

**PENGARUH INFORMASI KEBIJAKAN PEMERINTAH DI MEDIA  
SOSIAL TERHADAP MINAT VAKSINASI *BOOSTER***

(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @kai121\_)

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi*



**Oleh:**

**Ratih Nurwalidah                    1506616**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Ratih Nurwalidah**

### PENGARUH INFORMASI KEBIJAKAN PEMERINTAH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU MASYARAKAT

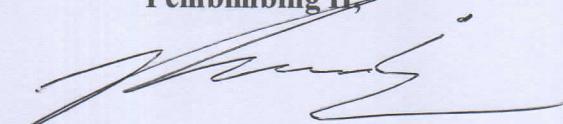
*(Studi Korelasi pada Konten Kebijakan Kereta Api Antar Kota di Akun Instagram  
@kai121\_ dan Minat Vaksinasi Booster Followers)*

Pembimbing I,

  
**Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.**  
 NIP. 196209261989041001

*Acc  
wic*

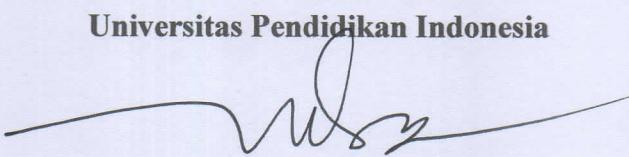
Pembimbing II,

  
**Vidi Sukmayadi, Ph.D.**

NIP. 198210222014041001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
 Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
 Universitas Pendidikan Indonesia

  
**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.**

NIP. 198507172014041001

**PENGARUH INFORMASI KEBIJAKAN PEMERINTAH DI MEDIA  
SOSIAL TERHADAP MINAT VAKSINASI *BOOSTER***

**(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @kai121\_)**

Oleh:

Ratih Nurwalidah

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

**© Ratih Nurwalidah 2022**

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi berjudul: “**Pengaruh Informasi Kebijakan Pemerintah di Media Sosial Terhadap Minat Vaksinasi Booster (Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @kai121\_)**” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 12 Desember 2022

Pembuat Pernyataan,



**Ratih Nurwalidah**

**NIM. 1506616**

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya yang melimpah, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi ini dengan judul ***“Pengaruh Informasi Kebijakan Pemerintah di Media Sosial Terhadap Minat Vaksinasi Booster (Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @kai121\_)”***.

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk atensi penulis terhadap perkembangan media serta potensi media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi seputar kebijakan pemerintah. Media massa yang dijadikan oleh masyarakat sebagai media untuk mengekspresikan diri juga dapat mengubah perilaku penggunanya. Dengan stimulus yang tepat, masyarakat sebagai pengguna media sosial mampu berperilaku sesuai harapan pemberi pesan.

Skripsi ini juga menjadi salah satu syarat penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai tanda bahwa penulis telah menyelesaikan pendidikan strata 1 (S1) di Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi ini menjadi bentuk tanggung jawab keilmuan dari penulis yang dilakukan selama masa pendidikan dan perkuliahan.

Dalam penyusunannya, penulis menyadari terdapat kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangatlah dibutuhkan demi pengembangan penelitian ini. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat berkontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi. Penulis juga berharap skripsi ini memiliki manfaat bagi masyarakat secara umum, maupun untuk akademisi.

Bandung, 12 Desember 2022



**Ratih Nurwalidah**

**NIM. 1506616**

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kerja keras, dukungan, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak yang terkait. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta segenap jajarannya.
3. Dr. Agus Mulyana M.Hum. selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS), Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si. selaku Guru Besar Komunikasi Politik, Fakultas Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, sekaligus dosen wali penulis yang telah membimbing penulis sejak awal perkuliahan.
6. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed. dan Bapak Vidi Sukmayadi, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membimbing dan mendukung penulis selama proses penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai.
7. Bapak Tito Edy Priandono, M.Si. selaku dosen pengampu konsentrasi Kehumasan yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis, terutama di bidang kehumasan.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen, khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang melimpah untuk penulis selama masa perkuliahan.
9. Seluruh responden penelitian yang telah berpartisipasi dengan bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang penulis siapkan dan ikut mendukung penulis menyelesaikan penelitian ini.
10. Kedua orang tua tercinta, bapak Ramun dan ibu Tuti Mujiawati yang begitu

sabar serta penuh kasih sayang memberikan doa serta dukungan baik secara moral maupun materi selama perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.

11. Diah Rahmawati dan Dela Hijiriyanti selaku adik tercinta, serta segenap keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
12. Adithya M. Somawijaya, Ellsy Berlindha, Fitria Isnawati, Kharima Izma, dan Nadya Sakinah, selaku sahabat penulis yang selalu ada, selalu peduli, membantu, dan tak pernah bosan menjadi pendengar keluh kesah penulis, tempat berbagi ilmu dan pengalaman dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu yang telah mengisi dan mewarnai masa perkuliahan penulis.
14. Seluruh rekan Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang telah membagi ilmu serta pengalamannya sehingga penulis memiliki pengalaman organisasi yang baik selama masa kuliah.

Serta teruntuk seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga senantiasa diberi keberkahan oleh Allah SWT dan dilipatgandakan rezekinya. Sekali lagi, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya masyarakat luas dan akademisi.

Bandung, 12 Desember 2022



**Ratih Nurwalidah**

**NIM. 1506616**

**PENGARUH INFORMASI KEBIJAKAN PEMERINTAH DI MEDIA SOSIAL  
TERHADAP MINAT VAKSINASI *BOOSTER*  
(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @kai121\_)**

Ratih Nurwalidah, NIM: 1506616  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia.

**ABSTRAK**

Berdasarkan data yang dihimpun pada bulan Agustus tahun 2022, jumlah masyarakat Indonesia yang sudah mendapatkan vaksin *booster* COVID-19 masih jauh dari target yang ditetapkan. Guna meningkatkan minat masyarakat terhadap vaksinasi *booster*, pemerintah Indonesia membuat kebijakan, salah satunya yang tertuang dalam Surat Edaran Nomor 84 Tahun 2022. Sejalan dengan hal tersebut, PT Kereta Api Indonesia giat mengunggah konten seputar kebijakan kereta api antar kota melalui akun Instagram-nya, @kai121\_. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari informasi kebijakan pemerintah di media sosial, lebih tepatnya konten kebijakan kereta api antar kota di akun Instagram @kai121\_ (X) terhadap minat vaksinasi *booster* (Y). Penelitian ini mengacu pada teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R) dan Health Promotion Model. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi korelasional. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode *purposive random sampling* kepada 100 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @kai121\_. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa isi pesan, struktur pesan, dan sumber pesan dari konten kebijakan kereta api antar kota memiliki pengaruh signifikan terhadap minat vaksinasi *booster*. Sementara itu, aspek format pesan tidak terlalu berpengaruh secara signifikan. Adapun hasil pengujian secara umum menyimpulkan bahwa konten kebijakan pemerintah di akun Instagram @kai121\_ memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap minat vaksinasi *booster* *followers*.

Kata Kunci: Kebijakan Pemerintah, Media Sosial Instagram, Kereta Api Antar Kota, Minat Vaksinasi *Booster*, COVID-19

**THE INFLUENCE OF GOVERNMENT POLICY INFORMATION ON SOCIAL  
MEDIA ON BOOSTER VACCINATION INTEREST  
(Correlation Study on Instagram Account @kai121\_ Followers)**

Ratih Nurwalidah, NIM: 1506616  
Communication Studies Program, Indonesia University of Education.

***ABSTRACT***

*According to the data collected in August 2022, the number of Indonesia citizens who have received the COVID-19 booster vaccine is still far from the set target. In order to increase public interest in booster vaccinations, the Indonesian government has made policies, one of which is contained in Circular Letter Number 84 of 2022. In line with this, PT Kereta Api Indonesia is actively uploading content about inter-city rail policies via its Instagram account, @ kai121\_. This study aims to determine whether or not there is an influence from government policy information on social media, more precisely the content of the intercity rail policy on the Instagram account @kai121\_ (X) on interest in booster vaccination (Y). This study refers to the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory and the Health Promotion Model. This research uses a quantitative approach with a correlational study method. Data collection was carried out using a purposive random sampling method for 100 respondents who are followers of the Instagram account @kai121\_. From the results of the study, it was concluded that message content, message structure, and message sources from inter-city rail policy content have a significant influence on interest in booster vaccination. Meanwhile, the aspect of the message format does not have a significant effect. The results of the test generally concluded that the inter-city rail policy content on the Instagram account @kai121\_ had a very high influence on followers' interest in booster vaccinations.*

*Keywords:* Government Policy, Instagram Social Media, Intercity Train, Interest in Booster Vaccination, COVID-19

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	vi
<b>ABSTRAK .....</b>	viii
<b>ABSTRACT .....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI.....</b>	x
<b>BAB I.....</b>	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Struktur Organisasi Skripsi .....	10
<b>BAB II .....</b>	12
2.1. Komunikasi Massa dan Media Massa.....	12
2.1.1. Fungsi dan Efek Komunikasi Massa .....	14
2.2. Media Sosial Sebagai Alat Promosi Kesehatan Selama Pandemi COVID-19.....	15
2.3. Vaksinasi <i>Booster</i> .....	18
2.3.1. Minat Vaksin <i>Booster</i> di Indonesia .....	21
2.3.2 Indikator untuk Mengukur Minat Vaksin Booster .....	24
2.4. Potensi Penyebaran COVID-19 di Transportasi Umum .....	28
2.5. Kebijakan Pemerintah .....	31
2.5.1 Konten Kebijakan Perjalanan Kereta Api Antar Kota di Instagram @kai121_ Sesuai SE Kemenhub.....	33
2.5.2. Terpaan Konten Instagram .....	38
2.6. Teori Stimulus-Organisme-Response (S-O-R) .....	40
2.7. Penelitian Terdahulu .....	43
2.8. Kerangka Teori.....	48

2.9. Paradigma Penelitian.....	49
2.10. Hipotesis.....	50
<b>BAB III .....</b>	<b>52</b>
3.1. Desain Penelitian.....	52
3.2. Partisipan Penelitian.....	54
3.3. Populasi dan Sampel .....	54
3.3.1. Populasi .....	54
3.3.2. Sampel .....	55
3.4. Instrumen Penelitian.....	57
3.4.1 Angket .....	57
3.4.2. Studi Kepustakaan .....	58
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	59
3.6. Uji Instrumen Penelitian .....	64
3.6.1. Uji Validitas.....	64
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	67
3.7. Prosedur Penelitian.....	69
3.8. Analisis Data .....	70
3.8.1. Metode Analisis Deskriptif.....	70
3.9. Uji Asumsi Klasik .....	70
3.9.1. Uji Normalitas .....	71
3.9.2. Uji Multikolinearitas .....	71
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas .....	72
3.10. Uji Korelasional .....	72
3.11. Uji Hipotesis .....	73
3.11.1. Uji T.....	73
3.11.2. Uji F .....	73
3.11.3. Uji Regresi Linear Berganda .....	74
<b>BAB IV .....</b>	<b>75</b>
4.1. Laporan Demografis Responden.....	76
4.1.1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
4.1.2 Demografi Responden Berdasarkan Usia.....	77
4.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	79

4.2.1 Deskripsi Umum Tanggapan Responden Terhadap Konten Kebijakan Pemerintah.....	81
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Konten Kebijakan Pemerintah per Sub Variabel .....	82
4.2.2.1 Aspek Isi Pesan.....	83
4.2.2.2 Aspek Struktur Pesan.....	85
4.2.2.3 Aspek Format Pesan .....	87
4.2.2.4 Aspek Sumber Pesan .....	89
4.2.3 Deskripsi Umum Tanggapan Responden Terhadap Minat Vaksinasi <i>Booster</i> .....	91
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Minat Vaksinasi <i>Booster</i> per Sub Variabel .....	92
4.2.4.1 Aspek Karakteristik dan Riwayat Vaksin Individu .....	92
4.2.4.2 Aspek Kognisi dan Pengaruh Spesifik Perilaku .....	94
4.2.4.3 Aspek Keluaran Perilaku ( <i>Behavioral Outcome</i> ) .....	96
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	97
4.3.1 Uji Normalitas .....	98
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	99
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	100
4.4 Uji Koefisien Korelasi.....	101
4.5 Uji Hipotesis .....	103
4.5.1 Uji T .....	104
4.5.2 Uji F .....	106
4.5.3 Uji Koefisien Determinan ( <i>R<sup>2</sup></i> ).....	107
4.5.4 Regresi Linier Berganda .....	107
4.6 Pembahasan.....	110
4.6.1 Isi Pesan Konten Kebijakan Pemerintah Berpengaruh Tinggi Terhadap Minat Vaksinasi <i>Booster</i> .....	110
4.6.2 Struktur Pesan Konten Kebijakan Pemerintah Berpengaruh Tinggi Terhadap Minat Vaksinasi <i>Booster</i> .....	115
4.6.3 Format Pesan Konten Kebijakan Pemerintah Tidak Mempengaruhi Minat Vaksinasi <i>Booster</i> .....	117
4.6.4 Sumber Pesan Konten Kebijakan Pemerintah Paling Berpengaruh Terhadap Minat Vaksinasi <i>Booster</i> .....	120

4.6.5 Konten Kebijakan Pemerintah di Media Sosial Memiliki Pengaruh yang Signifikan Terhadap Minat Vaksinasi <i>Booster</i> .....	122
<b>BAB V</b> .....	126
5. 1 Kesimpulan .....	126
5.2 Implikasi.....	128
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	128
5.2.2 Implikasi Praktis .....	129
5.3 Rekomendasi .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	132
<b>LAMPIRAN</b> .....	144

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1	58
Tabel 3.2	59
Tabel 3.3	66
Tabel 3.4	68
Tabel 3.5	69
Tabel 4.1	80
Tabel 4.2	82
Tabel 4.3	83
Tabel 4.4	85
Tabel 4.5	88
Tabel 4.6	89
Tabel 4.7	91
Tabel 4.8	93
Tabel 4.9	94
Tabel 4.10	96
Tabel 4.11	98
Tabel 4.12	101
Tabel 4.13	102
Tabel 4.14	103

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 .....	26
Gambar 2.2 .....	34
Gambar 2.3 .....	35
Gambar 2.4 .....	36
Gambar 2.5 .....	37
Gambar 2.6 .....	41
Gambar 2.7 .....	49
Gambar 2.8 .....	50
Gambar 3.1 .....	53
Gambar 3.2 .....	55
Gambar 4.1 .....	77
Gambar 4.2 .....	78
Gambar 4.3 .....	99
Gambar 4.4 .....	100
Gambar 4.5 .....	108
Gambar 4.6 .....	113
Gambar 4.7 .....	118

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anderson, James. (1994). *Public Policy Making: An Introduction* (7th edition). Boston: Wadsworth.
- Akbar, Fauzi. (2017). Pengaruh Desain Grafis sebagai Media Promosi terhadap Minat Beli pada Toko Buku Jelita di Belawan. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro., dan Erdinaya, Lukiat Komala. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Rosdakarya.
- Arigia, Muhammad Bintang., Damayanti, Tri., dan Sani, Anwar. (2016). Infografis Sebagai Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Keterlibatan Publik Bank Indonesia. *Jurnal Komunikasi* 8(2), hlm. 120-133. ISSN 2085-1979, EISSN 2528 2727
- Anggriani. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Program Keluarga Berencana Di Kecamatan Tallo Kota Makassar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Argista, Z. L. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Vaksin COVID-19 Di Sumatera Selatan. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmar, R.L., dkk. (2022). Homologous and Heterologous Covid-19 Booster Vaccinations. *New England Journal of Medicine*, hlm. 1046-1057. DOI: 10.1056/NEJMoa2116414.

Augusty, Ferdinand. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Bahar, Leon Gustav. (2022). Penerapan Content Marketing untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Brand Awareness pada Cafe Mimik Baik Surabaya. Laporan Praktik. Universitas Dinamika.

Bio Farma. Vaksin. 04 September 2022.  
<https://www.biofarma.co.id/id/researcher/detail/vaksin>

Biryukov, J., dkk. (2020). Increasing Temperature and Relative Humidity Accelerates Inactivation of SARS-CoV-2 on Surfaces. *MSphere* 5 (4), e00441–20.

Black, Jay., dan Whitney, F. C. (1988). Introduction to Mass Communication. Pennsylvania: W.C. Brown Publishers.

Burckhardt, Rachel M., Dennehy, John., Poon, Leo L., dkk. (2021) Are COVID-19 Vaccine Boosters Needed? The Science behind Boosters. *Journal of Virology* 96(3). DOI: 10.1128/JVI.01973-21

Cahyono, Eko Agus., dan Darsini. (2022). Sikap Masyarakat Terhadap Program Vaksinasi Booster COVID-19. *Jurnal Pengembangan Ilmu dan Praktik Kesehatan* 1(1).  
<https://e-journal.lppmdianhusada.ac.id/index.php/PIPK/article/download/185/174>

Cangara, Hafied. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: Rajawali Press.

Carreno, J., dkk. (2006). A Health Promotion Programme in Adventist and Non-Adventist Women Based on Pender's Model: A Pilot Study. *Public Health* 120, hlm. 346-55.

CDC. (2022). Factors That Affect Your Risk of Getting Very Sick from COVID-19. 19 September 2022.

<https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/your-health/risks-getting-very-sick.html>

Chadha, Priyanka., dkk. (2021). Social Media Marketing Channels and Communication: COVID-19 Pandemic Perspective. *Acta Universitatis Bohemiae Meridionalis* (24(3), hlm. 107-118.

Choirul, Dimas. (2022). Update: 57.525.431 Warga Indonesia Sudah Disuntik Vaksin Booster. 20 Agustus 2022.  
<https://nasional.sindonews.com/read/850089/15/update-57525431-warga-indonesia-sudah-disuntik-vaksin-booster-1659956884>

Cinelli, M., dkk. (2020). The COVID-19 Social Media Infodemic. *Scientific Reports*: 16598.

Creswell, John W. (2012). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Danial, Endang, dan Warsiah, Nanan. (2009). Metode Penulisan Karya Ilmiah. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.

de Smith, Michael J. (2018). Statistical Analysis Handbook A Comprehensive Handbook of Statistical Concepts, Techniques and Software Tools. Edinburgh: The Winchelsea Press.

Ditjen Bina Adwil. (2022a). Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Diperpanjang Hingga 7 November 2022 Semua Daerah Level 1. 08 Desember 2022.  
[https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/berita/detail/pemberlakuan-pembatasan-kegiatan-masyarakat-ppkm-diperpanjang-hingga-7-november-2022-semua-daerah-le#:~:text=Aplikasi%20Perundang%2DUndangan-,Pemberlakuan%20Pembatasan%20Kegiatan%20Masyarakat%20\(PPKM\)%20Diperpanjang%20Hingga%207%20November,2022%20Semua%20Daerah%20Level%201&text=Pemerintah%20Indonesia%20kembali%20memperpanjang%20Pembatasan,Corona%20\(COVID%2D19\).](https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/berita/detail/pemberlakuan-pembatasan-kegiatan-masyarakat-ppkm-diperpanjang-hingga-7-november-2022-semua-daerah-le#:~:text=Aplikasi%20Perundang%2DUndangan-,Pemberlakuan%20Pembatasan%20Kegiatan%20Masyarakat%20(PPKM)%20Diperpanjang%20Hingga%207%20November,2022%20Semua%20Daerah%20Level%201&text=Pemerintah%20Indonesia%20kembali%20memperpanjang%20Pembatasan,Corona%20(COVID%2D19).)

Ditjen Bina Adwil. (2022b). PPKM Jawa-Bali Diperpanjang: Tetap Prokes saat Nonton Bareng Piala Dunia Tahun 2022. 08 Desember 2022. <https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/berita/detail/ppkm-jawabali-diperpanjangan-tetap-prokes-saat-nonton-bareng-piala-dunia-tahun-2022>

Durhan, Ainun Sakinah., dan Tahir, Aswar. (2021). The Influence of Information Through Social Media on The Level Of Public Confidence in The Corona Sinovac Vaccine for Health in Makassar. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik 25(2), hlm. 102-115. <https://doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3989>

Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Fachruddin, Imam. (2009). Desain penelitian. Malang: Universitas Islam Negeri.

Fajar, Marhaeni. (2009). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Yogyakarta : Graha Ilmu. Kasilo, Djito.

Ferguson N, Ghani A, Cori A, Hogan A, Hinsley W. (2021). Report 49: Growth, population distribution and immune escape of Omicron in England. Imperial College London.

Framanik, N. A. (2012). Komunikasi Persuasi. Serang: Kocipta Publising.

Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Greenhalgh, Trisha., dkk. (2022). How COVID-19 Spreads: Narratives, Counter Narratives, and Social Dramas

Guilford, J.P. (1956). Fundamental Statistic in Psychology and Education. 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Book Company.

Gunelius, Susan. (2011). 30-Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies.

Gutsal, Nova. (2022). The History of Instagram. 04 September 2022.  
<https://instamber.com/the-history-of-instagram/>

Hartono. (2011). Analisis Data Statistika dan Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hayward, A. C., dkk. (2020). Public Activities Preceding the Onset of Acute Respiratory Infection Syndromes in Adults in England - Implications for the Use of Social Distancing to Control Pandemic Respiratory Infections. Wellcome Open Resource 5(54). DOI:10.12688/wellcomeopenres.15795.1

Husein, Umar. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Iskandarwassid., dan Sunendar, Dadang. (2011). Strategi Pembelajaran Bahasa. Bandung: Remaja Rosdakarya.

JDIH. 2022a. Surat Edaran Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor SE 57 Tahun 2022. 06 September 2022.  
[https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk\\_hukum/view/VTBVZ05UY2dWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09](https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk_hukum/view/VTBVZ05UY2dWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09)

JDIH. 2022b. Surat Edaran Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor SE 72 Tahun 2022. 06 September 2022.  
[https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk\\_hukum/view/VTBVZ056SWdWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09](https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk_hukum/view/VTBVZ056SWdWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09)

JDIH. 2022c. Surat Edaran Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor SE 80 Tahun 2022. 06 September 2022.

[https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk\\_hukum/view/VTBVZ09EQWdWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09](https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk_hukum/view/VTBVZ09EQWdWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09)

JDIH. 2022d. Surat Edaran Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor SE 84 Tahun 2022. 06 September 2022.  
[https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk\\_hukum/view/VTBVZ09EUWdWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09](https://jdih.dephub.go.id/index.php/produk_hukum/view/VTBVZ09EUWdWR0ZvZFc0Z01qQXINZz09)

KAI. (2021). Survey Kepuasan Pelanggan Kereta Api Semester I Tahun 2021. 28 November 2022.  
[https://ppid.kai.id/media/konten/111\\_survey\\_kepuasan\\_pelanggan\\_kai\\_semester\\_i\\_tahun\\_2021.pdf](https://ppid.kai.id/media/konten/111_survey_kepuasan_pelanggan_kai_semester_i_tahun_2021.pdf)

Kampf, G., dkk. (2020). Persistance of Coronaviruses on Inanimate Surface and Their Inactivation with Biocidal Agents. Journal of Hospital Infect 104(3), hlm. 246-251.

Kemenkes. (2022). Surat Edaran. 20 Agustus 2022.  
[https://covid19.hukumonline.com/wp-content/uploads/2022/02/surat\\_edaran\\_direktur\\_jenderal\\_pencegahan\\_dan\\_pengendalian penyakit\\_nomor\\_hk\\_02\\_02\\_ii\\_252\\_2022\\_tahun\\_2022.pdf](https://covid19.hukumonline.com/wp-content/uploads/2022/02/surat_edaran_direktur_jenderal_pencegahan_dan_pengendalian penyakit_nomor_hk_02_02_ii_252_2022_tahun_2022.pdf)

Kemenkes. (2022). Vaksinasi Booster COVID-19. 4 September 2022.  
<https://d3v.kemkes.go.id/storage/vCYEWHR9kpoNQyCKE74c4cVfEudshjfnbjQONroI.pdf>

Kemp, Simon. (2022). Digital 2022: Indonesia. 21 Agustus 2022.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Komisi IX. (2022). Nur Nadlifah: Kesadaran Masyarakat untuk Vaksinasi 'Booster' Masih Rendah. 06 September 2022.  
<https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/37933/t/Nur+Nadlifah%3A+Kesadaran+Masyarakat+untuk+Vaksinasi+%E2%80%98Booster%E2%80%99+Masih+Rendah>

Kotler, P., dkk. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Amerika Serikat: John Wiley & Sons.

Kumar, A., & Ayedee, N. (2018). Social Media Tools for Business Growth of SMEs. *Journal of Management* 5(3), hlm. 137-142.

Lee, E. (2001). Health Promotion for the Chronic Patients. Seoul National University.

Lewis, D. (2020). Is The Coronavirus Airborne? Expert Can't Agree. *Nature* 580(7802).

Lippi G, Mattiuzzi C, Henry B M. (2022). Neutralizing potency of COVID-19 vaccines against the SARS-CoV-2 Omicron (B.1.1.529) variant. *Journal of Medical Virology*. DOI: 10.1002/jmv.27575. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jmv.275750>

Luik, J. E. (2014). *Media Social dan Presentasi Diri*. Surabaya: UK Petra.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.

Milenia, Shinta. (2022). Warga Mulai Tak Minat Vaksin Booster, Alasannya Karena Kebijakan Telah Melonggar!. 21 Agustus 2022. <https://www.kompas.tv/article/292161/warga-mulai-tak-minat-vaksin-booster-alasannya-karena-kebijakan-telah-melonggar>

Monayo, E. R. (2022). Pengetahuan Dan Minat Vaksinasi Covid-19 Masyarakat di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. *Jambura Nursing Journal* 4(1).

Nalendra, A. R. A. (2021). *Statitiska Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Narimawati, Umi. (2010). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian*. Ekonomi. Jakarta: Genesis.

Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.

Nasution, S. (2003). Metode Research (Penelitian Ilmiah). Jakarta: Bumi Aksara.

Nasution. (2009). Metode Research (Penelitian Ilmiah). Jakarta: Bumi Aksara.

Nazir, M. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ng, Y. C., & Caires, A. (2016). The Health Promotionmodel in HIV Care. Aquichan. <https://doi.org/10.5294/aqui.2016.16.4.2>

Nurudin. (2013). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Park, J., dan Kim, G. (2021). Risk of COVID-19 Infection in Public Transportation: The Development of a Model. International Journal of Environmental Research & Public Health 18(12790). <https://doi.org/10.3390/ijerph182312790>

Paul, Naaber., dkk. (2021). Dynamics of Antibody Response to BNT162b2 Vaccine After Six Months: A Longitudinal Prospective Study. DOI: 10.1016/j.lanepe.2021.100208.

Pender, N.J., dkk. (2011). Health Promotion in Nursing Practice (6th Edition). Boston: Pearson.

Pérez-Escoda, A., dkk. (2020). Social Networks' Engagement During the COVID-19 Pandemic in Spain: Health Media vs Healthcare Professionals. International Journal of Envriornmental Research and Public Health 17 (5261).

Permana, Ikhsan. (2022). Jumlah Penumpang Kereta Api Naik 42% di Semester I 2022, Terbanyak Pengguna KRL. 05 September 2022. <https://ekbis.sindonews.com/read/830457/34/jumlah-penumpang-kereta-api-naik-42-di-semester-i-2022-terbanyak-pengguna-krl-1658203655#:~:text=JAKARTA%20%2D%20PT%20Kereta%20Api%20Indonesia,sebanyak%2084%2C1%20juta%20pelanggan.>

Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. Computers in Human Behavior. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>

Pratiwi, Riyanti Hayuning., dan Darmawan, Ferry. (2019). Infografis sebagai Pendukung Berita In-depth dalam Situs Tirto.id. MediaTor, Vol 12 (1), hlm.35-45.

Rahayu, Siti Kurnia. (2010). Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

Rahmadania, S. R. (2022). Penting! Ini Aturan Vaksin Booster COVID-19 yang Berlaku di Indonesia. 04 September 2022. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5944648/penting-ini-aturan-vaksin-booster-covid-19-yang-berlaku-di-indonesia>

Renata, Cut Deyna. (2021). Pengaruh Terpaan Postingan Di Instagram Dan Daya Tarik Pesan Iklan Di YouTube Kemenkes\_RI Terhadap Minat Vaksin COVID 19. (2021). Jurnal Ilmu Komunikasi 4(1).

Rohmiyati, Yuli. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. ANUVA 2(1), hlm. 29-42. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/anuva>

Saleh, Abdul R. (2004). Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam. Jakarta: Kencana.

Sani, Ahmad F. I. (2022). Dinkes: Minat Masyarakat DKI untuk Vaksin Booster Menurun. 06 September 2022. <https://metro.tempo.co/read/1569793/dinkes-minat-masyarakat-dki-untuk-vaksin-booster-menurun>

Santoso, Slamet. (2013). Statistik Ekonomi Plus Aplikasi SPSS. Ponorogo: Umpo Press.

Sari, Endang S. (1993). Audience Research: Pengantar\_Studi\_Penelitian, Pendengar, dan Pemirsa. Yogyakarta: Andi Offset.

- Severin, Werner J., dkk. (2008). Teori Komunikasi-Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa. Jakarta: Kencana.
- Slameto. (2003). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solomon, M., dan Tuten, T. (2018). Social Media Marketing Third Edition. London: SAGE Publications.
- Statista. (2022). Distribution of Instagram Users Worldwide as of April 2022, by Age Group. 28 November 2022. <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
- Statista. (2022). Social Media - Statistics & Facts. 11 September 2022. [https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#topicHeader\\_wrapper](https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#topicHeader_wrapper)
- Steffens, M. S., Dunn, A. G., Leask, J., Wiley, K. E. Using social media for vaccination promotion: Practices and challenges. (2020). Digital Health 6(1-9). DOI: 10.1177/2055207620970785
- Suharto, Edi. (2008). Kebijakan Sosial Sebagai kebijakan Publik. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2009). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kompetensi dan Praktiknya). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2009). Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, Yogyakarta: Media Pressindo.

Swasta, Basu., dan Irawan. (2008) Manajamen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Tirachini, A., dan Cats, O. (2020). COVID-19 and Public Transportation: Current Assessment, Prospects, and Research Needs. *Journal of Public Transportation* 22 (1). DOI:10.5038/2375-0901.22.1.1

WHO (World Health Organization). (2021). Coronavirus disease (COVID-19): How is it transmitted?. 18 September 2022. <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19-how-is-it-transmitted>

WHO (World Health Organization). (2022a). Coronavirus disease (COVID-19). 20 Agustus 2022. [https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1)

WHO (World Health Organization). (2022b). Coronavirus disease (COVID-19): Vaccines. 20 Agustus 2022. [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-\(covid-19\)-vaccines?17](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-(covid-19)-vaccines?17)

Widoyoko, Eko. (2015). Evaluasi Pembelajaran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Widoyoko, Eko. (2016). Penilaian Hasil Pembelajaran di Sekolah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wu, T.-Y., & Pender, N. (2002). Determinants of Physical Activity Among Taiwanese Adolescents: An Application of the Health Promotional Model. *Research in Nursing & Health*, 25(1), hlm. 25–36. <https://doi.org/10.1002/nur.10021>

Vreese, Claes de., dan Neijens, Peter. (2016). Measuring Media\_Exposure in a Changing Communications Environment. *Communication Methods and Measures*.

- Vivian, John. (2008). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Kencana.
- Zhen, J., Chan, C., Schoonees, A., Apatu, E., Thabane, L., Young, T., 2020. Transmission of Respiratory Viruses When Using Public Ground Transport: a Rapid Review to Inform public health recommendations during the COVID-19 pandemic. SAMJ S. Afr. Med. J. 110 (6), 478–483.