

## **PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMILIH PUSKESMAS CIMAH TENGGAH SEBAGAI TEMPAT VAKSINASI COVID-19**

**Asri Destriani, Dede R. Oktini, Titik Respati, Muhandi**

Universitas Islam Bandung, Indonesia

Email: asridrg@gmail.com, dede.r.oktini@gmail.com, titik.respati@gmail.com, muhardi.z66@gmail.com

### **Abstrak**

Sebagai ujung tombak pelayanan kesehatan, Puskesmas Cimahi Tengah memiliki peran besar dalam pengendalian pandemi Covid-19 untuk masyarakat di wilayah kerjanya. Dengan lebih mengutamakan upaya promotif dan preventif, puskesmas menjadi garda terdepan dalam melakukan 3T testing, tracing, dan treatment. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pemanfaatan dan persepsi masyarakat mengenai akun media sosial Instagram Puskesmas Cimahi Tengah, yang selanjutnya dianalisis terkait pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan masyarakat memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat vaksinasi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mix methode yang menggabungkan antara pendekatan kualitatif deskriptif dan kuantitatif deskriptif verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah convinience sampling sebanyak 100 pasien yang melakukan vaksinasi Covid-19 di Puskesmas Cimahi Tengah. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa penilaian dimensi media sosial instagram dan indikator keputusan memilih termasuk kedalam kategori sangat baik. Media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat vaksinasi Covid-19. Akun Instagram @puskesmas\_cimahitengah dipersepsikan positif sebagai media informatif dan edukatif dalam mendukung kegiatan vaksinasi Covid-19. Adapun yang perlu dioptimalisasi adalah pemanfatan fitur-fitur komunikasi dalam instagram, dan publikasi rekomendasi atau testimoni dari pasien yang memiliki pengalaman baik setelah divaksin di Puskesmas Cimahi tengah. Untuk penelitian selanjutnya dapat lebih mengkaji variabel lainnya pada media sosial yang mungkin berpengaruh pada keputusan pasien memilih, seperti dukungan influencer, selebgram, atau jenis akun instagram lainnya.

**Kata Kunci:** Instagram, Keputusan Memilih, Vaksin Covid-19.

<b>How to cite:</b>	Asri Destriani, Dede R. Oktini, Titik Respati, Muhandi (2022) Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Puskesmas Cimahi Tengah Sebagai Tempat Vaksinasi COVID-19, (7) 10, <a href="http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.13079">http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.13079</a>
<b>E-ISSN:</b>	2548-1398
<b>Published by:</b>	Ridwan Institute

### **Abstract**

*As the spearhead of health services, the Central Cimahi Health Center has a major role in controlling the Covid-19 pandemic for the people in its working area. By prioritizing promotive and preventive efforts, puskesmas are at the forefront of conducting 3T testing, tracing and treatment. The purpose of this study was to determine the utilization and public perception of the Cimahi Tengah Health Center's Instagram social media account, which was then analyzed regarding the influence of Instagram social media on people's decisions to choose the Central Cimahi Health Center as a place for the Covid-19 vaccination. The research method used in this study is a mixed method that combines qualitative descriptive and quantitative descriptive verification approaches. The sampling technique used was convenience sampling of 100 patients who received the Covid-19 vaccination at the Central Cimahi Health Center. From the results of the study, it is known that the assessment of the Instagram social media dimensions and indicators for choosing decisions is included in the very good category. Instagram social media has a significant influence on the decision to choose the Central Cimahi Health Center as the place for the Covid-19 vaccination. The Instagram account @puskesmas\_cimahitengah is positively perceived as an informative and educative media in supporting Covid-19 vaccination activities. What needs to be optimized is the use of communication features on Instagram, and the publication of recommendations or testimonials from patients who have had good experiences after being vaccinated at the Cimahi Tengah Health Center. For further research, we can further examine other variables on social media that may influence the patient's decision to choose, such as support from influencers, celebrities, or other types of Instagram accounts.*

**Keywords:** *Instagram, Voting Decision, Covid-19 Vaccine.*

### **Pendahuluan**

Pandemi Covid-19 sudah mewabah di Indonesia sejak Maret 2020. Lebih dari 2 Tahun Indonesia dinyatakan dalam kondisi pandemi sehingga melumpuhkan sebagian besar aktivitas masyarakat terutama perekonomian di Indonesia.

COVID-19 telah dinyatakan sebagai pandemi dunia oleh WHO secara nasional melalui Keputusan Kepala BNPB Nomor 9A Tahun 2020 telah ditetapkan Status Keadaan Tertentu Darurat Bencana Wabah Penyakit Akibat Virus Corona di Indonesia (Kemenkes RI, 2020).

Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 43 Tahun 2019 jelas menyatakan bahwa Puskesmas adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dan upaya kesehatan perseorangan tingkat pertama, dengan lebih mengutamakan upaya promotif dan preventif di wilayah kerjanya. Sehingga dari uraian tersebut, jelas bahwa puskesmas amat berperan dalam pelacakan, pencegahan, dan pengendalian penyakit, salah satunya Covid-19.

Peraturan Menteri Kesehatan No.43/2019 tentang Puskesmas telah mengatur fungsi Puskesmas sebagai Pelayanan Kesehatan yang berhadapan langsung dengan masyarakat untuk menjalankan fungsi UKM (Upaya Kesehatan Masyarakat) yang mengedepankan pemberdayaan masyarakat sebagai konsep paradigma sehat yang menekankan preventif promotif, dan fungsi UKP (Upaya Kesehatan Perorangan).

Kedua fungsi ini menjadi sayap Puskesmas dalam menjalankan perannya dimasyarakat untuk meraih kepercayaan masyarakat dengan mengedepankan mutu pelayanan dalam konsep manajemen yang sehat (Hasanah, dkk. 2020).

Kondisi pandemi Covid 19 tentu memberi dampak dalam pelayanan di Puskesmas untuk menjalankan fungsinya sebagai Upaya Kesehatan Perorangan (UKP) dan Upaya Kesehatan Masyarakat (UKM). Manajemen puskesmas perlu membuat strategi agar Puskesmas tetap dapat melaksanakan fungsi yang diamanatkan oleh Permenkes 43 th 2019 dengan tujuan menjamin kualitas pelayanan di Puskesmas tetap terjaga dan melindungi dari kemungkinan terpaparnya penyakit infeksi termasuk covid bagi pasien dan karyawan di Puskesmas.

Puskesmas sebagai ujung tombak pelayanan kesehatan masyarakat di Indonesia, memiliki peran besar dalam pengendalian pandemi Covid-19. Puskesmas sudah seharusnya menjadi garda terdepan dalam melakukan 3T *testing, tracing, dan treatment*. (Kemkes,2022).

Pemerintah Indonesia tentu tidak tinggal diam dan terus mengupayakan agar Indonesia bisa melewati krisis ini. Salah satu tindakan yang diambil oleh pemerintah adalah dengan menggalakkan vaksinasi Covid-19 bagi seluruh masyarakat Indonesia. Vaksinasi merupakan upaya kesehatan masyarakat paling efektif dan efisien dalam mencegah beberapa penyakit menular berbahaya.

Vaksinasi COVID-19 bertujuan untuk mengurangi transmisi/penularan COVID-19, menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat COVID-19, mencapai kekebalan kelompok di masyarakat (*herd immunity*) dan melindungi masyarakat dari COVID-19 agar tetap produktif secara sosial dan ekonomi (Tambunan, dkk., 2022)

Diperlukan langkah cepat yang efektif dan dalam waktu singkat untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkannya. Vaksin tidak hanya melindungi mereka yang divaksinasi, tetapi juga melindungi masyarakat luas dengan mengurangi penyebaran penyakit dalam populasi (Umasugi, 2021).

Untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya vaksinasi Covid-19 ini dibutuhkan sosialisasi sebagai bagian dari program promosi Kesehatan. Kegiatan sosialisasi tentang vaksin ini sangat diperlukan, dengan tujuan memberi pemahaman tentang pentingnya vaksin dalam memutus mata rantai penularan Covid-19 dan menyadarkan masyarakat agar dengan sukarela mau menerima vaksin, mengajarkan kepada masyarakat hal-hal yang harus dilakukan apabila mereka mempunyai penyakit penyerta, dan mengajak para masyarakat agar bisa memotivasi anggota keluarganya untuk ikut vaksin.

Indonesia telah menunjukkan teknologi sangat penting dalam mendukung dan mempercepat penanganan pandemi COVID-19. Tumbuhnya ekosistem kesehatan digital

memberikan optimisme bagi Indonesia untuk menghadapi pandemi dan epidemi, khususnya COVID-19.

Menteri Kesehatan RI Budi Gunadi Sadikin menyatakan “Pemerintah Indonesia sangat mendukung dan mendorong pemanfaatan teknologi digital untuk kesehatan masyarakat di masa mendatang”. Lanjutnya, “Pemanfaatan teknologi informasi digital yang telah dilakukan dalam mengatasi pandemi Covid-19 yaitu, membangun *New All Record* (NAR) sebagai sistem terintegrasi untuk mencatat hasil pengujian Covid-19 dan menghubungkan dengan sistem pencatatan sipil nasional” (Kemkes, 2021).

Kementerian Kesehatan saat ini tengah mempersiapkan transformasi digital di bidang kesehatan sebagai strategi jangka panjang untuk menanggulangi COVID-19. Strategi transformasi digital tersebut berfokus pada ekosistem kesehatan, efisiensi layanan, dan integrasi data untuk kebijakan berbasis data (Kemkes, 2021).

Perputaran informasi di era digital di masyarakat terutama media sosial berpengaruh cukup kuat terhadap pembentukan persepsi publik terhadap vaksinasi Covid-19 di Indonesia.

Penggunaan instagram sebagai media informasi edukasi merupakan suatu fenomena baru yang ada di dalam penggunaan media sosial, bahkan media sosial terus tumbuh dan sangat lazim di kalangan orang anak muda sekarang ini (Pittman & Reich 2016). Media sosial adalah salah satu media penting untuk penyebaran informasi terkait Covid-19 termasuk Instagram. Kemudahan penggunaan Instagram merupakan salah satu alasan pemilihan Instagram sebagai media sosial yang populer dimasa pandemik ini. (Letuna, 2021).

Dalam upaya pencapaian target dan peningkatkan jumlah kunjungan vaksinasi Covid-19, dibutuhkan metode pemasaran yang dalam bidang kesehatan dapat dikaitkan pada program promosi kesehatan. Promosi kesehatan harus dapat mejangkau sasaran lebih luas dan lebih cepat. Media promosi kesehatan pun harus disesuaikan dengan karakteristik penduduk di wilayah kerja puskesmas. Karena Puskesmas berada di wilayah perkotaan yang didukung dengan pesatnya perkembangan teknologi, penggunaan metode promosi kesehatan digital merupakan kebijakan yang tepat. Sosialisasi dan penyebaran informasi edukasi terkait vaksinasi Covid-19 diharapkan mampu mempercepat pencapaian target vaksinasi covid-19.

Penelitian ini menitikberatkan pada pemanfaatan media sosial sebagai salah satu upaya promosi kesehatan digital dalam mendukung pelaksanaan program vaksinasi Covid-19 karena melihat maraknya pengguna media sosial di wilayah kerja Puskesmas. Adapun alasan pemilihan lokasi ini karena Puskesmas Cimahi Tengah merupakan puskesmas dengan capaian jumlah pasien vaksinasi Covid-19 diantara 13 puskesmas lainnya di Kota Cimahi. Puskesmas Cimahi Tengah telah menggunakan akun Instagram sejak Tahun 2018 sebagai sarana penyampaian informasi Kesehatan baik berupa kegiatan, program, sosialisasi, maupun penyuluhan. Sebagai salah satu media promosi Kesehatan, akun Instagram Puskesmas Cimahi Tengah memiliki hampir 3000 pengikut, dengan rata-rata pemirsa ceritanya sekitar 450. Sejak pemerintah mewajibkan layanan vaksinasi Covid-19, Puskesmas memanfaatkan fitur-fitur di Instagram sebagai media

untuk sosialisasi mulai dari perencanaan kegiatan vaksinasi Covid-19, penayangan video simulasi pelaksanaan vaksinasi Covid-19, *monitoring* kegiatan vaksinasi Covid-19, hinggaanggapi keluhan masyarakat terkait kegiatan vaksinasi covid-19.

World Health Organization (WHO) menargetkan setiap negara untuk memvaksinasi paling sedikit 40% dari populasi pada akhir tahun 2021, dan 70% pada pertengahan 2022. Data dari *Dashboard* Vaksinasi Covid-19 Nasional, cakupan vaksinasi di Indonesia telah mencapai 208,3 juta dosis vaksin Covid-19 (Kemkes, 2022)

Adapun upaya yang dilakukan Puskesmas Cimahi Tengah untuk mengejar cakupan vaksin *booster* antara lain: (1) melakukan sosialisasi pelaksanaan vaksinasi kepada lintas sektor seperti Kelurahan dan Kecamatan, kader kesehatan, dan pengurus RW di wilayah binaan. (2) Melakukan promosi kesehatan dengan menggunakan media cetak dan video yang diputar di dalam gedung puskesmas. (3) Memanfaatkan media sosial *Whatsapp* dan Instagram untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan vaksinasi Covid-19.

Belum tercapainya target capaian vaksin booster salah satunya karena kurangnya peminat vaksinasi ke-3. Vaksin *booster* seringkali dibutuhkan untuk syarat bepergian, sehingga untuk sebagian kalangan masyarakat yang jarang bepergian masih menunda pelaksanaan vaksin ke-3.

Sosialisasi yang dilakukan cukup gencar melalui media sosial oleh Puskesmas Cimahi Tengah, seolah terbatas hanya untuk masyarakat yang memiliki gawai beserta kecukupan kuota internet. Namun heterogenitas masyarakat membuat tidak semua mampu memiliki gawai dengan kecukupan kuota internet untuk bersosial media. Tentu akan banyak faktor lainnya yang berpengaruh pada belum tercapainya target vaksinasi ke-3 ini. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut pengaruh media sosial instagram terhadap pelaksanaan vaksinasi, khususnya terhadap keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat vaksinasi Covid-19.

Tujuan Penelitian ini untuk: (1) mengetahui gambaran media sosial Instagram yang digunakan Puskesmas Cimahi Tengah dalam kegiatan vaksinasi Covid-19. (2) Untuk mengetahui gambaran Keputusan Memilih bagi pasien yang melakukan vaksinasi Covid-19 di Puskesmas Cimahi Tengah. (3) Untuk mengetahui persepsi masyarakat mengenai informasi vaksinasi Covid-19 di akun media sosial Instagram Puskesmas Cimahi Tengah. (4) Untuk menganalisis pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan masyarakat memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat vaksinasi Covid-19.

Manfaat Penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dalam membuat kebijakan dan evaluasi untuk terus dapat meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pasien di Puskesmas Cimahi Tengah.

Penelitian Terdahulu pernah dilakukan oleh: Holly Paquette (2013), Harb et al (2019), Daniel Heru Reyvaldi, Dede R Oktrini (2020), Ngakan Putu Teja Kamertaya, dkk (2022), Ayu Sari Nur Lestiyanti, dkk (2022), Deru R Indika dan Cindy Jovita (2017), Mariana Augusta Noya Letuna (2021), Santi Purwanti, dkk. (2022), Ahmad Saepu Bahril

Ulum (2022), Era Purike (2021), Ronaldho Rachman Jonni, Puji Hariyanti (2021), Cut Deyna Renata (2021), Balakrishnan et al (2014).

Hipotesis : Terdapat pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan masyarakat memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat melakukan vaksinasi Covid-19.

### Metode Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh elemen yang terkait dengan judul penelitian yaitu pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat vaksinasi Covid-19.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix method* yang merupakan penelitian yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Desain penelitian ini akan menggabungkan antara pendekatan kualitatif deskriptif dan kuantitatif deskriptif verifikatif. Rancangan ini disusun berdasarkan kebutuhan penelitian dan diharapkan dapat menjawab tujuan penelitian. Penelitian kuantitatif adalah metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti pengaruh antar variabel. Biasanya, variabel tersebut diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Crosswell, 1994). Sedangkan Metode verifikatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih, atau metode yang digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis (Sugiyono, 2015:36). Metoda kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk melakukan pendalaman data terhadap informan penelitian.

Penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membandingkan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (Siregar, 2013:15). Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu Variabel bebas (X) media sosial Instagram dan variable terikat (Y) Keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah.

Untuk Penelitian kualitatif dikenal dengan teknik pengumpulan data yang umum digunakan. Beberapa teknik dimaksud adalah wawancara, observasi, studi dokumentasi, *focus group discussion*.

Populasi penelitian ini adalah seluruh peserta penerima vaksin Covid-19 di Puskesmas Cimahi Tengah. Sedangkan sampel penelitian diambil dari populasi penelitian. Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Slovin. sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian adalah sebesar 10%. Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 57.287 orang.

$$n = \frac{57.287}{1 + 57.287 (0,1)^2} = 99,78 = 100$$

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 100 orang responden. Untuk menentukan informan digunakan teknik *purposive sampling*. (Sugiyono, 2013) (Lewis, 2015) (Cresswell, 2017). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuesioner terhadap responden. Modifikasi kuesioner pada penelitian ini terletak pada dimensi penilaiannya yang meliputi 4C yaitu; *Context, Communication, Collaboration, Connection*, dan Penilaian dari perspektif keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat pelaksanaan vaksinasi.

Kuesioner terdiri 2 (dua) bagian pertanyaan. Bagian pertama adalah isian identitas responden yang terdiri dari 5 (lima) pertanyaan terbuka, sedangkan bagian kedua adalah pertanyaan kuesioner yang terdiri dari 15 (lima belas) pertanyaan tertutup.

Kuesioner akan di buat dengan 2 metoda, yaitu daring dan luring.

a. Luring

Kuesioner diberikan langsung kepada peserta vaksinasi covid-19 yang datang ke Puskesmas Cimahi Tengah. luring menggunakan formulir isian untuk sasaran peserta vaksin yang di survey langsung saat pelaksanaan vaksinasi Covid-19.

b. Daring

Kuesioner diberikan kepada peserta yang telah melaksanakan vaksinasi covid-19 di Puskesmas Cimahi Tengah, melalui kontak media sosial (*Direct Messenger / DM*) Instagram akun Puskesmas Cimahi Tengah. kuesioner yang akan digunakan dalam bentuk *Google Form*.

Data kualitatif yang telah terkumpul dari proses wawancara kemudian dianalisis. Adapun tahapan dalam teknik pengolahan data kualitatif pada penelitian ini terdiri dari beberapa langkah, yaitu:

- 1) Reduksi data, yaitu proses penyederhanaan data dengan menandai kata kunci yang dianggap penting dari pernyataan informan agar kemudian bisa dilakukan pengelompokan data ke dalam berbagai kategori yang dapat berpengaruh pada hasil analisis data.
- 2) Display data, yaitu proses penyajian data dengan cara menyusun data secara sistematis dan ditampilkan dalam bentuk gambar, tabel, ataupun narasi agar dapat mudah dipahami.
- 3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi data, yang merupakan langkah akhir dari proses analisis data.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Analisis Data Kualitatif

Pembahasan hasil penelitian kualitatif didasari atas penelaahan hasil observasi dan wawancara terhadap informan penelitian. Uraian hasil analisis data kualitatif dijelaskan sebagai berikut.

#### 1. Observasi

Akun @puskesmas\_cimahitengah aktif sejak Oktober Tahun 2018 dengan jumlah pengikut sebanyak 4.143 dan jumlah unggahan sebanyak 624. Hasil

penelaahan menunjukkan bahwa hampir seluruh postingan dalam akun ini berisi informasi terkait sosialisasi dan informasi pelaksanaan kegiatan vaksinasi covid-19. Akun ini dikelola oleh beberapa admin.

Penelitian ini mengkaji elemen *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*, dikaitkan dengan keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat pelaksanaan vaksinasi Covid-19. Hasil temuan pertama, mayoritas *context* unggahan adalah yang berhubungan dengan informasi edukasi covid-19 dan sosialisasi jadwal pelaksanaan vaksinasi covid-19 yaitu sebanyak 281 unggahan (45%). Sisanya merupakan unggahan yang terkait kegiatan program lainnya seperti, promosi kesehatan, informasi pelaksanaan kegiatan rutin, informasi gebyar kegiatan, atau unggahan berupa ucapan hari raya dll.

Tangkapan layar unggahan kegiatan pencahangan vaksinasi Covid-19 pertama di Kota Cimahi Oleh Plt. Walikota Cimahi Letkol. Purn. Ngatiyana

Unggahan sebagaimana pada gambar diatas adalah tangkapan layar dari kegiatan pencahangan vaksinasi Covid-19 pertama di Kota cimahi oleh Plt Walikota Cimahi, Bapak Letkol Purn. Ngatiyana. Banyak unggahan lainnya yang memberikan pemenuhan unsur *context* yang memuat informasi dan edukasi tentang mengapa vaksinasi covid-19 perlu dilakukan di seluruh Indonesia, dan Plt Walikota Cimahi memberikan contoh secara langsung dengan menjadi orang pertama di Kota Cimahi yang di vaksin Covid-19. Unggahan ini diharapkan mampu mengedukasi dan mempersuasi masyarakat Kota Cimahi untuk secara sukarela melakukan vaksin Covid-19.

Pemenuhan Unsur *collaboration* dalam unggahan akun @puskesmas\_cimahitengah yang bertujuan untuk bekerja bersama-sama antara pemberi dan penerima pesan agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan efisien, terlihat dengan digunakannya fitur tanda pagar (*hashtag*). Dalam berbagai unggahan terlihat akun @puskesmas\_cimahitengah menggunakan #*promkescimahi* #*vaksinacovid* #*kememkes* #*astrazaneca* #*sinopharm* dll, untuk memudahkan para pencari vaksin covid-19.

Menurut teori Brian (2011) *Collaboration* adalah bagaimana bekerja sama untuk membuat segala hal menjadi lebih baik. Yaitu dengan kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat hal baik lebih efektif dan lebih efisien.

*Collaboration* pada social media Instagram akan mempengaruhi secara signifikan terhadap minat beli pelanggan yang menggunakan social media sebagai alat untuk mencari produk yang diinginkannya.

Berbagai unggahan terus kerap mendapatkan komentar yang berisi berbagai pertanyaan terkait pelaksanaan vaksinasi covid-19. Pertanyaan yang muncul bisa berbagai macam, ada yang bertanya tentang persyaratan, ketentuan domisili, maupun pertanyaan tentang jadwal pelaksanaan selanjutnya. Pemenuhan unsur *communication* amat terlihat disini, karena para admin senantiasa menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan.



Unsur connection dipenuhi dengan penggunaan tautan (mention) dalam berbagai unggahan. Kerap kali akun Puskesmas Cimahi Tengah menautkan unggahan ke akun lain seperti @kemenkes\_ri, @infocimahi.co, @cimahikota, dll. Mention, merupakan fitur ataupun konten dari Instagram yang memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu dari akun satu ke akun lain.

Dari uraian di atas dapat diartikan, context di Instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pasien dengan memberi informasi dari sebuah foto, video maupun story di media sosial Instagram membuat para pengguna media sosial Instagram tahu dengan program kegiatan vaksinasi Covid-19, ditambah lagi gaya hidup masyarakat sekarang yang tidak bisa lepas dari sosial media, yang menjadi pemicu keputusan memilih pasien.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Dewi Ratnasari tahun 2017 yang berjudul Pengaruh context, communication, collaboration, dan connection terhadap minat beli pada pemasaran melalui Instagram (Studi pada toko furniture minimalis). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa para pelanggan tertarik membeli produk dari Toko Furniture Minimalis setelah melihat iklannya di Instagram menarik.

Para pelanggan ingin membeli produk dari Toko Furniture Minimalis karena para pelanggan paham kualitasnya baik. Menurut para pelanggan promosi di Instagram Toko Furniture Minimalis lebih disukai pelanggan dari perusahaan lainnya. Menurut banyak orang produk dan harga dari Toko Furniture Minimalis lebih baik dari toko mebel lainnya (Ratnasari, 2017).

Communication melalui Instagram dapat mempengaruhi keputusan memilih dengan budaya warga net yang suka berbagi cerita dan chatting hingga berbagi informasi, hal ini membuat para pelanggan merasa nyaman dan percaya terhadap layanan melalui akun media sosial Instagram.

Collaboration di Instagram terpenuhi dengan cara satu akun dengan akun lainnya saling terhubung dan berinteraksi melalui media sosial Instagram. Hingga memicu minat memilih layanan kesehatan di Puskesmas Cimahi Tengah.

Connection menggunakan Instagram sangat baik. Connection mampu memelihara hubungan yang baru maupun yang sudah terjalin sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan pemilik akun dan pengguna media sosial.

## 2. Wawancara

Puskesmas Cimahi Tengah merupakan puskesmas dengan hasil capaian kegiatan vaksinasi covid-19 tertinggi diantara 13 puskesmas lain yang ada di Kota Cimahi. Adapun strategi yang dijalankan oleh Kepala Puskesmas dalam mensosialisasikan kegiatan ini melalui media sosial Instagram.

*“Strategi sosialisasi melalui kerjasama dengan beberapa pihak : kelurahan, kecamatan, pemkot, PKK, dan melakukan sosialisasi lewat media sosial. Karena media sosial ini cukup berpengaruh banyak dalam sosialisasi, karena masyarakat dinilai sudah melek teknologi.”*

Petugas Promosi Kesehatan juga menguatkan alasan mengapa dipilihnya instagram sebagai media dalam menyebarkan informasi terkait kegiatan vaksinasi Covid-19.

*“Di puskesmas cimahi tengah termasuk puskesmas perkotaan, jadi rata-rata sudah mempunyai Instagram, jadi menurut kami ini media yang paling cocok saat ini. Instagram itu lagi booming, sehingga kami memilih instagram, walaupun nanti ada pilihan sosial media lainnya seperti WA atau facebook. Bukan hanya instagram puskesmas saja tapi juga akun instagram pemerintah kota cimahi”*

*“Untuk saat ini untuk menjangkau luas nya kita menggunakan Instagram, tetapi untuk di luar gedung seperti ke posyandu dan posbindu kita menggunakan leaflet. Banner juga ada di Puskesmas”*

Bidan sebagai juru imunisasi, petugas yang menyuntik pasien peserta vaksinasi covid-19 juga menganalisa hasil program vaksinasi ini, bukan hanya dari dalam wilayah kerja saja, melainkan sebagian besar dari luar wilayah binaan.

*“Luar wilayah Juga Banyak. Justru banyaknya luar wilayah. Bahkan banyak juga yang dari luar kota. Mereka rata-rata tau dari Medsos, dari IG. Ada yang tau dari WA Grup, ada juga yang tau dari pasien lain yang sudah pernah di vaksin disini.”*

Terkait kepuasan pasien terhadap pelayanan vaksinasi covid-19 di Puskesmas Cimahi Tengah memang cukup baik. Petugas perekam medis, yang diberikan tugas tambahan input data Aplikasi Satu Sehat, menambahkan bahwa sebagian besar pasien memilih kembali puskesmas ini untuk melakukan vaksin dosis berikutnya.

*“Dari data yang ada di pcare, ketika pasien sudah melakukan vaksin 1 atau 2 di cimahi tengah, kebanyakan mereka kembali lagi kesini untuk melakukan vaksin berikutnya. Sehingga masih banyak peminatnya di puskesmas cimahi tengah”*

Hal senada di sampaikan oleh informan lainnya sebagai pasien pengguna layanan. Menurutnya, pelayanan di Puskesmas Cimahi Tengah dinilai cukup baik, sehingga yang bersangkutan pun bersedia berbagi informasi tentang layanan vaksinasi di Puskesmas Cimahi Tengah dan sudah merekomendasikan ke beberapa rekan dan kerabat terdekat.

*“iya. Sudah banyak yang bertanya ke saya pribadi tentang vaksin disini. Saya juga membagikan informasi ke beberapa teman dan kerabat untuk vaksin disini. Saya juga ini kedua kalinya kesini untuk vaksin. Alhamdulillah bagus, gak ribet.”*

### **3. Diskusi**

Deskripsi dari data hasil penelitian yang telah diperoleh, peneliti diskusikan sesuai dengan literatur yang tertuang pada bab 2. Sehingga diperoleh hasil diskusi sebagai berikut :

- a. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh kuat terhadap keputusan memilih tempat pelaksanaan vaksinasi Covid-19. Hal ini tergambar dari hasil analisis regresi (0,620) dengan kategori kuat. sedangkan sisanya 37.8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Uji f Simultan pun menyatakan media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Adi suwardi Tahun 2021, yang berjudul “Pengaruh media soaisl instagram terhadap keputusan pembelian sepatu kimber” dengan hasil penelitian bahwa media sosial instagram berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli (Suwardi, 2021).

Jika ada peningkatan pemanfaatan pada media sosial instagram maka akan ada kenaikan pula pada keputusan memilih. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan media soial isntagram dengan baik akan menghasilkan pengaruh signifikan pada keputusan memilih.

Hal ini diperkuat dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cut Deyna Renata pada Tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh terpaan postingan di Instagram dan daya tarik pesan iklan di youtube Kemenkes\_RI terhadap minat vaksin Covid-19”, Terdapat pengaruh yang positif berdasarkan hasil uji regresi dimana jika Terpaan Postingan Instagram naik maka Minat Menggunakan Vaksin akan naik, demikian juga dengan kenaikan Daya Tarik Iklan Layanan Masyarakat juga akan meningkatkan Minat Menggunakan Vaksin (Renata, 2021).

Berdasarkan hasil kumulatif tanggapan responden kuesioner diketahui bahwa variabel keputusan memilih berada pada kondisi dikategorikan baik dan dapat disimpulkan H1 diterima dikarenakan baik buruknya dari postingan berupa *context, communication, collaboration dan connection* pada suatu video dan foto akun instagram, yang membuat pasien percaya hingga minat memilih nya meningkat pada Puskesmas Cimahi Tengah.

- b. Hasil Observasi terhadap akun @puskesmas\_cimahitengah, memperlihatkan bahwa pada awalnya pasien mencari-cari informasi ketersediaan pelayanan vaksinasi covid-19, kemudian tertarik atas unggahan kemudian mulai bertanta dan berkomentar pada unggahan media sosial instagram tersebut. Hal ini berarti semakin baik dan menarik unggahan yang berupa foto, video dan *caption* di media sosial instagram, maka minat pasien menjadi lebih meningkat untuk memilih puskesmas sebagai tempat vaksinasi Covid-19.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian oleh Deru R. Indika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ekonomi Universitas Padjadjaran, Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi media sosial instagram yang menonjolkan sharing foto atau gambar terbukti punya korelasi kuat dalam memengaruhi minat beli konsumen. Deru R Indika menjelaskan, penilaian atas pengelolaan media instagram yang dilakukan oleh manajemen floating market dilihat berdasarkan dimensi *context, communication, collaboration, and*

*connection* dengan pengukuran minat beli berdasarkan *attention, desire and interes* (Indika, 2017).

- c. Analisis tematik dari wawancara menunjukkan beberapa tema yang muncul antara lain gambaran umum hasil capaian kegiatan vaksinasi covid 19, latar belakang pemilihan Instagram untuk media promosi kesehatan, strategi pemanfaatan media social instagram dalam kegiatan ini, akses pelayanan, dll. Dari hasil wawancara, dapat terlihat bahwa sistem manajemen puskesmas sudah berjalan baik, dimulai dari perencanaan (P1), pelaksanaan dan penggerakkan (P2), dan (P3) pengawasan, pengendalian dan penilaian.

Menurut Supriyanto (2020), fungsi perencanaan merupakan fungsi yang mendasari dan mendahului fungsi yang lain. Pentingnya fungsi perencanaan berkaitan dengan tujuan perencanaan.

Dalam hal strategi pemilihan Instagram sebagai media sosial terpilih dinilai tepat karena memiliki kemampuan penyebaran informasi yang luas, dan tingkat pengguna yang cukup banyak. Instagram dinilai sesuai dengan sasaran jika dilihat dari kategori usia terbanyak peserta vaksinasi. Sisi lainnya, Puskesmas memanfaatkan kemudahan fasilitas komunikasi dengan pasien melalui fitur-fitur yang ada di intagram seperti komentar, maupun *Direct Messenger*.

Dari penelitian Ayu Sari Nur Lestiyanti, dkk (2022) yang menyatakan bahwa informasi yang diperoleh dari media sosial Instagram cenderung mudah dipercaya dan diterima masyarakat. Namun masyarakat sebaiknya memilah informasi yang diterima dari media sosial, dengan memanfaatkan situs resmi pemerintahan untuk mencari informasi yang akurat dan terpercaya.

Begitu juga dengan hasil penelitian Paquette (2013) yang menyatakan bahwa optimalisasi kreatifitas dalam pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan Brand Awareness. Konsumen sangat mengandalkan ulasan dari berbagai media sosial untuk keputusan pembelian (Paquette, 2013).

Selain berfokus pada optimalisasi pemanfaatn media sosial, Kepala Puskesmas melakukan pengendalian kegiatan, yaitu monitoring berkala untuk melihat kesesuaian pelaksanaan program dengan regulasi, juknis / juklak, dan SOP nya. Hal tersebut tidak terlepas dari upaya manajemen puskesmas dalam mempertahankan mutu layanan.

Pengontrolan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengukuran dan koreksi dari kinerja untuk menjamin bahwa kegiatan dilakukan sesuai dengan rencana dan atau untuk menjamin bahwa kegiatan dilakukan sesuai dengan rencana dan atau untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Supriyanto, 2020).

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti, sebagai berikut : (1) Penilaian indikator media sosial Instagram termasuk kategori sangat baik. (2) Penilain indikator keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat

## Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Puskesmas Cimahi Tengah Sebagai Tempat Vaksinasi COVID-19

vaksinasi covid-19 termasuk kategori sangat baik. (3) Respon masyarakat terhadap akun media sosial instagram @puskesmas\_cimahitengah sebagai media edukatif dan informatif vaksinasi covid-19 persepsikan positif. (4) Terdapat pengaruh positif signifikan antara media sosial Instagram terhadap keputusan memilih Puskesmas Cimahi Tengah sebagai tempat vaksinasi Covid-19.

## BIBLIOGRAFI

- Anggito, A., Setiawan, J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi : CV. Jejak, 2018.
- Arikunto., *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta. 2012
- Ayinda Fajriani, Widya Sastika. (2016), “*Pengaruh sosial media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen steak ranjang Bandung (studi kasus pada pengguna Instagram di Bandung tahun 2016)*,”. Prosiding SNaPP2016 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora, ISSN 2089-3590 | EISSN 2303-2472. 2016.
- Balakrishnan et al. (2014), *The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand loyalty Among Generation Y.*, Social and Behavioral Sciences 148 : 177-185. Science Direct.
- Burhan, Leni. (2002), Sulistiadi, Wachyu, *Optimalisasi Strategi Digital Marketing Bagi Rumah Sakit.*, Branding : Jurnal Manajemen FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung, <https://www.journal.uinsgd.ac.id/index.php/branding>.
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics 5th Edition.*, 5 ed. SAGE Publications Inc. California.
- Forbes. (2022). *Novavax’s Highly Effective Vaccine Could Be A Game Changer.*
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2018.
- Giri Maulana Arief, Heppy Millianyani. (2015). “*Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika*”, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom 2 Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom.
- Hardisman, (2020). *Tanya Jawab Analisis Data: Prinsip Dasar dan Langkah-langkah Praktis Aplikasi pada Penelitian Kesehatan dengan SPSS*. Sumatera Barat: Guepedia.
- Hasanah, Yulianti. (2020). Ratna Meisa Dai, Deasy Silvy Sari., *Implementasi Kebijakan Fungsi Puskesmas Selama Pandemi Covid 19 di Puskesmas Margahayu Selatan Kabupaten Bandung.*, Responsive Volume 3 No 4 Bulan Desember 223-239.
- Hidayat, Mahyuni., Mahalayati, Bornea Retno., Sadikin, Hanil., Kurniawati, Marhaeni Fajar, (2021). *Peran Promosi Kesehatan dalam Edukasi Tenaga Kesehatan di Masa Pasca Vaksinasi Covid-19 di Kabupaten tanah Laut.*, Jurnal Sains Sosio Humaniora, Volume 5 Nomor 1 Juni.
- Husna, Hasna Nurul., dkk. (2021), *Penggunaan Instagram Stories Sebagai Media Promosi Kesehatan Mata.*, Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK, Volume 5, Nomor 2 ISSN : 2620-7745.

Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Puskesmas  
Cimahi Tengah Sebagai Tempat Vaksinasi COVID-19

- Imran, Maharani., dkk. (2021), *Penggunaan Komunikasi Digital Dalam Upaya Meningkatkan Efektifitas Pelayanan Kesehatan.*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 2 eISSN : 2621-2242.
- Indika, Deru R., Cindy Jovita. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk meningkatkan Minat Beli Konsumen.* Jurnal Bisnis Terapan.
- Jonni, Ronaldho Rachman., Puji Hariyanti. (2021). *Pengaruh konten Instagram terhadap minat beli konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta.*, Jurnal Mahasiswa Komunikasi.
- Kementrian Kesehatan RI. (2020). *Strategi Komunikasi Vaksinasi Covid-19*, Direktorat Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat.
- Kementrian Kesehatan RI. (2020). *Petunjuk Teknis Pelayanan Puskesmas Pada Masa Pandemi Covid-19.*, Kementrian Kesehatan RI.
- Kementrian Kesehatan RI. (2021). *Transformasi Digital Bidang Kesehatan : Strategi Jangka Panjang Atasi Pandemi Covid-19.* Biro Komunikasi dan pelayanan masyarakat.
- Kemenkes RI. (2020). Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kertapati, Didit Tri. (2022). *Membangun Sistem Layanan Kesehatan Digital.*, Mediakom Kementrian Kesehatan RI, <https://mediakom.kemkes.go.id/2022/05/membangun-sistem-layanan-kesehatan-digital/2>, 2022.
- Kurniawan, Danang. (2021), Sutan, Arissy Jorgi, *Penggunaan Sosial Media Dalam Menyebarkan Program Vaksinasi Covid-19 di Indonesia.*, Jurnal Kebijakan Publik, Vol 12, No 1, 2021.
- Leonita, Emy., Julianus, Nizwardi. (2018). *Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan : Tinjauan Literatur.*, Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi, Volume 18 Number 2, 2018.
- Lestiyanti, Ayu Sari Nur. (2022). dkk., *Pengaruh Berita Lonjakan Kasus Covid-19 Pada Akun @KEMENKES\_RI Terhadap Minat Vaksinasi Followers Akun @KEMENKES\_RI.*, Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi., 2022.
- Letuna, M. A. N. (2021). *Instagram Sebagai Media Edukasi Vaksin Covid-19 di Indonesia.*, Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, (10) 88-106, 2021.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi, P.410).

- Nowell, L.S., Norris, J.M. (2017). White, D.E., Moules, N.J., *Thematic Analysis: Striving to Meet The Trustworthiness Criteria. International Journal Of Qualitative Methods*, 161-13. DOI: 10. 1177/1609406917733847, 2017.
- Ortega, C., Navas. (2017). *The Use of New Technologies as a Tool for The Promotion of Health Education.*, *Procedia-social and Behavioral Sciences* 237 23-29, Elsevier Ltd, 2017.
- Paquette, Holly. (2013). *Social Media as a Marketing Tool : A Literature Review*. Major Papers University of Rhode Island. 2013.
- Pittman, M., Reich, B. (2016). *Social Media and Loneliness : Why an Instagram Picture May Be Worth More Than a Thousand Twitter Words.*, *Computer in Human Behaviour*, 62, 155-167, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>, 2016.
- Puspitaningrum, Adinda Ayu. (2021). *Konsep Komunikasi Digital.*,
- Renata, Cut Deyna. (2021). *Pengaruh terpaan postingan di Instagram dan daya tarik pesan iklan di youtube Kemenkes\_RI terhadap minat vaksin Covid-19.*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2021.
- Sachdeva S, et al. (2015), *Information, Education, and Communication (IEC) : A Revisit to Facilitate Change.*, *J Indian Acad Clin Med.* 16:106-109, 2015.
- Sahin, U. et al. (2020). BNT162b2 induces SARS-CoV-2-neutralising antibodies and T cells in humans, *medRxiv.* medRxiv, hal. 2020.12.09.20245175. doi: 10.1101/2020.12.09.20245175.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS.*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Solis, Brian. (2011). *Engage : "The Complete guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web.*, New Jersey : John Wiley & Sons. 2011
- Supriyanto, Stefanus., Febri Endra Budi Setyawan. (2020). *Manajemen Rumah Sakit*, Penerbit Zifatama Jawara, 2020.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung.
- Susetyarsi.Th, Rudika Harminingtyas. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen.*, *Jurnal STIE Semarang*, 2021.
- Syafii, Ahmad Imam. (2021). *Promosi Kesehatan Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Edukasi Digital Pandemi Covid-19.*, *Prosiding Seminar Nasional STARWARS IKM UM.* Juli hal 118-123.



Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Puskesmas  
Cimahi Tengah Sebagai Tempat Vaksinasi COVID-19

- Tambunan, Formaida., dkk. (2022). *Pelaksanaan Vaksinasi Massal Dalam Upaya Peningkatan Imunitas Masyarakat Pada Pencegahan Penularan Virus Covid-19*. Jurnal Abdimas Mutiara. Volume 3, Nomor : 1, Februari.
- Tjiptono, Fandy. (2022). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Umasugi, T. (2021). *Upaya Pencegahan dan Menekan Penyebaran Covid-19 dengan Sosialisasi Protokol Kesehatan 4M Kepada Masyarakat Desa Gayaman Kec. Mojoanyar Kab Mojokerto.*, Journal of Community Engagement in Health, 4(1), 128-131, 2021.
- Umi, Narimawati., Sri Dewi, Anggadini., Linna, Ismawati. (2011). *Penulisan Karya Ilmiah.*, Edisi Pertama. Pondok Gede, Bekasi : Genesis, 2011.
- Voysey, M. et al. (2021). *Safety and efficacy of the ChAdOx1 nCoV-19 vaccine (AZD1222) against SARS-CoV-2: an interim analysis of four randomised controlled trials in Brazil, South Africa, and the UK*, *The Lancet*. Lancet Publishing Group, 397(10269), hal. 99–111. doi: 10.1016/ S0140-6736(20)32661-1. 2021.
- Widya, Desy. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemahaman Protokol Kesehatan di Masa Pandemi Covid 19 pada Mahasiswa*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Pengaruh Masyarakat. 2021
- Witka, Beska Z., Imam A., Wicaksono. (2021), *Review artikel : Perbandingan Efikasi, Efisiensi dan Keamanan Vaksin Covid-19 yang Akan Digunakan Di Indonesia*. Farmaka – Jurnal Universitas Padjadjaran, Volume 19 Nomor 2, 2021.
- Zarella, Dan. (2011), *The Social Media Marketing Book*. PT. Serambi Ilmu Semesta.

---

**Copyright holder:**

Asri Destriani, Dede R. Oktini, Titik Respati, Muhardi (2022)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

