



PENGARUH TERPAAN INFORMASI COVID-19 VARIAN OMICRON DI MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG PADA PROTOKOL KESEHATAN

THE INFLUENCE OF THE OMICRON VARIANT OF COVID-19 INFORMATION ON SOCIAL MEDIA ON THE ATTITUDE OF THE PEOPLE OF BANDAR LAMPUNG CITY ON HEALTH PROTOCOLS

Wulan Suciska¹, Nanang Trenggono², Prayoha Ardhi Pratam³

^{1,2,3}Universitas Lampung

¹wulan.suciska@fisip.unila.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah berjalan dalam kurun waktu 2 tahun dan belum ada tanda-tanda akan berakhir. Pemerintah masih menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan masyarakat (PPKM) sebagai salah satu cara menekan laju kenaikan orang-orang terpapar Covid-19. Baru saja masyarakat sedikit mendapatkan kelonggaran sebuah varian covid-19 muncul yakni varian omicron dengan tingkat penularan yang lebih cepat dibandingkan dengan varian lain. Melalui media masyarakat mengikuti perkembangan terkini pandemi Covid-19. Terpaan informasi akan membentuk sebuah persepsi masyarakat dan sikap yang ditimbulkan sebagai akibat konsumsi informasi. Perilaku inilah yang menjadi landasan penelitian yakni untuk melihat bagaimana sikap masyarakat dimassa pandemi. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan sikap masyarakat yang terbentuk dari terpaan informasi covid-19.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Terpaan Informasi, Sikap Masyarakat

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has been running for 2 years and there is no sign of ending. The government is still implementing Community Activity Restrictions as one way to reduce the rate of increase in people exposed to Covid-19. Recently, the community got a little leeway, a variant of covid-19 appeared, namely the Omicron variant with a faster transmission rate compared to other variants. Through the media, the public follows the latest developments of the Covid-19 pandemic. Exposure to information will form a public perception and attitudes that arise as a result of the consumption of information. This behavior is the basis for research, namely to see how people's attitudes are during the pandemic. By using quantitative research methods, this study tries to describe people's attitudes that are formed from exposure to COVID-19 information.

Keyword: Covid-19 Pandemic, Information Exposure, Public Attitude

PENDAHULUAN

Sejak awal tahun 2020 hingga tahun 2022, masyarakat dihantui rasa ketakutan karena cepatnya proses penularan antar manusia dan efek yang paling besar adalah kematian akibat munculnya virus corona (Covid-19). Berdasarkan bukti ilmiah, Covid-19 dapat menular dari manusia ke manusia melalui percikan batuk/ bersin, orang yang paling beresiko tertular penyakit ini adalah orang yang kontak erat dengan pasien Covid-19 termasuk yang merawat pasien Covid-19.

Beberapa upaya kesehatan telah dilakukan pemerintah untuk menanggulangi wabah ini. Salah satunya dengan protokol kesehatan 5M (memakai masker, mencuci tangan pakai sabun/hand sanitizer, menjaga jarak, menghindari kerumunan, mengurangi mobilitas) dan vaksinasi Covid-19 (covid19.go.id) yang cukup berhasil dan sempat menurunkan jumlah penderita Covid-19. Pandemi Covid-19 yang diharapkan akan usai justru kembali meningkat. Peningkatan ini dikarenakan bermunculannya varian-varian baru dari Covid-19. Setelah tahun 2021 diguncang dengan Covid-19 varian Delta, tahun 2022 diawali dengan hadirnya Covid-19 varian omicron. Varian omicron memiliki sedikit perbedaan dengan varian Covid-19 lainnya. Informasi yang tersebar dimasyarakat mengatakan varian ini memiliki gejala yang lebih ringan dibandingkan varian lainnya namun dengan penyebaran yang lebih cepat. Hingga Februari 2022 tercatat lebih dari 5 juta kasus Covid-19 yang terkonfirmasi (covid19.go.id).

Beberapa provinsi di Indonesia mulai mengalami peningkatan data terkonfirmasi termasuk Provinsi Lampung yang mencatat data terkonfirmasi Covid-19 lebih dari 65 ribu kasus. Dari data ini Kota Bandar Lampung mencatat penyebaran tertinggi dengan kasus positif Covid-19 lebih dari 11 ribu kasus sehingga harus menerapkan PPKM level 3 (covid19.lampungprov.go.id) Informasi yang tersebar namun tidak utuh terkait varian omicron ini menimbulkan perbedaan sikap di masyarakat. Informasi gejala yang lebih ringan membuat banyak masyarakat menjadi tidak mematuhi protokol kesehatan. Namun naiknya angka penderita Covid-19 juga menuntut kepatuhan masyarakat menerapkan protokol kesehatan. Informasi menyebar begitu cepat terkait pandemi Covid-19, pemerintah melalui situs resmi yakni kementerian kesehatan telah merilis secara resmi bagaimana virus ini menyebar, bagaimana cara mencegah supaya tidak terpapar dan bagaimana cara mengatasi jika terpapar. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tersebut. Namun tidak dipungkiri juga bahwa informasi terkait covid-19 bukan hanya tersebar melalui situs kementerian kesehatan, tapi ada pihak lain melalui berbagai media termasuk media internet dan media sosial.

Penggunaan internet di Indonesia dapat dikatakan cukup tinggi. Berdasarkan data dari *we are social*, tahun 2022 tercatat dari 277,7 juta penduduk Indonesia, 73,7% menggunakan internet (204,7 juta) dan 68,9% (191,4 juta) menggunakan media sosial. Alasan utama orang Indonesia mengakses internet adalah untuk mencari informasi (80,1%). Sedangkan platform media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah whatsapp, Instagram dan facebook (*wearesocial.com*).

Berdasarkan data ini dapat terlihat penggunaan internet khususnya media sosial menjadi sarana utama masyarakat Indonesia dalam mencari informasi. Termasuk informasi yang berkaitan dengan Covid-19 khususnya varian omicron yang relative baru. Penyebaran informasi menjadi salahsatu faktor penyebab perubahan di masyarakat. Masyarakat sebagai penerima informasi dituntut untuk mampu mamhami dan memilih informasi yang memang valid dan benar. Dikarenakan informasi yang diterima akan mempengaruhi bagaimana masyarakat bersikap.

Beberapa penelitian menunjukkan bagaimana terpaan informasi di media mampu menyebarkan kepanikan, ketakutan dan ketidaknyamanan selama pandemic covid-19 (Blagojević, 2020; Richtel, 2020). Namun, terpaan informasi di media baru juga mampu membuat masyarakat bisa memprediksi ancaman yang dirasakan dan bagaimana tindakan pencegahannya (Zhao & Wu, 2021). Namun belum ditemukan penelitian yang fokus pada terpaan informasi varian omicron pada sikap masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan.

Ketika massa pandemi masyarakat banyak menghabiskan waktunya dirumah untuk itu penggunaan teknologi komunikasi menjadi sangat penting karena digunakan untuk menunjang pekerjaan dari rumah serta untuk mengakses informasi diluar. Salah satu aplikasi paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah *whatsapp*, yakni aplikasi chatting yang bisa digunakan untuk berdiskusi secara personal dan kempok. Berbagai fitur disediakan oleh *whatsapp* dalam berkomunikasi dimana dapat mengirim informasi melalui pesan, panggilan telepon maupun video call, fitur tersebut disajikan menarik dan penggunaanya pun mudah (Anggraeni, 2018). Perkembangan teknologi komunikasi di masyarakat juga akan mendorong masyarakat untuk semakin bersaing dalam bidang ekonomi, politik dan budaya. Informasi semakin mudah tersebar dan disampaikan ke masyarakat tanpa harus datang ke tempat masyarakat tersebut. Integrasi informasi di berbagai sektor dapat dikelola didalam sebuah sistem. Dalam hal ini dapat disebut sebagai masyarakat informasi. Menurut Webster (1995), masyarakat informasi memiliki beberapa kriteria yaitu *technology, economic, occupational,*

spatial, dan cultural. Teknologi berarti masyarakat informasi bergantung pada keberadaan inovasi teknologi. *economic* berarti masyarakat informasi memiliki industri informasi dalam lima aspek yaitu pendidikan, mesin, pelayanan, dan kegiatan informasi seperti penelitian serta kegiatan sosial sekaligus media komunikasi dan pendidikan. *Occupational* berarti masyarakat informasi mengalami perubahan dalam aspek ketersediaan dan kebutuhan tenaga kerja di bidang informasi. *Spatial* merupakan jaringan masyarakat informasi yang terhubung dengan lokasi, waktu dan ruang. Dan yang *cultural* adalah karakteristik masyarakat informasi yang berubah sirkulasi sosial budayanya sebagai dampak dari perkembangan informasi dari berbagai medium.

McQuail (2011) mengelompokan media baru ke dalam empat jenis yaitu komunikasi interpersonal, media interaktif bermain, media pencarian informasi, dan media partisipasi. Media komunikasi interpersonal terdiri atas perangkat yang lekat dengan kehidupan masyarakat bersifat praktis seperti gawai, media sosial, email dan telepon. Media interaktif bermain meliputi perangkat yang berfungsi sebagai medium dalam mengantarkan kesenangan seperti computer, videogame, maupun internet.

Informasi sebagai segala sesuatu “yang mengurangi ketidakpastian mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi” (Rakhmat, 2007). Terpaan informasi (*information exposure*), menunjukkan adanya aktivitas yang berkenaan dengan frekuensi informasi yang ditujukan kepada sasaran. Peran terpaan informasi cukup berpengaruh untuk mengisi pengetahuan masyarakat yang masih rendah tentang sesuatu yang hendak disosialisasikan. Dalam kaitan itu perlu diperhatikan media komunikasi yang digunakan, agar isi, frekuensi dan bentuknya disesuaikan dengan kapasitas masyarakat penerima informasi (Rakhmat, 2007). Teori Integrasi Informasi merupakan teori pengorganisasian pesan yang dikemukakan oleh Martin Feishbein. Pendekatan teori ini menjelaskan bahwa bagi pelaku komunikasi berpusat pada cara individu mengakumulasi dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi atau gagasan atau ide yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bersikap dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa obyek (Littlejohn, 2004: 4). Hal ini menekankan bahwa pendekatan integrasi informasi adalah salah satu teori yang menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap.

Teori Integrasi Informasi terdiri atas tiga komponen yaitu informasi (*information*), manusia (*person*) dan sikap (*attitude*). Terpaan informasi kepada khalayak sebagai manusia akan membentuk sikap yang merupakan dari efek komunikasi itu sendiri. Menurut Rosengren (1974) dalam Kriyantono (2008), terpaan informasi melalui media dapat

dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi berita media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan (Kriyantono, 2008: 207).

Informasi akan memberikan pengaruh kepada sikap manusia. Sikap merupakan sebuah fenomena yang timbul karena ditentukan oleh keadaan obyek yang kita hadapi, pengalaman-pengalaman masa lalu, situasi yang kita hadapi saat ini dan harapan-harapan kita di masa yang akan datang. Berbagai macam dasar pemikiran mengenai definisi sikap telah dikemukakan dalam berbagai versi oleh para ahli. Salah satunya adalah menurut Secord dan Backman dalam Azwar (2012: 5), definisi sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. Definisi ini berdasar pada pemikiran triadik bahwa sikap merupakan konstelasi komponen-komponen kognitif, afektif, dan konatif yang saling berinteraksi dalam memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap suatu objek. Sikap memiliki tiga komponen, yaitu: (1) komponen kognisi yang hubungannya dengan beliefs, ide dan konsep. Komponen kognitif dapat disamakan dengan pandangan (opini), terutama apabila menyangkut masalah yang kontroversial; (2) komponen afeksi yang menyangkut emosional seseorang. Komponen afektif merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. Aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin akan mengubah sikap seseorang; dan (3) komponen konasi yang merupakan kecenderungan bertindak laku. Komponen konatif atau komponen perilaku berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau untuk bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu. Komponen ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Pengertian kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan seseorang. (Mar'at, 1982: 13).

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel yang telah ditentukan. Penelitian deskriptif pada umumnya untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik obyek yang diteliti secara tepat dalam pemanfaatan sumber-sumber informasi elektronik di internet. Penelitian ini akan menggunakan teori integrasi informasi untuk melihat keterkaitan terpaan informasi terhadap sikap masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang dibagikan kepada sampel sebanyak 100 orang yang tersebar di area Bandar Lampung. Teknik sampling yang digunakan yakni teknik *Purposive Sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden di dapatkan informasi yakni jenis kelamin dan rentan usia. Berikut ini hasil dari penelian berdasarkan jenis kelamin dan rentan usia responden :



Gambar 1. Data Jenis Kelamin dan Usia

Dari hasil kuisioner yang telah diberikan kepada masyarakat diperoleh data yakni jumlah tesponden paling banyak yakni perempuan sebanyak 58% selanjutnya laki-laki 42%. Sedangkan rentan usia 20-25 tahun lebih banyak yaitu 53%, selanjutnya rentan usia 16-19 tahun sebanyak 28%, rentan usia 26-29 sebanyak 13 dan terakhir rentan usia 30-35 sebanyak 6%. Selanjutnya hasil data penelitian tingkat pendidikan dan penggunaan media sebagai berikut:

Tabel 1 Media diakses

Jenis Media	Jumlah	Presentase
Media online (website berita/portal berita)	35	35 %
Media Sosial (Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, Tiktok, dll)	39	39 %
Radio	4	4 %
News Agregator (Pembaca Umpan: Line today, flipboard, feedly, google news, dll)	2	2 %
Situs resmi pemerintah (Covid19.go.id, PeduliLindungi, Situs WHO, dll)	12	12 %
Televisi	7	7 %
Media Cetak	1	1 %
Jumlah	100	100 %

Tabel 2 Media Sosial digunakan

Jenis Media	Jumlah	Presentase
Instagram	52	52 %
Twitter	25	25 %
Tiktok	10	10 %
Youtube	5	5 %
Whaatshapp	6	6 %
Facebook	2	2 %
Jumlah	100	100 %

Data menunjukkan jumlah pengguna media Instagram paling banyak yakni 52%, selanjutnya ada twitter 25 %, Tiktok 10%, Whatsapp 6, Youtube 5%, dan terakhir adalah Facebook 2%.

Tabel 3 Koefisien

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.907	4.546		7.459	.000
	X	1.014	.152	.558	6.655	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji regresi linear diatas maka diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut: $Y = 33,907 + 1,014X + e$. Pada model regresi linear di atas diperoleh nilai konstanta variabel Terpaan Informasi Covid-19 di Media Sosial sebesar 33,907 yang artinya jika variabel bebasnya dalam penelitian ini adalah Sikap Masyarakat nilainya 0, maka variabel terikatnya dalam penelitian ini ialah sebesar 33,907. Jika variabel (x) Terpaan Informasi Covid-19 di Media Sosial naik sebesar satu (1) satuan, maka variabel terikat (y) Sikap Masyarakat terkait protocol kesehatan naik sebesar 1,014. Selain itu diperoleh koefisien regresi variabel besar bernilai positif yang berarti Terpaan Informasi Covid-19 di Media Sosial mampu mempengaruhi Sikap Masyarakat Kota Bandar Lampung dalam Menerapkan Protocol Kesehatan.

Berdasarkan tabel di atas maka didapatkan nilai t_{hitung} yaitu = 6,655. Apabila dibandingkan dengan t_{tabel} pada taraf nyata 95% dan $\alpha = 0,05$ yaitu 1,984 maka $t_{hitung} = 6,655 > t_{tabel} = 1,984$ sehingga dapat disimpulkan bahwa: H_0 yang menyatakan tidak terdapat pengaruh antara variabel X (Terpaan Informasi Covid-19 di Media Sosial) terhadap Y (Sikap Masyarakat pada Protokol Kesehatan) ditolak dan H_a yang menyatakan terdapat pengaruh antara variabel X (Terpaan Informasi Covid-19 di Media Sosial) terhadap Y (Sikap Masyarakat pada Protokol Kesehatan) diterima.

Tabel 4 Ringkasan Model

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.558 ^a	.311	.304	7.05927	.311	44.286	1	98	.000
a. Predictors: (Constant), Terpaan Informasi									
b. Dependent Variable: Sikap Masyarakat									

Berdasarkan hasil hitung di atas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,311. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Terpaan Informasi Covid-19 di Media Sosial memiliki kemampuan sebesar 31,1% dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada Sikap Masyarakat Kota Bandar Lampung dalam Menerapkan Protokol Kesehatan, sedangkan 68,9% lainnya dipengaruhi oleh variable lain.

Tabel 5 Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2206.923	1	2206.923	44.286	.000 ^b
	Residual	4883.667	98	49.833		
	Total	7090.590	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X						

Dari output pada tabel di atas terlihat bahwa F hitung = 44, 286 dengan tingkat signifikansi/probabilitas $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel sikap masyarakat dalam menerapkan protocol kesehatan.

Hasil penelitian menunjukkan responden paling banyak berpartisipasi adalah perempuan dengan jumlah persentasi 58% dan laki-laki sebanyak 42% dengan rata-rata jumlah usia terbanyak yakni usia antara 20-25 tahun (53%) dan 16-19 tahun (28%). Dengan tingkat pendidikan terbanyak yakni SMA (53%) dan S1 (23%). Berdasarkan data ini dapat di pahami bahwa mampu dan dapat mengoprasikan gadget ataupun memperoleh informasi dari berbagai macam media. Terbukti pada penggunaan media mereka sebgain besar menggunakan media sosial (39%) dan media online seperti portal berita atau website (35%) untuk mencari informasi terkait pandemi covid-19. Responden memahami tentang bagaimana cara mencari informasi bahkan bukan hanya pada satu sumber dan satu jenis media saja dalam mecari informasi. Berdasarkan data penelian juga Instagram (52%) menjadi jenis media paling banyak digunakan untuk mencari informasi.

Responden sebgain besar memahami informasi yang disebarluaskan oleh media. Nilai tertinggi pada indikator kognitif adalah 90% yakni responden sangat setuju bahwa media memberikan informasi tentang pentingnya melakukan 5M. Saat kondisi pandemi 5M merupakan sebuah himbauan kepada masayrakat untuk tetap melalukan protokol kesehatan. Jika dilihat dari angka ini maka dapat dikatakan informasi yang disampaikan melalui media dapat diterima oleh masyarakat. Pada nilai terendahpun dalam indikator kognitif dengan nilai 79% responden dinyatakan setuju bahwa media memberikan informasi bahwa pandemi belum berakhir.

Memang pada kenyataanya saat ini masyarakat masih harus hidup berdampingan dengan situasi pandemi. Sempat beberapa kondisi mulai longgar tetapi pada kenyataanya masih banyak masyarakat yang terjangkit covid-19. Apalagi ketika jenis baru varian covid-19

yakni varian omicron dimana varian ini lebih mudah menular dibandingkan dengan varian yang lain.

Terpaan informasi memberikan sebuah perasaan, emosi, atau ungkapa kepada responden dalam memahami kondisi saat ini. Ditunjukkan dari 87% pada indikator afektif responden yang menyatakan sangat setuju melakukan protokol kesehatan. Jika dilihat dari kondisi sosial masyarakat saat ini seperti penggunaan masker sudah menjadi salah satu bentuk menjaga kesehatan supaya tidak terpapar virus covid-19. Varian omicron dan lamanya pandemi tidak serta merta mengendurkan semangat masyarakat untuk tetap menggunakan masker.

Pada nilai terendah dalam indikator afektif yakni 53% responden yang menyatakan cukup pada pernyataan tidak telalu peduli dengan kondisi saat ini menjadi sebuah gambaran bahwasanya masyarakat peduli akan kesehatan pada saat pandemi. Nilai terendah dalam indikator afektif. Jika dibandingkan antara kedua indikator dapat secara jelas terlihat bahwa antara yang setuju dan tidak setuju menjaga kesehatan di masa pandemi sebagian besar masyarakat lebih banyak yang setuju. Informasi yang diterima melalui media menjadi dasar mereka memahami kondisi saat ini. Masyarakat mencari informasi melalui peralatan yang mereka miliki.

Kondisi pandemi covid-19 masih menjadi momok bagi masyarakat untuk dapat hidup kembali normal yakni dengan berpergian kemanapun tanpa perlu banyak pertimbangan. Sebagai salah satu buktinya adalah masyarakat yang pergi bekerja dan beraktifitas masih harus menerapkan protokol kesehatan. Indikator tentang konatif dalam penelitian ini menunjukkan reaksi bahwa 87% responden sangat setuju dalam pernyataan tetap patuh protokol kesehatan. Dan nilai terendah yakni 53% responden yang dinyatakan cukup dalam pernyataan menggunakan masker hanya ketika bergejala (demam, batuk, dan flu). Hasil ini dapat menjadi sebuah bukti bahwa masyarakat melakukan protokol kesehatan bukan hanya sekedar formalitas tetapi sudah paham betul dengan kondisi yang sudah berjalan dua tahun ini untuk tetap menjaga perilaku hidup sehat.

Seperti halnya dengan menggunakan masker, banyak masyarakat yang menggunakan masker daripada yang tidak menggunakan masker. Pemerintah memang sudah mengendurkan peraturan untuk membolehkan masyarakat tidak menggunakan masker ketika beraktifitas diluar ruang tetapi harus tetap menggunakan masker ketika berada di dalam ruangan. Pada kenyataannya masyarakat diluar ruang pun masih banyak yang menggunakan masker, dan menjadi masker sebagai salah satu kewajiban ketika beraktifitas.

Terpaan informasi mempunyai pengaruh pada pemahaman (kognitif), perasaan (afektif), dan perilaku (konatif) di dalam masyarakat. Khususnya saat kondisi pandemi saat ini. Penelitian yang dilakukan di wilayah Bandar Lampung ini dapat menjadi potret bahwa informasi yang sampai pada masyarakat akan menjadi bahan pertimbangan bagi mereka untuk memutuskan sesuatu hal atau untuk beritindak. Selama pandemi Covid-19 dengan berbagai macam varian baru yang pada saat ini terdapat varian omicron dengan penjelasan bahwa varian ini mudah menular meski dengan resiko yang lebih rendah, tetap tidak mengendurkan masyarakat untuk berperilaku hidup sehat. Meskipun pandemi covid-19 sudah berjalan dua tahun masyarakat masih tetap berjuang agar kondisi ini cepat pulih dengan patuh dan taat kepada pemerintah.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang bergerak semakin cepat menimbulkan adanya terpaan informasi yang kuat juga kepada masyarakat. Kondisi pandemi seperti saat ini informasi dari media yang menyajikan keterangan mengenai bagaimana cara menjalani kehidupan di masa pandemi dan bagaimana menyikapinya, penting bagi masyarakat karena akan dijadikan pedoman bagi masyarakat untuk bersikap. Varian Covid-19 yang sudah bermutasi sehingga saat ini muncul varian baru yakni omicron membuktikan bahwa pandemi belum berakhir meskipun sebagian besar masyarakat sudah melaksanakan vaksinasi. Masyarakat harus tetap berperilaku dengan menerapkan protokol kesehatan sebagai sebuah bukti bahwa ikut andil dalam mengendalikan kondisi pandemi.

Terpaan informasi yang deras dapat menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mengambil sikap yang lebih bijak. Terutama bagi para pengguna media sosial yang aktif. Informasi dapat diolah menjadi sikap baik atau buruk tergantung pada individunya. Menggunakan masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak menjadi salah satu kebiasaan baru yang mulai diterima masyarakat sebagai salah satu wujud dari kepedulian terhadap sesama.

REFERENSI

- Anggraeni, L. (2018). 130 Juta Penduduk Indonesia Sudah Pakai Medsos. *Metrotvnews.Com*. Retrieved from <http://teknologi.metrotvnews.com/newsteknologi/0k8L1edk-130-juta-pendudukindonesia-sudah-pakai-medsos>
- Azwar, S. (2012). *Sikap manusia, teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Blagojević, N. (2020). *Calm in the coronavirus “infodemic”: The virus is dangerous but so is misinformation about it*. Available online at: <https://www.unicef.org/eca/stories/calm-coronavirus-infodemic> (accessed June 09, 2020).
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lemeshow, Stanley. dkk. (1997). *Besar sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Littlejohn, S. W & Foss, K. A. (2005). *Theories of human communication*. Thomson Wadsworth
- Mar’at. (1982). *Sikap manusia perubahan dan pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa: Buku 1 edisi 6*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Rakhmat, J. (1995). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Richtel, M. (2020). *W.H.O. Fights a Pandemic Besides Coronavirus: An “Infodemic”*. Available online at: <https://www.nytimes.com/2020/02/06/health/coronavirus-misinformation-social-media.html> (accessed June 09, 2020).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zhao S and Wu X (2021) From Information Exposure to Protective Behaviors: Investigating the Underlying Mechanism in COVID-19 Outbreak Using Social Amplification Theory and Extended Parallel Process Model. *Front. Psychol.* 12:631116. doi: 10.3389/fpsyg.2021.631116