

DAFTAR PUSTAKA

- A.Abdillah, Leon (2022). *Peran Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media.
- Andreas ,Charalambous (2018). Social Media and Health Policy. Department of Nursing, Cyprus University of Technology, *Limassol*, Cyprus, 24-27.
- Anisah, Nur. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa. *Universitas Syiah Kuala* , 94-107.
- Annisa Sekarwulan, et al (2020). Peran Instagram @P2ptmkemenkesri Sebagai Media Kampanye. *Communications Vol. 2 No. 1* , 1-15.
- Basit, Luthfi. (2019). *Fungsi Komunikasi*.
- Belkin. (2019). *Kebutuhan Informasi Dan Perilaku Pencarian*. Acarya Pustaka.
- Bening, S. (2020). *Promosi Produk Melalui Media-Media Online*.
- Barlian, Eri. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang:Sukabina Press.
- Faidah Yusuf, et al. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi,. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1-8.
- Fidha Syaumi Dwitania, et al. (2022). Media Sosial Sebagai Media Penyebaran Informasi Covid-19. *Jurnal Sains Terapan*, 1-20.
- Haryanto. (2020). *Evaluasi Pembelajaran Konsep dan Manajemen*. Yogyakarta:Uny Press.
- Hendra Junawan, et al. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 41-57.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: Usu Press.
- Icha Krisye Mardiya Yunita, et al (2021). Analisis Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Educatio*, 1205-1212.
- Kim, Yunhwan. (2020). Using photos for public health communication: A computational . *Health Informatics Journal*, 1-22.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana
- Lamp. (2019). Nilai Signifikansi. *Jurnal LAMP*, 1-48.
- Lisdawati, (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Penyebarluasan Informasi

- Program Pemerintah di Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *ejournal.ipdn*, 68-90.
- Morisan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta Kencana.
- Manengkey, Gisella. (2022). Pengaruh Konten Instagram @Kemenkes_ri Terhadap Sikap Mahasiswa . *Jurnal Unsri*, 1-9.
- Maulida, Hindina. (2020). Komunikasi Kesehatan Perilaku Hidup Sehat. *Jurnal TerasKesehatan* , 18-32.
- Minya, (2016). Uses and gratifications of social media production. *International Journal of Customer Relationship Marketing and*, 30-51.
- Novianti. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Journal Al-Munir*, 49-59.
- Nur Anisah, et al. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam. *Journal Kominfo*, 94-107.
- Nur, Dewi (2022). Pengaruh Social Media Terhadap Perilaku Pencarian Informasi Kesehatan Pada Remaja. *Journal Joubahs*, 172-180.
- Pahleviannur, et al. (2022). *Metode Penelitian*. Jakarta: Pradina Pustaka. Pannindriya, et al. (2019). Geliat Interaksi Sosial Dokter Masa Kini Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 121-140.
- Papacharis, Zizi. (2020). Predictors Of Intenet Use. *Journal of Broadcasting*, 175-196.
- Petra, (2017). Teori Uses and Gratifications. *Journal UKI*, 13-28.
- Pinto, et al. (2021). Public Health on Instagram: an analysis of health promotion strategies of Portugal and Brazil. *Procedia*, 231-238.
- Rahmawati, Wuri. (2018). Penerimaan Masyarakat Terhadap Pesan Kesehatan Melalui Media Internet. *Jurnal Komunikatif*, 95-105.
- Rakhmat, Jalaluddin., & Ibrahim, Idi Subandy. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya Edisi Revisi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Raodah. (2022). Media Sebagai Edukasi Intervensi Promosi Kesehatan Masyarakat di Indonesia. *Mppk*, 123-133.
- Rohmiyati, Yuli. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *ejournal.undip*, 29-42.
- Rossza, et al. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @Halodoc Terhadap.

Jom Fisip Vol. 7 :, 1-11.

Rukajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish

Sholeh, et al. (2020). *Panduan Bermuamalah Melalui Media Sosial* . Jakarta:Erlangga.

Sugiyono, et al. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*., Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Susanto, et al. (2019). Media Massa, Pemerintah dan Pemilik Modal . *FIKOM*, Universitas Tarumanagara, 477-484.

Susilo1, Daniel. (2021). Performance of Indonesian Ministry of Health in Overcoming Hoax About. *Nyimak Journal of Communication*, 151-166.

Widayanti, Riya. (2015). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyebaran Informasi. *Jurnal Abdimas* , 81-87

Wiratna Sujarweni. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Curriculum Vitae

Aullio Adi Satri Latief

+62 8987 9192 70 | aullioadisatrilatief@gmail.com

Objektif

Ditujukan untuk menjadi profesional di industri media & kreatif dan pemasaran digital yang membutuhkan keterampilan, penyelesaian masalah, komunikatif, adaptif, dan bertanggung jawab dengan nilai-nilai jurnalistik. Saya tertarik untuk bekerja di perusahaan yang membantu saya untuk berkarir di bidang media & kreatif, saya juga memiliki pengalaman dalam bidang administrasi logistik dan juga teknisi pesawat udara dalam mengimplementasikan skills dan pengalaman yang sudah dimiliki pada diri saya untuk karir yang lebih baik.

Pengalaman

- **Balai Besar Pengembangan Mekanisasi Pertanian** Jan 2022 - Feb 2022
Editor Video & Design (Magang)
 - Melakukan editing konten dan take video tentang literasi alat-alat pertanian yang ada di instansi kepada masyarakat luas terutama petani
 - Membuat infografis design tentang alat-alat pertanian, cara pembudidayaan, dan juga informasi-informasi dari kementerian pertanian
 - Membuat script naskah sebelum melakukan take video konten yang bertujuan agar konten yang akan di buat menjadi rapih dan terstruktur
- **Zenith Property** Mei 2022 - Mar 2023
Digital Marketing (Freelance)
 - Melakukan pengelolaan media social perusahaan untuk meningkatkan produktivitas jual beli properti perusahaan
 - Membuat perencanaan konten tentang promosi properti di wilayah grand wisata tambun
 - Melakukan editing konten promosi properti yang tersedia
 - Menghubungi client melalui database yang diberikan oleh perusahaan, dan menjelaskan tentang unit property yang tersedia
- **PT. Lippo Cikarang, TBK** Mei 2023 - Jul 2023
Tele & Digital Marketing
 - Membuat perencanaan konten apartement newville untuk present terhadap customer
 - Melakukan editing konten promosi apartement newville secara menarik tentang progres dan juga fasilitas apartement yang dimiliki
 - Menghubungi client melalui database yang diberikan oleh perusahaan, dan menjelaskan tentang unit property yang tersedia

Pendidikan

- **Universitas Islam 45 Bekasi** 2023
S1- Ilmu Komunikasi
3.43 IPK

Keterampilan

- Adobe Premiere Pro
- Adobe Audition
- CapCut
- Canva
- Filmmorashare
- Stories Art
- VN

Prestasi & Penghargaan

- English Score TOEFL (British Council)
- Juara 1 Lomba Film IJTI Jakarta dengan tema "Jakarta Bangkit"

Lampiran 2

Draft Pernyataan Kuesioner

Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

Nama *

Teks jawaban singkat

Usia *

- 17 - 20
- 21 - 25
- 25 - 30
- 30 - 35
- Diatas 35 Tahun

Jenis Kelamin *

- Laki - Laki
- Perempuan

Status Sosial *

- Menikah
- Belum Menikah

Status Profesi *

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- TNI/POLRI
- Wirausaha
- Wiraswasta

Apakah anda mengikuti akun instagram @kemenkes_ri *

- Ya
- Tidak

Penerima (Receiver)/Ketepatan penerima pesan (X1) *

Saya mendapatkan informasi yang tepat dari akun instagram @kemenkes_ri sesuai dengan kebutuhan saya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Isi pesan (Content)/Isi pesan akurat (X2) *

Informasi yang ditampilkan oleh akun instagram @kemenkes_ri akurat

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Isi pesan (Content)/Isi pesan faktual (X2) *

Saya menerima informasi dari akun instagram @kemenkes_ri secara faktual

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ketepatan waktu (Timing)/Waktu sesuai dengan kondisi penerima pesan (X3) *

Akun instagram @kemenkes_ri selalu memberikan informasi terbaru

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Media komunikasi/Fitur instagram (X4) *

Saya memperoleh informasi dari akun instagram @kemenkes_ri dari berbagai fitur instagram (Reels,Feed,Insta Stories,Live Streaming,IG TV)

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Format pesan/Desain template, desain infografis, audio visual (X5) *

Format informasi yang ditampilkan jelas dan sesuai dengan apa yang disampaikan

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Sumber pesan/Sumber dapat dipercaya (X6) *

Sumber informasi berasal dari ahli kesehatan dengan data-data yang akurat

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kebutuhan kognitif/Informasi dan pemahaman baru yang di dapatkan (Y1) *

Saya dapat memahami informasi yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kebutuhan afektif/Mendapatkan informasi yang menyenangkan (Y2) *

Saya memberikan *feedback* positif pada akun instagram @kemenkes_ri dengan memberikan *like*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kebutuhan integratif/Dapat memberikan masukan dan saling berkomentar (Y3) *

Saya aktif memberikan komentar kepada pengikut lain ataupun akun instagram @kemenkes_ri

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kebutuhan integratif personal/Mendapatkan informasi kredibel (Y4) *

Informasi yang disampaikan oleh akun instagram @kemenkes_ri dapat meyakinkan saya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pelepasan ketegangan/Dapat memberikan rasa tenang dan positif (Y5) *

Informasi yang di sampaikan memberikan dampak positif kepada para pengikut akun instagram @kemenkes_ri

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pendapat atau masukan lain terhadap form diatas *

Teks jawaban panjang

Lampiran 3

Hasil Kuesioner

Pertanyaan Jawaban **100** Setelan

Nama

100 jawaban

Syahrani Revina

Indah Salsabillah

Muhammad Aldi A.M

Doni Hasya

Yasyfa Husna

Fergiant Shihab

Fajar Dwi Santoso

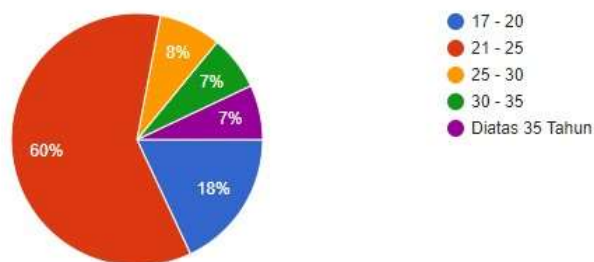
David Ben

Madi Wijaya

Usia

100 jawaban

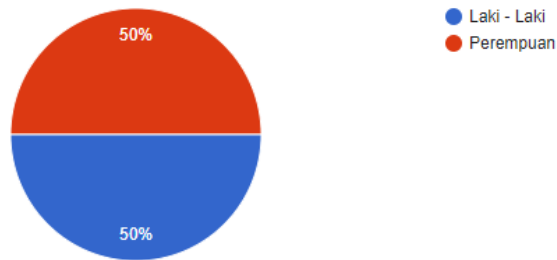
 Salin



Jenis Kelamin

100 jawaban

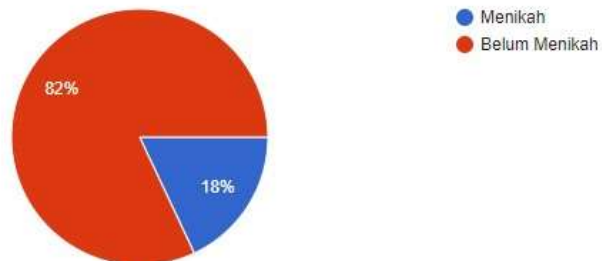
 Salin



Status Sosial

100 jawaban

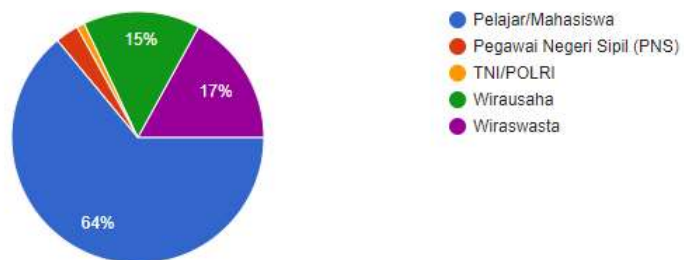
 Salin



Status Profesi

100 jawaban

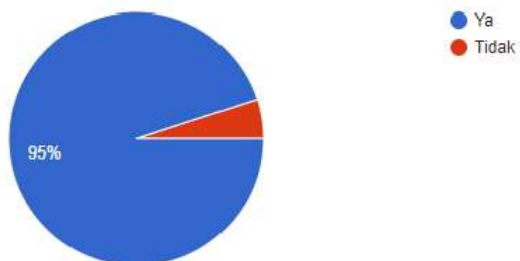
 Salin



Apakah anda mengikuti akun instagram @kemenkes_ri

100 jawaban

 Salin

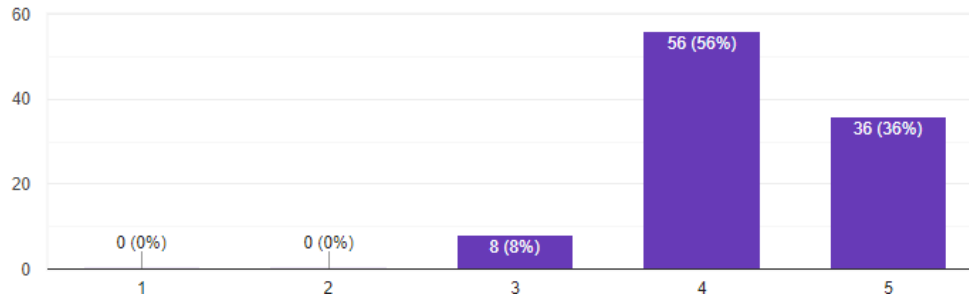


Penerima (Receiver)/Ketepatan penerima pesan (X1)

[Salin](#)

Saya mendapatkan informasi yang tepat dari akun instagram @kemenkes_ri sesuai dengan kebutuhan saya

100 jawaban

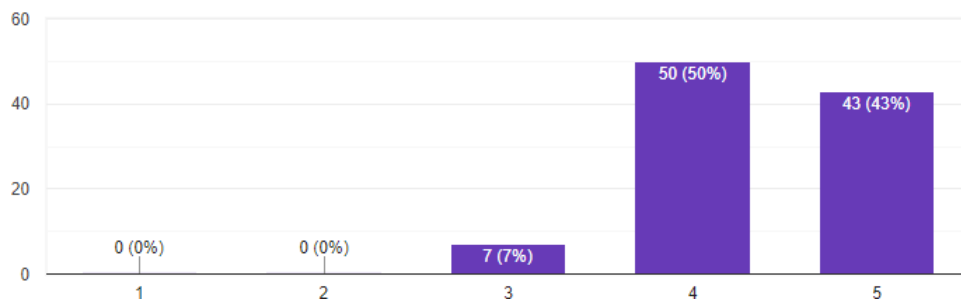


Isi pesan (Content)/Isi pesan akurat (X2)

[Salin](#)

Informasi yang ditampilkan oleh akun instagram @kemenkes_ri akurat

100 jawaban

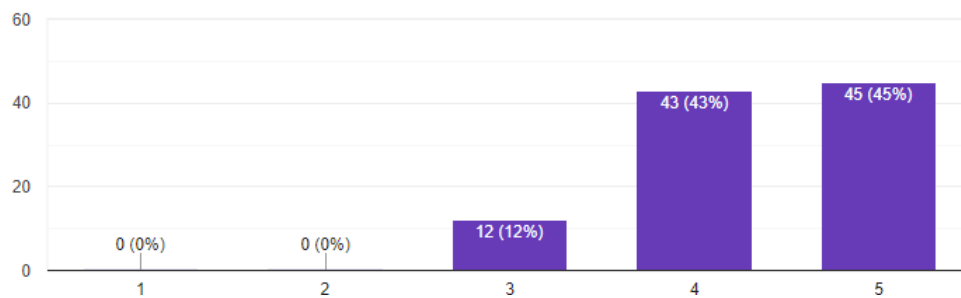


Isi pesan (Content)/Isi pesan faktual (X2)

[Salin](#)

Saya menerima informasi dari akun instagram @kemenkes_ri secara faktual

100 jawaban

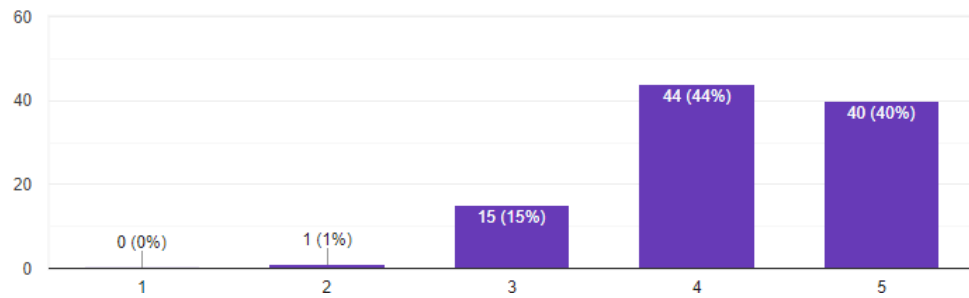


Ketepatan waktu (Timing)/Waktu sesuai dengan kondisi penerima pesan (X3)

[Salin](#)

Akun instagram @kemenkes_ri selalu memberikan informasi terbaru

100 jawaban

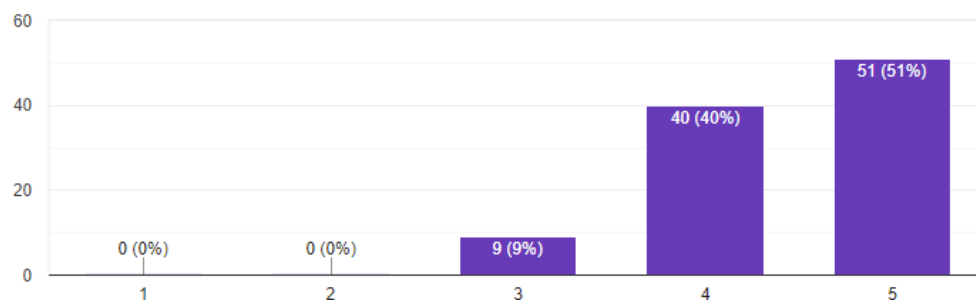


Media komunikasi/Fitur instagram (X4)

[Salin](#)

Saya memperoleh informasi dari akun instagram @kemenkes_ri dari berbagai fitur instagram (Reels,Feed,Insta Stories,Live Streaming,IG TV)

100 jawaban

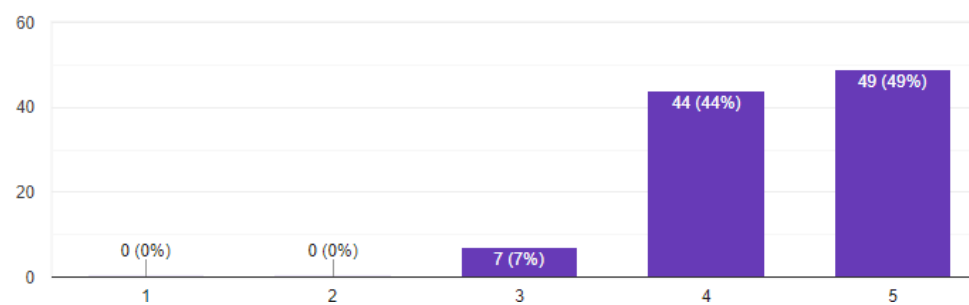


Format pesan/Desain template, desain infografis, audio visual (X5)

[Salin](#)

Format informasi yang ditampilkan jelas dan sesuai dengan apa yang disampaikan

100 jawaban

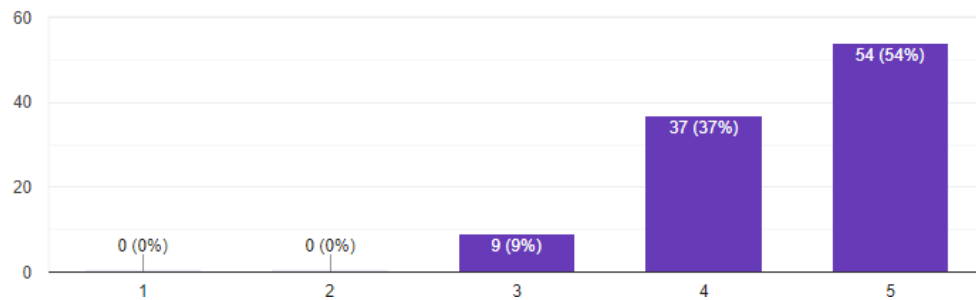


Sumber pesan/Sumber dapat dipercaya (X6)

[Salin](#)

Sumber informasi berasal dari ahli kesehatan dengan data-data yang akurat

100 jawaban

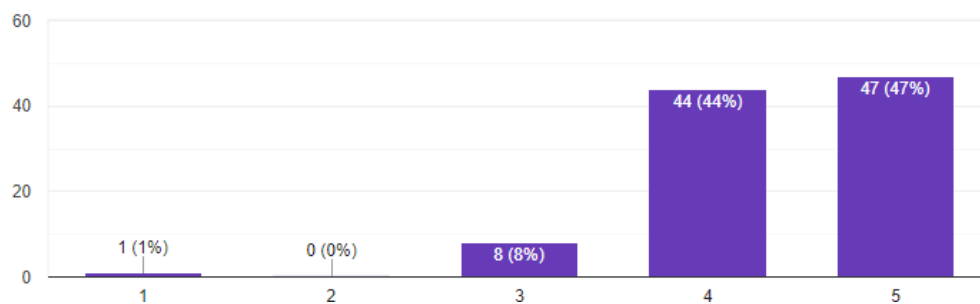


Kebutuhan kognitif/Informasi dan pemahaman baru yang di dapatkan (Y1)

[Salin](#)

Saya dapat memahami informasi yang diberikan oleh akun instagram @kemenkes_ri

100 jawaban

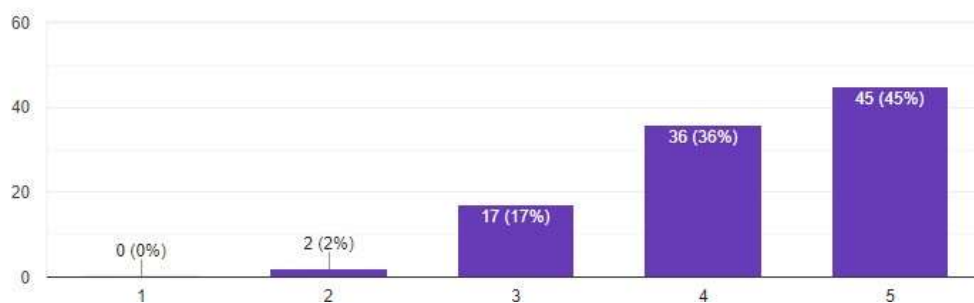


Kebutuhan afektif/Mendapatkan informasi yang menyenangkan (Y2)

[Salin](#)

Saya memberikan *feedback* positif pada akun instagram @kemenkes_ri dengan memberikan *like*

100 jawaban

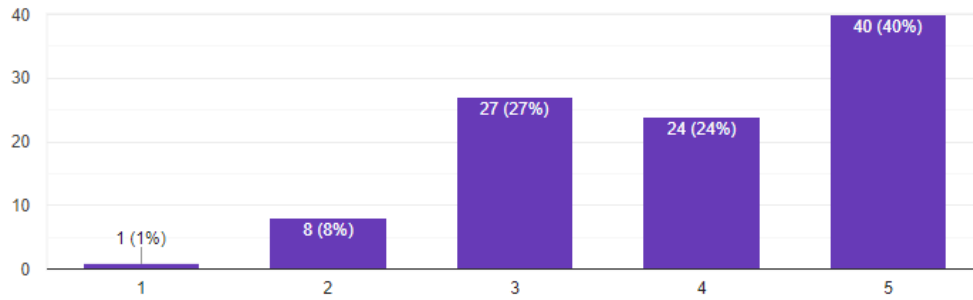


Kebutuhan integratif/Dapat memberikan masukan dan saling berkomentar (Y3)

[Salin](#)

Saya aktif memberikan komentar kepada pengikut lain ataupun akun instagram @kemenkes_ri

100 jawaban

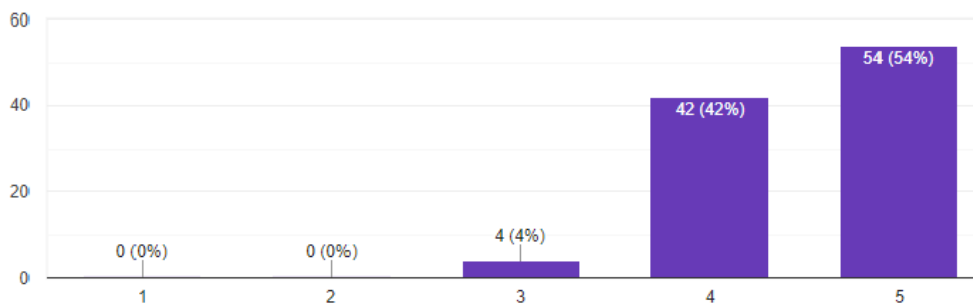


Kebutuhan integratif personal/Mendapatkan informasi kredibel (Y4)

[Salin](#)

Informasi yang disampaikan oleh akun instagram @kemenkes_ri dapat meyakinkan saya

100 jawaban

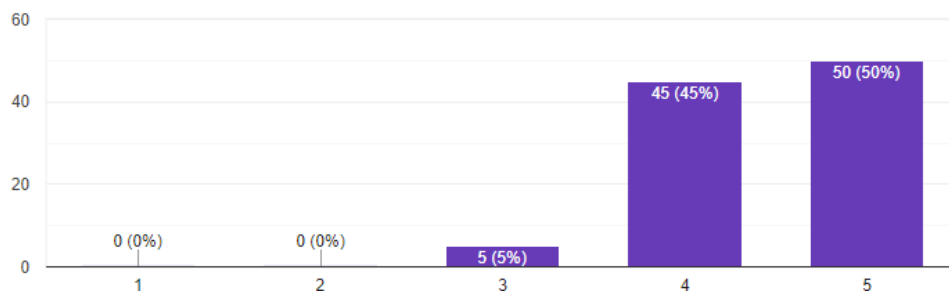


Pelepasan ketegangan/Dapat memberikan rasa tenang dan positif (Y5)

[Salin](#)

Informasi yang di sampaikan memberikan dampak positif kepada para pengikut akun instagram @kemenkes_ri

100 jawaban



Pendapat atau masukan lain terhadap form diatas

100 jawaban

-
Tidak ada
Cukup
Tidak ada masukan
Sudah bagus
Menurut saya terkadang Kemenkes RI memberikan informasi yang berlebihan terkait kesehatan misalnya pada saat Pandemi Covid 19 lalu. Kemenkes menyajikan informasi data orang terpapar Covid 19 yang tinggi, padahal pada saat itu angka covid sedang tidak naik sehingga sebagai masyarakat bertanya "apa iya masih banyak yang kena Covid 19, perasaan udh menurun deh disekitar juga udah gak ada yang kena kok".
Generalisasi sasaran dari informasi yang diberikan kemenkes_ri

Lampiran 4

Uji Kualitas Data

Correlations

		X1.1	X2.1	X2.2	X3.1	X4.1	X5.1	X6.1	Total_X
X1.1	Pearson Correlation	1	.654**	.582**	.539**	.492**	.517**	.544**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.1	Pearson Correlation	.654**	1	.632**	.400**	.502**	.527**	.422**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.582**	.632**	1	.552**	.388**	.479**	.364**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.1	Pearson Correlation	.539**	.400**	.552**	1	.488**	.513**	.450**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.1	Pearson Correlation	.492**	.502**	.388**	.488**	1	.629**	.355**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.1	Pearson Correlation	.517**	.527**	.479**	.513**	.629**	1	.348**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

X6.1	Pearson Correlation	.544**	.422**	.364**	.450**	.355**	.348**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X	Pearson Correlation	.815**	.776**	.762**	.763**	.730**	.758**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y1.1	Y2.1	Y3.1	Y4.1	Y5.1	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.530**	.407**	.439**	.423**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2.1	Pearson Correlation	.530**	1	.558**	.348**	.449**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3.1	Pearson Correlation	.407**	.558**	1	.487**	.535**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4.1	Pearson Correlation	.439**	.348**	.487**	1	.576**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5.1	Pearson Correlation	.423**	.449**	.535**	.576**	1	.749**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.723**	.780**	.831**	.705**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	5