

Pengaruh Kampanye Gerakan 3M Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Koja, Jakarta Utara)

Zsazsa Saskia Aryani¹⁾, Santi Delliana²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: zsazsasaskiq@gmail.com

²⁾ Email: Anastasia.santi@kalbis.ac.id

Abstract: This study aims to identify the level of public awareness in the Koja Subdistrict area, North Jakarta regarding the dangers of the Covid-19 virus and how influential the 3M campaign has been on changes in people's attitudes in the Koja District area, and to find out the application of the transtheoretical model developed by Prochaska & Diclemente. Researchers used the Positivism Paradigm, using a quantitative approach and the type of research used in this study was descriptive. This research will be conducted in the community area of Koja District, North Jakarta. The reason the researchers chose this location was because the people of the Koja sub-district in North Jakarta still violated the rules set by the government, the positive rate of Covid-19 was still very high compared to other regions. When this research was conducted in October to November 2020. Primary data was obtained from the results. Observation by means of direct observation and recording of respondent's knowledge and comparisons of data using research instruments (questionnaires). Based on the results of the research, the Validity Test of variable X has a data value of 0.722 for r count the first question and data 0.876 for r count to question 20 with r table 0.254. variable Y for the first question and 0.442 for the 10th question data with r table 0.254.

Keywords: Influence, Health Campaign, Community Attitude

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kesadaran masyarakat di daerah Kecamatan Koja, Jakarta Utara terhadap bahayanya virus covid-19 dan seberapa pengaruhkah kampanye gerakan 3M terhadap perubahan sikap masyarakat di daerah Kecamatan Koja, dan Untuk mengetahui penerapan transtheoretical model yang dikembangkan oleh Prochaska & Diclemente. Peneliti menggunakan Paradigma Positivisme, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini akan dilakukan di wilayah Masyarakat Kecamatan Koja, Jakarta Utara. Adapun alasan peneliti memilih lokasi ini karena masyarakat kecamatan koja Jakarta Utara masih melanggar aturan yang ditetapkan pemerintah, tingkat angka positif covid-19 masih sangat tinggi dibandingkan wilayah lain, Waktu penelitian ini akan dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan November 2020. Data primer diperoleh dari hasil observasi dengan cara pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai pengetahuan responden serta melakukan perbandingan data dengan menggunakan instrumen penelitian (kuesioner). Berdasarkan hasil penelitian Uji Validitas Variabel X memiliki nilai data 0,722 untuk r hitung soal pertama dan data 0,876 untuk r hitung ke soal 20 dengan r tabel 0,254. variabel Y untuk soal pertama dan 0,442 untuk data soal ke 10 dengan r tabel 0,254.

Kata kunci: Gerakan 3M, Kampanye Kesehatan, Sikap Masyarakat.

I. PENDAHULUAN

Virus Corona Disease atau yang biasa disebut dengan Virus Covid-19 awal ditemukan pada akhir desember 2019 di Negara China, kota Wuhan. Covid-19

berkembang secara pesat sehingga virus tersebut mulai memasuki negara-negara lainnya, seperti di Negara Eropa, Asia, Amerika, dsb. Pada 13 April 2020 Presiden Joko Widodo menetapkan pandemi virus Covid-19 sebagai bencana

nasional, karena dilihat dari perkembangan Covid-19 di Indonesia yang terus menerus meningkat. Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan memutuskan Provinsi DKI Jakarta memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) untuk pertama kalinya, Sumber artikel Megapolitan.com (2020). Peraturan tersebut menghimbau masyarakat agar bekerja dan belajar di rumah melalui daring, dan tidak melakukan aktivitas di luar rumah. Tidak hanya menerapkan peraturan PSBB, pemerintah juga gencar dalam mensosialisasikan kampanye gerakan 3M untuk menekan penyebaran Virus Covid-19 di masyarakat. Masyarakat dihimbau untuk selalu menjaga protokol kesehatan dengan menggerakkan 3M, yang dimana akan menjadi kebiasaan baru di kehidupan sehari-hari masyarakat. Adapun gerakan 3M tersebut adalah (1) Memakai masker jika keluar rumah atau sedang sakit dengan menutupi bagian hidung hingga dagu, (2) Mencuci tangan setelah beraktivitas di luar rumah dan setelah memegang benda-benda seperti gagang pintu, telepon, uang, dan serta benda-benda lainnya yang sering disentuh oleh orang lain, (3) Menjaga jarak minimal 1M dengan orang lain karena Covid-19 bisa ditularkan melalui secara bersentuhan dan droplet (percikan air liur dari seseorang ketika berbicara). Pemerintah telah mensosialisasikan kampanye gerakan 3M melalui berbagai cara contohnya melalui sosial media, televisi, radio, penyuluhan dari satgas covid-19 di berbagai daerah, dan juga Presiden Joko Widodo menginstruksikan kepada seluruh kecamatan untuk menggerakkan PKK (Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga) untuk terlibat dalam mensosialisasikan Protokol Kesehatan dengan gerakan 3M tersebut. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Gerakan 3M terhadap perubahan sikap masyarakat Kecamatan Koja, Jakarta

Utara dengan asumsi memiliki beberapa informasi tentang Gerakan 3M yang berhasil menarik perhatian peneliti. Penelitian ini menggunakan model tahapan perubahan atau dapat disebut *Transtheoretical model* yang dikembangkan oleh Prochaska & Diclemente Menurut Nugroho (2019, p. 39) dalam rangka menerapkan tahap sebuah perilaku dimana dapat dilalui oleh seorang individu terdapat pada tahap-tahap yang menjelaskan tahapan dari sebuah perilaku. Peneliti tertarik untuk meneliti seberapa efektifkah kegiatan Kampanye Gerakan 3M terhadap perubahan sikap masyarakat yang telah diterapkan dari bulan Agustus 2020 hingga dengan Oktober 2020.

1. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah yang dapat peneliti ambil sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kampanye gerakan 3M terhadap perubahan sikap masyarakat Kecamatan Koja, Jakarta Utara?
2. Bagaimana penerapan transtheoretical model yang dikembangkan oleh Prochaska & Diclemente dalam penelitian ini?

2. Tujuan Masalah

Adapun tujuan penelitian ini dibuat berdasarkan dengan permasalahan pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi tingkat kesadaran masyarakat di daerah Kecamatan Koja, Jakarta Utara terhadap bahayanya virus Covid-19 dan seberapa pengaruhkah kampanye gerakan 3M terhadap perubahan sikap masyarakat di daerah Kecamatan Koja.
2. Untuk mengetahui penerapan transtheoretical model yang dikembangkan oleh Prochaska & Diclemente.

Menurut W. Emerson Reck (seperti dikutip Fullchis Nurtjahjani, 2018, pp. 11–12), public relation adalah proses penentuan pelayanan-pelayanan atau penetapan kebijakan, sesuai adanya beberapa kepentingan individu atau lembaga maupun perusahaan untuk memperoleh kepercayaan.

Definisi komunikasi menurut handoko (seperti dikutip Ngalimun, 2017, p. 20) mengatakan komunikasi ialah gagasan atau informasi yang diberikan oleh seseorang (informan) kepada orang lain yang menerima informasi tersebut (penerima pesan), dengan menggunakan kata-kata dalam percakapan, tetapi di dalamnya terdapat ekspresi wajah, intonasi, gestur tubuh, dll. Komunikasi tidak hanya memerlukan sesuai bentuk data, tetapi seseorang mengirim informasi atau menerima akan tergantung pada informasi yang diberikan yaitu membacanya, menulis, mendengar, dan berbicara. Menurut Joseph R. dan Dominick (seperti dikutip Romli, 2017, p. 73) Fungsi komunikasi ada 5 bagi masyarakat yaitu pengawasan, penafsiran, penghubung, penyebarannilai-nilai dan hiburan.

Hal tersebut dalam penelitian ini mengkategorikan kedalam komunikasi kesehatan yang terjadi dalam komunikasi antar dokter dan pasien, yang dimana pesan tersebut mempunyai makna pesan kesehatan. Komunikasi yang baik yang diciptakan oleh dokter kepada pasien merupakan sebuah keberhasilan dokter dalam memberikan pelayanan medis kepada pasien.

Dalam mencapai komunikasi yang baik perlu dilakukannya kampanye sebagai proses berkelanjutan yang dirancang oleh suatu kelompok atau organisasi dengan sadar dan secara bertahap.

Hal tersebut didukung dengan model menurut (Winardi, 2009, p. 188)

berpendapat bahwa model merupakan suatu konsep konstruksi yang digunakan sebagai alat atau pendekatan untuk memahami suatu realitas. Model bukanlah suatu realitas kehidupan, karna model suatu pendekatan untuk memahami atau mendekati realitas. Adanya suatu model memudahkan organisasi untuk melakukan berbagai kegiatan organisasi dalam langsung penetrative ke simpul-simpul pemilih. Kampanye yang baik, tentu saja adalah kampanye berkonsep dan tepat pada target yang dibidik.

Dalam penelitian ini didukung dengan teori tradisi sosiopsikologis Tradisi ini berkaitan dengan yang ada pada diri individu seperti perilaku, keadaan psikologi, efek yang dihasilkan dari setiap individu, kepribadian dan sifat individu yang berbeda-beda, lalu persepsi yang diberikan serta kognisis. Teori ini memberikan suatu pemahaman bagaimana setiap manusia dapat memproses suatu informasi yang diberikan, maka proses tersebut akan dilihat dari sisi kognitif individu masing-masing. Perilaku seseorang dapat dilihat dari teori sosiopsikolgi, karena teori ini menjelaskan bagaimana cara manusia berperilaku dalam kehidupan sehari-harinya di dalam berbagai macam situasi komunikasi.

Hal tersebut dengan menggerakkan kampanye gerakan 3M (Memakai Masker, Menjaga Jarak, Mencuci Tangan) di wilayah Kecamatan Koja, Jakarta Utara dengan cara memberikan penyuluhan langsung kepada warga sekitar. Kampanye penggunaan masker juga terus digencarkan karena penularan Covid-19 yang awalnya sebagian besar hanya berasal dari imported case atau local transmission kini dapat menyebar dari satu orang ke orang lain secara langsung. Berdasarkan survei kepedulian masyarakat terhadap Covid -19, BPS menyebut 80 persen masyarakat Indonesia sudah disiplin menggunakan

masker, sementara 20 persen lainnya belum menggunakan masker sesuai peraturan. Penggunaan masker secara baik dan benar, saat ini, menjadi kunci untuk menekan penyebaran virus korona.

Pada hal ini didukung dengan teori tahapan perubahan menurut Menurut Handayani (2020, p. 94) dalam Prochaska dan DiClemente (1982); memberikan gambaran mengenai Langkah-langkah dari perubahan yang terjadi dalam perilaku.

Perubahan dari Langkah-langkah TTM tersebut dibagi menjadi 5 yaitu: (1) Pre-contemplation, adalah tahap di mana tidak ada niat yang jelas untuk mengubah perilaku, setidaknya di masa mendatang. Orang-orang dalam tahap ini termasuk individu yang tidak termotivasi yang mungkin tidak berhasil menyadari kebutuhan untuk mengubah perilaku mereka. Dimana individu tidak mempunyai keinginan untuk mengubah perilakunya dalam waktu enam bulan kedepan. (2) Contemplation, adalah tahap di mana orang menyadari bahwa ada masalah dan secara serius berpikir untuk mengubah perilaku mereka. Kunci untuk mendefinisikan tahap ini adalah bahwa orang tersebut secara serius mempertimbangkan untuk mengubah perilakunya dan sering kali sangat menyadari biaya dan manfaat dari perubahan perilaku tersebut. (3) Preparation, adalah tahap di mana seseorang telah mengambil langkah-langkah kecil untuk terlibat dalam perilaku tersebut, namun individu tersebut belum mengambil tindakan secara efektif. (4) Action, adalah tahap di mana orang-orang mulai mengubah perilakunya dan berpartisipasi dengan tepat. (5) Maintenance, adalah tahap di mana orang mulai menstabilkan perilaku dan ini telah menjadi rutinitas. perbedaan antara tahapan tindakan dan pemeliharaan serupa dengan perbedaan antara perilaku dan kebiasaan.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, menurut Bogdan & Biklen (seperti dikutip Muslim, 2016, p. 78) paradigma adalah kumpulan asumsi, konsep, atau proposisi secara logis berhubungan dengan mengarah kepada cara berpikir dan penelitian, Positivisme memiliki sifat yang deduktif, dimulai dari hal yang sifatnya umum dan abstrak, lalu sifat tersebut nantinya akan menjadi ke sifat yang lebih konkrit dan spesifik.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Mulyadi (2013, p. 131) dalam pendekatan kuantitatif sering ditemukan adanya kesulitan untuk mengontrol variabel-variabel di dalam penelitian, variabel tersebut dapat mempengaruhi proses penelitian, baik penelitian itu di lakukan secara langsung atau tidak langsung. Agar penelitian mendapatkan hasil dengan validitas yang tinggi maka diperlukan adanya ketepatan untuk penentuan sampel, pengambilan data-data dan juga alat-alat yang dipakai untuk analisis. Jadi, inti dalam permasalahan yang ada dalam penelitian kuantitatif adalah untuk memberikan hasil kesimpulan dari penelitian; seberapa jauh hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan dengan populasi.

Dalam definisi operasional peneliti membahas mengenai kampanye Kesehatan yang diadakan penyuluhan langsung terhadap masyarakat kecamatan Koja Jakarta utara dengan Gerakan 3M yang dilakukan PKK Kecamatan Koja Jakarta Utara sebagai penyaluran kampanye kesehatan yaitu, mencuci tangan memakai sabun, memakai masker dalam upaya mencegah penularan virus covid-19 dan menjaga Jarak dilakukan untuk mencegah adanya penularan dari satu orang ke orang lainnya.

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat di daerah Kecamatan Koja Jakarta Utara sebanyak 61 orang berdasarkan KTP masyarakat kecamatan Koja Jakarta Utara. Sedangkan dalam sampel penelitian jika jumlah responden kurang dari 50, maka sampel diambil secara menyeluruh sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu data primer dan sekunder. Dimana data primer didapatkan dari hasil observasi dengan cara pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai pengetahuan responden serta melakukan perbandingan data dengan menggunakan instrumen penelitian (kuesioner). Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan awal responden sebelum diberikan pada kampanye kesehatan. Selanjutnya yang dilakukan yaitu dengan memberikan promosi kesehatan tentang pengetahuan atau tata cara penerapan pemakaian masker, mencuci tangan, dan jaga jarak kepada responden dengan menggunakan strategi kampanye kesehatan secara langsung yang diterapkan melalui Pkk Kecamatan Koja Jakarta Utara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi berupa data deskriptif yaitu data yang tersedia pada masyarakat kecamatan koja Jakarta utara, dan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, seperti jurnal, buku – buku teks yang mendukung penelitian ini.

Teknik data dalam penelitian ini diolah dan di analisis secara kuantitatif, yang merupakan data yang berupa angka. Di dalam penelitian ini penulis akan menggunakan skala likert. Skala Likert menurut Djaali, adalah skala yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan yang biasa dipergunakan untuk kuesioner, dan

merupakan skala yang paling banyak dipergunakan dalam riset berupa survei.

Dalam penelitian kuantitatif ini, untuk mendapatkan data yang valid, terpercaya, dan objektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan perbandingan yang valid dan terpercaya, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan populasi serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar dengan menggunakan uji validitas diambil berdasarkan data yang didapat dari hasil kuesioner, dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment yaitu korelasi antar item dengan skor total dalam satu variabel, dan pengukuran yang diperoleh dengan menggunakan software SPSS 22.0 dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 karena dinilai cukup mewakili, dan merupakan tingkat signifikansi yang umum digunakan pada penelitian ilmu sosial. Jumlah sampel (n) = 30 responden, sehingga diperoleh nilai rtabel sebesar 0,361.

Hal tersebut dilanjutkan uji reabilitas dengan penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha, yaitu menurut pendapat Riduwan uji reliabilitas adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih (Rina, 2018).

Analisis yang dilakukan menggunakan kolerasi berganda (multiple correlation) adalah angka yang menunjukkan arah dan kuatnya gabungan antara dua variabel independent secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen menurut penjelasan dari Sugiyono (2018, p. 78).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh menghasilkan data berupa angka. Dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pengaruh Kampanye gerakan 3M terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Koja, Jakarta Utara). Dengan tujuan yang didasarkan, data telah dikumpulkan dengan kuesioner sebanyak 61 responden yang telah hadir dalam penyuluhan yang diberikan PKK. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala likert 1-5.

Penelitian ini menggunakan 2 variabel yang terdiri dari kampanye kesehatan, dan masyarakat koja Jakarta utara serta variabel dependen yaitu Sikap Masyarakat dengan menggunakan Transtheoretical Model (TTM). Kuesioner yang dibuat dengan menggunakan variabel yang diteliti memiliki rata-rata 6 item pertanyaan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google form kepada Masyarakat Kecamatan Koja Jakarta Utara. Kuesioner disebarkan sejak 27 Desember 2020 hingga 5 Januari 2021.

Hasil yang didapat pada penelitian ini diketahui bahwa, Bentuk dari mensosialisasikan berupa penyuluhan yaitu sebanyak 36 (59%) orang, kemudian PKK mensosialisasikan gerakan 3M terhadap masyarakat koja jakarta utara yaitu sebanyak 31 (50.8%) orang, selanjutnya Masyarakat kecamatan koja dapat mengikuti penyuluhan gerakan 3M yang disosialisasikan oleh PKK sebanyak 43 (70.5%) orang, selanjutnya sebagai masyarakat kecamatan koja mendapat penyuluhan gerakan 3M sebanyak 34 (55.7%) orang menyatakan setuju.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh

dari kampanye kesehatan terhadap perubahan sikap masyarakat Kecamatan Koja Jakarta Utara sebagai berikut, Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Masyarakat Kecamatan Koja Jakarta Utara diketahui bahwa dari 61 orang yang diteliti sebelum dilakukan promosi kesehatan, sebagian besar masyarakat menerima dengan adanya penyuluhan Gerakan 3M. Hasil pengamatan peneliti selama membagikan kuesioner pada Kecamatan Koja Jakarta Utara menunjukkan bahwa masyarakat kecamatan koja Jakarta utara dalam pertanyaan kuesioner tentang menggunakan masker saat keluar rumah yaitu sebagian masyarakat menjawab Tidak dengan sebanyak 58 orang dan jawaban Ya 3 orang, selanjutnya pertanyaan mencuci tangan setelah bepergian sebanyak 52 orang yang menjawab Tidak dan yang menjawab Ya 9 orang, dan kemudian pertanyaan tentang menjaga jarak kepada seseorang pada saat pertemuan di suatu tempat sebanyak 52 orang menjawab Tidak, 9 orang menjawab Ya.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa adanya Penerapan transtheoretical model dalam kampanye kesehatan terhadap perubahan sikap masyarakat Kecamatan Koja Jakarta Utara sebagai berikut:

(1) Tahap Perubahan Pre-contemplation yaitu, jawaban responden pada variabel Sikap Masyarakat dengan menggunakan Transtheoretical Model (TTM) dengan indikator Tahap Perubahan Pre-contemplation diketahui bahwa, Anda tidak memiliki rencana untuk menerapkan gerakan 3M sebanyak 31 (50,8%) orang menyatakan tidak setuju, kemudian Gerakan 3M tidak direncanakan didalam diri anda yaitu sebanyak 25 (41%) orang menyatakan tidak setuju, selanjutnya Tidak memiliki rencana menerapkan gerakan 3M merupakan bentuk apresiasi anda terhadap pencegahan covid-19 sebanyak

22 (36,1%) orang, dan kemudian Anda melakukan berbagai macam hal yang melanggar protokol kesehatan karena anda tidak memiliki rencana untuk menerapkan gerakan 3M yaitu sebanyak 24 (39,3%) orang menyatakan tidak setuju.

(2) Tahap Perubahan Contemplation yaitu, diketahui bahwa, sebagian besar Berencana untuk menerapkan gerakan 3M dalam 6 bulan kedepan merupakan bentuk apresiasi anda terhadap pencegahan penularan covid-19 sebanyak 33 (54,1%) orang menyatakan setuju, dan Dalam 6 bulan kedepan anda menerapkan gerakan 3M yaitu sebanyak 32 (52,5%) orang.

(3) Tahap Perubahan Preparation yaitu, sebagian besar Anda memiliki rencana untuk menerapkan gerakan 3M dalam waktu 30 hari kedepan sebanyak 33 (54,1%) orang menyatakan setuju.

(4) Tahap Perubahan Action yaitu, sebagian besar Anda sudah menerapkan gerakan 3M dalam kurun waktu 6 bulan untuk pencegahan penularan covid-19 sebanyak 36 (59%) orang menyatakan setuju, dan Pencegahan yang anda lakukan dalam 6 bulan yaitu gerakan 3M yaitu sebanyak 34 (55,7%) orang menyatakan setuju.

(5) Tahap Perubahan Maintenance yaitu, sebagian besar Anda sudah menerapkan gerakan 3M lebih dari 6 bulan, agar anda terhindar dari virus covid-19 sebanyak 31 (50,8%) orang menyatakan setuju.

IV. SIMPULAN

Hasil kesimpulan dari penelitian "*Pengaruh Kampanye Gerakan 3M Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (studi kasus kecamatan koja Jakarta Utara)*" menunjukkan bahwa:

1) Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Masyarakat Kecamatan Koja Jakarta Utara

diketahui bahwa dari 61 orang yang diteliti sebelum dilakukan promosi kesehatan, sebagian besar masyarakat menerina dengan adanya penyuluhan Gerakan 3M.

2) Kampanye Gerakan 3M pada Masyarakat Kecamatan Koja Jakarta Utara dengan karakteristik untuk melihat responden memiliki background seperti apa yang dalam penelitian ini background responden difokuskan pada jenis kelamin, umur, kota asal, pekerjaan, Pendidikan terakhir, alamat lengkap, kelurahan, kecamatan dan NIK KTP.

3) Hasil Uji Validitas menunjukkan Variabel X Mengenai Kampanye Gerakan 3M yang diteliti, memiliki item pertanyaan pada masing-masing indikator. Dari masing-masing item pertanyaan independen ternyata memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid dengan data 0,722 untuk r hitung soal pertama dan data 0,876 untuk r hitung ke soal 20 dengan r tabel 0,254. Hasil Uji Validitas menunjukkan terdapat variabel Y yang menjadi bahan penelitian memiliki item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel dependen ternyata memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan valid dengan data r hitung 0,630 untuk soal pertama dan 0,442 untuk data soal ke 10 dengan r tabel 0,254.

4) Uji Reliabilitas Tabel 4.14 menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel dengan data Pengujian Reliabilitas Variabel X nilai Cronbach's Alpha sebanyak 0,956 dan Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel Y nilai Cronbach's Alpha sebanyak 0,788.

- 5) Hasil Uji Korelasi Berganda menjelaskan pengujian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara Kampanye Kesehatan (X1) dan Masyarakat Koja Jakarta Utara (X2) dengan Sikap masyarakat dengan menggunakan TTM (Y) menggunakan rumus Product Moment dengan data pengambilan keputusan dari sig. F change dalam penelitian ini yang diperoleh adalah 0,00 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Masyarakat Koja Jakarta Utara dan Kampanye Kesehatan memiliki keputusan berkorelasi dengan variabel Sikap Masyarakat Dengan Menggunakan TTM. Tingkat keeratan hubungan dapat dilihat pada Tabel 4.15 yaitu nilai R diperoleh 0,481 nilai R merupakan nilai koefisien korelasi berarti derajat hubungan antara variabel Masyarakat Koja Jakarta Utara dan Kampanye Kesehatan terhadap Sikap Masyarakat Dengan Menggunakan TTM merupakan kategori korelasi sedang.

DAFTAR RUJUKAN

- Bambang. (2014). Perbedaan Model dan Teori Dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 5(2), 1154.
- Basri, H. (2016). Pengaruh Karakteristik Pesan Kampanye Kesehatan Terhadap Sikap Hidup Sehat Ibu Anggota Posyandu Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 02(01), 102–113.
- BPS. (2016). *Statistik Daerah Kecamatan Koja 2016*.
- Damsar, I. (2019). *Pengantar Sosiologi Kapital* (Cetakan 1). Kencana (Prenadamedia Group).
- Faktual.net. (n.d.). *Pengurus wilayah di koja aktif sosialisasikan gerakan 3M*.
- Fullchis Nurtjahjani, S. M. T. (2018). *Public Relation, Citra dan Praktek: Public Relation, Citra dan Praktek* (cetakan 1). Polinema Press.
- Hadi, S. (2018). *Statistik* (Cetakan I). Pustaka Pelajar.
- Handayani, S. (2020). *Buku Ajar Aspek Sosial Kedokteran : Edisi 2* (2nd ed.). Airlangga University Press.
- Heryanto, G. G. (2019). *Panggung Komunikasi Politik: Dilema Antara Idealitas Dan Realitas Politik* (S. Rumaru (ed.); pertama). IRCiSod.
- John, N. J. o prochaska; (2013). *Systems of Psychotherapy A Transtheoretical Analysis*. Cengage Learning.
- kominfoutara. (2020). *Gambaran Umum Kota Administrasi Jakarta Utara*. Utara.Jakarta.Go.Id.
- Kuesioner. (2020). *Sumber Data Kuesioner*. Googleform.
- Moko, M. (2020). *Pemerintah Gencar Kampanye 3M, Apa Isinya?* Suaramerdeka.Com.
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1, No.10(10), 77–85.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis* (M. P. Prof. Dr. Hj. Juairiah (ed.); pertama). Pustaka Baru Press.
- Notoatmodjo, S. (2010). Komunikasi Kesehatan. In *Promosi Kesehatan Teori Dan Aplikasi*.
- Nugroho, N. W. Q. D. R. (2019). Pengaruh Kampanye Komunikasi Pada Gerakan “Bogoh Ka Bogor” Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Bogor Tengah). *JURNAL APIK*, 1(2), 33–48.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi Komunikasi sebagai kegiatan Komunikasi sebagai ilmu*. Prenadamedia Group.
- Rina, R. R. Z. N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Online Shop
Mayoutfit Di Kota Bandung. *JURNAL
LONTAR*, 6(1), 43–57.

Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*
(Adipramono (ed.)). PT. Grasindo.

Sefiyani; Dewi; Yuyu Sriwartini. (2020).
Pengaruh Kampanye Pajak Terhadap
Kesadaran Masyarakat Melaporkan Surat
Pemberitahuan Tahunan (SPT): Survei
Kepada Karyawan BPJS Kantor Wilayah
Jakarta Timur. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*,
41(69), 8135–8153.

Simamora, D. L. (2019). Pengaruh Pesan
Kampanye #GenZHeTikYuk! Terhadap
Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun
Instagram @dutalingkunganpku. *Jurnal
JOM FISIP*, 6(II), 1–15.

Siti Maryam, A. P. N. (2018). Pengaruh
Kampanye “Let’s Disconnect To Connect”
Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei
Pada Followers Official Account Line
Starbucks Indonesia). *Jurnal Komunikasi,
Media Dan Informatika*, 7(3), 155–164.

Sopaheluwakan, J. (2020). *Pengurus Wilayah di
Koja Aktif Sosialisasikan Gerakan 3M*.
Faktual.Net.

Spss, D. (2020). *Data olahan SPSS*.

Sugiyono. (2018). Analisis Korelasi Ganda. In
*Statistika dalam Penjas Aplikasi Praktis
dalam Penelitian Pendidikan Jasmani*
(Cetakan 1, p. 78). CV. Budi Utama.

Supriyati, O. E. Y. S. P. (2019). *Promosi
Kesehatan dalam Lingkup Kesehatan
Reproduksi*. UGM Press.

Suryani Musi, D. (2020a). *Komunikasi dan Public
Relations (Strategi Menjadi Humas
Profesional)* (Cetakan Pe). CV. Penerbit
Qiara Media.

Suryani Musi, D. (2020b). *Krisis Public Relations
(Teori dan Praktek)* (cetakan 1). Qiara
Media.