



PEMANFAATAN MEDIA POSTER PADA MASKER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP DISONANSI KOGNITIF

Annisa Husnusyifa¹, Zikri Fachrul Nurhadi², Achmad Wildan³, Niva Citra Yuniar⁴

^{1,2,3,4} Universitas Garut

zikri_fn@uniga.ac.id

Info Artikel :

Diterima : 06 Januari 2023

Disetujui : 21 Januari 2023

Dipublikasikan : 15 Februari 2023

ABSTRAK

Kata Kunci :
*Poster,
Disonansi
Kognitif,
Kuantitatif*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keadaan masyarakat yang dipengaruhi oleh persimpangan informasi yang didapatkannya terkait dengan penggunaan masker dimana pihak pemerintah sudah mengizinkan masyarakat untuk melepaskan masker, sedangkan masih banyak media dan lembaga yang malah mengharuskan penggunaan masker di berbagai tempat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana poster penggunaan masker di media sosial instagram memiliki dampak terhadap disonansi kognitif masyarakat pengguna instagram kecamatan Garut Kota. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan kuesioner dan observasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder dan data primer. Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari 9 point yang berasal dari dimensi kedua variabel. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara Tata letak poster penggunaan masker di akun media sosial Instagram @satgasperubahanperilaku memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap sikap disonansi kognitif masyarakat di kecamatan Garut Kota.

ABSTRACT

Keywords :
*Poster, Cognitive
Dissonance,
Quantitative*

The background of this research is the condition of the people who are influenced by the crossroads of information they get related to the use of masks where the government has advertised the public to remove masks, while there are still many media and institutions that even require the use of masks in various places. The purpose of this study was to find out to what extent posters using masks on Instagram social media have an impact on cognitive dissonance for Instagram users in Garut Kota sub-district. This research uses quantitative methods by conducting questionnaires and observations. The data collection technique in this study is to use secondary data and primary data. The hypothesis in this study consists of 9 points derived from the dimensions of the two variables. The results of this study are that there is an influence between the layout of posters using masks on the Instagram social media account @satgaschangebehavior has a very strong influence on the attitude of cognitive dissonance in the Garut Kota sub-district.

PENDAHULUAN

Individu saat ini sangat bergantung pada media komunikasi untuk membantu mereka melakukan aktivitas sehari-hari. Dalam proses penyebaran informasi, perhatian komunikasi tertuju pada media komunikasi. Sarana komunikasi yang disukai generasi digital berbeda secara signifikan dari generasi sebelumnya. Dimana media komunikasi saat ini berkembang dan berinovasi mengikuti perkembangan teknologi digital (Marjuki, 2021). Media komunikasi yang sering digunakan adalah media komunikasi visual seperti poster. Poster adalah media gambar yang memuat komponen visual seperti garis, foto, ilustrasi, frasa, tata letak yang dimaksudkan semenarik mungkin untuk menarik perhatian sehingga dapat menyampaikan informasi secara sederhana dan mudah dipahami (Abubakar, 2017). Peran poster dalam komunikasi sangat berpengaruh terhadap proses penerimaan pesan, dimana gambar dapat menjadi pendukung dalam sebuah informasi. Hanya dengan melihat sebuah gambar, kemudian komunikasi mempelajari dan memahami isi pesan yang ada pada poster tersebut (Galve, 2015). Hal tersebut dapat ditunjukkan pada proses penyebaran informasi kesehatan yang saat ini sedang terjadi diberbagai negara termasuk Indonesia. Pemerintah Indonesia saat ini sedang melakukan berbagai macam upaya dalam menangani penyebaran virus *Covid-19* (Dhita, 2018). Berikut ini adalah contoh salah satu upaya tersebut ialah mensosialisasikan peraturan baru yang dipublikasikan menggunakan media komunikasi poster di media sosial *Instagram*. Upaya ini bertujuan agar masyarakat mengetahui bahayanya *covid-19* dan pentingnya menjaga kesehatan dengan mentaati aturan yang telah dibuat oleh pemerintah dengan kata lain, sering-sering cuci tangan, jaga jarak, dan pakai masker bila perlu (Eko, 2018).

Aturan yang ditetapkan pemerintah tersebut, dapat dikatakan dengan istilah protokol kesehatan yang harus ditaati dan dipatuhi oleh masyarakat Indonesia. Salah satu contohnya adalah postingan dari akun *instagram* pemerintah yang mensosialisasikan protokol kesehatan menggunakan komunikasi kesehatan yang dikemas menjadi sebuah informasi edukasi, hiburan, menggunakan media komunikasi poster (Kurusu, 2020). Seiring berjalannya waktu kurang lebih satu setengah tahun, kasus pasien *covid-19* di Indonesia yang biasa disiarkan diberita-berita nasional maupun lokal sudah mulai berkurang. Tidak hanya itu, berita hoaks, isu-isu negatif bahwa *covid-19* adalah konspirasi politik atau permainan pemangku kepentingan beredar dimedia massa, sehingga masyarakat mulai bingung apa kebenaran yang sebenarnya. Setelah kerja lapangan, para peneliti menemukan bahwa orang-orang menjadi acuh tak acuh terhadap topik tersebut dan mulai mengabaikan himbauan pemerintah, sedangkan pemerintah tetap terus menekankan aturan yang sudah dibuat dengan mempublikasikannya di media sosial *instagram* (Novita, 2014). Perubahan masyarakat diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini bahwa Kecamatan Garut Kota Kabupaten Garut setelah melihat postingan poster penggunaan masker di media sosial *instagram*



Gambar 1 Akun Media Sosial @satgasperubahanperilaku

Situasi saat ini yang perlu untuk diteliti adalah bukan hanya berkaitan dengan keharusan masyarakat untuk menggunakan masker tetapi keadaan Dilema atau kebingungan masyarakat terkait dengan penggunaan masker karena terdapat beberapa pihak pemerintah yang sudah mengatakan bahwa masker boleh ditinggalkan, sedangkan lembaga-lembaga terkait di bawahnya masih mengharuskan masyarakat untuk menggunakan masker, hal-hal seperti ini tentu akan berpengaruh terhadap sikap kognitif atau memunculkan sikap disonansi kognitif masyarakat (Puji, 2017). Pemilihan media Instagram dalam penelitian ini disebabkan oleh fenomena yang terjadi saat ini bahwa pengguna Instagram di Indonesia dari 99 juta orang yang mana jika dilihat dari populasi keseluruhan masyarakat Indonesia maka terdapat 52,7% masyarakat Indonesia yang menggunakan dari keseluruhan jumlah masyarakat (Rahman, 2020). Diakui atau tidak saat ini penggunaan media sosial menjadi hal yang umum bagi masyarakat dan bahkan menjadi bagian dari kehidupan sehari-harinya karena penggunaan media sosial saat ini bukan hanya untuk melakukan komunikasi tetapi juga dapat melakukan pertukaran informasi dalam jangka waktu dan ruang yang tidak terbatas. Bagi beberapa kelompok yang melihat dan memperhatikan pada berbagai peluang perekonomian menjadikan Instagram sebagai salah satu alat ekonomi seperti melakukan promosi, penjualan, dan bahkan transaksi jual beli (Saragih, 2016).

Adapun penelitian ini dikaitkan dengan teori disonansi kognitif. Leon Festinger, seorang psikolog, pertama kali mengajukan hipotesis ini pada tahun 1957. Kebingungan yang diciptakan oleh sikap, pikiran, dan perilaku yang saling bertentangan dapat menyebabkan disonansi kognitif menurut Festinger (Sari, 2020). Jika Anda pernah memiliki pengalaman melakukan sesuatu yang bertentangan dengan semua yang Anda ketahui dan yakini, Anda tahu apa yang saya bicarakan. Konsonan juga dapat digambarkan sebagai keadaan ketidaknyamanan psikologis yang mendorong seseorang untuk mencarinya. Ketidaksesuaian atau ketidakseimbangan digambarkan dengan frasa ketidaksesuaian, sedangkan kesesuaian atau keseimbangan digambarkan dengan istilah kesesuaian.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya didapatkan hasil diantaranya komunikasi krisis yang dilakukan Humas Polda NTT termasuk pada tahap *Post-Crisis*. Hal ini dapat dilihat dari sisi poster yang diunggah berisi himbauan hal-hal yang harus dilakukan masyarakat dalam menghadapi krisis covid-19, serta ajakan agar masyarakat patuh terhadap peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah. Pada pemaknaan informasi tersebut terdiri dari 2 makna, yaitu denotasi dan konotasi. Makna denotasi yang sesuai dengan penggambaran objek dalam poster berupa himbauan tentang covid-19. Sedangkan makna konotasinya yaitu kemungkinan dampak yang ditimbulkan apabila tidak mematuhi himbauan tersebut (Setyawan, 2020). Hasil penelitian bahwa sebagian besar pengunjung posyandu tertarik dan paham pada desain poster yang menarik dan unik. Pengunjung yang notabene adalah ibu-ibu muda yang baru memiliki satu atau dua anak menyukai desain poster yang memiliki unsur warna cerah dan menggugah semangat dalam memberikan yang terbaik untuk anak (Susilo, 2020). Adapun penelitian lainnya menunjukkan bahwa berdasarkan elemen-elemen pada poster edukasi mengenai pencegahan covid-19 oleh pemerintah di Jakarta memiliki konsep kampanye tertinggi yaitu 78% dibandingkan dengan Jawa Barat sebesar 33%. Kampanye tersebut lebih memfokuskan pada kebiasaan baru, gaya hidup sehat, dan dirumah saja (Sinuraya, 2018)

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana poster memiliki dampak penggunaan masker di media sosial *instagram* terhadap disonansi kognitif masyarakat pengguna *instagram* melalui beberapa faktor, diantaranya tata letak

poster terhadap sikap, pemikiran, dan perilaku masyarakat kecamatan Garut kota, pengaruh warna gambar poster terhadap pemikiran, perilaku dan sikap masyarakat kecamatan Garut kota, dan ilustrasi poster terhadap pemikiran dan perilaku masyarakat kecamatan Garut kota.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang hanya berupa lembaran dengan pertanyaan yang telah ditulis sebelumnya untuk mengumpulkan data dari peserta. Penelitian ini dilaksanakan di kecamatan Garut kota, wilayah tersebut terletak di tengah kota dengan berbagai macam jenis aktivitas masyarakat. Aktivitas tersebut diantaranya pasar, stasiun, pusat perbelanjaan, tempat bermain, lalu lalang angkutan umum, sekolah, dan tempat ibadah. Hal tersebut dapat mendukung terjadinya orang-orang berkumpul dengan skala cukup besar, sehingga penyebaran virus covid-19 dapat terjadi. Populasi dalam penelitian ini mengacu pada kumpulan hal-hal atau individu-individu yang memiliki atribut atau karakteristik tertentu yang dengannya peneliti dapat menarik generalisasi dan menarik kesimpulan khusus (Sugiyono, 2019). Unit studi, di sisi lain, disebut sebagai populasi. Kecamatan Garut Kota yang berjumlah 122.807 jiwa menjadi fokus penelitian ini. Unit sampel disesuaikan untuk memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Kriteria unit sampel yang akan digunakan adalah masyarakat kecamatan Garut Kota yang memiliki akun *Instagram* atau sebagai pengguna aktif. Seratus peserta dipilih dari berbagai kelompok, berbeda, dan heterogen yang membentuk komunitas *Instagram*, yang semuanya memenuhi persyaratan inklusi memiliki akun dan menjadi pengguna aktif di platform media sosial. *The Slovin. formula was used to determine the number of samples in this investigation.* Perhitungan ini digunakan jika jumlah populasi diketahui, dengan presisi kesalahan sebesar 10%. Adapun perhiyungan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = presisi (persen kesalahan) 5% atau 10%

Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$n = \frac{122807}{1+122807.(10\%)^2}$$

$$n = 99,918$$

n = 100 responden (dibulatkan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses penelitian yang dilakukan dengan membagikan kuesioner tertutup dan melakukan observasi pada ruang lingkup objek dan subjek penelitian, maka peneliti akan memaparkan hasilnya dengan sejumlah angka yang sudah diolah melalui proses statistik. Kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti berdasarkan dimensi dan teori yang digunakan

sejumlah 30 kuesioner telah dibagikan oleh peneliti melalui *Google form* kepada masyarakat yang memenuhi kriteria di kecamatan Garut Kota.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini yang mengisi dan memberikan jawaban terhadap kuesioner dan menjadi sumber data dalam penelitian adalah sebanyak 100 orang masyarakat kecamatan Garut Kota dan diambil secara random dengan berbagai pekerjaan, usia dan latar belakang yang berbeda dengan harapan bahwa penelitian dapat memberikan hasil dari berbagai sudut pandang sehingga diharapkan hasil penelitian benar-benar akan menunjukkan jawaban dari keseluruhan masyarakat di Kabupaten Garut, kecamatan Garut Kota. Berikut merupakan hasil karakteristik responden dijabarkan dalam bentuk tabel:

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	71	71%
2	Laki-laki	29	29%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (thn)	Frekuensi	Presentase
1	< 20	23	23%
2	> 20	77	77%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Instagram

No	Lama Menggunakan Instagram	Frekuensi	Presentase
1	<2 Tahun	16	16%
2	>2 Tahun	84	84%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian

Uji Realibilitas Variabel X & Y

Uji realibilitas akan dilakukan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data serta mampu memberikan informasi dan jawaban yang tepat sesuai dengan masalah yang terdapat dalam penelitian. Kuesioner dalam penelitian dapat dikatakan reliabel ketika jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan secara online memiliki sifat yang konsisten dari waktu ke waktu. Data yang digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan rumus *Alpha Crombach*.

Tabel 4 Uji Realibilitas Variabel X (Poster Penggunaan Masker)

\sum	4,899
σ^2	25,550
R	0,970
t hitung	42,661
t table	1,645
Keputusan	Reliable

Sumber : Data Olahan Penelitian

Data yang terdapat dalam tabel 4 menunjukkan bahwa nilai T hitung lebih dari nilai T tabel yang artinya bahwa variabel X Dalam penelitian ini yaitu disonansi kognitif masyarakat di kecamatan Garut Kota sudah reliabel untuk dilakukan penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dapat dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 5 Uji Realibilitas Variabel Y (Disonansi Kognitif)

\sum	12,596
σ^2	174,790
R	0,989
t hitung	68,818
t table	1,645
Keputusan	reliable

Sumber : Data Olahan Penelitian

Data yang terdapat dalam tabel 5 menunjukkan bahwa nilai T hitung lebih dari nilai T tabel yang artinya bahwa variabel Y Dalam penelitian ini yaitu poster penggunaan masker reliabel untuk dilakukan penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dapat dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Regresi Sederhana

Tabel 6 Uji Regresi Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.993 ^a	.987	.987	.907

a. Predictors : (Constant), Penggunaan masker dimedia sosial instagram

b. Dependent Variable : Disonansi kognitif masyarakat kecamatan garut

Sumber : Data Olahan Penelitian

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel 6 menunjukkan bahwa nilai R yang merupakan simbol dari koefisien adalah 0,987 yang menjadi nilai korelasi dari kedua variabel. Nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan tabel 4.58 diatas peneliti memperoleh nilai R Square sebesar 0,987 yang juga merupakan koefisien determinasi atau nilai KD yang

menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi yang terdapat dari variabel bebas dan Variabel terikat. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X yaitu poster penggunaan masker pada akun media sosial intagram @satgasperubahanperilaku memiliki pengaruh kontribusi sebesar 98,7 terhadap variabel Y yaitu Disonansi Kognitif, sedangkan 1,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 7 Uji Koefisien Korelasi
Correlations**

		Terpaan Berita	Sikap Masyarakat
Poster	Pearson	1	0.965**
Penggunaan	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Disonansi	Pearson	.965**	1
Kognitif	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Sumber : Data Olahan Penelitian

Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel 7 yaitu perhitungan koefisien korelasi, ditemukan bahwa pearson correlation nilai R hitung untuk hubungan variabel X yaitu poster penggunaan masker pada akun media sosial instagram @satgasperubahanperilaku dengan variabel Y yaitu disonansi kognitif masyarakat kecamatan Garut adalah sebesar $0,965 > r \text{ tabel} = 0,194$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi atau hubungan antara variabel X yaitu poster penggunaan masker dengan variabel Y yaitu disonansi kognitif masyarakat, adapun nilainya sebesar 0,965 yang bernilai positif dan dapat diinterpretasikan dalam kategori kuat dan saling mempengaruhi secara positif.

Uji Simultan/F Variabel

**Tabel 8 Uji Simultan/F
ANOVA^a**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	6040.181	1	6040.181	7338.745	.000 ^b
	Residual	80.659	98	.823		
	Total	6120.840	99			

a. Dependent Variable: disonansi kognitif masyarakat kecamatan Garut

b. Predictors: (Constant), penggunaan masker dimedia sosial instagram

Sumber : Data Olahan Penelitian

Berdasarkan tabel 8 ditemukan hasil uji F diperoleh nilai F Hitung sebesar 7338.745 > F Tabel (dg df=98) sebesar 3.94 atau nilai Sig sebesar 0,00 < 0,05, disimpulkan secara simultan variable penggunaan masker dimedia sosial instagram (X) berpengaruh signifikan terhadap disonansi kognitif masyarakat kecamatan Garut (Y).

Uji Simultan/T Variabel

Tabel 9 Uji Simultaan/T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.563	.567	.993	4.517	0.000
penggunaan masker dimedia sosial instagram	.638	.007		85.666	0.000

a. Dependent Variable: disonansi kognitif masyarakat kecamatan Garut

Sumber : Data Olahan Penelitian

Berdasarkan tabel 9 ditemukan hasil uji t diperoleh nilai t 85.666 > t Tabel (dg df=98) sebesar 1,660 atau nilai Sig sebesar 0,00 < 0,05, disimpulkan secara parsial variable penggunaan masker dimedia sosial instagram (X) berpengaruh signifikan terhadap disonansi kognitif masyarakat kecamatan Garut (Y). Uji T dilakukan dengan menggunakan SPP yang didasarkan pada:

Dasar penentuan uji T Test Independent berdasarkan nilai signifikansi (2-tailed) yang mengukur ada tidaknya perbedaan rata-rata pada subjek yang diujikan.

- Nilai signifikansi (2-tailed) > 0.05 menunjukkan tidak terdapat perbedaan rata-rata antar subjek penelitian.
- Nilai signifikansi (2-tailed) < 0.05 menunjukkan adanya perbedaan rata-rata antar subjek penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data responden dalam penelitian “Pengaruh poster penggunaan masker di media sosial Instagram terhadap disonansi kognitif masyarakat”, maka dapat ditarik kesimpulan yang dapat menjadi sebuah jawaban dari rumusan masalah yang telah di paparkan sebelumnya, yaitu sejauh mana poster penggunaan masker di media sosial instagram memiliki dampak terhadap disonansi kognitif masyarakat pengguna instagram kecamatan Garut Kota. Adapun kesimpulan yang diperoleh adalah terdapat pengaruh antara Tata letak poster penggunaan masker di akun media sosial Instagram @satgasperubahanperilaku memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap sikap disonansi kognitif masyarakat di kecamatan Garut Kota. Pengaruh tata letak terhadap pemikiran nilai signifikansi sangat kuat, tata letak terhadap perilaku memiliki pengaruh sangat kuat, warna terhadap sikap disonansi kognitif sangat kuat, warna terhadap pemikiran sangat kuat, warna terhadap perilaku memiliki pengaruh yang kuat, Ilustrasi terhadap sikap memiliki pengaruh yang sangat kuat, Ilustrasi terhadap pemikiran memiliki pengaruh yang sangat kuat, Ilustrasi terhadap perilaku memiliki pengaruh yang sangat kuat, nilai ini menunjukkan bahwa terjadi pengaruh yang sangat kuat antara ilustrasi poster terhadap perilaku disonansi kognitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, N., & Nilamsari, N. (2017). Pengetahuan Dan Sikap Keluarga Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Haji Surabaya Terhadap Pencegahan Infeksi Nosokomial. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo*, 3(2), 178. <https://doi.org/10.29241/jmk.v3i1.79>.
- Ditha Prasanti, L. F. (2018). Pemanfaatan Media komunikasi dalam penyebaran informasi kesehatan kepada masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 8(9), 8-14. DOI: <https://doi.org/10.33366/rfr.v8i1.921>
- Eko, S., & Sinaga, N. (2018). Antara Jenis Kelamin Dan Sikap Dalam Gaya Hidup Sehat Mahasiswa. *Media Informasi*, 14(1), 69–72. <https://doi.org/10.37160/bmi.v14i1.171>
- Galve, J. P., Cevasco, A., Brandolini, P., & Soldati, M. (2015). Assessment of shallow landslide risk mitigation measures based on land use planning through probabilistic modelling. *Landslides*, 12(1), 101–114. <https://doi.org/10.1007/s10346-014-0478-9>.
- Prasanti, D. dkk. (2017). Membangun Ketahanan Informasi Nasional dalam Komunikasi Kesehatan bagi Kalangan Perempuan Urban di Jakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(3), 338-358. 197
- Kurusi, F. D., Akili, R. H., & Punuh, M. I. (2020). Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap dengan Kepatuhan Penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) pada Petugas Penyapu Jalan di Kecamatan Singkil Dan Tuminting. *Jurnal Kesmas*, 9(1), 45–51.
- Marjuki, D.S. (2021). Analisis Kepatuhan Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Covid-19 Pada Pedagang Pasar Kota Parepare. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 7(2), 197-210. DOI:10.29241/jmk.v7i2.625.
- Novita, N. W., Yuliasuti, C., & Narsih, S. (2014). Tingkat pengetahuan tentang TB Paru mempengaruhi penggunaan masker di Ruang Paru Rumkital Dr. Ramelan Surabaya. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 7(12), 46–61.
- Puji, A. D., Kurniawan, B., & Jayanti, S. (2017). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kepatuhan Penggunaan Alat Pelindung Diri pada Pekerja Rekanan (PT. X) di PT Indonesia Power Up Semarang. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 5(5), 20–31.
- Rachman, L. A., Yulianto, F. A., Djojosingito, M. A., Andarini, M. Y., & Djajakusumah, T. S. (2020). Hubungan Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Penggunaan Alat Pelindung Diri di PT Sarandi Karya Nugraha Sukabumi. *Jurnal Integrasi Kesehatan & Sains*, 2(2), 154–159. <https://doi.org/10.29313/jiks.v2i2.4341>.
- Saragih, V., Kurniawan, B., & Ekawati, E. (2016). Analisis Kepatuhan Pekerja Terhadap Penggunaan Alat Pelindung Diri (Apd) (Studikasu Area Produksi Di Pt. X). *Jurnal Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro*, 4(4), 747–755.
- Sari, D. P., Sholihah, N., & Atiqoh. (2020). Hubungan antara pengetahuan masyarakat dengan kepatuhan menggunakan masker sebagai upaya pencegahan penyakit COVID-19 di Ngronggah. *INFOKES Journal*, 10(1), 52–55.

- Setyawan, F. E. B., & Lestari, R. (2020). Challenges of Stay-At-Home Policy Implementation During the Coronavirus (Covid-19) Pandemic in Indonesia. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 8(2), 15. <https://doi.org/10.20473/jaki.v8i2.2020.15-20>.
- Sinuraya, R. K., Destiani, D. P., Puspitasari, I. M., & Diantini, A. (2018). Tingkat kepatuhan pengobatan pasien hipertensi di fasilitas kesehatan tingkat pertama di Kota Bandung. *Indonesian Journal of Clinical Pharmacy*, 7(2), 124–133. <https://doi.org/10.15416/ijcp.2018.7.2.124>.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, H., Sinto, R., Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E. J., Chen, L. K., Widhani, A., Wijaya, E., Wicaksana, B., Maksum, M., Annisa, F., Jasirwan, C. O. M., & Yuniastuti, E. (2020). Coronavirus disease 2019: Tinjauan literatur terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.7454/jpdi.v7i1.415>