

## Persepsi Mahasiswa Kesehatan Masyarakat Mengenai Usaha Komunikasi Kesehatan COVID-19

Nur Qholifah Maharani Aprilia Putri<sup>1</sup>, Rizma Adlia Syakurah<sup>2✉</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sriwijaya, Ogan Ilir, Indonesia

<sup>2</sup>Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sriwijaya, Ogan Ilir, Indonesia

### Info Artikel

#### Sejarah Artikel:

Diterima 24 Juli 2021

Disetujui April 2022

Dipublikasikan April

2022

#### Keywords:

Health Communication,  
COVID-19, Health Belief  
Model, Perception

#### DOI:

<https://doi.org/10.15294/higeia.v6i2.48515>

### Abstrak

Kasus COVID-19 di Indonesia memasuki darurat bencana, namun masih banyak pelanggaran terhadap protokol kesehatan. Perlu edukasi yang massif melalui komunikasi kesehatan dengan melibatkan mahasiswa kesehatan. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan persepsi mahasiswa Kesehatan Masyarakat dalam melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif observasional. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Sebanyak 292 responden mengisi kuesioner *online* menggunakan *google form* sejak 8-24 Desember 2020. Mayoritas mahasiswa berminat melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19 (97,6%), namun masih banyak yang belum melakukannya (54,1%). Media sosial yang banyak dipilih untuk melakukan komunikasi kesehatan adalah *Instagram* (88%). Mahasiswa merasa perlu melakukan komunikasi kesehatan karena berisiko terinfeksi (60,9%), kasus COVID-19 sulit terkontrol (92,5%), merupakan perbuatan baik dan menambah informasi (99%), serta kesal pada masyarakat yang abai (89,7%). Sementara hambatan yang dirasakan karena merasa tidak memiliki ilmu yang cukup (52,1%). Mahasiswa kesehatan masyarakat berminat melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19, namun terdapat beberapa hambatan yang dirasakan. Pihak universitas maupun fakultas diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara minat dan hambatan mahasiswa kesehatan masyarakat dalam melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19.

### Abstract

*The COVID-19 cases in Indonesia entered an emergency, however, there are still undisciplined in implementing health protocols. Massive education through health communication is required by involving health students. This aims to describe the perceptions of Public Health students in health communication related to COVID-19. An observational descriptive study was used. Using a purposive sampling technique, 292 respondents participated in filling out an online questionnaire using Google form through social media from 8th -24th December 2020. Most of the students had an interest in carrying out health communication (97.6%), but they had not done it (54.1%). The most preferred social media for health communication is Instagram (88%). Health communication by students is necessary because they felt have risk of infection (60.9%), COVID-19 cases difficult to control (92.5%), they thought it was a good deed and added information (99%), and annoyed with those ignoring it (89.7%). However, insufficient knowledge is their obstacle (52.1%). Public health students were interested in communicating health related to COVID-19, but there were several obstacles they faced.*

© 2022 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Jl. Raya Palembang-Prabumulih KM. 32 Indralaya,

Ogan Ilir, Sumatera Selatan, 30662, Indonesia

E-mail: [rizma.syakurah@gmail.com](mailto:rizma.syakurah@gmail.com)

p ISSN 1475-362846

e ISSN 1475-222656

## PENDAHULUAN

*Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) merupakan patogen yang menyerang saluran pernapasan akut yang disebabkan oleh *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS CoV-2) (Lotfi, 2020). Kasus pertama COVID-19 dilaporkan pada 29 Desember 2019, lima pasien dirawat di rumah sakit dengan sindrom gangguan pernapasan akut dan salah satu pasien tersebut meninggal dunia. Pada 2 Januari 2020, 41 pasien dirumah sakit tersebut terinfeksi COVID-19. Kasus positif COVID-19 terus bertambah hingga 571 kasus di 25 provinsi di Cina. Hingga pada 30 Januari 2020 dilaporkan kasus dari sejumlah negara diluar Cina seperti Thailand, Vietnam, Malaysia, Nepal, Sri Lanka, Kamboja, Jepang, Amerika Serikat, Filipina, India, Australia, Finlandia, Kanada, Korea Selatan dan Jerman (Rothan, 2020). *World Health Organization* (WHO) mengumumkan COVID-19 sebagai pandemi global pada 11 Maret 2020 (Rizqullah, 2021). COVID-19 pertama kali di laporkan di Indonesia pada 03 Maret 2020 dan menyebar cepat ke 34 provinsi di Indonesia pada 09 April 2020 (Caraka, 2020). Hingga saat ini, sudah mencapai 569.707 kasus positif COVID-19, 470.449 orang sembuh, dan 17.589 orang meninggal (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2020).

Indonesia sudah masuk ke tahap darurat bencana COVID-19 namun masyarakat Indonesia masih banyak yang tidak disiplin dalam menjalankan protokol kesehatan. Masih banyak masyarakat yang memanfaatkan pembelajaran jarak jauh (PJJ) dan *work from home* (WFH) sebagai waktu untuk liburan (Buana, 2020). Beberapa faktor penyebab ketidakpatuhan masyarakat terhadap kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, motivasi hingga pengetahuan terhadap upaya pencegahan COVID-19 (Novi Afrianti, 2021) (Moudy, 2020). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mayoritas responden tidak patuh terhadap protokol kesehatan karena kurangnya kesadaran terhadap pentingnya penerapan protokol kesehatan (Larasaty, 2020).

Komunikasi kesehatan merupakan komunikasi yang melibatkan pesan pesan kesehatan (Notoatmodjo 2010). Menurut Thomas dan Schiavo dalam Maulida (2020) komunikasi kesehatan merupakan ilmu yang menggunakan teknik komunikasi untuk menginformasikan dan memengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku kesehatan kepada individu maupun komunitas. Komunikasi kesehatan merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk mendorong perubahan pada perilaku kesehatan. Upaya komunikasi kesehatan termasuk kedalam tindakan edukasi kesehatan terhadap suatu penyakit, dalam hal ini, COVID-19. Perilaku kesehatan merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh individu atau komunitas dengan tujuan mencegah suatu penyakit atau meningkatkan derajat kesehatan individu atau komunitas (Glanz, 2010). Salah satu teori yang mengidentifikasi perilaku kesehatan adalah *Health Belive Models*, yaitu sekumpulan keyakinan yang mendorong inidividu untuk melakukan perilaku kesehatan atau tidak. Persepsi-persepsi tersebut diantaranya, persepsi keparahan (*perceived severity*), persepsi kerentan (*perceived susceptibility*), persepsi manfaat (*perceived benefit*), persepsi hambatan (*perceived barrier*), dan pemicu tindakan (*cues to action*) (Green, 2020).

Pada dasarnya komunikasi kesehatan dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi kesehatan secara tidak langsung dapat dilakukan melalui media sosial (Florettira, 2021). Sejalan dengan kebijakan pemerintah terkait dengan *social distancing* maka pelaksanaan komunikasi kesehatan melalui media sosial dirasa efektif dan efisien. Sebuah survey yang dilakukan oleh BPS menyatakan bahwa masyarakat lebih banyak mengetahui info tentang COVID-19 melalui media sosial dengan persentase sebesar 83,6% dan media sosial yang paling berpengaruh dalam memberikan informasi COVID-19 adalah *WhatsApp* (Larasaty, 2020).

Sejalan dengan kompetensi mahasiswa kesehatan masyarakat yang mengutamakan upaya promotif dan preventif, mahasiswa kesehatan masyarakat dapat ikut serta secara

aktif dalam melakukan komunikasi kesehatan melalui media sosial. Hal ini juga sejalan dengan tugas pokok perguruan tinggi yaitu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat (Pulungan, 2020). Upaya komunikasi kesehatan oleh mahasiswa merupakan pengaplikasian dharma yang ketiga yaitu pengabdian masyarakat.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengidentifikasi gambaran perspektif mahasiswa kesehatan masyarakat dalam melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19 berdasarkan teori *Health Belief Model* (HBM). Hasil ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam membuat kebijakan terkait komunikasi kesehatan dan dasar penelitian selanjutnya untuk menganalisis determinan yang memengaruhi komunikasi kesehatan terkait COVID-19 pada mahasiswa kesehatan masyarakat.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian observasional deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sriwijaya pada tahun 2020. Sebanyak 292 orang mahasiswa berpartisipasi dalam penelitian. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup menggunakan *google form* yang disebarkan sejak tanggal 8 Desember 2020 hingga 24 Desember 2020 melalui media sosial *Whatsapp* dan *Instagram*, dan telah dinyatakan valid dan reliabel berdasarkan pengujian awal. Penilaian kuesioner menggunakan skala *Likert* dari skor 1 untuk jawaban “sangat tidak setuju” sampai 4 untuk jawaban “sangat setuju”. Variabel yang diteliti terdiri dari komponen HBM yaitu persepsi kerentanan, keparahan, manfaat, hambatan dan pemicu tindakan, serta pengalaman responden dalam melakukan komunikasi kesehatan di media sosial. Analisis data dilakukan secara univariat menggunakan *IBM SPSS Statistic 25.0* untuk mendeskripsikan

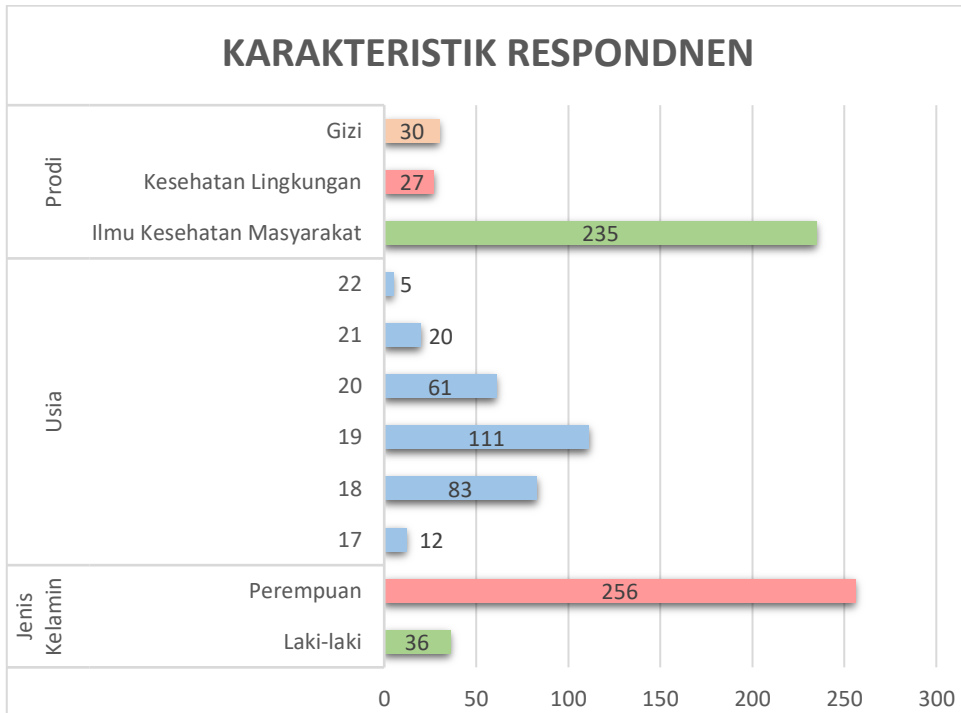
karakteristik dan persepsi responden berupa persepsi keparahan, persepsi kerentanan, persepsi manfaat, persepsi hambatan, dan pemicu tindakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

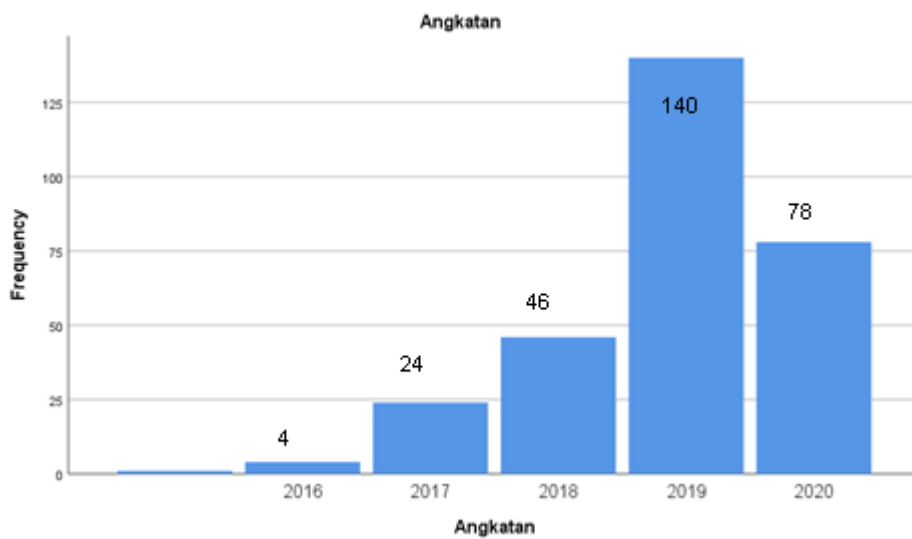
Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden adalah perempuan yaitu 256 orang (87,7%), dengan usia paling banyak adalah 19 tahun. Sebanyak 80,5% responden berasal dari program studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, dan hampir sebagian besar merupakan angkatan 2019 sebanyak 140 (47,9%) dari jumlah seluruh responden (Gambar 1 dan 2). Penelitian oleh Lan, (2015) menyatakan seiring berkembangnya teknologi informasi, peran perempuan di ruang publik semakin nyata. Perempuan melakukan proses komunikasi kesehatan dengan memanfaatkan media digital sebagai saluran komunikasinya (Prasanti, 2017).

Tabel 1 menyajikan data perspektif responden terkait dengan komunikasi kesehatan tentang COVID-19. Terdapat 285 responden atau 97,6% dari jumlah responden yang berminat melakukan komunikasi kesehatan tentang COVID-19. Hampir seluruh responden berpendapat bahwa mahasiswa kesehatan masyarakat perlu berperan aktif dalam melakukan komunikasi kesehatan. Namun mayoritas responden belum pernah melakukan komunikasi kesehatan terkait dengan komunikasi kesehatan tentang COVID-19.

Komunikasi kesehatan merupakan komunikasi yang dilakukan di ranah kesehatan yang tujuannya untuk mendorong tercapainya status kesehatan yang utuh baik fisik, mental maupun sosial (Junaedi, 2018). Komunikasi kesehatan berisi informasi tentang pencegahan penyakit dan promosi kesehatan. Pada hakikatnya, tujuan komunikasi kesehatan yaitu perubahan perilaku kesehatan dalam rangka peningkatan derajat kesehatan suatu komunitas masyarakat (Maretha, 2012). Menurut Schement (2002) ilmu komunikasi kesehatan semakin berkembang pesat dikarenakan semakin dinamis tantangan dalam promosi kesehatan (Junaedi, 2018).



**Gambar 1.** Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan program studi



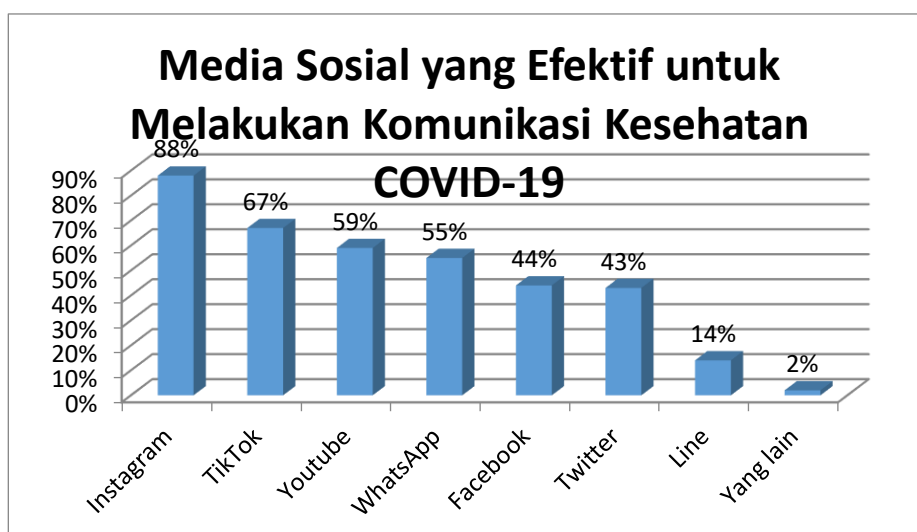
**Gambar 2.** Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan

Tantangan itu semakin nyata pada masa pandemi COVID-19 ini. Banyak informasi kesehatan yang tersebar di masyarakat terkait COVID-19 namun sayangnya tidak semuanya benar. Mahasiswa kesehatan masyarakat perlu berperan aktif dalam melakukan komunikasi kesehatan. Hal ini juga sangat berhubungan dengan kompetensi mahasiswa kesehatan masyarakat. Mahasiswa kesehatan masyarakat

diharapkan memiliki kesadaran terhadap permasalahan kesehatan di sekitar, berkomunikasi secara efektif dan mampu menggunakan media dan teknologi dengan sebaik-baiknya dengan mengedepankan upaya promotif dan preventif (Suparman, 2019). Minat merupakan sebuah rangkaian motivasi yang mendorong individu dalam melakukan sesuatu (Chaplin, 2000). Ada tiga hal yang

**Tabel 1.** Perspektif Mahasiswa Kesehatan Masyarakat terkait Komunikasi Kesehatan tentang COVID-19

Indikator	n	%
Apakah anda berminat untuk melakukan komunikasi kesehatan sesuai kompetensi sebagai mahasiswa kesehatan masyarakat pada masa pandemi COVID-19?		
Ya	285	97,6%
Tidak	7	2,4%
Apakah Anda merasa mahasiswa kesehatan masyarakat perlu berperan aktif dalam melakukan komunikasi kesehatan sebagai edukasi selama masa pandemi COVID-19?		
Ya	291	99,7%
Tidak	1	0,3%
Perilaku Komunikasi Kesehatan		
Pernah	134	45,9%
Belum Pernah	158	54,1%
Apa topik yang bisa diberikan terkait COVID-19 sesuai kompetensi mahasiswa kesehatan masyarakat yang bertujuan untuk memberikan komunikasi kesehatan pada populasi awam yang luas?		
Pencegahan dan Penularan COVID-19		
Fakta dan Info COVID-19	210	71,9%
Dampak COVID-19	42	14,4%
New Normal	14	4,8%
Bahaya COVID-19	9	3,1%
Tidak Ada	5	5,1%
	2	0,7%
Apakah yang merupakan hambatan bagi mahasiswa kesehatan dalam berperan aktif melakukan komunikasi kesehatan pada masyarakat?		
Kurang Partisipasi dan Kesadaran Masyarakat		
Tidak Ada Media	118	40,4%
Tidak Percaya Diri	67	22,9%
Tidak Ada Waktu	56	19,2%
Tidak Ada Organisasi yang Mewadahi	22	7,5%
Tidak Ada	15	5,1%
	14	4,8%



**Gambar 3.** Media Sosial yang Efektif untuk Melakukan Komunikasi Kesehatan COVID-19

mempengaruhi minat yaitu faktor dari dalam, faktor motivasi sosial dan faktor emosional (Simbolon, 2014).

Berdasarkan hasil penelitian, lebih dari separuh mahasiswa kesehatan memiliki hambatan dalam melakukan komunikasi kesehatan masa pandemi ini (56,6%). Hambatan terbesar yang dirasakan responden adalah kurangnya partisipasi dan kesadaran masyarakat. Faktanya masih banyak masyarakat yang skeptis terhadap COVID-19. Tidak sedikit juga yang tidak percaya dengan adanya COVID-19 (Kominfo, 2021). Hal ini tentunya makin mendorong kurangnya partisipasi dan kesadaran masyarakat. Partisipasi masyarakat sangat penting dalam komunikasi kesehatan, agar tercipta komunikasi dua arah yang menghasilkan luaran kesehatan yang lebih efektif.

Tidak ada media dan tidak percaya diri juga menjadi alasan yang banyak diakui mahasiswa kesehatan masyarakat sebagai hambatan dalam melakukan komunikasi kesehatan (40,4%). Media komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kelancaran berkomunikasi (Prasanti, 2018). Media komunikasi sangat penting dalam segala aspek komunikasi. Sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa media cetak berperan penting dalam penyebaran informasi kesehatan di kabupaten Serang (Prasanti, 2017). Sehingga, ketersediaan media sangat penting dalam melakukan komunikasi kesehatan.

Percaya diri adalah sikap positif individu yang mendorong kemampuan dirinya dalam mengembangkan nilai positif baik dirinya maupun di lingkungannya (Fatimah, 2011). Percaya diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kapasitas dirinya, yakin mampu mencapai hasil yang diinginkan dan yakin terhadap kemampuan diri. Kepercayaan diri sangat penting bagi setiap orang. Tingkat kepercayaan diri tiap orang berbeda-beda. Orang yang memiliki kepercayaan diri tinggi tidak hanya merasa mampu melainkan orang yang merasa mampu berdasarkan pengalaman dan perhitungannya. Sebaliknya, orang yang memiliki kepercayaan diri rendah memiliki keyakinan yang lemah terhadap kemampuan

dirinya (Vega, 2019). Hal ini menunjukkan bahwasanya, banyak faktor yang bisa mempengaruhi kepercayaan diri mahasiswa. Merasa belum memiliki kapasitas diri untuk menyebarkan informasi kesehatan juga bisa menjadi faktor pengaruh kepercayaan diri. Untuk mengetahui penyebabnya bisa dilakukan penelitian lanjutan menggunakan metode wawancara mendalam (*deep interview*) atau FGD (*Focus Group Discussion*).

COVID-19 telah menyebabkan krisis pada banyak sektor salah satunya adalah sektor kesehatan. COVID-19 memberikan tekanan yang sangat besar bagi sektor kesehatan dan menyebabkan kurangnya ketersediaan pelayanan kesehatan. Maka dari itu sangat perlu adanya upaya pencegahan baik dari sudut pandang pemerintah, swasta dan masyarakat itu sendiri. Penelitian ini mendapatkan bahwa sebanyak 210 responden berpendapat topik yang bisa diberikan terkait COVID-19 kepada masyarakat awam adalah pencegahan dan penularan COVID-19.

Gambar 3 menunjukkan media sosial yang dianggap paling efektif dalam melakukan komunikasi kesehatan COVID-9 adalah Instagram dengan jumlah persentasi sebanyak 88% dan *TikTok* sebanyak 67%. Hal ini sejalan dengan hasil survey oleh *Napoleon Cat* menemukan pengguna instagram di Indonesia pada periode Januari – Mei 2020 sebanyak 69,2 juta orang (Aulia, 2021). Hal ini perlu menjadi pertimbangan dalam melakukan komunikasi kesehatan di Instagram. Melihat banyaknya pengguna platform tersebut memungkinkannya tersebarnya informasi kesehatan tentang COVID-19 lebih cepat meluas. Pengguna *tiktok* di Indonesia juga mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil survey oleh Sensor Tower, Indonesia menempati urutan ke-4 sebagai negara terbesar pengguna aplikasi *TikTok* dengan jumlah pengguna per Juni 2020 adalah 30,7 juta orang (Safitri, 2021). Kepopuleran *TikTok* menyentuh setiap kalangan usia, sehingga penyebaran informasi kesehatan mampu menyebar luas ke banyak kalangan.

Beberapa penelitian telah mengulas tentang efektivitas penggunaan media sosial

**Tabel 2.** Distribusi Persepsi Mahasiswa Kesehatan Masyarakat berdasarkan *Health Belief Model*

Persepsi Keparahan	STS, n (%)	TS, n (%)	S, n (%)	SS, n (%)
Pandemi COVID-19 di Indonesia sulit terkontrol	3 (1%)	19 (6,5%)	111 (38,0%)	159 (54,5%)
Prihatin dengan tenaga kesehatan yang banyak menjadi korban COVID-19	3 (1%)	11 (3,8%)	88 (30,1%)	190 (65,1%)
Masyarakat semakin tidak peduli terhadap protokol kesehatan COVID-19	7 (2,4%)	8 (2,7%)	76 (26%)	201 (68,8%)
Banyak berita <i>hoax</i> tentang COVID-19 yang tersebar di masyarakat yang perlu diklarifikasikan	8 (2,7%)	10 (3,4%)	77 (26,4%)	197 (67,5 %)
Banyak <i>public figure</i> yang tidak mencontohkan perilaku kesehatan yang benar di era pandemi COVID-19	10 (3,4%)	34 (11,6%)	125 (42,8%)	123 (42,1%)
<b>Persepsi Kerentanan</b>				
Saya memiliki faktor risiko terkena COVID-19	47 (16,1%)	67 (22,9%)	116 (39,7%)	62 (21,2%)
Keluarga/orang terdekat saya memiliki faktor risiko terkena COVID-19	37 (12,7%)	60 (20,5%)	105 (36%)	90 (30,8%)
<b>Persepsi Manfaat</b>				
Saya mendapat kepuasan untuk diri sendiri	16 (5,5%)	54 (18,5%)	140 (47,9%)	82 (28,1%)
Menjadi pengingat bagi diri saya sendiri	6 (2,1%)	10 (3,4%)	92 (31,5%)	184 (63,0%)
Merupakan perbuatan yang baik	2 (0,7%)	1 (0,3%)	66 (22,6%)	223 (76,4%)
Menambah informasi	2 (0,7%)	1 (0,3%)	80 (27,4%)	209 (71,6%)
Menjadi bahan diskusi dengan bidang lain	2 (0,7%)	8 (2,7%)	116 (39,7%)	166 (58,8%)
<b>Persepsi Hambatan</b>				
Saya tidak aktif menggunakan media sosial	72 (24,7%)	126 (43,2%)	56 (19,2%)	38 (13,0%)
Saya tidak berminat dan tidak memiliki waktu untuk membuat konten edukasi	81 (27,7%)	127 (43,5%)	60 (20,5%)	24 (8,2%)
Pernah memiliki pengalaman buruk setelah membagikan konten edukasi	120 (41,1%)	116 (39,7%)	29 (9,9%)	27 (9,2%)
Tidak memiliki ilmu yang cukup	48 (16,4%)	92 (31,5%)	106 (36,3%)	46 (15,8%)
Khawatir orang lain tidak nyaman ( <i>spam</i> )	46 (15,8%)	98 (33,6%)	95 (32,5%)	53 (18,2%)
Sudah banyak yang melakukannya sehingga saya tidak merasa perlu melakukannya	107 (36,6%)	118 (40,4%)	45 (15,4%)	22 (7,5%)
<b>Pemicu Tindakan</b>				
Tugas dari dosen	46 (15,8%)	84 (28,8%)	104 (35,6%)	58 (19,9%)
Memiliki waktu luang	19 (6,5%)	78 (26,7%)	145 (49,7%)	50 (17,1%)
Terpengaruh orang lain	68 (23,3%)	115 (39,4)	83 (28,4%)	26 (8,9%)
Ada keluarga/orang terdekat yang terinfeksi	153 (52,4%)	84 (28,8%)	30 (10,3%)	25 (8,6%)
Kewajiban sebagai calon tenaga kesehatan	5 (1,7%)	16 (5,5%)	93 (31,8%)	178 (61%)
Merasa kesal dengan masyarakat yang abai	7 (2,4%)	23 (7,9%)	109 (37,3%)	153 (52,4%)
Merasa kesal dengan teman yang abai	11 (3,8%)	50 (17,1%)	106 (36,3%)	125 (42,8%)

sebagai sarana promosi kesehatan untuk mencegah suatu penyakit (Chou, 2013). Manfaat

utama dalam penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi kesehatan adalah informasi

mudah di akses, ketersediaan informasi kesehatan semakin meningkat, dan penerima informasi dapat disesuaikan. Survey juga membuktikan bahwa masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi kesehatan khususnya tentang COVID-19 melalui media sosial (Larasaty, 2020). Media sosial merupakan sebuah jembatan komunikasi baik antar individu maupun antar badan atau lembaga menggunakan fasilitas jaringan internet (Purawinangun, 2020). Media sosial dan teknologi yang semakin maju merupakan potensi yang baik bagi komunikasi kesehatan. Melalui media, informasi kesehatan lebih mudah disebar luaskan pada khalayak (Junaedi, 2018). Media sosial merupakan media yang sering digunakan dalam melakukan komunikasi kesehatan (Heldman, 2013). Berdasarkan survey pada Januari 2020 terdapat 175,4 juta pengguna media sosial di Indonesia atau setara dengan 73,7% penduduk di Indonesia (Harahap, 2020).

Penelitian ini berfokus pada identifikasi gambaran perilaku komunikasi kesehatan terkait COVID-19 pada mahasiswa kesehatan masyarakat berdasarkan *Health Belief Model* (HBM) yaitu sebuah teori psikologi yang berisi tentang kesehatan dan persepsi individu (Conner, 2017). HBM merupakan sekumpulan keyakinan yang mendorong individu untuk melakukan perilaku kesehatan atau tidak. Persepsi-persepsi tersebut diantaranya, persepsi keparahan (*perceived severity*), persepsi kerentan (*perceived susceptibility*), persepsi manfaat (*perceived benefit*), persepsi hambatan (*perceived barrier*), dan pemicu tindakan (*cues to action*) (Green, 2020). Tabel 2 menjabarkan distribusi persepsi keparahan (*perceived severity*), persepsi kerentan (*perceived susceptibility*), persepsi manfaat (*perceived benefit*), persepsi hambatan (*perceived barrier*), dan pemicu tindakan (*cues to action*) menurut mahasiswa kesehatan masyarakat.

Berdasarkan persepsi keparahan, mayoritas responden sangat setuju untuk melakukan komunikasi kesehatan karena pandemi COVID-19 di Indonesia masih belum bisa dikendalikan (54,5%). Hal ini di tunjukkan dari kasus positif harian yang terus meningkat. Pada bulan Desember, kasus positif meningkat

dari angka 534.975 jiwa menjadi 743.198 jiwa (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2020). Kasus positif yang terus menerus meningkat menyebabkan krisis pada sektor kesehatan. Dampak dari terus meningkatnya kasus positif COVID-19 menyebabkan 363 kematian tenaga kesehatan dalam menangani pasien COVID-19 per Desember 2020 (Marina, 2021). Hal tersebut menyebabkan 190 responden sangat setuju untuk melakukan komunikasi kesehatan karena prihatin dengan tenaga kesehatan yang banyak menjadi korban.

Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap COVID-19 disebabkan banyak faktor. Survei yang dilakukan oleh *Change.org* menyebutkan sebanyak 69,9% dari 10.199 responden masih berpendapat bahwa COVID-19 bukan masalah serius. Tingkat kepatuhan masyarakat terhadap protokol kesehatan semakin menurun, sejak libur panjang dari bulan Oktober – November 2020 (Tim Komunikasi Komite Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional, 2020). Maka dari itu sebagian besar responden sangat setuju untuk melakukan komunikasi kesehatan untuk meningkatkan kembali kepatuhan masyarakat terhadap protokol kesehatan.

Keadaan pandemi COVID-19 semakin diperburuk dengan banyaknya *hoax* tentang COVID-19 yang tersebar di masyarakat. *Hoax* merupakan berita palsu yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Berita *hoax* menjadi sebuah ancaman informasi yang dampaknya sangat berbahaya (Chumairoh, 2020). Menurut Laras Sekarasih dosen Psikologi Media dari Universitas Indonesia ada dua faktor penyebab seseorang mudah percaya dengan *hoax*. Faktor pertama jika informasi tersebut sesuai dengan opini atau sikap menurut dirinya dan faktor kurangnya pengetahuan (Masrudi, 2019). Faktor kurangnya pengetahuan di masyarakat mampu kita kurangi dengan melakukan upaya komunikasi kesehatan tentang COVID-19. Sejalan dengan hasil dari distribusi persepsi keparahan, bahwa sebagian besar responden setuju untuk melakukan komunikasi kesehatan karena banyak berita *hoax* tentang



COVID-19.

Fakta bahwa banyak publik figur yang tidak mencontohkan perilaku kesehatan yang baik di era pandemic COVID-19 sangat membahayakan. Publik figur memiliki pengaruh yang sangat besar pada pembentukan opini dan sikap masyarakat disebut sebagai *virtual opinion leader* (Surahman, 2018).

Berdasarkan persepsi kerentanan (*perceived susceptibility*), mayoritas responden setuju mereka melakukan komunikasi kesehatan karena mereka merasa dirinya, keluarga dan orang terdekat memiliki faktor risiko terkena COVID-19 (39,7%) (Tabel 2). Kerentan yang dirasakan mengacu pada penilaian subjektif diri terhadap suatu risiko masalah kesehatan. Menurut Rainbruger (2013), seseorang yang merasa memiliki risiko rendah terhadap suatu masalah kesehatan lebih mungkin berperilaku tidak sehat dan beresiko. Sementara seseorang yang yakin mereka memiliki risiko tinggi pada suatu masalah kesehatan akan cenderung terlibat dalam perilaku mengurangi risiko (Onoruoiza, 2015).

Perilaku komunikasi kesehatan juga berhubungan dengan persepsi manfaat. Jika seseorang percaya bahwa tindakan tertentu memberikan manfaat dalam menurunkan kerentanan atau keseriusan suatu permasalahan kesehatan maka ia akan terlibat dalam tindakan tersebut. Persepsi manfaat merupakan pelayan individu terhadap efektifitas suatu perilaku promosi kesehatan. Dalam teori HBM persepsi manfaat harus lebih besar dibanding persepsi hambatan, untuk membentuk suatu perilaku kesehatan, dalam hal ini komunikasi kesehatan (Onoruoiza, 2015).

Persepsi manfaat yang dirasakan mahasiswa kesehatan masyarakat dalam melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19 juga dapat dilihat pada tabel 2. Responden yang setuju mendapat kepuasan untuk diri sendiri jika melakukan komunikasi kesehatan sebanyak 47,9%. Menurut KBBI, kepuasan merupakan perasaan senang (lega, gembira, dan sebagainya) karena keinginannya sudah terpenuhi (Syamsiah, 2019). Manfaat lain yang dirasakan oleh responden yaitu komunikasi

kesehatan menjadi pemicu bagi diri sendiri, merupakan perbuatan yang baik, menambah informasi dan menjadi bahan diskusi dengan bidang lain. Apabila seseorang percaya bahwa tindakan tertentu memberikan manfaat dalam menurunkan kerentanan atau keseriusan masalah kesehatan maka dia akan terlibat dalam tindakan tersebut. Persepsi manfaat merupakan pelayan individu terhadap efektifitas suatu perilaku promosi kesehatan. Dalam teori HBM persepsi manfaat harus lebih besar dibanding persepsi hambatan, untuk membentuk suatu perilaku kesehatan, dalam hal ini komunikasi kesehatan (Onoruoiza, 2015)

Berdasarkan persepsi hambatan, sebanyak 94 responden (32,2%) merasa memiliki hambatan dalam melakukan komunikasi kesehatan, seperti tidak aktif menggunakan media sosial. Lebih dari seperempatnya merasa bahwa mereka tidak berminat dan tidak memiliki waktu untuk membuat konten edukasi (28,7%). Hambatan yang dirasakan mengacu pada penilaian individu terhadap hambatan dalam melakukan suatu perilaku kesehatan (Onoruoiza, 2015) Dalam hal ini, hambatan yang dirasakan dapat mempengaruhi perilaku komunikasi kesehatan terkait COVID-19.

Hambatan lain yang dirasakan responden disebabkan karena tidak memiliki ilmu yang cukup (36,3%), khawatir orang lain tidak nyaman (spam) (32,5%), dan pernah memiliki pengalaman buruk setelah membagikan konten edukasi (19,1%). Perasaan tidak percaya diri dapat menjadi sebuah hambatan bagi sebagian kecil responden. Kepercayaan diri seseorang dibentuk dari pengalaman seseorang di masa lalu. Orang yang mengalami pengalaman yang baik akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Sebaliknya, orang yang memiliki pengalaman yang buruk akan memiliki kepercayaan diri yang rendah (Suharno, 2008).

Berdasarkan variabel pemicu tindakan, terdapat empat pemicu perilaku komunikasi kesehatan dari luar, seperti responden melakukan komunikasi kesehatan apabila merupakan tugas dari dosen, memiliki waktu luang, terpengaruh orang lain dan apabila sudah ada keluarga/orang terdekat yang terinfeksi.

Mayoritas responden tidak menyetujui bahwa pemicu tindakan komunikasi kesehatan karena terpengaruh dari orang lain dan karena sudah ada keluarga/orang terdekat yang terkena COVID-19. Sementara pemicu internal yaitu melakukan komunikasi kesehatan karena kewajiban sebagai calon tenaga kesehatan, merasa kesal dengan masyarakat dan teman yang abai terhadap COVID-19. Pemicu eksternal merupakan peristiwa atau informasi dari orang lain yang mempromosikan keterlibatan dalam perilaku kesehatan (Onoruoiza., 2015). Teori HBM menyatakan pemicu diperlukan sebagai pendorong untuk keterlibatan individu dalam menjalankan komunikasi kesehatan. Intensitas isyarat setiap individu berbeda-beda tergantung pada kerentanan, keparahan, manfaat dan hambatan yang dirasakan. Isyarat ini bisa bersifat dari luar (eksternal) dan dari dalam (internal) (Onoruoiza, 2015).

## PENUTUP

Penelitian ini mendeskripsikan gambaran persepsi mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat dalam melakukan komunikasi kesehatan tentang COVID-19 berdasarkan teori psikologi kesehatan *Health Belief Model* (HBM). Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas mahasiswa memiliki minat dalam melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19, namun pada pelaksanaannya masih banyak mahasiswa yang belum melakukan komunikasi kesehatan. Terdapat beberapa hambatan yang dirasakan mahasiswa, diantaranya tidak aktif menggunakan media sosial, tidak memiliki waktu untuk membuat edukasi kesehatan, memiliki pengalaman buruk ketika membagikan konten edukasi, tidak memiliki ilmu yang cukup, khawatir orang lain tidak nyaman (spam) dan merasa tidak perlu lagi melakukan komunikasi kesehatan karena sudah banyak yang melakukan. Pihak universitas maupun fakultas diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara hambatan dan minat mahasiswa dalam melakukan komunikasi kesehatan terkait COVID-19. Peneliti selanjutnya diharapkan

dapat menganalisis determinan perilaku komunikasi kesehatan berdasarkan teori HBM.

Penelitian ini belum menjelaskan hubungan antara persepsi mahasiswa kesehatan masyarakat dengan komunikasi kesehatan terkait COVID-19. Perlu penelitian lebih lanjut terkait faktor yang menyebabkan mahasiswa kesehatan masyarakat belum berperan aktif dalam komunikasi kesehatan terkait COVID-19 dengan sampling yang lebih besar dan karakteristik yang beragam. Sehingga, dapat dipertimbangkan intervensi yang tepat bagi mahasiswa kesehatan masyarakat agar dapat berperan aktif dalam promosi kesehatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S., & Candraningrum, D.A. 2021. Pengelolaan konten media sosial ala influencer. *PINTAR : Opini Untar*, 2(Maret): 22–25. Available at: [http://untar.ac.id/upload/pintar/vol\\_2\\_6.PINTAR.pdf](http://untar.ac.id/upload/pintar/vol_2_6.PINTAR.pdf).
- Buana, D.R. 2020. Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(3): 92–98. Available at: <dx.doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15082>.
- Caraka, R.E. et al. 2020. Impact of COVID-19 large scale restriction on environment and economy in Indonesia. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 6(Special Issue): 65–84. Available at: <https://dx.doi.org/10.22034/GJESM.2019.06.SI.07>.
- Chaplin, J.P. 2000. *Kamus lengkap psikologi* 6th ed. K. Kartono (ed). Jakarta: aja Grafindo Persada.
- Chou, W.Y.S., Prestin, A., Lyons, C., & Wen, K.Y. 2013. Web 2.0 for health promotion: Reviewing the current evidence. *American Journal of Public Health*, 103(1): 9–18. Available at: <https://ajph.aphapublications.org/doi/full/10.2105/AJPH.2012.301071>.
- Chumairoh, H. 2020. Ancaman Berita Bohong di Tengah Pandemi Covid-19. *Vox Populi*, 3(1): 22. Available at: <https://doi.org/10.24252/vp.v3i1.14395>.
- Conner, M., & Norman, P. 2017. Health behaviour: Current issues and challenges. *Psychology and Health*, 32(8): 895–906. Available at:

- <https://doi.org/10.1080/08870446.2017.1336240>.
- Fatimah, E. 2011. *PSIKOLOGIS PERKEMBANGAN: Perkembangan Peserta Didik* 3rd ed. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Florettira, M.T., & Syakurah, R.A. 2021. Komunikasi Kesehatan terkait COVID-19: Perspektif Mahasiswa Kedokteran. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 5(3): 397–408. Available at: <https://doi.org/10.15294/higeia.v5i2.41073>.
- Glanz, K., & Bishop, D.B. 2010. The role of behavioral science theory in development and implementation of public health interventions. *Annual Review of Public Health*, 31: 399–418. Available at: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.publhealth.012809.103604>.
- Green, E.C., Murpy, E.M., & Grybosky, K. 2020. The Health Belief Model. *The Wiley Encyclopedia of Health Psychology. Cambridge Handbook of Psychology, Health and Medicine, Second Edition*, 2: 97–102. Available at: <https://doi.org/10.1002/9781119057840.ch68>.
- Harahap, M.A., & Adeni, S. 2020. Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2): 13–23. Available at: <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273>.
- Heldman, A.B., Schindelar, J., Weaver, J.B., & Heldman AB, Schindelar J, W.J. 2013. Social Media Engagement and Public Health Communication: Implications for Public Health Organizations Being Truly “Social.” *Public Health Reviews*, 35(1): 13. Available at: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20143318142>.
- Junaedi, F. 2018. *Komunikasi Kesehatan*. Prenada Media.
- Kominfo. 2021. 6 Upaya Jika Bertemu dengan Orang yang Ragu Vaksin COVID-19. *Satuan Tugas Penanganan COVID-19*. Available at: <https://covid19.go.id/berita/6-upaya-jika-bertemu-dengan-orang-yang-ragu-vaksin-covid-19> [Accessed November 8, 2021].
- Lan, T.J. 2015. Perempuan Dan Modernisasi. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 17(1): 17–28. Available at: <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/118>.
- Larasaty, P., Meilaningsih, T., Riyadi, Pratiwi, A.I., & Kurniasih, A. 2020. *Perilaku Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19: Hasil Survei Perilaku Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 (7-14 September 2020)*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Available at: <https://www.bps.go.id/publication/2020/09/28/f376dc33cfcdeec4a514f09c/perilaku-masyarakat-di-masa-pandemi-covid-19.html>.
- Lotfi, M., Hamblin, M.R., & Rezaei, N. 2020. COVID-19: Transmission, prevention, and potential therapeutic opportunities. *Clinica Chimica Acta*, 508(May): 254–266. Available at: <https://dx.doi.org/10.1016%2Fj.cca.2020.05.044>.
- Marina, H. 2021. Inkonsistensi Kebijakan Pemerintah Pusat dalam Penanganan Covid-19 Di Indonesia. *KEMUDI: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(02): 215–238. Available at: <https://doi.org/10.31629/kemudi.v5i02.2853>.
- Masrudi, M.R. 2019. Hoax, Media Baru Dan Daya Literasi Kita. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2): 152. Available at: <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i2.4578>.
- Maulida, H., W, R.Y.P., & Nugraheni, M.C. 2020. Komunikasi Kesehatan Perilaku Hidup Sehat #JSR Di Media Sosial. *Jurnal Teras Kesehatan*, 3(1): 18–32. Available at: <https://doi.org/10.38215/jutek.v3i1.44%0A>.
- Moudy, J., Syakurah, R.A., & Moudy, J. 2020. Pengetahuan terkait Usaha Pencegahan Coronavirus Disease (COVID-19) di Indonesia. *HIGEIA JOURNAL OF PUBLIC HEALTH RESEARCH AND DEVELOPMENT*, 4(3): 333–346. Available at: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/higeia/article/view/37844>.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Komunikasi Kesehatan. Promosi Kesehatan Teori Dan Aplikasi*: 142–178.
- Novi Afrianti, C.R. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Masyarakat Terhadap Protokol Kesehatan Covid-19. *Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*, 11(1): 113–124. Available at: <https://doi.org/10.32583/pskm.v11i1.1045>.
- Onoruoiza, S.I., Musa, A., Umar, B.D., & Kunle, Y.S. 2015. Using Health Belief Model as an Intervention to Non Compliance with Hypertension Information among Hypertensive Patient. *International Organization of Scientific Research. Journal of Humanities and Social Science* 20(9): p.11–16. Available at: <https://www.researchgate.net/profile/Sherif>

- Kunle-Yusuf/publication/350621088\_Using\_Health\_Beliefs\_Model\_as\_an\_Intervention\_to\_Non-Compliance\_with\_Hypertension\_Information\_among\_Hypertensive\_Patient/links/6069fd35299bf1252e2ba323/Using-Health-Beliefs-Mode.
- Prasanti, D., & Fitriani, D. 2017. Membangun Ketahanan Informasi Nasional dalam Komunikasi Kesehatan bagi Kalangan Perempuan Urban di Jakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(3): 338.
- Prasanti, D., & Fuady, I. 2018. Pemanfaatan Media Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat. *Reformasi*, 8(1): 8–14.
- Prasanti, D.P.B. 2017. PENGGUNAAN MEDIA PROMOSI DALAM KOMUNIKASI TERAPEUTIK BAGI PASIEN DI KAB . SERANG Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Promosi Dalam Komunikasi Terapeutik Tenaga Medis kepada Pasien di Puskesmas Tunjung Teja , Kab . Serang. *METACOMMUNICATION: JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES*, 2(1). Available at: <http://dx.doi.org/10.20527/mc.v2i1.2996>.
- Pulungan, M.S. 2020. PERAN MAHASISWA DALAM MENSOSIALISASIKAN PROTOKOL KESEHATAN COVID-19 MELALUI PROGRAM KKL DR IAIN PADANGSIDIMPUAN. *Jurnal At-Taghyir*, 2(1): 291–308. Available at: <https://doi.org/10.24952/taghyir.v2i2.2727>.
- Purawinangun, I.A., & Yusuf, M. 2020. GERAKAN LITERASI GENERASI MILENIAL MELALUI MEDIA SOSIAL. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(1): 67. Available at: <http://dx.doi.org/10.31000/lgrm.v9i1.2401>.
- Rizqullah, M.F., & Syakurah, R.A. 2021. Analysis of public search interest regarding government containment policy on COVID-19 new cases in Indonesia , Malaysia and Singapore. *Health Promotion Perspectives*, 11(3): 360–368. Available at: <https://doi.org/10.34172/hpp.2021.46>.
- Rothan, H.A., & Byrareddy, S.N. 2020. The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. *Journal of Autoimmunity* 109(February): 102433. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jaut.2020.102433>.
- Safitri, A.A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. 2021. Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1): 1–9. Available at: <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. 2020. COVID-19 INDONESIA. *Satuan Tugas Penanganan COVID-19*.
- Simbolon, N. 2014. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik. *Elementary School Journal Pgsd Fip Unimed*, 1(2): 14–19. Available at: <https://doi.org/10.24114/esjpsgd.v1i2.1323>.
- Suharno, A., & Fitriana, S. 2008. Memahami Diri Sendiri Untuk Membangun Rasa Percaya Diri Dengan Cepat Dalam Berbagai Situasi. *Majalah Ilmiah Lontar*, 22(1): 146692. Available at: <https://dx.doi.org/10.26877/ltr.v22i1April.445>.
- Suparman, R., Saprudin, A., & Heriana, C. 2019. Kesiapan Tenaga Kesehatan Masyarakat (Sarjana Kesehatan Masyarakat) untuk Bermitra dengan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama dalam Upaya Promotif dan Preventif. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 10(2): 122–129. Available at: <https://doi.org/10.34305/jikbh.v10i2.98>.
- Surahman, S. 2018. Public Figure Sebagai Virtual Opinion Leader Dan Kepercayaan Informasi Masyarakat. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1): 53. Available at: <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i1.70>.
- Syamsiah. 2019. *Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Fasilitas Objek Wisata Permandian Alam Eremerasa Kabupaten Bantaeng*. Universitas Negeri Makassar. Available at: <http://eprints.unm.ac.id/15867/>.
- Tim Komunikasi Komite Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional. 2020. Kepatuhan Masyarakat Terhadap Protokol Kesehatan Harus Ditingkatkan. *Satuan Tugas Penanganan COVID-19*. Available at: <https://covid19.go.id/p/berita/kepatuhan-masyarakat-terhadap-protokol-kesehatan-harus-ditingkatkan> [Accessed January 15, 2021].
- Vega, A. De, Hapidin, H., & Karnadi, K. 2019. Pengaruh Pola Asuh dan Kekerasan Verbal terhadap Kepercayaan Diri (Self-Confidence). *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*,

- 3(2): 433. Available at: <https://doi.org/10.31004/obsesi.v3i2.227>.
- Yesica Maretha. 2012. Komunikasi Kesehatan : Sebuah Tinjauan\*. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1): 88–94. Available at: <https://doi.org/10.24854/jps.v1i1.38>.