

**Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 di Televisi terhadap Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19 di Kalangan Pedagang Muslim di Pasar Kenayan**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
untuk Memenuhi sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Disusun oleh:**

**CHAERUDIN**

**16210091**

**Dosen Pembimbing:**

**Drs. Abdul Rozak, M.Pd**

**19671006 199403 1 003**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2021**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1519/Un.02/DD/PP.00.9/09/2021

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH TERPAAN BEERITA COVID - 19 DI TELEVISI TERHADAP PERILAKU KESEHATAN PADA PANDEMI COVID - 19 DI KALANGAN PEDAGANG MUSLIM DI PASAR KENAYAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : CHAERUDIN  
Nomor Induk Mahasiswa : 16210091  
Telah diujikan pada : Senin, 09 Agustus 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Abdul Rozak, M.Pd  
SIGNED

Valid ID: 6120efb7b8e32



Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.  
SIGNED

Valid ID: 6147e79ea4de2



Penguji II

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 6125292494eb9



Yogyakarta, 09 Agustus 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 6153222933a90



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274)  
552230  
*E-mail: fdk.uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281*

---

### **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada :  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Chaerudin

NIM : 16210091

Judul Skripsi : **PENGARUH TERPAAN BERITA COVID-19 DI  
TELIVISI TERHADAP PERILAKU KESEHATAN PADA  
PANDEMI COVID-19 DI KALANGAN PEDAGANG  
MUSLIM DI PASAR KENAYAN.**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 3 Agustus 2021

Kejua Program Studi

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Skripsi

**Nanang Mizwar H, S.Sos., M.Si**  
**NIP 19840307 201101 1 013**

**Drs. Abdul Rozak, M.Pd**  
**NIP 9671006 199403 1 003**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chaerudin  
NIM : 16210091  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH TERPAAN BERITA COVID-19 TERHADAP PERILAKU KESEHATAN PADA PANDEMI COVID-19 DI KALANGAN PEDAGANG MUSLIM DI PASAR KENAYAN”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Kebumen, 29 Juli 2021

Yang menyatakan,



CHAERUDIN  
16210091

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberi dukungan dari awal hingga akhir proses perkuliahan.
2. Seluruh dosen dan staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2016.
4. Teman-teman Ikatan Mahasiswa Kebumen di Yogyakarta
5. Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
6. Civitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**MOTTO**

“There is a will, There is a way”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang selalu senantiasa melimpahkan rahmat-Nya untuk kita semua. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, sang rasul panutan yang menuntun umat dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan keilmuan dan kemajuan teknologi seperti saat ini. *Alhamdulillahirobbil'amin*, setelah melalui proses yang cukup panjang penulis mampu menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata I dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 terhadap Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19 di Kalangan Pedagang Muslim di Pasar Kenayan”. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
4. Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd, selaku dosen pembimbing skripsi
5. Bapak Drs. Muhammad Sahlan, M.Si selaku dosen pembimbing akademik

6. Seluruh dosen dan staf program studi komunikasi dan penyiaran islam yang senantiasa tulus serta ikhlas dalam mengajar dan memberikan pelayanan selama dalam proses perkuliahan.
7. Kedua orang tua beserta keluarga yang selalu memberi dukungan dari awal hingga akhir proses perkuliahan
8. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan selama ini, teman-teman program studi komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2016, teman-teman Ikatan Mahasiswa Kebumen di Yogyakarta.
9. Segenap pihak yang telah membantu penelitian ini terutama Pengelola Pasar Kenayan, Desa Balingasal, Kecamatan Padureso, Kabupaten Kebumen. Semoga Allah memberikan pahala serta balasan yang setimpal atas seluruh hal-hal baik yang membantu selama proses penelitian serta penyusunan skripsi ini berlangsung.

“Tak ada gading yang tak retak” begitulah sebuah pepatah mengatakan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki penulis masih sangat terbatas. Oleh karena itu, saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini mendapatkan berkah dan bermanfaat bagi para pembaca. Aamiin



## ABSTRAK

Chaerudin, 16210091. Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 di Televisi terhadap Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19 di Kalangan Pedagang Muslim di Pasar Kenayan, skripsi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Televisi merupakan salah satu media audio visual yang belakangan ini semakin banyak penggunanya di Indonesia dan fungsi utama televisi adalah sebagai sarana informasi. Ketertarikan masyarakat terhadap berita di televisi memberikan stimulus yang berbeda-beda memengaruhi respon dari penontonya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori jarum suntik dan teori pendukung dependensi efek komunikasi massa. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai pelengkap data dengan jumlah responden sebanyak 22 responden. Analisis data menggunakan analisis *Chi Square*.

Berdasarkan penelitian, hipotesis yang terbukti adalah hipotesis nol ( $H_0$ ), yaitu tidak terdapat pengaruh terpaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil *chi square* atau *kai kuadrat* yang lebih kecil dari nilai pada tabel distribusi *chi square*. Pengaruh antara intensitas terpaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 dapat dikatakan sangat lemah atau tidak signifikan.

Kata kunci : Terpaan, Berita, televisi, covid-19, jarum suntik dan *chi square*.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Kajian Pustaka .....	9
E. Kerangka Teori .....	15
1. Perilaku Kesehatan .....	15
2. Teori Perilaku Berencana/ <i>Theori Behavior of Planned</i> (TBP) .....	17
3. Terpaan Media .....	21
4. Komunikasi Massa .....	23
5. Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa .....	24
6. Teori Jarum Suntik .....	26
F. Hipotesis .....	27
G. Sistematika Pembahasan .....	28
<b>BAB II METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Definisi Konseptual .....	31
C. Definisi Operasional .....	34
D. Populasi dan Sampel .....	35

E.	Instrumen Penelitian .....	38
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	39
G.	Uji Validitas dan Realibitas .....	40
H.	Analisis Data .....	43
<b>BAB III GAMBARAN UMUM COVID-19 DAN PASAR KENAYAN.....</b>		<b>47</b>
A.	Covid-19 .....	47
1.	Coronavirus 2019 (COVID19) .....	47
2.	Penanggulangan Covid-19 Di Indonesia .....	49
3.	Peraturan Protokol Kesehatan Pedagang di Pasar .....	51
B.	Pasar Kenayan .....	53
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
A.	Deskripsi Data Penelitian .....	56
1.	Terpaan Berita Covid-19 di Televisi .....	57
2.	Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19.....	61
3.	Data Hasil Wawancara.....	64
B.	Pengujian Hipotesis .....	65
C.	Intepretasi Hasil Penelitian.....	70
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>		<b>74</b>
A.	Kesimpulam.....	74
B.	Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>77</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>79</b>

  
 SUNAN KALIJAGA  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Operasional Variabel Terpaan Berita Covid-19 (X).....	34
Tabel 2 Operasional Variabel Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid (Y).....	35
Tabel 3 Kisi-kisi Skala Penilaian Variabel X .....	38
Tabel 4 Kisi-kisi Skala Penilaian Variabel Y .....	38
Tabel 5 Uji Validitas Terpaan Berita Covid-19 di Televisi .....	41
Tabel 6 Uji Validitas Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19 .....	42
Tabel 7 Uji Realibitas Terpaan Berita Covid-19 di Televisi.....	43
Tabel 8 Uji Realibitas Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19.....	43
Tabel 9 Daftar Nama Pedagang di Pasar Kenayan .....	54
Tabel 10 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 11 Frekuensi Terpaan Berita Covid-19 di Televisi.....	58
Tabel 12 Durasi Terpaan Berita Covid-19 di Televisi.....	59
Tabel 13 Atensi Terpaan Berita Covid-19 di Televisi .....	59
Tabel 14 Terpaan Berita Covid-19 di Televisi.....	60
Tabel 15 Sikap Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19.....	61
Tabel 16 Norma Subjektif Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19 .....	62
Tabel 17 Kontrol Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19.....	62
Tabel 18 Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19 .....	63
Tabel 19 Tabulasi Silang Variabel X dan Variabel Y.....	66
Tabel 20 Perhitungan <i>Chi Square</i> atau Kai Kuadrat.....	68
Tabel 21 Distribusi <i>Chi Square</i> atau Kai Kuadrat .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pantauan Covid-19 di Kabupaten Kebumen.....	5
Gambar 2 Data Pantauan Covid-19 di Kecamatan Padureso.....	5
Gambar 3 Teori Perilaku Berencana.....	18
Gambar 4 Teori Jarum Suntik.....	26



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Media massa telah memiliki kedudukan yang cukup berarti dalam pembuatan mobilisasi serta pemeliharaan atau pengendalian konflik antar kelompok ataupun individu. Hal tersebut terjadi dikarenakan nyaris semua elemen masyarakat mampu mendapatkan data atau informasi yang lagi hangat, dan diperbincangkan lewat media massa semacam tv, radio, koran serta sebagainya. Media massa sanggup membentuk keberagaman budaya, ini menjadi bukti atau salah satu contoh pengaruh media yang terjadi pada sistem nilai, anggapan, serta perilaku manusia.

Kebutuhan akan informasi saat ini dapat dengan gampang didapatkan oleh khalayak berkat pertumbuhan teknologi yang terus berinovasi. Berkat kemajuan teknologi saat ini, data informasi yang bertabiat lokal, nasional bahkan berskala internasional sekalipun saat ini sudah dapat disebarluaskan dengan mudah melalui berbagai bentuk media. Seluruh informasi-informasi tersebut dikemas sedemikian rupa, baik lewat cetak semacam koran, majalah, tabloid, atau lewat media elektronik seperti radio serta televisi, maupun lewat media internet.

Televisi merupakan salah satu media komunikasi siaran mutakhir yang telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Terlebih dengan proses penyampaian pesan yang sanggup menyampaikan segala jenis atau tipe pesan yang bersifat audio, visual, tekstual hingga interaksional langsung kepada komunikator. Seiring perkembangannya, TV saat ini sudah bukan barang yang

eksklusif, namun sudah menjadi salah satu barang yang bisa ditemukan dimana saja dan hampir di setiap rumah penduduk Indonesia yang memanfaatkan TV untuk mengatasi masalah informasi dan sebagai sumber hiburan..

Dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak, siaran televisi memiliki empat poin utama fungsi, yaitu fungsi menginformasikan, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi kontrol sosial.<sup>1</sup>

Program acara berita di TV pada umumnya disajikan secara *staright news*, *hard news* serta *soft news*. Berita semacam ini merupakan, berita yang disukai oleh penonton sebab beritanya bersifat aktual, kilat serta ringan dan pastinya gampang dimengerti oleh para penonton.

Data dalam program berita dituntut tidak hanya harus tepat namun juga menarik sehingga menjadi ujian tersendiri bagi editor televisi dalam memperkenalkan program berita terbaik. Tidak hanya itu, program berita di TV juga harus menunjukkan sifat dari program informasi yang dapat diandalkan untuk menyaingi poin menghasilkan rasa kepercayaan publik terhadap program berita yang dapat digunakan sebagai referensi dalam menangani kebutuhan data atau informasi.

Dalam beberapa bulan terakhir program berita di televisi tengah menyiakan berita tentang sebuah pandemi yang di sebut Coronavirus Disease 2019. Tepatnya pada 31 Desember 2019, World Health Organization China Country Office melaporkan temuan kasus pneumonia dengan etiologi tidak jelas di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Pada 7 Januari 2020, China membedakan kasus tersebut

---

<sup>1</sup> Mabruhi, A. 2011. Manajemen Produksi Program Acara Televisi. Depok: Mind 8 Publishing House

sebagai jenis lain dari Covid. Pada 30 Januari 2020, Organisasi Kesehatan Dunia mengumumkan episode sebagai Darurat Kesehatan Masyarakat yang Menjadi Perhatian Internasional (PHEIC) dan pada 11 Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia menyatakan COVID-19 sebagai pandemi.<sup>2</sup>

Penyakit Covid 2019 adalah penyakit tak tertahankan yang disebabkan oleh Sindrom Pernafasan Akut Parah Coronavirus 2 (SARS-CoV-2). SARS-CoV-2 adalah jenis lain dari Covid yang belum pernah dibedakan pada manusia. Ada dua jenis Covid yang diketahui menyebabkan penyakit yang dapat menimbulkan manifestasi serius, seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Kontaminasi virus corona memiliki tanda dan indikasi yang normal, termasuk efek samping berupa nyeri pernafasan yang hebat seperti batuk, demam, dan sesak napas. Dalam kasus COVID-19 yang ekstrem, dapat menyebabkan gangguan pernapasan yang parah, radang paru-paru, gagal ginjal, dan bahkan kematian.<sup>3</sup>

Jumlah kasus mengalami peningkatan dengan cepat, dan menyebar ke seluruh negeri dalam jangka waktu yang singkat. Hingga 9 Juli 2020, WHO telah mengakui 11.84.226 kasus positif dengan 545.481 kematian di seluruh dunia (Case Fatality Rate/CFR 4,6%). Indonesia sendiri telah mengumumkan kasus utama pada 2 Maret 2020. Kemudian, saat itu kasus ini terus bertambah dan menyebar dengan cepat ke seluruh Indonesia. Per 9 Juli 2020, Kementerian Kesehatan mengumumkan penemuan 70.736 kasus positif COVID-19 dengan 3.417 kasus (CFR 4,8%).<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Yurianto, Achmad, dkk. *Pedoman Pengendalian dan Pencegahan Covid-19 Revisi Ke-5*, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta:2021. hlm. 17

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm 17

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm 18



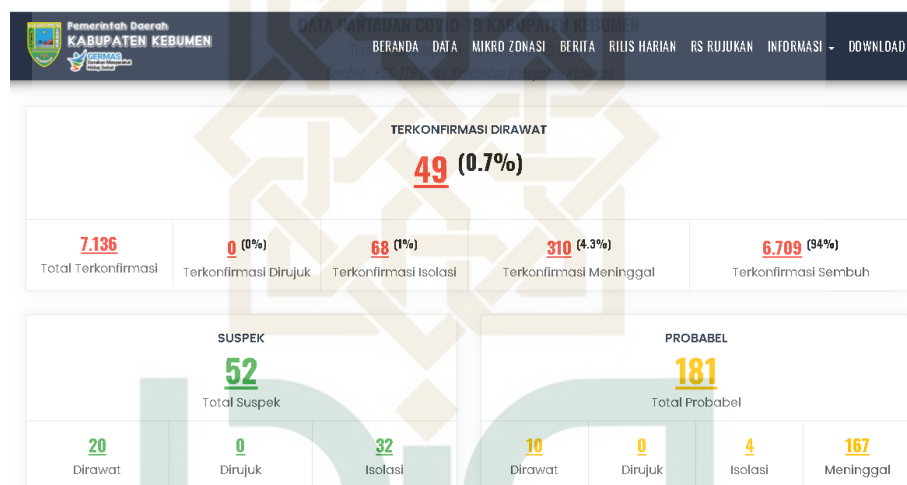
Coronavirus dalam perspektif Islam adalah wabah-wabah atau penyakit menular seperti pada masa Nabi Muhammad dan sahabatnya yang disebut Tho'un. Meski hingga kini masih menjadi perbincangan di kalangan peneliti tentang peringatan Tho'un untuk Virus Corona ini, faktanya merebaknya virus Corona bisa dibilang setara dengan kasus pada masa Nabi Muhammad SAW. SAW dan sahabat-sahabatnya. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa dalam pandangan Islam wabah virus Corona ini merupakan ujian dari Allah SWT kepada umat manusia, sehingga manusia dapat mengingat kembali bahwa Allah SWT maha kuasa atas segala sesuatu yang ada di dunia ini. Sebagai manusia biasa yang lemah dan mudah lelah, tentunya kita harus senantiasa berdoa dan bertawakal kepada Allah SWT serta berupaya mengendalikan dan mencegah COVID-19 dengan mengikuti konvensi kesejahteraan yang telah ditetapkan. Sebagaimana petunjuk dalam kitab surgawi Al-Qur'an, secara khusus bahwa seorang pekerja tidak akan tertekan oleh bencana atau masalah kecuali jika Allah telah menyusun dan menetapkan sebelumnya bencana atau masalah itu kepadanya. Allah SWT berfirman :

قُلْ لَنْ يُصِيبَنَا إِلَّا مَا كَتَبَ اللَّهُ لَنَا هُوَ مَوْلَانَا وَعَلَى اللَّهِ  
فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ ﴿٥١﴾

“Katakanlah: Tidak akan menimpakan kami kecuali apa yang Allah telah tuliskan untuk kami. Dialah pelindung kami dan hanya kepada Allah bertawakal orang-orang yang beriman.” (QS.At-Taubah[9]: 51).

Pasar Kenayan merupakan pasar tradisional yang berada di Jl. Wadaslintang KM 7, Desa Balingasal, Kecamatan Padureso, Kabupaten Kebumen. Pada masa

pandemi Covid-19 pasar ini tetap beroperasi guna memenuhi kebutuhan juga mempertahankan roda perekonomian masyarakat. Pasar Kenayan sendiri beroperasi seperti biasanya pada hari minggu, selasa, dan juma'at. Dan juga setiap malam hari juga masih ada yang berdagang ditengah maraknya berita tentang Covid-19. Adapun data pantauan covid-19 di wilayah Kabupaten Kebumen secara keseluruhan sebagai berikut:<sup>5</sup>



**Gambar 1**

Dan berikut data pantauan Covid-19 di Kecamatan Padureso sekaligus di Desa Balingasal.<sup>6</sup>

DATA SEBARAN COVID 19 KECAMATAN PADURESO													✕ TUTUP
KODE	KECAMATAN	SUSPEK			PROBABEL				TERKONFIRMASI				
		DIRAWAT	DIRUJUK	ISOLASI	DIRAWAT	DIRUJUK	ISOLASI	MENINGGAL	DIRAWAT	DIRUJUK	ISOLASI	MENINGGAL	SEMBUH
2001	Pejengkalen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
2002	Balingasal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
2003	Merden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	12
2004	Kalijering	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2
2005	Kaligubug	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
2006	Sidototo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
2007	Rahayu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2008	Sendangdalem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7
2009	Padureso	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	12

**Gambar 2**

<sup>5</sup> <https://corona.kebumenkab.go.id/> diakses pada tanggal 19 April 2021

<sup>6</sup> [https://corona.kebumenkab.go.id/index.php/web/data\\_all](https://corona.kebumenkab.go.id/index.php/web/data_all) diakses pada tanggal 19 April 2021

Melihat fakta tersebut, oleh karena itu dalam hal ini seorang pedagang maupun pembeli yang berada di Pasar Kenayan harus lebih tersadar dan memahami serta mematuhi protokol kesehatan yang mesti dilaksanakan guna mencegah dan melindungi diri dari tertularnya Covid-19 ini. Terlebih mayoritas pedagang beragama Islam. Dimana seperti yang telah disebutkan dalam sebuah hadits riwayat Bukhari:

"Jika kamu mendengar wabah di suatu wilayah, maka janganlah kalian memasukinya. Tapi jika terjadi wabah di tempat kamu berada, maka jangan tinggalkan tempat itu." (HR Bukhari).

Melihat fenomena tersebut peneliti tertarik untuk menjadikan fenomena pandemi ini sebagai suatu karya ilmiah. Dimana dalam penelitian ini peneliti berusaha mengangkat antara keterkaitan suatu dampak media pemberitaan terhadap perilaku kesehatan.

Dalam penelitian ini Pedagang Pasar Kenayan menjadi subjek penelitian. Pedagang sebagai subjek penelitian dikarenakan keberadaan pedagang itu sendiri yang merupakan profesi atau pekerja yang aktivitasnya dalam sehari-hari selalu berinteraksi dengan orang lain baik dengan konsumen, petugas pasar, maupun antar sesama pedagang. Sehingga dalam melaksanakan profesi tersebut mengharuskan mereka untuk melaksanakan protokol atau kaidah-kaidah kesehatan yang harus diterapkan dimasa pandemi ini sesuai dengan arahan dari pemerintahan atau dinas terkait. Selain itu juga mayoritas agama yang dipeluk pedagang di pasar kenayan adalah islam. Dalam hal keterkaitan fenomena ini sedikit banyaknya seorang pedagang memiliki pengetahuan keagamaan yang berkaitan dengan cara

dalam menghadapi segala jenis ujian dari Allah Swt seperti yang tertuang dalam QS. Al-Baqarah ayat 155-157 :

“Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, (QS. Al-Baqarah: 155) (yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan: “Innaa lillahi wa innaa ilaihi raaji’uun”. (QS. Al-Baqarah: 156) Mereka itulah yang mendapatkan keberkahan yang sempurna dan rahmat dari Rabbnya, dan mereka itulah orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. Al-Baqarah: 157)

Karena media serta masyarakat yang mengungkapkan pemberitaan covid-19 secara terus menerus, khususnya di televisi ini. Media akan memberikan sebuah dampak pengetahuan terhadap persepsi khalayak atau pemirsa mengenai realitasnya sehingga mampu memberikan dampak berupa tindakan atau perilaku. Berita yang banyak dibicarakan oleh sebagian besar media membuat penulis tertarik untuk menganalisis apakah ada pengaruh menonton berita tentang Coronavirus di TV terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 bagi Pedagang Muslim di pasar Kenayan. Pembentukan perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 dikalangan pedagang disebabkan oleh banyak hal, antara lain ialah terpaan pemberitaan tentang covid-19. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

**“Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 di Televisi terhadap Perilaku Kesehatan pada Pandemi Covid-19 di kalangan Pedagang Muslim di Pasar Kenayan”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana terpaan berita covid-19 di televisi pada pedagang muslim di pasar kenayan?
2. Bagaimana perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan?
3. Adakah pengaruh terpaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan dari penelitian ini adalah menjawab permasalahan yang tertuang dalam rumusan masalah , yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana terpaan berita covid-19 di televisi pada pedagang muslim di pasar kenayan.
- b. Untuk mengetahui bagaimana perilaku kesehatan pada pandemic covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan.
- c. Untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan.

### 2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai semacam perspektif untuk peneliti selanjutnya yang perlu berbicara tentang dampak informasi di TV pada perilaku sosial masyarakat maupun lainnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan gambaran jelas mengenai suatu dampak pemberitaan di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19

#### **D. Kajian Pustaka**

Pada suatu penelitian dibutuhkan adanya dukungan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yang memiliki keterkaitan dengan penelitian tersebut. Sesudah melakukan penelusuran atau pencarian terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang hendak dikaji dalam penelitian ini, jadi dapat dijabarkan dari hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan adalah sebagai berikut:

Skripsi penelitian dari Zainul Asngadah Fatmawati dengan judul “Pengaruh Terpaan Peringatan Pesan pada Iklan Rokok terhadap Sikap untuk Berhenti Merokok pada Remaja” menjadi penelitian pertama yang menjadi acuan dalam penelitian penulis. *Protection Motivation Theory* (PMT) dari Rogers serta Cognitive Response dari Greenwald digunakan sebagai teori pada penelitian ini. Sedangkan untuk tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan eksperimen dengan *desain static group comparasion*. Peneliti juga menggunakan non random sampling sebagai teknik pengambilan sampelnya. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh diantara terpaan peringatan pesan pada

iklan rokok terhadap sikap untuk berhenti merokok pada remaja.<sup>7</sup>

Efek terpaan pada sebuah media menjadi titik kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis. Sementara itu Objek penelitian menjadi titik perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis. Yang mana pada penelitian yang dilakukan oleh Zainul Asngadah Fatmawati yang dijadikan objek adalah Iklan Rokok, sedangkan objek yang hendak diteliti oleh penulis adalah berita covid-19.

Skripsi yang telah dilakukan oleh Indra Handayani seorang mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Sultan Agung Tirtayasa Serang dengan judul “Pengaruh Terpaan Tayangan Talkshow Dr. Oz Indonesia di Trans Tv terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Agung Tirtayasa” menjadi acuan kedua penulis dalam penelitian ini. Pada skripsi ini, peneliti menggunakan teori Uses and Gratification, Teori ini menjelaskan bahwa penonton, pendengar dan pembaca memilih dan menggunakan opsi berbagai media dan program untuk kepuasan mereka. Gambaran teori ini berkaitan dengan khalayak aktif dan penuh perhatian ketika isi media menyampaikan sejumlah fungsi yang mereka percayai untuk sebuah nilai tambah atau sesuatu yang berharga. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan rendah antar kedua variabel “Terpaan tayangan tslkshow Dr.Oz Indonesia” ( Variabel X ) dengan “Kebutuhan Informasi Kesehatan” ( Variabel Y).<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Zainul Asngadah Fatmawati, *Pengaruh Terpaan Peringatan Pesan pada Iklan Rokok terhadap Sikap untuk Berhenti Merokok pada Remaja*. Skripsi(Semarang:Jurusan Ilmu Komunikasi,Universitas Dipenogoro,2014)

<sup>8</sup> Indra Handayani, *Pengaruh Terpaan Tayangan Talk Show Dr. Oz Indonesia di Trans TV terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Agung Tirtayasa*. Skripsi (Serang:Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Agung Tirtayasa, 2015)

Adapun kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Persamaan tersebut terletak pada kesamaan permasalahan tentang suatu pengaruh terpaan media televisi. Sedangkan perbedaan terletak pada teori yang diterapkan dalam penelitian. Dalam hal ini teori yang diterapkan oleh Indra Handayani adalah teori *uses and gratification*, sedangkan teori yang digunakan penulis adalah teori *dependensi efek komunikasi massa*.

Penelitian ketiga adalah sebuah artikel dalam jurnal penelitian dari Anna, Syaifullah Cangara, dan Muhammad Farid dengan judul “Pengaruh Terpaan Media dan Pemahaman Informasi terhadap Perilaku Masyarakat (Kasus Penyebaran PHMS di Kabupaten Mamuju)”. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian metode *survey* yang merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dan untuk teknik analisis data yang digunakan ialah *path analysis* dengan bantuan program *software* SPSS 16,0. Adapun hasil penelitian ini adalah terdapat korelasi positif dan signifikan antara terpaan media dengan tingkat pemahaman masyarakat dengan nilai koefisien korelasi 0,311. Tidak terdapat pengaruh antara terpaan media terhadap perilaku masyarakat dengan nilai koefisien jalur (R) sebesar 0,036, dan terdapat temuan pengaruh positif dan signifikan antara tingkat pemahaman informasi terhadap perilaku masyarakat dengan nilai R sebesar 0,496.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Anna, Syaifullah Cangara, Muhammad Farid, *Pengaruh Terpaan Media dan Pemahaman Informasi terhadap Perilaku Masyarakat (Kasus Penyebaran PHMS di Kabupaten Mamuju)*. Jurnal Komunikasi KAREBA Vol.6 No.1 Januari-Juni.2017 (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin,2017)



Persamaan penelitian ini terhadap penelitian penulis terletak pada kesamaan mencari tahu tentang pengaruh terpaan media dan juga terdapat kesamaan dalam tipe penelitian yang digunakan yaitu metode survey yang merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat di bagian objek penelitian. Pada penelitian Anna, Syaifullah Cangara, dan Muhammad Farid yang menjadi objek adalah Kasus Penyebaran PHMS di Kabupaten Mamuju, sedangkan objek penelitian yang akan dipilih penulis adalah berita covid-19.

Berikut penelitian keempat adalah sebuah artikel dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Obat Non Resep dengan Sikap Masyarakat (Studi regresi sederhana mengenai terpaan iklan obat-obatan non resep yang tayang pada televisi dengan sikap masyarakat terhadap keputusan pembelian)”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sebuah efek terpaan atau paparan iklan di televisi terhadap sikap atau perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi obat-obatan non dokter yang dijual secara bebas di pasaran. Metode kuantitatif tipe studi regresi sederhana dijadikan peneliti sebagai metode penelitiannya. Serta teori *Cognitive Response* digunakan dalam penelitian ini, dengan populasi yang diambil yaitu masyarakat kota Bandung. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan angket atau kuesioner terhadap responden yang terpilih dengan metode teknik sampling *multistage cluster*. Hasil daripada penelitian ini menunjukkan keputusan dalam pembelian suatu produk (obat non dokter) yang dilakukan oleh warga masih terdapat ketergantungan terhadap paparan iklan yang ditampilkan oleh media televisi. Nilai kuantitatif antara terpaan atau paparan iklan

obat non dokter di televisi dengan sikap masyarakat secara keseluruhan dalam pembelian obat non dokter produk kesehatan industri farmasi sebesar 46,2%. Dengan hasil tersebut keputusan pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan oleh masyarakat masih ada ketergantungan terhadap terpaan maupun paparan iklan yang ditampilkan oleh televisi.<sup>10</sup>

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang hendak dilakukan oleh penulis adalah sama-sama mencari tahu tentang suatu pengaruh terpaan media atau sebuah efek media massa dan juga terdapat kesamaan dalam tipe penelitian yang digunakan yaitu metode survey yang merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Pada penelitian yang telah dilakukan Aat Ruchiat Nugraha yang menjadi objek adalah Iklan obat-obatan non resep, sedangkan objek penelitian yang dipilih oleh penulis adalah berita covid-19.

Selanjutnya penelitian yang menjadi acuan kelima adalah penelitian dari Andreas Dwi Atmoko (Universitas Nurul Jadid, Probolinggo), Zainal Munir (Universitas Nurul Jadid, Probolinggo), dan Gilang Ramadhan (Dinas Kesehatan Kabupaten Bondowoso) yang berjudul “Pengaruh Menonton Tayangan Televisi terhadap Perilaku Agresif pada Anak Prasekolah di TK Aisyah Bondowoso”. Penelitian tersebut memiliki tujuan yaitu menganalisa Pengaruh Menonton Tayangan Televisi terhadap Perilaku Agresif pada Anak Prasekolah di TK Aisyah Bondowoso. Desain penelitian yang dipakai adalah analitik dengan

---

<sup>10</sup> Nugraha, Aat Ruchiat, *Pengaruh Terpaan Iklan Obat Non Resep dengan Sikap Masyarakat (Studi regresi sederhana mengenai terpaan iklan obat-obatan non resep yang tayang pada televisi dengan sikap masyarakat terhadap keputusan pembelian)*, Jurnal Komunikasi Vol. X No. 02, September 2016: 173-182 (Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran)

pendekatan *Cross Sectional*. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Anak Prasekolah di TK Aisyah Bondowoso dan sampel sebanyak 30 responden dengan metode pengambilan data secara *Total Sampling*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2015. Pengumpulan data dilaksanakan dengan lembar kuesioner, kemudian data ditabulasi dan dianalisa memakai analisa statistik Uji korelasi Spearman Rho' dengan taraf signifikan 0,05. Sehingga didapatkan p value 0,008 yang berarti H<sub>1</sub> diterima dan terdapat an Pengaruh Menonton Tayangan Televisi dengan Perilaku Agresif pada Anak Prasekolah di TK Aisyah Bondowoso dengan nilai korelasi  $r = 0,439$ .<sup>11</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada kesamaan permasalahan tentang suatu pengaruh terpaan media televisi. Sedangkan perbedaan selain terletak pada teknik dalam pengambilan sampel. Dalam hal ini teknik pengambilan sampel yang dimaksudkan adalah *Total Sampling*, berbeda dengan yang digunakan penulis yang menggunakan metode *propotional random sampling* yang kemudian perhitungan jumlah sampel yang diambil dihitung dengan memakai rumus slovin, memakai taraf kepercayaan 80% dan taraf kesalahan 20%.

Penelitian terakhir yang dijadikan sebagai bahan acuan adalah penelitian dari Retno Jamanti dengan judul "Pengaruh Berita Banjir di Koran Kaltim terhadap Kesadaran Lingkungan Masyarakat Kelurahan Temindung Permai Samarinda". Pembahasan dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh berita banjir di surat kabar Koran Kaltim terhadap kesadaran lingkungan masyarakat di Kelurahan

---

<sup>11</sup> Atmoko, Andreas Dwi, dkk. *Pengaruh Menonton Tayangan Televisi terhadap Perilaku Agresif pada Anak Prasekolah di TK Aisyah Bondowoso*. Jurnal Keperawatan Profesional Volume 7, Nomor 1 Februari 2019 : Fakultas Kesehatan, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo

Temindung Permai Samarinda. Berikut hasil dalam penelitian ini adalah, yang pertama, Ditemukannya hubungan (korelasi) yang positif serta signifikan antara berita banjir di Koran Kaltim terhadap kesadaran lingkungan masyarakat di Kelurahan Temindung Permai Samarinda, dengan nilai korelasi sebesar 0,644. Kedua, hubungan tersebut bersifat pengaruh dilihat dari  $F_{test} > F_{tabel}$ . Harga b pada penelitian ini sebesar 0,607. Hasil penelitian  $t_{test} > t_{tabel}$ , berarti harga b sebesar 0,607 tersebut adalah signifikan. Dapat disimpulkan berarti perubahan sebesar satu satuan pada variabel berita banjir di Koran Kaltim akan mengakibatkan perubahan sebesar 0,607 pada variabel kesadaran lingkungan masyarakat Kelurahan Temindung Permai Samarinda.<sup>12</sup>

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada sama-sama mencari tahu tentang sebuah dampak atau pengaruh terpaan media pemberitaan. Sedangkan perbedaannya dapat ditemukan pada objek penelitian serta media yang dipilih peneliti. Pada penelitian yang telah dilakukan Retno Jamanti yang menjadi objek penelitian adalah Berita Banjir yang berada di media Koran Kaltim, sedangkan objek penelitian yang dipilih oleh penulis adalah berita covid-19 yang berada di televisi.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Perilaku Kesehatan**

Perilaku merupakan hasil dari berbagai pengalaman dan interaksi manusia dengan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk pengetahuan, sikap dan

---

<sup>12</sup> Jamanti, Retno, *Pengaruh Berita Banjir di Koran Kaltim terhadap Kesadaran Lingkungan Masyarakat Kelurahan Temindung Permai Samarinda*, e-journal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 1, 2014: 17-33, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

perilaku. Perilaku adalah respon/reaksi individu terhadap rangsangan dari sumber eksternal atau internal (Notoatmodjo, 2010).<sup>13</sup> Perilaku kesehatan merupakan suatu respon individu terhadap stimulus/rangsangan atau obyektif yang berkaitan dengan sakit serta penyakit, sistem pelayanan kesehatan, makanan, minuman, serta lingkungan (Notoatmodjo, 2007). Perilaku sehat adalah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk menjaga dan mengusahakan kesejahteraannya, termasuk antisipasi infeksi, kebersihan individu, dan pemeliharaan kesejahteraan melalui menjaga kesehatan melalui latihan dan makanan bergizi. Perilaku suara ini menunjukkan dirinya sebagai solid meskipun faktanya belum diekspresikan secara terapeutik (Notoatmodjo, 2007; 2010).<sup>14</sup>

Perilaku sehat merupakan respon seseorang terhadap rangsangan eksternal dalam rangka memelihara kesehatan yang utuh. Pembentukan perilaku sehat berasal dari tiga aspek, yaitu:<sup>15</sup>

a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan konsekuensi dari wawasan manusia melalui interaksi belajar, atau efek lanjutan dari pemahaman individu terhadap suatu artikel melalui deteksinya. Susunan informasi sangat dipengaruhi oleh kekuatan pertimbangan dan kesan artikel. Arti lain dari informasi kesehatan adalah segala sesuatu yang seseorang pikirkan tentang pendekatan untuk tetap sehat.

---

<sup>13</sup> Irwan, *Etika dan Perilaku Kesehatan*, (Yogyakarta:CV.Absolute Media,2017).hlm.108.

<sup>14</sup> *Ibid.*hlm.121.

<sup>15</sup> *Ibid.*hlm. 122-123

b. Sikap

Sikap adalah respon tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, melibatkan pendapat dan faktor emosional yang dibicarakan (senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju, keduanya buruk, dll). Sikap merupakan sindrom atau sekumpulan gejala maupun objek, sehingga sikap melibatkan pikiran, perasaan, kekhawatiran, serta gejala psikologis lainnya.

c. Tindakan atau praktik

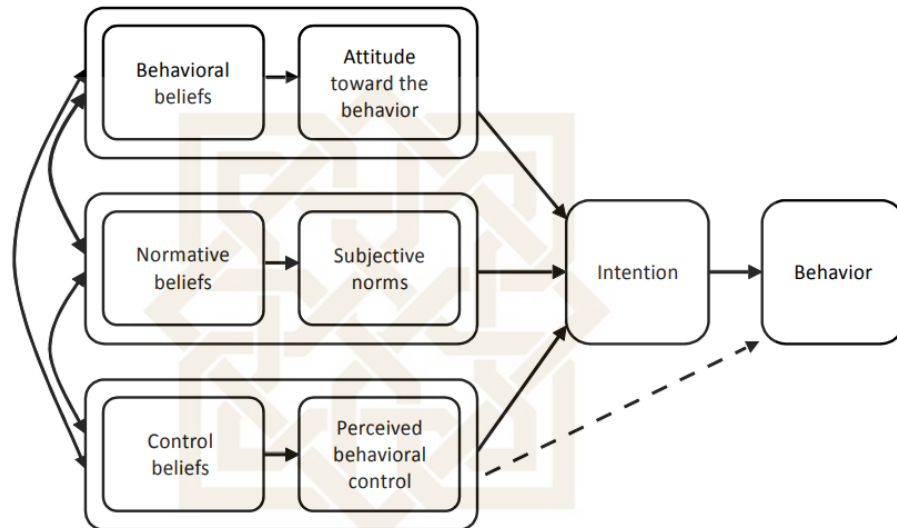
Seperti yang disebutkan sebelumnya, sikap merupakan praktik. Sikap tidak serta merta diwujudkan dalam tindakan, karena pelaksanaan tindakan memerlukan faktor lain yaitu adanya sarana atau prasarana, dan menurut Notoatmojo (2007) yang dimaksud dengan praktik kesehatan adalah setiap kegiatan atau kegiatan dalam rangka pemeliharaan kesehatan.

**2. Teori Perilaku Berencana/*Theori Behavior of Planned* (TBP)**

Teori ini dulu bernama *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang dikembangkan pada tahun 1967. *Theory of planned behavior* (TPB) adalah perluasan dari teori tindakan beralasan *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang kemudian teori ini terus direvisi serta diperluas oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1988. Menurut Ajzen dan Fishbein yang dikutip Burhanudin yaitu, revisi teori (TRA), yang dibuat itu karena keterbatasan model awal dalam menangani perilaku bahwa orang tidak memiliki kontrol kehendak penuh. Seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), faktor utama dari *Theory of*

*planned behavior* (TPB) adalah niat individu untuk melakukan tindakan tertentu.

**Gambar 3**  
**Keyakinan sebagai sumber informasi dari intensi dan perilaku**



(Sumber: Ajzen, 2005, hlm. 126)

Ajzen mencetuskan bahwa pada *Theory of Planned Behavior* telah muncul sebagai salah satu dari kerangka kerja yang sangat berpengaruh dan menjadi konsep yang familiar dalam penelitian bidang kemanusiaan. Dalam teori ini perilaku manusia ditentukan oleh 3 jenis pertimbangan, yaitu:<sup>16</sup>

- a. Kepercayaan mengenai kemungkinan hasil dari perilaku dan evaluasi hasil ini (*Behavioral beliefs*)
- b. Kepercayaan mengenai harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui harapan-harapan tersebut (*normative beliefs*).

<sup>16</sup> Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education. hlm. 126

- c. Kepercayaan mengenai adanya faktor–faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat perilaku dan persepsi kekuatan faktor ini (*control beliefs*)

Ada tiga prediktor utama yang dapat menyebabkan intensi individu untuk melakukan suatu aksi atau perilaku, yaitu sikap terhadap suatu perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif tentang suatu perilaku (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) dijelaskan bahwa intensi seseorang ditentukan oleh 3 faktor seperti pada gambar diatas dengan uraian singkat dari masing-masing komponen sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a. *Attitude Toward the Behavior*

Ajzen (2005) percaya bahwa sikap terhadap perilaku ini tergantung pada keyakinan akan konsekuensi dari perilaku tersebut atau hanya disebut keyakinan perilaku (*Behavior Beliefes*). Keyakinan terkait dengan evaluasi subjektif yang dibuat individu tentang dunia sekitarnya dan pemahaman yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri dan lingkungan, dan dibuat dengan menghubungkan perilaku tertentu dengan berbagai manfaat atau kerugian yang dapat diperoleh atau hilang dari individu. membuat. Jika berdasarkan evaluasi individu diperoleh data bahwa perilaku tersebut dapat menguntungkannya, maka keyakinan tersebut dapat memperkuat sikap pada perilaku tersebut.

- b. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

---

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm.118.



Norma subjektif adalah persepsi individu tentang harapan orang-orang yang memiliki pengaruh dalam kehidupan (*Significant others*) pada apakah perilaku tertentu dilakukan. Persepsi ini bersifat subjektif, sehingga dimensi ini disebut norma subjektif. Seperti sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan. Perbedaannya adalah jika sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan individu tentang perilaku yang akan dilakukan (*behavior belief*), maka norma subjektif merupakan fungsi dari keyakinan pribadi yang diperoleh dari pandangan orang lain terhadap perilaku tersebut. Individu (*Normative Beliefs*).

c. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku)

Kesan kontrol perilaku atau bisa disebut kontrol sosial adalah pandangan seseorang tentang betapa sederhana atau sulitnya melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Untuk memperjelas kesan kontrol sosial ini, Ajzen mengenalinya dari locus of control atau fokus kontrol yang dikemukakan oleh Rotter (1975; 1990). Fokus kontrol mengidentifikasi dengan keyakinan tunggal yang agak stabil dalam semua keadaan. Pandangan tentang kontrol sosial dapat berubah tergantung pada keadaan dan jenis perilaku yang akan dilakukan. Tempat kontrol diidentifikasi dengan keyakinan seseorang tentang pencapaiannya dalam melakukan segala sesuatu, terlepas dari apakah itu bergantung pada usahanya sendiri atau variabel yang berbeda di luar dirinya (Rotter, 1975). Jika keyakinan ini dikaitkan dengan pencapaian tertentu, misalnya, keyakinan bahwa Anda

dapat menguasai kemampuan PC dengan baik disebut kontrol sosial yang terlihat.

Dalam TPB, Ajzen (2005) menerima bahwa kesan kontrol sosial dikendalikan oleh keyakinan tunggal tentang aksesibilitas aset sebagai perangkat keras, kesamaan, kemampuan, dan bukaan (*control belief strength*) yang membantu atau menahan perilaku yang akan diantisipasi dan ukurannya. dari pekerjaan aset tersebut (*power of control factor*) dalam memahami perilaku ini. Semakin membumi kepercayaan pada aksesibilitas aset dan celah yang dimiliki oleh orang-orang yang diidentifikasi dengan praktik tertentu dan semakin penting pekerjaan aset tersebut, semakin membumi kesan otoritas individu atas praktik ini.

### 3. Terpaan Media

Terpaan menggambarkan intensitas keadaan orang banyak di mana terkena pesan yang disebarkan oleh media. Di mana intensitas yang diuraikan di sini adalah peluang informasi atau data yang cukup menonjol untuk memperoleh atensi. Terpaan media berkaitan seberapa banyak media telah menang dalam hal menghubungi orang banyak, jumlah individu yang membaca koran, mendengarkan radio, menatap TV dan mengakses new media. Terpaan media mampu memberikan dampak dapat mempengaruhi perubahan mentalitas atau aktivitas terbuka mengenai kesan, keyakinan, dan perilaku seseorang.<sup>18</sup>

Sebaliknya, hubungan antara massa dan konten media memasukkan pertimbangan atau perhatian massa terhadap suatu transmisi yang dalam kajian

---

<sup>18</sup> Siswanto Sutojo, *Building the Corporate Mass* (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004), hlm.91.

studi ini adalah siaran berita Covid-19..

Suatu pesan dapat dikatakan berhasil ditetapkan faktor frekuensi serta intensitas stimuli. Frekuensi menyiratkan redundansi atau pengulangan. Hal ini diperkuat dengan penjelasan Jalaluddin Rahmat bahwa jika sesuatu diperkenalkan lebih dari satu kali akan menonjol dan pada nantinya dapat mempengaruhi psikologi seseorang.<sup>19</sup> Sementara itu atensi seseorang akan tertuju pada hal yang menarik dan menonjol.

Setelah diuraikan diatas oleh para pakar perihal terpaan media, dapat disimpulkan bahwa, Analisis mencari informasi dan mengukurnya tergantung pada ukuran waktu yang dihabiskan dalam berbagai jenis konten media yang dimakan dan hubungan yang berbeda antara orang dan konsumen media dengan konten media yang dibakar atau dengan media pada umumnya.<sup>20</sup> Indikator tipe atau jenis media telah ditentukan oleh penulis terlebih dahulu, yakni televisi. Berikut indikator dimensi terpaan media:<sup>21</sup>

a. Frekuensi

Pengukuran frekuensi pemakaian media dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi data konsumen tentang berapa kali (dalam hari) konsumen memakai media dalam satu minggu (untuk mempelajari program harian), berapa kali (minggu) konsumen memakai media dalam satu bulan (untuk program mingguan serta tengah bulanan), dan berapa kali (bulan) konsumen memakai media dalam kurun waktu satu tahun

---

<sup>19</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm.66

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hlm.52.

(untuk program bulanan).

b. Durasi

Dari berapa lama khalayak menjajaki sesuatu program, durasi pemakaian/konsumsi media dapat ditelaah.

c. Atensi

Penilaian atensi dilihat dari perminatan konsumen media pada berita yang disebarkan oleh media. Dimana dalam proses ini, stimuli jadi menonjol dalam pemahaman dikala stimuli yang lain melemah.

#### 4. Komunikasi Massa

Sejatinya komunikasi massa merupakan sesuatu proses penciptaan arti bersama diantara media massa dan khalayaknya.<sup>22</sup> Media massa menciptakan pesan serta membagikan pesan tersebut kepada konsumen (khalayak). Khalayak diartikan oleh Dennis McQuail sebagai sekumpulan individu atau orang yang jadi pendengar, pembaca, penonton bermacam media ataupun hal yang menyangkut isinya (komponen).<sup>23</sup> Terdapat 2 perspektif menimpa konsumen (khalayak) yaitu khalayak yang bersifat aktif menerima pesan dari media massa dan khalayak yang pasif serta gampang terpengaruh secara langsung pesan media massa.

Teori yang berpegang pada sudut pandang publik aktif beranggapan bahwa publik dalam mendapatkan keterbukaan pesan tidak tetap soliter namun publik memiliki tingkat selektivitas pada pesan media. Sebaliknya, teori yang

<sup>22</sup> Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), hlm. 7.

<sup>23</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 202

berpegang pada sudut pandang publik pasif beranggapan bahwa publik (khalayak) dilihat hanya sebagai sekumpulan individu yang dibangun oleh media. Media massa dipandang memiliki kekuatan hebat dalam mengelola dan memengaruhi perilaku publik (khalayak).<sup>24</sup>

### **5. Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa**

Setiap hal perubahan yang terjadi pada komunikan (penerima pesan), yang disebabkan dari penerimaan berbagai pesan yang berasal dari suatu sumber disebut dengan efek komunikasi. Perubahan tersebut meliputi berbagai hal, seperti perubahan pada pengetahuan, sikap, serta perilaku nyata yang terjadi pada seorang komunikan (penerima pesan). Keefektifan suatu komunikasi terjadi jika komunikasi tersebut dapat menciptakan dampak ataupun perubahan seperti yang diinginkan oleh sumber pesan, antara lainnya yaitu perubahan pengetahuan, sikap, serta perilaku, ataupun ketiganya. Perubahan tersebut dapat diketahui setelah menerima tanggapan atau timbal balik dari komunikan (penerima pesan).

Timbal balik menjadi faktor yang begitu penting. Tanpanya kita tidak mengenali komunikan (penerima pesan), tidak mengenali serta memahami keefektifan dalam berkomunikasi. Pada komunikasi massa yang melakukan komunikasi lewat saluran media massa, komunikator tidak berhubungan secara langsung dengan publik. Oleh sebab itu, timbal balik dari publik tidak langsung didapatkan. Oleh karena itu, dampaknya juga tidak pula segera bisa dikenali.

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 203

Timbal balik pada komunikasi massa memiliki sifat tunda (*delayed*) serta sangat jarang.<sup>25</sup> Efek pesan media memiliki berbagai jenis atau tipe seperti efek kognitif, afektif, dan behaviorial. Terjadinya efek kognitif apabila terdapat perubahan perihal apa yang diketahui, dipahami, atau dipandang publik (khalayak). Efek ini mempunyai keterkaitan perihak transmisi pengetahuan, keahlian/keterampilan, kepercayaan/informasi. Efek afektif muncul apabila terdapat perubahan terkait apa yang dirasakan, digemari, ataupun dibenci publik. Efek ini berhubungan dengan perasaan (emosi), sikap, ataupun *value* (nilai). Efek behaviorial merujuk pada aksi nyata yang bisa dicermati melalui pola-pola tindakan, aktivitas, ataupun kebiasaan dalam berperilaku.<sup>26</sup>

a. Efek Kognitif

Efek kognitif muncul pada seorang penerima pesan yang bersifat informatif baginya. Dalam hal ini mengulas perihal kemampuan media menolong publik dalam memahami informasi yang berguna serta meningkatkan keahlian kognitifnya.

b. Efek Afektif

Komunikasi massa memiliki tujuan bukan sekedar memberitahu publik tentang sesuatu, melainkan lebih dari sekedar itu, publik diharapkan bisa ikut terbawa pada emosi serta merasakan emosi tersebut.

---

<sup>25</sup> Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta:2000, hlm. 39-40

<sup>26</sup> Rakhmat, 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remadja Rosdakarya hlm. 219.

c. Efek Behavior

Efek behavior adalah dampak yang muncul pada seorang individu/publik yang terwujud dalam tindakan, perilaku, maupun aktivitas. Behavior berkaitan dengan hasrat, niat, tekad, serta upaya/usaha yang memiliki kecenderungan terciptanya suatu aksi ataupun aktivitas.<sup>27</sup>

**6. Teori Jarum Suntik**

Pada dasarnya teori ini merupakan sesuatu prinsip belajar yang simpel, yang mana dampak ialah reaksi atau timbal balik terhadap stimulus tertentu.<sup>28</sup> Oleh karena itu, seorang individu bisa menerangkan soal kaitan erat antara pesan media serta reaksi atau timbal balik publik. Model stimulus – respon merupakan pola komunikasi paling dasar. Pola ini dipengaruhi oleh disiplin kejiwaan atau psikologi, khususnya yang memilih aliran behavioristik.<sup>29</sup> Pola ini menerangkan ikatan antara stimulus dengan respon.

**Skema Model S – R**



*Sumber : Deddy mulyana, suatu pengantar ilmu komunikasi;PT Remaja Rosdakarya, 2008, hal 143*

**Gambar 4**

Model tersebut membuktikan komunikasi selaku proses aksi – reaksi yang sangat sederhana. Model S – R mengasumsikan perkata verbal (lisan – tulisan), isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar, serta tindakan-tindakan tertentu

<sup>27</sup> Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Televisi Siaran Teori dan Praktek* . Bandung: Alumni, hlm.318

<sup>28</sup> Burhan bungin, *Sosiologi Komunikasi*, Prenada Media Group, 2009, hlm. 281

<sup>29</sup> Deddy mulyana, suatu pengantar ilmu komunikasi;PT Remaja Rosdakarya, 2008, hal 143

hendak memicu atau merangsang orang lain agar memberikan respons dengan metode atau cara tertentu.<sup>30</sup> Oleh sebab itu proses ini dapat dikatakan sebagai pertukaran ataupun pemindahan informasi. Proses ini bersifat timbal-balik serta mempunyai banyak efek.

Apabila dikaitkan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis perihal pengaruh terpaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19. Maka hubungan yang terjalin tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut :

- a. Stimulus : yang diartikan stimulus dalam penelitian ini merupakan terpaan berita covid-19 di televisi
- b. Respon : yang diartikan respon disini merupakan dampak yang berbentuk perilaku kesehatan pada pandemi covid-19

#### **F. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban atau solusi sementara terhadap rumusan permasalahan penelitian. Yangmana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan berupa wujud kalimat pertanyaan. Disebut sementara, sebab jawaban atau solusi yang diberikan baru berdasar pada teori yang relevan atau yang terkait, belum berpacu pada fakta yang didapatkan dari pengumpulan data.<sup>31</sup>

Atas dasat latar belakang serta rumusan masalah yang telah disebutkan, Penulis menyimpulkan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut::

Ha : Terdapat pengaruh berita covid-19 di televisi terhadap perilaku

---

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 144

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.64.



kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan Pedagang Muslim di Pasar Kenayan.

Ho : Tidak terdapat pengaruh berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan Pedagang Muslim di Pasar.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Pada tahap penyusunan skripsi ini, peneliti membagi dalam 5 bab pembahasan penelitian sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuna serta manfaat penelitian, kajian pstaka, kerangka pemikiran atau teori, hipotesis serta sistematika pembahasan.

#### **BAB II: METODE PENELITIAN**

Berisi jenis atau tipe analisis penelitian, definisi konseptual dan operasional, populasi serta sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas serta reliabilitas, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **BAB III : GAMBARAN UMUM**

Pada bagian ini penulis menerangkan terkait variabel yang ditelaah yaitu Pengaruh terpaan berita covid-19 terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan.

#### BAB IV : TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Berisi temuan serta hasil penelitian yang dijabarkan peneliti, yaitu : ciri atau karakteristik responden, terpapar berita covid-19, analisis data penelitian, serta interpretasi hasil.

#### BAB V : PENUTUP

Penulis memberikan kesimpulan dari hasil analisis serta temuan penelitian yang diperoleh dan membagikan saran sebagai masukan dari penulis. Penulis menyebutkan daftar pustaka yang sudah digunakan sebagai referensi atau rujukan serta menyertakan lampiran-lampiran yang memiliki keterkaitan dalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah serangkaian penelitian, pengolahan data serta proses analisis dilakukan, penulis melakukan penarikan kesimpulan yang berkaitan dengan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini. Kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Temuan dalam penelitian ini menyatakan bahwasannya pedagang muslim di pasar kenayan mendapat terpaaan berita covid-19 di televisi yang cukup. Pedagang cukup aktif dalam menonton serta mengikuti berita covid-19 di televisi. Hal ini dapat ditunjukkan berdasarkan pada nilai rata-rata dari variable terpaaan berita covid-19 di televisi sebesar 64% pada kategori atau golongan sedang atau cukup berdasar pada interval yang sudah ditetapkan.
2. Penelitian ini juga menyatakan perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan dikategorikan cukup. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata variabel perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 yaitu sebesar 50% pada kategori atau golongan sedang atau cukup berdasar pada interval yang sudah ditetapkan.
3. Hipotesis yang terbukti yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ), yang berarti tidak ditemukannya suatu pengaruh terpaaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan. Pernyataan tersebut ditunjukkan berdasar pada hasil

perhitungan nilai kai kuadrat yang lebih kecil ( $<$ ) dari pada nilai atau skor yang termuat dalam tabel distribusi kai kuadrat atau *chi square*. Pengaruh pada terpaan berita covid-19 di televisi terhadap perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan dapat dinyatakan begitu lemah atau dapat dikatakan tidak begitu signifikan disebabkan minimnya dampak atau efek dari terpaan pada proses penciptaan atau perubahan perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan. Dengan demikian dalam hal ini perilaku kesehatan pada pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan tidak diakibatkan dari terpaan berita covid-19 di televisi. Hal tersebut menunjukkan terdapat faktor lain dan bukan berasal dari terpaan berita covid-19 di televisi yang ikut mempengaruhi perilaku kesehatan pandemi covid-19 di kalangan pedagang muslim di pasar kenayan.

## **B. Saran**

Berdasar pada hasil penelitian yang diperoleh dan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan saran-saran yang diimpikan bisa bermanfaat serta berguna bagi pihak-pihak terkait dalam penyidikan, yaitu :

1. Untuk pedagang muslim di pasar kenayan diharapkan dapat lebih peduli isu-isu kesehatan serta sosial yang langsung berdampak pada masyarakat. Dengan begitu masyarakat khususnya pedagang juga mampu memberikan dampak positif untuk menjaga kepedulian serta kesehatan di lingkungan sekitar maupun diri sendiri.

2. Untuk peneliti selanjutnya, penulis berharap mereka mampu melakukan penelitian ini, dan atau memeriksa variabel lainnya, serta metode penelitian yang digunakan lebih baik dan tepat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto dan Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Ajzen, I. *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education. 2005
- Bernard C. Cohen, *The press and foreign Policy*, Princeton University, 1963
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2000.
- Denus McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, 4<sup>th</sup> Edition, Sage Publications, 2000
- Dr. Irwan, S.KM, M.Kes, *Etika dan Perilaku Kesehatan*, (Yogyakarta:CV.Absolute Media, 2017
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, Malang, UMM Press, 2010
- J. Baran, Stanley, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Kuswandi, Wawan. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta : Rhineka Cipta, 1996
- Mabruri, A, *Manajemen Produksi Program Acara Televisi*. Depok: Mind 8 Publishing House, 2011.
- Rakhmat Jalaluddin, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007. ----, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Sasa Sendjadja, *Teori Komunikasi*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014
- Sinambela, Lijan Poltak, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014
- Singarimbun, Masri, *Metodologi Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1989
- Siregar, Sofyan *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013
- Sofian Effendi dan Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2014
- Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013
- Suprpto, Tommy, *Pengantar ilmu komunikasi dan peran manajemen dalam komunikasi*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Surat Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat

di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*

Surjaweni, Wiratna *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit Ardana Media, 2008)

Sutojo, Siswanto, *Building the Corporate Mass*, Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004.

Uchjana Effendy Onong, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.

Waryono, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014

Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta:2000

Yurianto, Achmad, dkk. *Pedoman Pengendalian dan Pencegahan Covid-19 Revisi Ke-5*, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta:2021

#### **Jurnal :**

Anna, Syaifullah Cangara, Muhammad Farid, *Pengaruh Terpaan Media dan Pemahaman Informasi terhadap Perilaku Masyarakat (Kasus Penyebaran PHMS di Kabupaten Mamuju)*. Jurnal Komunikasi KAREBA Vol.6 No.1 Januari-Juni.2017 (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin,2017)

Atmoko, Andreas Dwi, dkk. *Pengaruh Menonton Tayangan Televisi terhadap Perilaku Agresif pada Anak Prasekolah di TK Aisyah Bondowoso*. Jurnal Keperawatan Profesional Volume 7, Nomor 1 Februari 2019 : Fakultas Kesehatan, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo

Fatmawati , Zainul Asngadah, *Pengaruh Terpaan Peringatan Pesan pada Iklan Rokok terhadap Sikap untuk Berhenti Merokok pada Remaja*, Skripsi, Semarang:Jurusan Ilmu Komunikasi,Universitas Dipenogoro,2014

Handayani, indra, *Pengaruh Terpaan Tayangan Talk Show Dr. Oz Indonesia di Trans TV terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Agung Tirtayasa*. Skripsi, Serang:Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Agung Tirtayasa, 2015

Nugraha, Aat Ruchiat, *Pengaruh Terpaan Iklan Obat Non Resep dengan Sikap Masyarakat (Studi regresi sederhana mengenai terpaan iklan obat-obatan non resep yang tayang pada televisi dengan sikap masyarakat terhadap keputusan pembelian)*, Jurnal Komunikasi Vol. X No. 02, September 2016: 173-182 (Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran)

Jamanti, Retno, *Pengaruh Berita Banjir di Koran Kaltim terhadap Kesadaran Lingkungan Masyarakat Kelurahan Temindung Permai Samarinda*, e-journal Ilmu Komunikasi , Volume 2, Nomor 1, 2014: 17-33, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Supriatna, Eman, *Wabah virus covid-19 dalam pandangan islam*, Jurnal Sosial & Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Vol. 7 No. 6 Tahun 2020.

#### **Internet**

<https://corona.kebumenkab.go.id/> diakses pada tanggal 5 Desember 2020