

Pengaruh Terpaan #dirumahaja di Instagram Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Covid-19

Ragil Putri Febriany, Mochammad Rochim

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

ragilputrifebriany@gmail.com, mohammad.rochim@unisba.ac.id

Abstract—Since the corona virus (COVID-19) pandemic occurred in Indonesia, many problems have started to emerge one by one in Indonesia, one of which is a positive case of the COVID-19 virus and the enactment of Social Distancing in the community. In this pandemic situation, the use of social media in daily activities tends to become more intense. Especially on Instagram social media. Lots of young people or students are taking advantage of Instagram social media to play a role in helping the government fight the spread of the COVID-19 virus. On Instagram, many information and appeals regarding the corona virus (COVID-19) are marked with the hashtag #dirumahaja. The hashtag #dirumahaja is an appeal or invitation to the community to just stay at home to help the government in Social Distancing activities in breaking the rope of the spread of the COVID-19 virus. The purpose of this research was to find out how the influence of #dirumahaja exposure on Instagram towards changes in attitudes to prevent the spread of COVID-19, among students of communication science at the Bandung Islamic University. The subjects of this study were students of communication science class 2016 Islamic University Bandung. With the number of samples specified as many as 80 people. The method used is the correlation method using a quantitative research approach with a positivistic paradigm. This study uses the Elaboration Likelihood Model (ELM) theory. The results showed that "The Influence of #dirumahaja attack on Instagram" had a significant result on Student Attitudes Regarding Covid-19.

Keywords—Social Media, Instagram, COVID-19, Student

Abstrak—Sejak terjadi pandemi virus corona (COVID-19) di Indonesia, banyak permasalahan mulai muncul satu persatu di Indonesia salah satunya adalah kasus positif terkena virus COVID-19 dan diberlakukannya Social Distancing di masyarakat. Dalam situasi pandemi ini penggunaan media sosial dalam aktivitas keseharian cenderung menjadi lebih intens. Terutama di media sosial Instagram. Banyak sekali generasi muda atau mahasiswa yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk berperan dalam membantu pemerintah memerangi penyebaran virus COVID-19. Pada Instagram informasi dan himbauan mengenai virus corona (COVID-19) banyak ditandai dengan tagar #dirumahaja. Tagar #dirumahaja merupakan himbauan atau ajakan kepada masyarakat agar tetap diam di rumah saja untuk membantu pemerintah dalam kegiatan Social Distancing dalam memutuskan tali penyebaran virus COVID-19. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram terhadap perubahan sikap pencegahan penyebaran COVID-19, pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Bandung. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa ilmu

komunikasi angkatan 2016 Universitas Islam Bandung. Dengan jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 80 orang. Metode yang digunakan adalah metode korelasi menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan paradigma positivistik. Penelitian ini menggunakan teori Elaboration Likelihood Model (ELM). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa "Pengaruh Terpaan #dirumahaja di Instagram" memiliki hasil yang signifikan terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Covid-19.

Kata Kunci—Media Sosial, Instagram, COVID-19, Sikap Mahasiswa, #dirumahaja

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini banyak berbagai media sosial tengah digemparkan mengenai kabar tentang hadirnya virus berbahaya yaitu COVID-19 atau virus corona yang pertama kali ditemukan di kota Wuhan, Cina. Virus COVID-19 dianggap berbahaya karena menyerang sistem pernapasan akut dan hingga saat ini belum ditemukan vaksin atau obatnya. Virus ini menyebar dengan sangat cepat serta sudah menyebar ke nyaris seluruh negara, termasuk Indonesia.

Semenjak diberlakukannya Social Distancing di masyarakat, pemakaian media sosial dalam kegiatan keseharian cenderung menjadi lebih intens. Terutama di media sosial Instagram. Banyak sekali generasi muda ataupun mahasiswa yang menggunakan media sosial Instagram untuk berperan dalam menolong pemerintah memerangi penyebaran virus COVID-19.

Penggunaan #dirumahaja saat ini tengah menjadi *trending* topik di media sosial terutama di Instagram. Hashtag #dirumahaja ini dimunculkan untuk menyebarluaskan suatu berita, ajakan bahkan isu guna menggiring opini publik, dan mengubah sikap para pembacanya pada kegiatan *Social Distancing* dan mengajak untuk tetap diam di dalam rumah.

Menurut (Jalaluddin Rakhmat, 2005:52) sikap adalah kecenderungan seseorang untuk bisa bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Selain itu, ia juga menyebutkan bahwa seseorang dalam menentukan sikap memiliki motivasi yang bisa dianggap sesuai ataupun tepat. Sikap juga bisa menentukan keberpihakan orang pada suatu hal.

Banyaknya mahasiswa yang aktif menggunakan media

sosial khususnya Instagram, serta viralnya penggunaan #dirumahaja hingga beberapa kali menjadi *trending topic* di Instagram memberikan peluang besar bagi para mahasiswa untuk terpengaruhi dan terbawa oleh pesan-pesan persuasif yang ada didalamnya. Bukan hanya terpengaruhi oleh berita-berita atau pesan-pesan yang ada di #dirumahaja mahasiswa juga berpeluang untuk menyebarkan informasi tersebut. Penelitian ini akan dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 dengan pertimbangan bahwa usia mahasiswa yang berusia sekitar 21-24 tahun termasuk kedalam kategori pengguna aktif Instagram. Selain itu, sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung dianggap memiliki peluang lebih untuk mengetahui perkembangan media dan juga fenomena yang sedang terjadi.

Berdasarkan penjelasan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul mengenai **“Pengaruh Terpaan #dirumahaja Di Instagram Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Covid-19 (Studi Korelasional Mengenai Pengaruh Terpaan #dirumahaja di Instagram Terhadap Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung 2016 Mengenai Covid-19)”**.

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini dapat diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Play pada #dirumahaja di Instagram terhadap sikap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Bandung dalam pencegahan penyebaran COVID-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh Simulation pada #dirumahaja di Instagram terhadap sikap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Bandung dalam pencegahan penyebaran COVID-19.
3. Untuk mengetahui pengaruh Collective Intelligence pada #dirumahaja di Instagram terhadap sikap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Bandung dalam pencegahan penyebaran COVID-19.
4. Untuk mengetahui pengaruh Judgment pada #dirumahaja di Instagram terhadap sikap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Bandung dalam pencegahan penyebaran COVID-19.

II. LANDASAN TEORI

A. Media Baru

Keahlian dan kepekaan dalam menyikapi mengenai informasi yang terdapat media baru sangat diperlukan. Keahlian tersebut dibutuhkan karena informasi yang terdapat dalam media baru sangatlah rumit sehingga Jenkins *et al* (Riana, 2017: 1- 27) membagi menjadi dua belas yakni: *Play, Simulation, Performance, Appropriation, Multitasking, Distributed Cognition, Collective Intelligence, Judgement, Transmedia Navigation, Networking, Negotiation*, serta

Visualizaiton.

Ada empat kemampuan yang akan dijadikan objek penelitian sebagai salah satu unit analisis dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Play* diartikan selaku kemampuan ataupun pemahaman audience pada saat menggunakan. Hal ini berarti audience media tidak hanya cuma mengakses, namun pula mengeksplor media baru yang digunakan.
2. *Simulation* diartikan sebagai kemampuan untuk menginterpretasikan serta menyelewengkan informasi pesan media.
3. *Collective Intelligence* merupakan keahlian untuk menyatukan pengetahuan serta membandingkan pendapat dengan orang lain menuju tujuan bersama.
4. *Judgment* merupakan keahlian pertimbangan dalam menganalisa informasi dari asal yang berbeda.

B. Instagram

Instagram ialah salah satu fitur ataupun aplikasi yang terdapat pada *smartphone* dan termasuk pada kategori salah satu media sosial yang cukup diminati oleh orang-orang pada masa ini. Atmoko (2012: 10) mengungkapkan bahwa *Instagram* dapat memberikan inspirasi untuk penggunaanya dan dapat meningkatkan kreatifitas karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat gambar jadi lebih indah, lebih artistik dan jadi lebih bagus.

C. Sikap

Sikap dapat bersifat positif dan bisa pula bersifat negatif. Dalam sikap positif, kecenderungan tindakan yakni mendekati, menyenangi, mengharapkan obyek tertentu, sebaliknya dalam sikap negatif terhadap kecenderungan untuk menjahui, menghindari, membenci serta tidak menyukai obyek tertentu.

Menurut Azwar S (2012:33) struktur sikap dibedakan atas 3 komponen yang saling menunjang, adalah :

1. Komponen kognitif terdiri dari keyakinan individu maupun pengetahuan tentang suatu objek ataupun situasi tertentu yang didefinisikan sebagai konsumen mempelajari objek yang bagi mereka bisa jadi menarik dalam istilah sederhana.
2. Komponen afektif terdiri dari perasaan, emosi, ataupun ungkapan konsumen terhadap permasalahan atau objek yang bisa jadi cara negatif ataupun positif yang dievaluasi dalam konteks kebutuhan konsumen.
3. Komponen perilaku (konatif): terdiri dari bagaimana konsumen bertekad untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap objek menurut mereka mengetahui serta merasakannya.

D. Elaboration Likelihood Model (ELM)

Teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) atau bisa disebut dengan teori kemungkinan elaborasi, sudah dikembangkan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo. Teori ini mengasumsikan kalau orang dapat memproses

pesan persuasif dengan metode yang berbeda (Wasesa, 2011: 291). Teori elaborasi kemungkinan ini berupaya memaparkan bahwa orang bisa memproses suatu pesan persuasi dengan metode yang berbeda sehingga menciptakan sikap yang berbeda. Terkadang orang memaknai pesan dengan metode mengelaborasi menggunakan metode berpikir kritis, serta pada saat lain dengan metode sederhana menggunakan metode berpikir yang kurang kritis.

Teori kemungkinan Elaborasi juga memaparkan kalau dalam proses berfikir kritis seseorang terhadap pesan dipengaruhi dua faktor umum yakni (Morissan, 2013: 85-89):

1. Motivasi, pada dasarnya motivasi mempunyai tiga aspek yaitu keterlibatan atau relevansi individu terhadap suatu topik, keberagaman argumen, serta kecenderungan individu untuk mempunyai pemikiran kritis.
2. Kemampuan, tentang gimana kemampuan otak untuk mencerna pesan yang diberikan. Pada saat pesan diolah secara hati-hati dengan mempertimbangkan hal-hal atau pesan yang pernah ditangkap sebelumnya sehingga ia memakai rute sentral, sedangkan ketika seseorang tidak begitu mencermati argumen yang kuat maupun lemah dan cuma berpatokan pada kredibilitas seorang pembicara dan meyakini topik yang dibicarakan hingga ia memakai rute perifer.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Ahmad Tanzeh, dalam buku Pengantar Metode Penelitian (2011 : 100) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih sering menggunakan logika hipotesis verifikasi yang dimulai dengan cara berfikir deduktif untuk menurunkan hipotesis serta melakukan pengujian di lapangan untuk menarik kesimpulan serta hipotesis tersebut menggunakan data *empiris*, Menurut Jalaluddin Rakhmat dan Idy Subandy (2016:29) paradigma positivistik adalah paradigma yang mengkaji fenomena secara empiris dan dapat diukur.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan studi korelasional, seperti yang di jelaskan dalam buku metode penelitian komunikasi Jalaludin dan idi (2016:70) beliau menjelaskan bahwa metode korelasi memiliki tujuan untuk meneliti sejauh mana variasi pada faktor yang berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Bisa disebut korelasi sederhana apabila kedua variabel nya dihubungkan. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merasa penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional sesuai dengan penelitian yang akan penulis teliti. Karena disini peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan antara variabel Pengaruh Terpaan #dirumahaja di Instagram dengan variabel Sikap Mahasiswa Mengenai Covid-19.

Penelitian ini dilakukan dengan memakai metode survei. Tipe survei yang digunakan dengan menyebar kuesioner/angket sebagai instrument dalam mengumpulkan

data. Tujuannya untuk memperoleh informasi responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Riset ini hendak dilakukan dengan menggunakan prosedur survei kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung untuk mengetahui pengaruh pemakaian media sosial Instagram mengenai tagar #dirumahaja terhadap perubahan sikap pencegahan penyebaran COVID-19 (Kriyantono 2006: 59).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Terpaan #dirumahaja Di Instagram Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Covid-19

Dalam penelitian ini, pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram terhadap mahasiswa termasuk pada kategori baik, sebesar 74,78% yang termasuk dalam kategori 68,01% – 84,00%. Dalam artian menunjukan bahwa pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram terhadap mahasiswa memiliki pengaruh yang baik. Kemudian sikap mahasiswa terhadap informasi serta pencegahan mengenai covid-19 di Instagram dengan #dirumahaja termasuk pada kategori baik, sebesar 72,1% yang termasuk dalam kategori 68,01% – 84,00%. Hasil tersebut menunjukan bahwa secara keseluruhan sikap mahasiswa terhadap informasi serta pencegahan mengenai covid-19 memiliki sikap yang baik.

Sesuai pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam uji t yang digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial memperlihatkan hasil bahwa uji t menunjukkan penolakan H_0 , yang artinya pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram memiliki pengaruh terhadap sikap mahasiswa mengenai covid-19. Dari hasil penelitian diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 8,367 > t_{tabel} sebesar 1,991. Lalu hal ini juga dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,000 $\geq$ tingkat signifikansi (α) 0,05, yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain bahwa pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa mengenai covid-19. Hal ini menjelaskan bahwa pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram dapat mempengaruhi sikap mahasiswa mengenai covid-19.

B. Indikator Variabel X Pengaruh Terpaan #dirumahaja di Instagram

Berikut pembahasan perindikator yang ada dalam variabel X atau pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram.

1. *Play* (Tingkat Kesadaran Mahasiswa), Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 sangat mengetahui dan sadar betul akan fungsi, kelemahan dan kelebihan yang ada di sosial media dimana rata-rata dari mereka menjawab setuju. dari pemeriksaan sebesar 80,27% dapat dan dikategorikan baik.
2. *Simulation* (Kredibilitas Informasi), Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 memiliki kemampuan yang baik dari pemeriksaan sebesar 70,31% untuk memilah dan

mengenali kredibilitas informasi yang ada dalam #dirumahaja.

3. *Collective Intelligent* (Membandingkan informasi atau isi pesan), Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 cukup baik dari pemeriksaan sebesar 67,87% untuk menilai kesesuaian isi berita yang ada dalam #dirumahaja dengan pengetahuan yang mereka miliki dan fakta yang ada.
4. *Judgement* (Kredibilitas sumber), Berdasarkan hasil penelitian diatas didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 memiliki kemampuan yang baik dari pemeriksaan sebesar 71,2% dalam memilah atau mengetahui apakah akun sosial media yang memposting #dirumahaja dapat dipercaya atau tidak.

C. Indikator Variabel Y Sikap Mahasiswa Mengenai Covid-19

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 terhadap penggunaan #dirumahaja di Instagram berikut pembahasan perindikator yang ada dalam variabel Y.

1. Kognitif, Menurut Azwar (2012:33) komponen kognitif didefinisikan sebagai pengetahuan, kepercayaan atau pemahaman individu terhadap suatu objek atau situasi tertentu. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 memiliki pengetahuan yang baik dari pemeriksaan sebesar 77,87% mengenai #dirumahaja.
2. Afektif, Afektif merupakan perasaan, emosi, atau ungkapan seseorang terhadap suatu masalah atau objek tertentu. Dalam penelitian ini aspek afektif yaitu berupa perasaan, emosi dan ungkapan mahasiswa terhadap #dirumahaja yang sedang menjadi trending di media sosial khususnya instagram. Dalam penelitian dapat diketahui bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 merasa cukup baik dari pemeriksaan sebesar 66,31% yakni tertarik dan penarikan dengan informasi yang ada dalam #dirumahaja.
3. Konatif, Konatif merupakan respon seseorang yang merupakan suatu reaksi terhadap suatu objek berdasarkan bagaimana pengetahuan yang mereka punya dan apa yang mereka rasakan. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mahasiswa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 memberikan *like* dan juga komentar pada postingan #dirumahaja di sosial media instagram. Selain itu mahasiswa juga

membagikan ulang (*Repost*) postingan #dirumahaja pada akun sosial media pribadi mereka. Mahasiswa membaca dan menarik isi pesan atau informasi yang ada dalam #dirumahaja dengan baik dari pemeriksaan sebesar 69,9%.

D. Sikap Mahasiswa Pada Penggunaan #dirumahaja Berdasarkan Teori ELM (*Elaboration Likelihood Model*)

Hasil Penelitian ini mendukung teori ELM (*Elaboration Likelihood Model*), berdasarkan teori ELM yang digunakan dalam penelitian ini, bahwa seseorang dapat memproses pesan persuasi dengan cara yang berbeda, dan karakteristik responden yang selalu menggunakan rasionalitasnya dalam melihat suatu permasalahan (respondennya aktif).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mempertimbangkan informasi dan isi pesan yang ada dalam #dirumahaja bermodalkan pengetahuan yang mereka miliki sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dan dari berbagai sumber lain. Dengan demikian, pengaruh penggunaan #dirumahaja terhadap sikap mahasiswa mengenai covid-19 dapat dijelaskan oleh pemrosesan informasi jalur central.

Pemrosesan informasi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 dikatakan melalui jalur central, karena berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa mahasiswa mempunyai motivasi dan juga mempunyai kemampuan dalam mengolah pesan, menggunakan cara berpikir kritis.

Dalam penelitian ini, sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 dalam memproses pesan yang ada pada #dirumahaja secara hati-hati dengan cara mengevaluasinya dengan pengetahuan yang sudah ia miliki dari sumber lain dan bukan hanya berdasarkan pengaruh dari orang lain.

E. Kutipan Jurnal

Pada penelitian pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram terhadap sikap mahasiswa saya mengutip penelitian dari Indri Rachmawati. Hasil penelitian yang dilakukan oleh beliau, menyatakan pengaruh kampanye Earth Hour terhadap Sikap Siswa terdapat pengaruh antara kampanye terhadap sikap siswa SMAN 12 Bandung sebesar 44,2%.

Setelah saya melihat penelitian Indri Rachmawati, saya merasa memiliki persamaan dengan penelitian beliau yaitu meneliti tentang sikap. Hasil penelitian beliau berpengaruh signifikan terhadap sikap peduli energi listrik. Sedangkan penelitian yang saya teliti memiliki hasil yang signifikan terhadap sikap pencegahan penularan Covid-19.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Terpaan #dirumahaja Di Instagram Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Covid-19, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa

variabel independen yang digunakan dalam penelitian untuk menguji sikap mahasiswa dalam pengaruh tagar #dirumahaja media sosial Instagram terhadap pencegahan penyebaran virus covid-19. Diperoleh T hitung sebesar 8,367 lebih besar dari T tabel yaitu 1,991 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05) yang menyatakan signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa “Ada pengaruh terpaan #dirumahaja di Instagram terhadap sikap mahasiswa mengenai covid-19”.

Hasil penelitian koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa sikap mahasiswa terhadap covid-19 yang dipengaruhi terpaan #dirumahaja di Instagram hanya sebesar 47,3% dan 52,7% merupakan faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil penelitian pada indikator *Play* (Tingkat Kesadaran Mahasiswa) didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 sangat mengetahui dan sadar betul akan fungsi, kelemahan dan kelebihan yang ada di sosial media dimana rata-rata dari mereka menjawab setuju. dari pemeriksaan sebesar 80,27% dapat dan dikategorikan baik.

Hasil penelitian pada indikator *Simulation* (Kredibilitas Informasi) didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 memiliki kemampuan yang baik dari pemeriksaan sebesar 70,31% untuk memilah dan mengenali kredibilitas informasi yang ada dalam #dirumahaja.

Hasil penelitian pada indikator *Collective Intelligence* (Membandingkan Informasi atau isi pesan) didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 cukup baik dari pemeriksaan sebesar 67,87% untuk menilai kesesuaian isi berita yang ada dalam #dirumahaja dengan pengetahuan yang mereka miliki dan fakta yang ada.

Hasil penelitian pada indikator *Judgement* (Kredibilitas sumber atau akun) didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2016 memiliki kemampuan yang baik dari pemeriksaan sebesar 71,2% dalam memilah atau mengetahui apakah akun sosial media yang memposting #dirumahaja dapat dipercaya atau tidak.

VI. SARAN

Setelah melakukan kesimpulan di atas, berikut saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini menggunakan media Instagram dalam mengukur sikap mahasiswa dalam pengaruh tagar #dirumahaja media sosial Instagram terhadap pencegahan penyebaran virus covid-19. Diharapkan akan ada penelitian selanjutnya yang mengukur dari objek lainnya, seperti terpaan #dirumahaja pada media sosial twitter, facebook, dan lain sebagainya.
2. Penelitian ini menggunakan subjek mahasiswa sebagai tolak ukur hasil dari pesan persuasif #dirumahaja. Disarankan penelitian selanjutnya bisa menggunakan subjek lain yang lebih luas

seperti masyarakat umum untuk mendapatkan hasil yang lebih signifikan.

3. Penelitian berikutnya diharapkan menambah variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap #dirumahaja media sosial Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agung Wasesa, Silih. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Ahmad Tanzeh. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- [3] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- [4] Azwar, Saifuddin. 2012. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta
- [5] Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [6] Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- [7] Rakhmat, Jalaluddin & Idi Subandy. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi : Edisi Revisi Kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [8] Riana, Dwiza dan Hermansyah. 2017. *Aplikasi Deskriptif Itu Mudah*. Depok : Khalifah Mediatama.
- [9] Morissan. 2013. *Teori komunikasi : individu hingga massa* . Kencana : Jakarta