers* termasuk pada kategori sangat efektif. Teori komunikasi kesehatan merupakan teori yang mengkaji penyampaian pesan – pesan tentang kesehatan kepada masyarakat dalam rangka mencapai perilaku hidup sehat, menciptakan kesadaran, mengubah sikap, serta memberikan dorongan untuk mengikuti perilaku hidup sehat. Teori efektivitas komunikasi digunakan untuk melihat tingkat keberhasilan suatu target dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Konteks media sosial dalam penelitian ini sangat relevan karena dapat melihat tingkat efektivitas dari pesan-pesan yang disampaikan melalui *platform* Instagram.

Kata kunci: Efektivitas Pesan Covid-19, Komunikasi Kesehatan, Instagram, Media Sosial.



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Kerangka Teori .....	12
1. Komunikasi Kesehatan .....	13
2. Efektivitas Komunikasi .....	17
3. Media Sosial .....	20
F. Definisi Konsep .....	23
1. Efektivitas Penyampaian Pesan .....	23
G. Definisi Operasional .....	26
H. Metodologi Penelitian .....	30
1. Jenis Penelitian .....	30
2. Metode Penelitian .....	31
3. Teknik Pengumpulan Data .....	31
4. Objek Penelitian .....	32
5. Teknik Sampling .....	32

6. Populasi dan Sampel .....	34
7. Uji Instrumen .....	35
8. Teknik Analisis Data .....	40
9. Metode Pengukuran Variabel .....	42
BAB II .....	45
A. Profil Akun Instagram @pandemictalks .....	45
B. <i>Followers</i> Akun Instagram @pandemictalks .....	52
BAB III .....	55
A. Hasil Temuan Penelitian .....	55
1. Distribusi Frekuensi .....	55
2. Distribusi Frekuensi Efektivitas Masing-masing Variabel .....	72
B. Hasil Analisis .....	80
BAB IV .....	105
A. Kesimpulan .....	105
B. Keterbatasan Penelitian .....	107
C. Saran .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....	110
LAMPIRAN .....	116

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Update</i> Data Perkembangan Virus Omicron .....	47
Gambar 2.2 Konten Edukasi Mengenai Virus Omicron .....	49
Gambar 2.3 Mitos atau Fakta Virus Omicron .....	50
Gambar 2.4 Instagram Reels .....	51

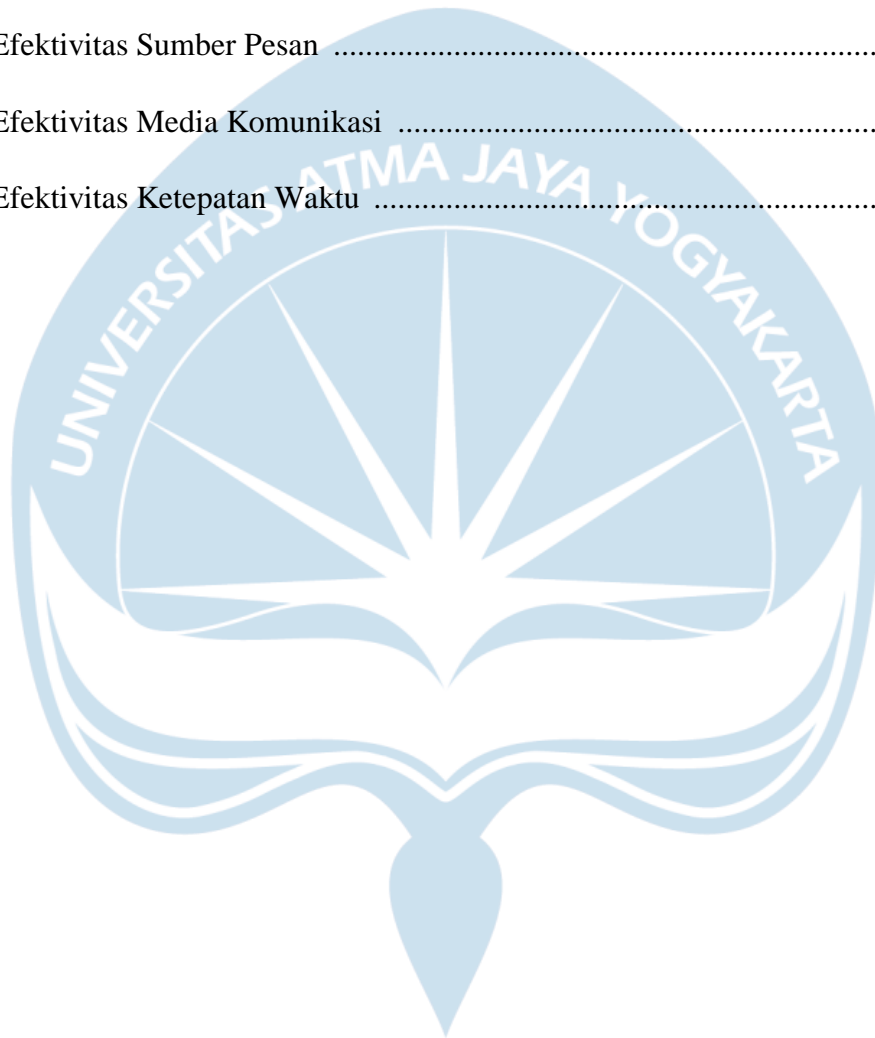


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional .....	26
Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Pesan .....	37
Tabel 1.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas Pesan .....	39
Tabel 1.4 Standar Pengukuran Rentang Skor Dimensi 1,2,3,4,7,8,9,11,13 .....	41
Tabel 1.5 Standar Pengukuran Rentang Skor Dimensi 5 .....	42
Tabel 1.6 Standar Pengukuran Rentang Skor Dimensi 6,10,12 .....	42
Tabel 1.7 Skala Likert .....	44
Tabel 2.1 Distribusi Frekuensi Pekerjaan <i>Followers</i> Instagram @pandemictalks .....	53
Tabel 3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 3.3 Distribusi Pesan yang Dikemukakan Berupa Isu yang Didasari oleh Fakta .....	57
Tabel 3.4 Distribusi Frekuensi Pesan Disajikan dengan Gambar yang Menarik .....	57
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi Pesan Menjelaskan Makna Angka atau Gambar .....	57
Tabel 3.6 Distribusi Frekuensi Pesan Mampu Memamparkan Pihak Berisiko .....	59
Tabel 3.7 Distribusi Frekuensi Pesan yang Disampaikan Mampu Menjelaskan Manfaat ...	59
Tabel 3.8 Distribusi Frekuensi Manfaat dari Pesan Dapat diterima Secara Langsung .....	60
Tabel 3.9 Distribusi Frekuensi Pesan Disajikan Secara Konsisten Dari Waktu ke Waktu .....	60
Tabel 3.10 Distribusi Frekuensi Pesan Menampilkan Data Berupa Fakta dan Angka .....	61
Tabel 3.11 Distribusi Frekuensi Pesan yang Diperoleh Menarik Hati .....	61
Tabel 3.12 Distribusi Frekuensi Pesan Disajikan Dengan Data yang Transparan .....	62
Tabel 3.13 Distribusi Frekuensi Pesan Disajikan Dengan Menunjukkan Situasi .....	62
Tabel 3.14 Distribusi Frekuensi Pesan yang Disajikan Mampu Menunjukkan Empati .....	63

Tabel 3.15 Distribusi Frekuensi Pesan Menggunakan Kalimat Ajakan .....	64
Tabel 3.16 Distribusi Frekuensi Pesan Mampu Mengajak Khalayak untuk Bertindak .....	64
Tabel 3.17 Distribusi Frekuensi Kecenderungan Membuka <i>Platform</i> Media .....	65
Tabel 3.18 Distribusi Frekuensi Ketepatan Penerima Pesan .....	65
Tabel 3.19 Distribusi Frekuensi Pesan yang disampaikan Mudah dipahami .....	66
Tabel 3.20 Distribusi Frekuensi Pesan yang disampaikan Mampu Menambah Wawasan .....	66
Tabel 3.21 Distribusi Frekuensi Pesan disampaikan secara Sederhana .....	67
Tabel 3.22 Distribusi Frekuensi Pesan disajikan Menggunakan Visual Seperti Video .....	67
Tabel 3.23 Distribusi Frekuensi Pesan disajikan secara Singkat dan Jelas .....	68
Tabel 3.24 Distribusi Frekuensi Pesan Berasal dari Sumber yang Kredibel .....	68
Tabel 3.25 Distribusi Frekuensi Pesan Berasal dari Data Akurat dan Dapat dipercaya Kebenarannya.....	69
Tabel 3.26 Distribusi Frekuensi Media Memiliki Tampilan yang Menarik .....	69
Tabel 3.27 Distribusi Frekuensi Media Penyampaian Pesan Sesuai dengan Kebutuhan .....	70
Tabel 3.28 Distribusi Frekuensi Media Sesuai dengan Harapan antara Pengirim dan Penerima Pesan .....	71
Tabel 3.29 Distribusi Frekuensi Pesan disampaikan Sesuai Kondisi yang Terjadi .....	71
Tabel 3.30 Distribusi Frekuensi Pesan disajikan secara <i>Up to Date</i> .....	72
Tabel 3.31 Efektivitas Menarik Perhatian .....	74
Tabel 3.32 Efektivitas Pesan Jelas .....	74
Tabel 3.33 Efektivitas Mengkomunikasi Keuntungan .....	75
Tabel 3.34 Efektivitas Konsisten .....	75
Tabel 3.35 Efektivitas Menyentuh Hati dan Pikiran .....	76

Tabel 3.36 Efektivitas Kepercayaan .....	76
Tabel 3.37 Efektivitas Ajakan Untuk Bertindak .....	76
Tabel 3.38 Efektivitas Penerima Pesan .....	77
Tabel 3.39 Efektivitas Isi Pesan .....	77
Tabel 3.40 Efektivitas Format Pesan .....	78
Tabel 3.41 Efektivitas Sumber Pesan .....	78
Tabel 3.42 Efektivitas Media Komunikasi .....	79
Tabel 3.43 Efektivitas Ketepatan Waktu .....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Pertanyaan Kuesioner
- Lampiran 3 : *Google Form*
- Lampiran 4 : Penutupan *Google Form*
- Lampiran 5 : Distribusi Frekuensi
- Lampiran 6 : Tabel R Uji Validitas
- Lampiran 7 : Uji Validitas Efektivitas Pesan
- Lampiran 8 : Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas Pesan

