

**EFEKTIVITAS AKUN JEJARING SOSIAL TWITTER  
KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE KESEHATAN  
PADA MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU  
KOMUNIKASI UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi  
Syarat- Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**Oleh:  
M ADE ARMANDO  
NPM. 1841010011**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1443 H / 2022**

**EFEKTIVITAS AKUN JEJARING SOSIAL TWITTER  
KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE KESEHATAN  
PADA MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU  
KOMUNIKASI UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**Skripsi**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-  
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam  
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam  
UIN Raden intan Lampung**



**Oleh  
M Ade Armando  
NPM: 1841010011**

**Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Pembimbing I : Prof. Dr. Hi. Khomsahrial Romli, M.Si  
Pembimbing II : Dr. Hj. Rini Setiawati S.Ag., M.Sos.I**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1443 H / 2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana efektivitas akun jejaring sosial twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan bagi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Dalam penelitian ini dengan mengamati mahasiswa KPI angkatan 2018 dengan sampel berjumlah 18 orang yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan jejaring sosial twitter serta memperhatikan akun twitter KEMENKES RI.

Kemudian yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana akun twitter KEMENKES RI ini menjadi media kampanye kesehatan bagi mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*fieldresearch*). yang bersifat kualitatif, penelitian ini menggunakan teknik sampel ,dengan menggunakan metode sumber data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *interview*, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dengan cara melihat data yang sudah dikumpulkan yang dilandasi dengan teori pembelajaran sosial.

Dari hasil analisis data yang di sebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam perihal ini hal hal yang mempengaruhi ke efektivitasan akun twitter KEMENKES RI di antaranya adalah mempunyai target yang jelas yaitu tujuan nya adalah untuk mengkampanyekan kesehatan dan sasaran yang jela untuk mengkampanyekan kepada pengguna twitter yang aktif serta mengikuti akun dari KEMENKES RI. Ukuran tingkat kemampuan suatu organisasi untuk melakukan sosialisasi dengan di tandai adanya beberapa komen dan beberapa share di postingan akun KEMENKES RI menjadi ukuran efektivitas akun tersebut terhadap mahasiswa, serta kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungannya maksudnya di sini adalah perilaku mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung menjadi peduli dengan kampanye kesehatan.

**Kata kunci : Efektivitas,Jejaring Sosial Twitter,Kampanye**

## ABSTRACT

This study aims to describe the effectiveness of the Ministry of Health's twitter social network account as a media for health campaigns for KPI students, Faculty of Da'wah and Communication Studies, UIN Raden Intan Lampung. In this study, by observing the 2018 KPI students with a sample of 18 people, namely students who actively use the Twitter social network and pay attention to the RI Ministry of Health's twitter account.

Then the problem in this research is how the twitter account of the Ministry of Health of the Republic of Indonesia becomes a media for health campaigns for students. This research is a field research (field research). which is qualitative, this study uses a sampling technique, using primary and secondary data source methods, data collection techniques in this study using interviews, observation, and documentation. Data analysis in this study by looking at the data that has been collected which is based on social learning theory.

From the results of the data analysis mentioned above, it can be concluded that in this case things that affect the effectiveness of the RI Ministry of Health's twitter account include having a clear target, namely the goal is to campaign for health and clear targets to campaign for active and active twitter users. follow the account of the Ministry of Health of the Republic of Indonesia. The measure of the level of an organization's ability to socialize by marking the presence of several comments and several shares in the RI Ministry of Health account posting becomes a measure of the effectiveness of the account on students, as well as the organization's ability to adapt to its environment. Raden Intan Lampung became concerned with health campaigns.

**Keywords: Effectiveness, Twitter Social Network, Campaign**

## SURAT PERNYATAAN

*Asslamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: M Ade armando
Npm	: 1841010011
Jurusan/Prodi	: Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas	: Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Efektivitas Akun Jejaring Sosial Twitter KEMENKES RI Sebagai Media Kampanye Kesehatan Pada Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Bandar Lampung, 2 Agustus 2022

Penulis



**M Ade Armando**

**Npm. 1841010011**



## PERSETUJUAN

**Judul** : **EFEKTIVITAS AKUN JEJARING SOSIAL  
TWITTER KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA  
KAMPANYE KESEHATAN (PADA  
MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN  
ILMU KOMUNIKASI UIN RADEN INTAN  
LAMPUNG)**

**Nama** : **M. Ade Armando**

**NPM** : **1841010011**

**Jurusan** : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Fakultas** : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang  
Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Prof. Dr. Khomsahrial Romli, Msi**

**Dr. Hj. Rini Setiawati S. Ag., M.Sos.I**

**NIP. 196104091990031002**

**NIP. 197209211998032002**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Dr. Khairullah S.Ag., M.A**

**NIP. 195110119950311001**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan Judul **“EFEKTIVITAS AKUN JEJARING SOSIAL TWITTER KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE KESEHATAN (PADA MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UIN RADEN INTAN LAMPUNG)”** yang di tulis oleh: **M. Ade Armando, NPM: 1841010011**, Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam Sidang Munaqosah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Subhan Arif, S.Ag, M.Ag**

(.....)

**Sekretaris : Nasrul Efendi, S.kom.I, M.Sos**

(.....)

**Penguji I : Dr. H. Zamhariri, S.Ag, M.Sos. I**

(.....)

**Penguji II : Prof. Dr Khomsahrial Romli, M.Si**

(.....)

**Penguji III : Dr. Hj Rini Setiawati S.Ag., M.Sos.I**

(.....)

Mengetahui  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Abdul Syarif, M.Ag**  
NPM 10510010015031 1001

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ

فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu“. (QS. Al-Hujurat [49]: 6)

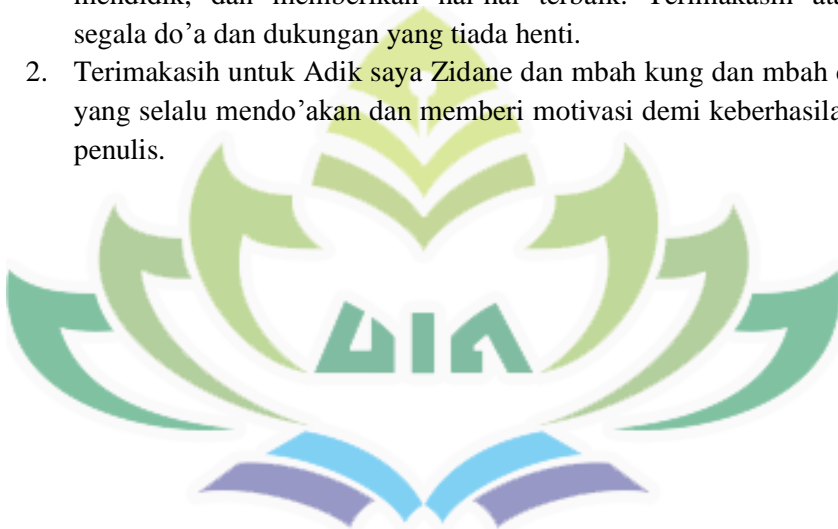




## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT, kita memujinya meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya. Kita berlindung Kepada Allah dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Dengan mengharap ridha-mu ya Allah, dan Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sahabat dan para pengikutnya. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Ayah Agus Suratno dan Ibu Murtini yang kedua nya sangat saya sayangi yang telah memberikan kasih sayang, telah mengasuh, memotivasi, mendidik, dan memberikan hal-hal terbaik. Terimakasih atas segala do'a dan dukungan yang tiada henti.
2. Terimakasih untuk Adik saya Zidane dan mbah kung dan mbah ci yang selalu mendo'akan dan memberi motivasi demi keberhasilan penulis.



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kota Bumi , Lampung Utara pada tanggal 16 Januari 2000. Anak ke-Pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Agus Suratno dan ibu Murtini .

Adapun pendidikan yang ditempuh penulis, sebagai berikut :

1. SDN 1 Poncowati lulus Tahun 2012
2. SMPN 1 Terbanggi Besar Lulus Tahun 2015
3. MAN 1 Terbanggi Besar Lulus Tahun 2018
4. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tahun 2018 di UIN Raden Intan Lampung, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama menjadi Mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi dan kegiatan antara lain :

1. Crew UKM-F Rumah Film KPI tahun 2018 s.d Sekarang
2. Divisi Kaderisasi UKM-F Rumah Film KPI tahun 2019- 2020
3. Ketua Pelaksana festival Film Islami Lampung UKM-F Rumah Film KPI tahun 2021



Penulis

M Ade Armando  
NPM. 1841010011

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan mengucapkan Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Sosial pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Sholawat dan salam senantiasa Nabi Muhammad SAW, teladan yang baik dalam segala urusan, pemimpin revolusioner dunia menuju cahaya kemenangan dunia dan akhirat, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Adapun judul skripsi ini adalah **“Efektivitas Akun Jejaring Sosial Twitter KEMENKES RI Sebagai Media Kampanye Kesehatan (Pada Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)”** Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Dr. Abdul Syukur, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memimpin fakultas ini dengan baik.
2. Bapak Khairullah, S.Ag MA sebagai ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom. Sebagai Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si. Selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Hj Rini Setiawati S.Ag.,M.Sos.I selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini, yang telah banyak memberikan ilmu serta masukan dan bimbingannya demi selesainya skripsi ini.
4. Para Dosen serta segenap Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.
5. Seluruh teman- teman yang terlibat dalam pembuatan penelitian ini.
6. Terimakasih kepada para kakak tingkat ku yang memberikan motivasi dan arahan dalam penulisan.
7. Sahabat-Sahabatku (Ramdani, Alex setiawan, Fajar Solehudin, Resty, Zelin, Apri si editor skripsiku yang maha baik) yang selalu menemani suka duka selama 4 tahun Kuliah Dan

terkhusus untuk Ringgu Ayu terima kasih telah menemani lebih dari setengah waktu kuliahku dengan banyak pelajaran berarti, banyak bersyukur untuk bisa bertemu kamu semoga sehat dan bahagia selalu untuk ringgu dengan segala mimpi-mimpinya.

8. Teman seperjuangan, KPI A angkatan 2018, semoga kita mendapatkan apa yang kita impikan dimasa depan. Aamin yaa Rabb.
9. Terima kasih juga kebersamannya selama ini untuk Crew UKM-F Rumah Film KPI Untuk Semua Crew angkatan 18 yang telah menjadi teman berproses dan teman berjuang di UKM ini, serta seluruh Crew UKM-F Rumah Film KPI yang tidak bisa disebutkan satu persatu), terimakasih untuk setiap memori yang telah dirajut, canda dan tawanya, semoga saat-saat indah akan selalu menjadi kenangan yang indah pula.
10. Almamaterku tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, tempat penulis menimba ilmu dan pengalaman hidup yang berharga.
11. Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas semuanya. Semoga Allah yang membalas kebaikan kalian.

Penulis hanya bisa berdo'a semoga amal baik Bapak/Ibu mendapatka balasan berupa pahala yang tiada henti dari Allah SWT. Akhirnya, manusia tempatnya salah dan lupa kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari nilai sempurna. Untuk itu penulis harapkan kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat lebih baik.

Bandar Lampung, 17 Juli 2022  
Penulis

M. Ade Armando  
NPM. 1841010011



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	4
C. Fokus dan Sub Fokus .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Kajian Terdahulu Yang Relevan .....	8
H. Metode Penelitian .....	10
I. Metode Pengumpulan Data .....	13
J. Kerangka Teoritik .....	16
K. Sistematika Pembahasan .....	17
 <b>BAB II EFEKTIVITAS JEJARING SOSIAL TWITTER SEBAGAI MEDIA KAMPANYE KESEHATAN</b>	
A. Efektivitas .....	19
1. Definisi Efektivitas .....	19
2. Ukuran Efektivitas .....	20
3. Pendekatan Efektivitas .....	22
B. Jejaring Sosial Twitter .....	24
1. Pengertian situs jejaring sosial .....	24

2. Jejaring Sosial Twitter.....	26
3. Kelebihan dan Kekurangan Jejaring Sosial Twitter.....	29
C. Kampanye .....	30
1. Pengertian Kampanye .....	30
2. Jenis Kampanye .....	32
3. Pesan Kampanye .....	33
4. Khalayak Kampanye .....	36
5. Model Proses Komunikasi Kampanye.....	37
6. Media Kampanye .....	39
D. Teori Pembelajaran Sosial .....	40

### **BAB III AKUN TWITTER KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE KESEHATAN BAGI MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNUKASI**

A. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung .....	43
1. Sejarah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi ..	43
2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	46
3. Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	48
4. Data Jumlah Mahasiswa KPI 2018 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	49
5. Data Jumlah Mahasiswa KPI 2018 Yang Aktif Memperhatikan Akun Twitter KEMENKES RI....	50
B. Akun Twitter KEMENKES RI.....	52

### **BAB IV AKUN JEJARING SOSIAL TWITTER KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Efektivitas Akun Jejaring Sosial Twitter KEMENKES RI Sebagai Media Kampanye Kesehatan Bagi mahasiswa KPI.....	77
---	----

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	81
C. Penutup .....	82

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Tabel jumlah mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Dan ilmu komunikasi Angkatan 2018

Tabel 2 Mahasiswa yang aktif memperhatikan Akun Twitter KEMENKES RI





## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang Perencanaan Pendidikan).
2. Gambar 1.2 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang Kampanye Penerapan 3M)
3. Gambar 1.3 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang ASEAN Dengeu Day 2022)
4. Gambar 1.4 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang Kampanye Pemberdayaan masyarakat dalam rangka imunisasi)
5. Gambar 1.5 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang Kampanye
6. Gambar 1.6 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang Kampanye Pencegahan Stunting)
7. Gambar 1.7 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang Kampanye Penerapan Hidup Sehat)
8. Gambar 1.8 (Postingan akun Twitter KEMENKES RI Tentang Kampanye Pencegahan Diabetes)



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 SK

Lampiran 2 Surat Perubahan judul

Lampiran 3 Surat Penelitian

Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

Lampiran 5 Pedoman Interview

Lampiran 6 Pedoman Observai Dan Dokumentasi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan maksud dari judul skripsi sebagai langkah awal dalam memahami skripsi ini serta menghindari kesalahpahaman dan penafsiran pembaca dalam memahami judul. Adapun skripsi ini berjudul **“EFEKTIVITAS AKUN JEJARING SOSIAL TWITTER KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE KESEHATAN PADA MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UIN RADEN INTAN LAMPUNG”**.

Kata efektif berasal dari bahasa inggris *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefenisikan efektivitas sebagai ketepatan kegunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Steers mengemukakan bahwa “Efektivitas adalah jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya”. Pendapat lain dari Gibson menyatakan bawa “Efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Tercapainya tujuan dan sasaran itu akan ditentukan oleh tingkat pengorbanan yang telah dikeluarkan”<sup>1</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa efektivitas merupakan suatu pokok dalam keberhasilan suatu instansi ataupun kelompok masyarakat, kegiatan ataupun program. Suatu hal dapat dikatakan sebagai sesuatu yang efektif apabila mampu mencapai suatu hal dengan sesuai yang ditentukan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno

---

<sup>1</sup> Gibson JL JM Invancevich, JH Donnelly, “*Organisasi, terjemahan Agus Dharma*”, (Jakarta:erlangga,2001). 120.

Handayaniingrat, yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.<sup>2</sup>

Akun jejaring sosialtwitter merupakan sebuah website yang berjalan dan dioperasikan oleh perusahaan Twitter Inc. sosial media ini memberikan penggunanya layanan seperti *mikroblog* yang dapat memberikan penggunanya pengalaman mengirim serta memperoleh pesan yang diberi nama *tweet* atau dalam bahasa indonesia kicauan.<sup>3</sup> Kicauan dapat memuat maksimal 140 karakter dari tulisan pengguna twitter. Kicauan dapat dibaca oleh siapa saja, namun pengguna juga dapat membatasi kicauan tersebut terbatas kepada teman-temannya saja.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) merupakan lembaga kesehatan resmi milik pemerintah Indonesia. Kemenkes RI selalu menyajikan informasi mengenai kesehatan yang akurat melalui berbagai akun sosial media, salah satunya adalah akun twitter. Kemenkes RI berwenang untuk melakukan kampanye yang berisi edukasi kepada masyarakat tentang bagaimana menjaga diri dan kesehatan tubuh. Berbagai kampanye selama ini telah dilakukan, seperti halnya kampanye mengenai pencegahan penularan COVID-19, pencegahan *stunting*, pencegahan diabetes, dan masih banyak lagi. Kampanye tersebut dilakukan dalam bentuk iklan layanan masyarakat yang dapat berisi himbauan, larangan, hingga anjuran mengenai suatu tindakan.<sup>4</sup>

Media adalah sarana atau alat untuk menyampaikan pesan juga bisa disebut mediator antara komunikator dengan komunikannya. Media atau alat kampanye digolongkan atau dikelompokkan menjadi media umum yang berupa surat, *telephone*, dan *telegraph*; media

---

<sup>2</sup> Akhmad Khusni Mubaroq, Subyantoro Subyantoro. "Keefektifan Pembelajaran Menulis Cerpen dengan Model Sinetik dan Model Kreatif-Produktif pada Peserta Didik SMA Berdasarkan Tipe Pemerolehan Informasi" Vol 6 No 1 (2017): APRIL 2017. DOI 10.15294/SELOKA.V6I1.14985

<sup>3</sup> Zikri Fachrul Nurhadi. "Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter" Vol 3 No 3 (2017): April 2017. DOI <http://www.jurnalaspikom.org/>

<sup>4</sup> Daranida Normandia Visina, Zahroh Shaluhiah, and Ratih Indraswari, 'Analisis Konten Tweet Pada Akun Twitter Kemenkes Ri Selama Awal Wabah Covid-19 Di Indonesia', Kesehatan Masyarakat, 9.3 (2021), 344–52.



massa yang berupa media cetak, surat kabar, majalah, tabloid, buletin dan media elektronik lainnya; media khusus yang berupa klan (*advertising*), logo dan nama perusahaan atau produk yang menjadi sarana untuk tujuan promosi dan komersial yang efektif; serta media *internal* seperti *Journal*, *Printed materials*, *Spoken* dan *visua word*, dan *media pertemuan*.

Kampanye kesehatan merupakan upaya untuk meningkatkan perilaku sehat (*health behavior*) masyarakat,. Berbeda dengan promosi kesehatan, kampanye kesehatan senantiasa berkaitan dengan sebuah isu yang spesifik seperti kampanye gaya hidup sehat, kampanye nyamuk, kampanye pemakaian patuh protocol 3M, kampanye anti rokok, kampanye Imunisasi, dan sebagainya. Hal Hal ini diperlukan proses dalam jangka waktu tertentu. Itulah sebabnya rencana sebuah kampanye kesehatan lebih menitikberatkan persoalan taktik ketimbang isu. Mengutamakan taktik akan lebih efektif ketimbang mengutamakan isu. Kampanye dengan taktik yang baik akan mudah dipahami oleh masyarakat. Hanya saja, seperti ditulis Charles Salmon adalah semacam intervensi sosial terhadap persoalan masyarakat yang pada gilirannya menghasilkan aksi sosial untuk menyelesaikan persoalan tersebut. Keberhasilan kampanye kesehatan akan ditentukan juga oleh perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat

Melalui akun jejaring sosial twitter, Kemenkes RI memiliki akun bernama @KemenkesRI juga memberikan informasi dan laporan terkait kondisi kesehatan di Indonesia. Hingga saat ini, Kemenkes RI banyak mengirim *tweet* dalam bentuk video, gambar, tautan hingga teks untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Sejak bergabung pada tahun 2010 hingga saat ini, akun jejaring sosial twitter Kemenkes RI sudah memiliki 686,4 ribu pengikut. Postingan yang dikirimkan dalam seharipun beragam, mulai dari 5 hingga 10 postingan tergantung pada kegiatan yang dilakukan atau laporan mengenai suatu hal. Akun Kemenkes RI sangat interaktif dan memanfaatkan setiap fitur yang ada di twitter dengan sangat baik.

Dari penjelasan tersebut maka yang dimaksud dengan judul penelitian **“Efektivitas Akun Jejaring Sosial Twitter Kemenkes RI sebagai Media Kampanye Kesehatan (Pada Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)”**

ini adalah kegiatan melihat bagaimana keberhasilan dan sasaran pemanfaatan akun jejaring sosial twitter Kemenkes RI sebagai alat komunikasi dua arah dengan topik mengenai kampanye kesehatan. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan audiens sebagai penerima informasi kesehatan untuk membangun keterlibatan dan percakapan yang lebih dialogis. Audiens dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Karena kampanye berkaitan dengan sebuah isu yang spesifik, maka keefektifitasan akun jejaring twitter Kemenkes RI ini di ukur dengan cara yang lebih spesifik pula, seperti melihat keefektifitasan ajakan ajakan dalam bentuk poster yang di dalamnya berisi himbauan mengenai kesehatan. Dengan demikian, potensi witter untuk membantu kampanye dengan melibatkan Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung ebagai partisipan yang tujuan mengarahkan timbulnya kesadaran untuk meningkatkan kesehatan.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Teknologi komunikasi memberikan dampak yang besar bagi perkembangan media informasi. Kegiatan manusia tak bisa lepas dari produk teknologi komunikasi dan media akibat pengaruh dari perkembangan yang terus menerus berjalan. Masyarakat tidak dapat lepas bahkan cenderung bergantung kepada teknologi untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain. Salah satu media baru yang berkembang dan populer dikalangan masyarakat adalah akun jejaring sosial. Akun ini digunakan masyarakat untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan segala pandangan terhadap sesuatu hal.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Cahyono, A. S. (1). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. Publiciana, 9(1), 140-157. Retrieved from

Indonesia mempunyai keunikan tersendiri dalam dunia online. Saat ini 80% pengguna internet dunia aktif di berbagai macam sosial media. Namun sayangnya menurut *Marketplus* koneksi internet di Indonesia masih berada di urutan terendah di kawasan Asia Tenggara dengan presentase 22,4%. Disisi lain, Indonesia saat ini menjadi pasar terbesar ketiga untuk Facebook setelah Amerika Serikat dan India, dan terbesar kelima untuk Twitter.

Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia memiliki peluang yang baik dalam menjadi subjek kampanye yang bermanfaat, salah satunya adalah kampanye kesehatan. Kampanye Kesehatan merupakan usaha terkoordinir untuk mempengaruhi masyarakat agar dapat menerima dan melakukan pesan yang disampaikan untuk mendukung tujuan yang telah dirumuskan oleh organisasi. Kegiatan ini berorientasi pada pembentukan opini dan sikap publik secara partisipatif dengan pendekatan interaksi dan sosialisasi kepada masyarakat agar mampu memahami nilai pesan yang disampaikan sehingga mampu memberikan dampak positif baik bagi masyarakat.

Berdasarkan temuan penulis melalui observasi secara terbuka terhadap sebagian mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, kepedulian mahasiswa terhadap kesehatan mulai menurun dengan di tandai oleh cukup banyaknya mahasiswa yang tidak lagi mematuhi protokol kesehatan serta tidak lagi menerapkan gerakan 3 M yaitu mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak. Apabila menelisik kondisi beberapa bulan, terdapat suatu keresahan akibat pandemi Covid-19 yang menimbulkan kepanikan luar biasa di tengah masyarakat. Maka dari itu diperlukan adanya tindakan khusus dalam pencegahan penyakit yang di sebabkan virus dan semacamnya baik secara sosialisasi kesehatan maupun penanganan secara langsung. Apalagi saat ini Indonesia mengalami perubahan pola penyakit yang disebut dengan transisi Epidemiologi yang ditandai dengan meningkatnya penyakit dan kematian yang disebabkan oleh virus.

Dalam penelitian Supriyanti dengan judul “Pengetahuan dan Tindakan Masyarakat terhadap Pentingnya Hidup Sehat” terhadap responden sebanyak 50 orang, didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan responden menunjukkan angka yang baik, yakni 100%. Pada penelitian ini memperlihatkan bahwa (46%) 23 responden memiliki kinerja yang cukup baik dalam mencegah penyakit menular. Pada penelitian ini memperlihatkan jika kepedulian masyarakat semakin baik maka semakin baik juga tindakan masyarakat untuk mencegah penularan berbagai penyakit. Terdapat 18 responden (36%) dalam penelitian ini. Melaksanakan tindakan hidup sehat ketika mencegah beberapa penyakit adalah tindakan ampuh akan melawan wabah, melainkan pada tindakannya pelaksanaan yang tampak wajar ini tak sering mungkin dilaksanakan, pertama kepada responden yang belum terbiasa atau kurang pengetahuan dan kesadarannya. perilaku hidup sehat pewawancara.<sup>6</sup>

Untuk mencegah hal tersebut, maka kampanye kesehatan haruslah kembali diaktifkan atau disemarakkan kembali khususnya dengan tujuan untuk mewujudkan kesehatan yang lebih baik. Kampanye kesehatan di akun jejaring sosial twitter adalah suatu tindakan sistematis dan terencana yang dilakukan oleh pemerintah yang tujuan audiens nya adalah masyarakat luas dan pada penelitian ini mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung menjadi sasaran kampanye nya dengan di barengi kemauan, kesadaran dan kemampuan untuk meningkatkan kualitas kesehatan agar lebih baik.

Salah satu langkah untuk membuat masyarakat kembali peduli mengenai penting nya kesehatan yaitu dengan kampanye melalui akun jejaring sosial twitter Kemenkes RI. Kegiatan kampanye kesehatan ini berupa berbagai laporan mengenai kondisi terkini kesehatan, himbauan untuk melakukan suatu hal yang bermanfaat bagi kesehatan, hingga larangan terhadap suatu tindakan yang merugikan kesehatan. Pemerintah secara aktif mengirimkan gambar, video,

---

<sup>6</sup>Supriyanti “*Pengetahuan dan tindakan masyarakat terhadap pentingnya hidup sehat*”. (Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik 2012 Universitas Negeri Yogyakarta



tautan, hingga teks yang berisi anjuran dalam bidang kesehatan. KEMENKES RI diberi *username* akun @KemenkesRI untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Dengan adanya kampanye kesehatan yang dilakukan oleh Kemenkes RI di akun jejaring sosial twitter ini diharapkan mampu menjaga kestabilan bidang kesehatan.

Keberhasilan kampanye kesehatan ini tidak bisa hanya mengandalkan peran sektor lembaga kesehatan saja. Peran generasi muda dan lembaga disektor lainnya juga turut menentukan, dan ditunjang peran serta seluruh lapisan masyarakat. Mempratikkan pola hidup sehat mulai dari individu, keluarga, dan masyarakat, serta pemerintah baik ditingkat pusat maupun daerah dalam menyiapkan sarana dan prasarana pendukung, memantau dan mengevaluasi pelaksanaannya. Penelitian ini menyasar pada mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung sebagai generasi muda yang diharapkan mampu menjadi perpanjangan tangan pemerintah dalam memberikan kesadaran bagi masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan.

### **C. Fokus dan Sub Fokus Peneletian**

#### **1. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian adalah sebuah bentuk dari pemusatan focus kepada intisari dari penelitian yang akan dilakukan. Fokus Penelitian yang dimaksud pada skripsi ini adalah untuk membatasi judul agar tidak meluas. Pada penelitian ini fokus penelitiannya adalah Efektivitas akun jejaring sosial twitter KEMENKES RI dalam kampanye kesehatan bagi mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi.

#### **2. Sub Fokus Peneletian**

Dari fokus penelitian diatas maka dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitiannya pada 18 mahasiswa yang telah peneliti observasi bahwa mereka mengikuti akun Twitter KEMENKES RI dan aktif memperhatikan postingan dalam akun tersebut.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut: "Bagaimana efektifnya akun jejaring sosial Twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan?"

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektifitas akun jejaring sosial Twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Untuk menambah wawasan bagi penulis dan mahasiswa jurusan KPI, serta sebagai keilmuan juga pemahaman bagi para pembaca.
2. Melalui penelitian ini, peneliti dapat menganalisis dan mengetahui ilmu yang didapat selama dibangu perkuliahan terhadap dunia ilmu komunikasi dan dakwah, serta sebagai kasanah keilmuan terhadap informasi-informasi yang ada di akun twitter KEMENKES RI.
3. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain dan untuk melengkapi syarat-syarat yang diperlukan untuk mencapai gelar S1 jurusan Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung.

#### **G. Kajian Terdahulu yang Relevan**

Untuk menghindari plagiat dalam penelitian di temukan Penelitian "Efektifitas Akun Jejaring Sosial Twitter KEMENKES RI Sebagai Media Kampanye Kesehatan (Studi Kasus Pada Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi)" di temukan beberapa penelitian yang relevan di antaranya:

**Pertama**, yaitu tesis dari N. Nurlaela Arief mahasiswa School of Business Management ITB pada tahun 2014 dengan judul *“Communication Strategy of the Importance of Vaccination Using Social Media & Public Relations (A Case Study at Biofarma)”*. Dalam tesis ini Nurlaela meneliti tentang cara lain atau konsep lain untuk menyebarkan informasi kesehatan khususnya pentingnya vaksinasi melalui sosial media dan *public relations*.<sup>7</sup>

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah sosial media menjadi alat yang ampuh dan efektif untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat pentingnya vaksinasi dan kesehatan secara umum. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama melihat penggunaan sosial media sebagai media baru untuk berkomunikasi, sedangkan perbedaannya adalah dalam metodologi yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif.

**Kedua**, penelitian yang dilakukan oleh Ninda Puspitasari tahun 2012. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *“Efektifitas Iklan Social Media (Analisis EPIC Model Iklan “Maicih” Pada Konsumen Follower Twitter di Kota Yogyakarta )*.<sup>8</sup> Peneliti ingin meneliti apakah penggunaan twitter sebagai media baru efektif digunakan untuk iklan. Dengan analisis *epic* terbukti kesimpulan dari penelitian tersebut adalah twitter sebagai media baru untuk melakukan promosi efektif. Persamaan dengan penelitian ini adalah melihat penggunaan twitter sebagai media baru, sedangkan perbedaannya adalah dalam penggunaannya. Peneliti meneliti tentang bagaimana media baru dapat mengubah pola pikir masyarakat mengenai kesehatan, sedangkan Ninda tentang sejauhmana iklan testimoni.

---

<sup>7</sup> N. Nurlaela Arief *“Communication Strategy of the Importance of Vaccination Using Social Media & Public Relations (A Case Study at Biofarma)”* (skripsi School of Business Management ITB 2014)

<sup>8</sup> Ninda Puspitasari *“Efektifitas Iklan Social Media (Analisis EPIC Model Iklan “Maicih” Pada Konsumen Follower Twitter di Kota Yogyakarta)”* (Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2012)

**Ketiga**, penelitian dari Albertus Eko Dibyoning Putra tahun 2012. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta berjudul *“Efektivitas Social Media Sebagai Sarana Pembentukan Engagement Antara Brand Dengan Target Audience”*.<sup>9</sup> Dalam skripsi ini Eko meneliti mengenai efektifitas sosial media sebagai sarana pembentukan engagement antara brand dengan target audience. Terbukti sosial media sangat efektif untuk pembentukan engagement antara brand dengan target audience. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengukur efektifitas sosial media. Perbedaannya adalah untuk pengukuran peneliti menggunakan epic model sedangkan Eko menggunakan *IPM Formula dari Agency Digital Magnivate*. Perbedaan lain adalah dari kajian komunikasi, Eko melihat dari sisi *advertising*, sedangkan peneliti melihat dari sisi *public relations*.

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah: ”cara berfikir dan berbuat yang dipersiapkan secara baik untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai tujuan penelitian.”<sup>10</sup>

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

### 1. Jenis Dan Sifat Penelitian

Jenis Penelitian dalam skripsi ini adalah termasuk penelitian lapangan (*fieldresearch*). Menurut Kartini Kartono, penelitian lapangan yaitu “penelitian lapangan yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya.”<sup>11</sup> Dimana penelitian ini dilakukan melalui wawancara langsung dan penelitian ini

---

<sup>9</sup> Albertus Eko Dibyoning Putra *“Efektivitas Social Media Sebagai Sarana Pembentukan Engagement Antara Brand Dengan Target Audience”*. (Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik 2012 Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

<sup>10</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosio*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), cet-8, h.15

<sup>11</sup> *ibid*, hl 32

dilakukan dengan melihat hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yakni Efektivitas akun twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Yang dimaksud dengan deskriptif adalah suatu metode yang meneliti suatu objek yang bertujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis dan objektif, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, ciri-ciri serta hubungan diantara unsur- unsur yang ada atau fenomena tertentu.<sup>12</sup>

## 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data bisa berupa benda, perilaku manusia, tempat dan sebagainya.<sup>13</sup>

### a. Sumber Data Primer:

Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pernyataan.<sup>14</sup> Data primer ini secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Data primer dapat berupa pendapat subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian.

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa angkatan 2018 dari kelas A-I, dimana masing-masing kelas berisi rata-rata 39 orang. Jadi jumlah keseluruhan data primer dalam penelitian ini berjumlah 353 Mahasiswa.

Dalam penelitian ini menggunakan *teknik purposive sampling* yaitu teknik sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi

---

<sup>12</sup> Kaelan, “*Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*,” (Yogyakarta: Paradigma, 2005), h.58

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, “*Manajemen Penelitian*,” (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 107

<sup>14</sup> Suryo Subroto, “*Manajemen Pendidikan Sekolah*,” (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h.39

tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasandana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini penulis memilih sampel pada Mahasiswa KPI angkatan 2018 dengan kriteria:

- 1) Mahasiswa KPI yang aktif berkuliah,
- 2) Mahasiswa KPI berumur 20 tahun keatas,
- 3) Mahasiswa KPI yang *up to date* dengan perkembangan informasi,
- 4) Mahasiswa yang aktif menggunakan jejaring sosial twitter.
- 5) Mahasiswa yang mengikuti akun Twitter KEMENKES RI dan aktif memperhatikan postingan di dalam akun tersebut.

Peneliti telah mengobservasi bahwa yang memasuki kriteria tersebut hanya 2 orang saja pada masing-masing kelas.

Berdasarkan kriteria di atas maka sampel pada penelitian ini Mahasiswa KPI yang terdiri dari kelas A (2 orang), kelas B (2 orang), kelas C (2 orang), kelas D (2 orang), kelas E (2 orang), kelas F (2 orang), kelas G (2 orang), kelas H (2 orang), Kelas I (2 orang) sehingga berjumlah 18 orang

#### b. Sumber Data Sekunder:

Data sekunder adalah data yang dapat mendukung data primer dari penelitian. Yaitu dokumen pribadi, data resmi, arsip-arsip yang mendukung kegiatan penelitian.<sup>15</sup>Data sekunder didapat dari buku-buku, internet, penelitian terdahulu, dan sumber-sumber tertulis lainnya yang mengandung informasi yang berhubungan

---

<sup>15</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), h.112



dengan masalah yang dibahas Metode Pengumpulan Data.

## **I. Metode Pengumpulan Data**

Untuk memudahkan dalam pengambilan data lapangan, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut

### **a. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan datamengenai informasi masalah yang diteliti berbagai dokumen, seperti mengumpulkan atau menyimpan bukti-bukti yang ada didalam akun twitter KEMENKES RI, kemudian menyimpan bukti-bukti tersebut untuk diteliti.

### **b. Wawancara**

Wawancara adalah Tanyajawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.<sup>16</sup>

Jenis wawancara yang dipakai oleh penulis adalah interview bebas terpimpin, yaitu penulis bebas mengajukan pertanyaan dan berdialog yang berkaitan dengan masalah yang diteliti Wawancara ini digunakan untuk mengetahui Seberapa efektif akun Twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan terhadap mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Dalam hal ini peneliti mengajukan pertanyaan atau tanya jawab dengan Mahasiswa KPI Angkatan 2018 yang

---

<sup>16</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian* ( Jakarta : Kencana, 2001) h.141

mengikuti akun Twitter KEMENKES RI. Sebelum wawancara, peneliti sudah *survey* terlebih dahulu pada mahasiswa KPI Angkatan 2018 dari kelas A-I yang mengikuti akun Twitter KEMENKES RI.

### c. Metode observasi

Metode observasi adalah pengamatan yang memungkinkan peneliti mencatat semua peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proporsional maupun pengetahuan yang langsung di peroleh dari ata. jenis observasi yang penulis pilih adalah teknik observasi *non partisipan*, yaitu penelitian tidak ikut aktif dalam setiap subjek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, penulis mendatangi langsung lokasi yang menjadi tempat penelitian, kemudian meneliti, mengamati dan mencatat yang terjadi pada subjek penelitian. Penulis menggunakan metode ini tujuannya untuk mengetahui “Seberapa efektifnya akun Twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan bagi mahasiswa KPI.

Setelah semua data terkumpul sesuai dengan kebutuhan, maka langkah selanjutnya ialah untuk menghimpun data-data tersebut lah dan di analisa.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisa data yang bersifat kualitatif. Menurut Bogdan dan Biklen analisis data kualitatif dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>18</sup>

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa diskriptif kualitatif, teknik analisa data ini

---

<sup>17</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 98

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, Cet. 18 (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 246

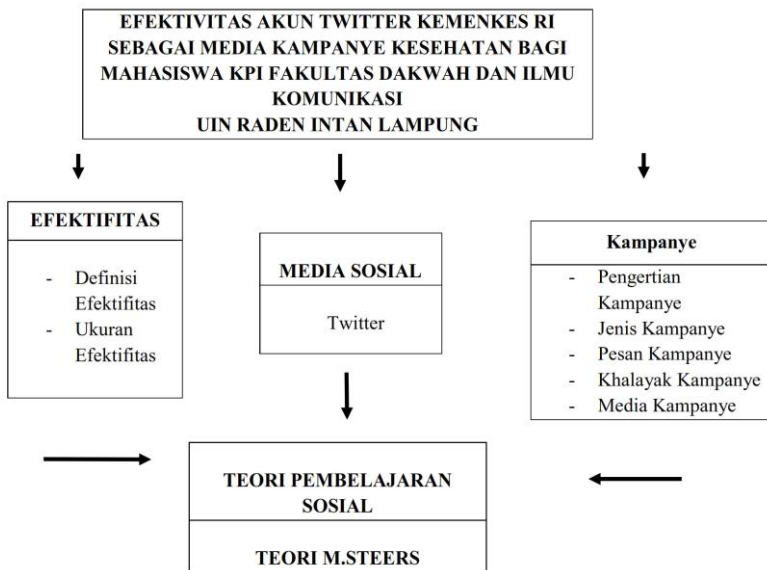
menguraikan, menafsirkan dan menggambarkan data yang terkumpul secara sistematis. Untuk menyajikan data tersebut agar lebih bermakna dan mudah dipahami adalah menggunakan analisa data model interaktif oleh Miles dan Huberman. Dan dari analisa yang dilakukan kemudian ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode Induktif yaitu cara penarikan kesimpulan berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa kongkrit yang khusus, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus itu ditarik kesimpulan secara umum.

Dari bentuk observasi di atas, peneliti disini mengamati fenomena-fenomena yang tumbuh dan berkembang secara keseluruhan dan mendalam terhadap objek yang diteliti dan kemudian menganalisa informasi-informasi apa saja yang ada di akun Twitter KEMENKES RI.



## J. Kerangka Teoritis

### EFEKTIVITAS AKUN TWITTER KEMENKES RI SEBAGAI MEDIA KAMPANYE KESEHATAN BAGI MAHASISWA KPI FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UIN RADEN INTAN LAMPUNG



Efektivitas akun twitter KEMENKES RI dapat dan merubah perilaku mahasiswa KPI menjadi peduli dengan kesehatan, faktor pendukung hal tersebut di pengaruhi oleh banyaknya konten kampanye kesehatan yang ada di akun twitter KEMENKES RI yang di sajikan dalam bentuk postingan yang mudah di akses di jejaring sosial twitter dan juga bahasa yang di pergunakan pada setiap postingan kampanye menggunakan bahasa yang di sesuaikan dengan bahasa kalangan anak remaja millenial saat ini, namun ada beberapa faktor penghambat perubahan perilaku para mahasiswa terhadapnya kampanye kesehatan ini salah satu nya ialah tidak semua mahasiswa KPI aktif dan mengikuti Akun twitter KEMENKES RI.

Teori pembelajaran sosial di gunakan untuk melihat konten konten berkenaan dengan kampanye kesehatan pada akun KEMENKES RI terhadap Masiswa. Sedangkan Teori dari M.Steers di gunakan penulis untuk melihat efektivitas akun jejaring social twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan.

## **K. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah dalam pembahasan dan penyusunan pada skripsi ini, penulis akan menyajikan pembahasan dalam beberapa bab yang sistematikanya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, pada sub bab ini merupakan gambaran dari keseluruhan isi skripsi yang meliputi: penegasan judul, latar belakang masalah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori memuat tinjauan tentang kajian Efektivitas, Kampanye serta jejaring sosial twitter.

BAB III yaitu Deskripsi Objek Penelitian, yang meliputi: Sejarah singkat Fakultas Dakwah dan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan Gambaran Umum Mahasiswa KPI serta Visi dan Misi jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Kemudian menjelaskan akun Twitter KEMENKES RI dan menguraikan Informasi apa saja yang ada di akun tersebut, serta persepsi mahasiswa tentang akun twitter KEMENKES RI

BAB IV Analisis Penelitian. Pada bab IV, terdapat pembahasan hasil analisis yang penulis tulis tentang bagaimana Efektifnya akun Twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan bagi mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

BAB V Kesimpulan, yang terdiri dari kesimpulan yang berisi pernyataan singkat peneliti mengenai Seberapa Efektifnya akun Twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan bagi mahasiswa KPI Dan berisi saran-saran dan penutup. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka,lampiran-lampiran.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian oleh penulis dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka ditarik kesimpulan bahwa efektivitas akun twitter KEMENKES RI sebagai media kampanye kesehatan dinilai cukup efektif. Karena informasi yang disajikan pada akun ini sangat informatif yang mana tujuannya jelas yaitu untuk mengkampanyekan kesehatan.

Adanya gerakan kampanye kesehatan di Akun Twitter KEMENKES RI berhasil membuat Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi lebih peduli dengan kesehatan dengan informasi mengenai kampanye kesehatan yang mana kegiatannya seperti sosialisasi imunisasi, kampanye nyamuk demam berdarah, kampanye donor darah, penyuluhan Covid dan Vaksin, serta perencanaan pendidikan di masa pandemi dan masih banyak lagi.

Maka dari itu akun Twitter KEMENKES RI cukup berperan penting bagi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi guna mengkampanyekan kesehatan. Dengan menggunakan teori yang telah penulis jelaskan di bab sebelumnya yaitu penyampaian tujuan, integrasi serta Adaptasi. Tetapi tak hanya postifnya saja, ada juga yang mengatakan bahwa jejaring sosial twitter belum dapat menyentuh keseluruhan mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai media kampanye kesehatan di karenakan penggunaan twitter sendiri tergolong kecil di kalangan mahasiswa KPI

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis menyampaikan beberapa saran, antara lain :

##### **1. Saran Akademis**

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang melakukan

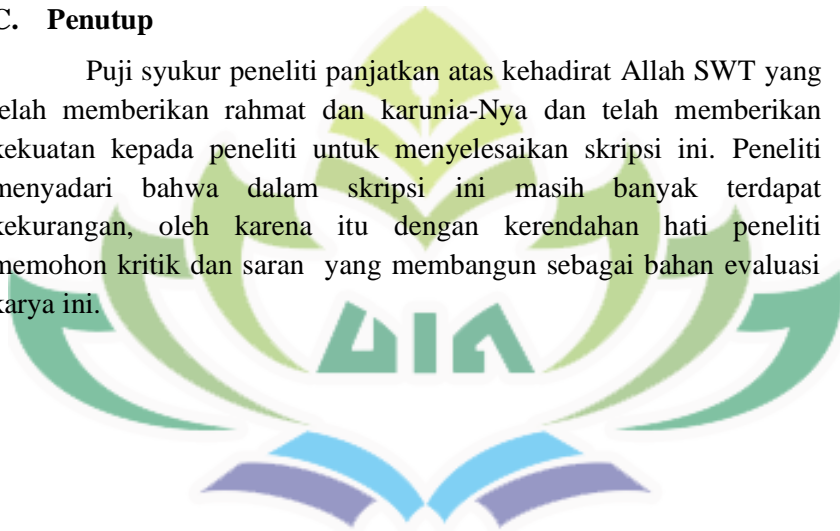
penelitian serupa. Peneliti juga mengharapkan agar pembahasan yang telah saya hadirkan dalam penelitian ini dapat memotivasi agar mengadakan penelitian lanjutan mengenai judul skripsi yang penulis teliti ini.

## 2. Saran Praktis

Saran untuk Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam untuk selalu berhati-hati dalam mencari Informasi agar tidak terjadi kesalahpahaman dikarenakan banyaknya informasi palsu yang beredar dimedia sosial.

## C. Penutup

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dan telah memberikan kekuatan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu dengan kerendahan hati peneliti memohon kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi karya ini.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Arikunto Suharsini, *“Manajemen Penelitian,”* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000).
- Danis,Puntoadi.*Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media.*  
(PT Elex Komputindo:Jakarta.2011.)
- Friedman,H. E. K. J. E., & Schustack, M,*Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern,* (Jakarta: Erlangga.2006)
- Hanurawan, F, *Psikologi Sosial:Suatu pengantar.*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2012)
- JL JM Invancevich Gibson, Donnelly JH, *“Organisasi,terjemahan Agus Dharma”,* (Jakarta:erlangga,2001).
- Kaelan, *“Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat,”*(Yogyakarta:Paradigma,2005).
- Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosio,*(Bandung:Mandar Maju,1996),
- Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2005).
- M.Steers Richard, *Efektivitas Organisasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,1999).
- Moleong Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna.* (Jakarta.Kencana Pernada Media Group,2011).
- Mulya Hadi. *Twitter untuk orang awam.* (Maksim: Palembang, 2016).
- Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* (Bandung.Remaja Rosdakarya, 2007)
- Narbuko Cholid dan Achmad Abu, *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997).
- Ruslan.*Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.*(Jakarta.PT Raja Grafindo Persada,2008.)

Subroto Suryo, *“Manajemen Pendidikan Sekolah*, (Jakarta: Rineka Cipta,2003).

Sugiyono,*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*,(Bandung: Alfabeta, 2013).

Venus. *Manajemen Kampanye*.(Bandung.Simbiosa Rekatama Media.2009.)

Wilcox, *Public Relations Strategies And Tactics*.Pearson Education (USA.2013)

## JURNAL

A. S. Cahyono.Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. Publiciana, <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>

Akhmad Khusni, Subyantoro Subyantoro. "Keefektifan Pembelajaran Menulis Cerpen dengan Model Sinektik dan Model Kreatif-Produktif pada Peserta Didik SMA Berdasarkan Tipe Pemerolehan Informasi"Vol 6 No 1 (2017):APRIL 2017.DOI 10.15294/SELOKA.V6I1.14985

Ding Dimianus, “Efektivitas Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Mandiri”. DOI <http://www.jurnalaspikom.org/>

Hasfi Nurul, Sunyoto Usman, Hedi Pudjo Santosa. Representasi Kampanye Calon Presiden di Twitter" Vol 3 No 2 (2017): April 2017. 110. DOI <http://www.jurnalaspikom.org/>

Jurnal Ilmu Pemerintah”,Vol.02No.02 (Februari 2014), 8-10. DOI : <https://ejournal.perpusnas.go.id/>

Normandia Visina Daranida, Shaluhiah Zahroh, dan Indraswari Ratih, 'Analisis Konten Tweet Pada Akun Twitter Kemenkes Ri Selama Awal Wabah Covid-19 Di Indonesia’, Kesehatan Masyarakat, 9.3(2021).

Nurhadi Zikri Fachrul. "Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter" Vol 3 No 3 (2017):April 2017.

Rosalina Iga, “Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Dalam Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kecamatan Karangrejo Kabupaten Madetan”. Jurnal Efektivitas pemberdayaan masyarakat, Vol. 01 No 01 (Februari 2012), 3. DOI: <https://ejournal.perpusnas.go.id/>

## **SKRIPSI**

Arief N. Nurlaela “Communication Strategy of the Importance of Vaccination Using Social Media & Public Relations (A Case Study at Biofarma)”(skripsi School of Business Management ITB 2014).

Dibyoning Putra Albertus Eko “Efektivitas Social Media Sebagai Sarana Pembentukan Engagement Antara Brand Dengan Target Audience”. (Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2012)

Nawawi Ridwan. Skripsi: Analisis dan Perancangan Aplikasi Jejaring Sosial Penjualan Berbasis Web. Sarjana Teknologi Informasi (B.IT). Ilmu Komputer. Universitas Bina Nusantara. 2008.

Puspitasari Ninda “Efektifitas Iklan Social Media (Analisis EPIC Model Iklan "Maicah" Pada Konsumen Follower Twitter di Kota Yogyakarta)”( Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2012)

Supriyanti “Pengetahuan dan tindakan masyarakat terhadap pentingnya hidup sehat”. (Skripsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Negeri Yogyakarta. 2012)

## INTERNET

D.E. Boyd, & N.B.Ellison, “Situs Jejaring Sosial: Pemahaman”,  
Sejarah, danBeasiswa.2007.(Online)  
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (Di  
akses pada 2 juni 2022

<https://www.kemkes.go.id/article/print/21033100003/pembelajaran-tatap-muka-segera-dimulai-pemerintah-targetkan-vaksinasi-pendidik-dan-tenaga-pendidik-r.html>. (Di akses pada 18 Juni 2022)

<http://p2ptm.kemkes.go.id/infographic-p2ptm/penyakit-parukronik/page/14/sobat-sehat-lawan-covid-19-dengan-menerapkan-3m>. (Di akses pada 18 Juni 2022)

<https://promkes.kemkes.go.id/asean-dengue-day-2022>. (Di akses pada 18 Juni 2022)

<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20220615/4140154/ke-menkes-ajak-masyarakat-bantu-sesama-lewat-kegiatan-donor-darah/> (Di akses pada 18 Juni 2022)

Pencegahan Stunting :<https://promkes.kemkes.go.id/pencegahan-stunting> (Di akses pada 18 Juni 2022)

Kampanye Imunisasi <https://promkes.kemkes.go.id/germas>. (Di akses pada 18 Juni 2022)

<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20160813/4315659/menkes-luncurkan-gerakan-indonesia-lawan-diabetes/>. (Di akses pada 18 Juni 2022)

<https://promkes.kemkes.go.id/>. (Di akses pada 18 Juni 2022)

<https://campusdigital.id/artikel/kelebihan-dan-kekurangan-twitter?ref=farisfanani> (Diakses pada 19 Mei 2022)