

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERSEPSI RISIKO KESEHATAN (SURVEI PADA ISU POLUSI UDARA JAKARTA)

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA EXPOSURE ON HEALTH RISK PERCEPTION (SURVEY ON JAKARTA AIR POLLUTION ISSUE)

Yusuf Abdurrohman¹, Yuni Sriharyani², Muh. Syaiful³, Christa Dewi A. Sembiring⁴

¹²³⁴Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

Jl. Salemba Raya Nomor 4, Jakarta, Indonesia

¹yusuf.abdurrohman@ui.ac.id

Diterima tgl. 23/04/2024; Direvisi tgl. 11/09/2024 Disetujui tgl. 22/09/2024

ABSTRACT

The high level of air pollution in Jakarta has become a hot topic of discussion on various social media platforms in the second half of 2023. However, there are many people in Jakarta who do outdoor activities without wearing masks, as if they do not feel the danger of air pollution to their health. This research aims to find out whether and to what extent the level of exposure to social media influences the level of public health risk perception, especially regarding the problem of air pollution in Jakarta. The research is conducted only to Instagram, which is one of the most popular social media platforms in Indonesia. By using the concept of The Social Amplification of Risk Framework (SARF) to understand the role of media in shaping people's risk perceptions, this research uses quantitative approach with survey method on 109 respondents. The results of hypothesis testing using regression tests show that exposure to information on Instagram related to Jakarta air pollution influences perceptions of health risks even though it is not the dominant factor. The results of this research show the need to utilize various communication channels, like social media, mass media and conventional media to achieve more optimal results in risk communication. The use of omnichannel needs to be supported by an integrated communication strategy to provide message consistency and continuity so that people are able to understand risks correctly and adopt the right behavior to deal with them.

Keywords: SARF, social media exposure, health risk perception, air pollution, Instagram.

ABSTRAK

Tingginya tingkat polusi udara di Jakarta menjadi perbincangan hangat di berbagai platform media sosial, pada paruh kedua tahun 2023. Namun, masih banyak dijumpai masyarakat Jakarta yang beraktivitas di ruang terbuka tanpa menggunakan masker, seperti tidak merasakan adanya bahaya polusi udara terhadap kesehatan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dan seberapa besar pengaruh tingkat terpaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat persepsi risiko kesehatan masyarakat, khususnya mengenai masalah polusi udara di Jakarta. Penelitian dikhususkan pada Instagram yang merupakan salah satu platform media sosial terpopuler di Indonesia. Dengan menggunakan konsep *The Social Amplification of Risk Framework* (SARF) untuk memahami peran media dalam pembentukan persepsi risiko masyarakat, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada 109 orang responden. Hasil pengujian hipotesis dengan uji regresi menunjukkan bahwa terpaan informasi di media sosial Instagram terkait polusi udara Jakarta memengaruhi persepsi risiko kesehatan meskipun bukan merupakan faktor yang dominan. Hasil penelitian ini menunjukkan perlunya pemanfaatan beragam saluran komunikasi, baik media sosial, media massa, maupun media konvensional untuk mencapai hasil yang lebih optimal dalam melakukan komunikasi risiko. Penggunaan *omnichannel* perlu didukung dengan strategi komunikasi yang terpadu untuk memberikan konsistensi dan kontinuitas pesan sehingga masyarakat mampu memahami risiko dengan benar dan mengadopsi perilaku yang tepat untuk menghadapinya.

Kata Kunci: SARF, terpaan media sosial, persepsi risiko kesehatan, polusi udara, Instagram.

1. PENDAHULUAN

Jakarta, sebagai salah satu kota besar dunia, menghadapi berbagai persoalan perkotaan, mulai dari kemacetan, ketersediaan hunian layak, hingga masalah-masalah lingkungan seperti banjir, ketersediaan air bersih, dan polusi udara (Febriati, 2023). Salah satu masalah lingkungan yang menjadi sorotan publik adalah tingginya polusi udara di Jakarta dan sekitarnya. Kualitas udara

Jakarta sepanjang bulan Juli hingga September 2023 seringkali berada dalam kategori tidak sehat (IQAir, n.d.). Tingginya polusi udara ini juga dapat diamati langsung secara visual dengan adanya kabut polusi yang mengurangi jarak pandang.

Masalah polusi udara sebenarnya bukanlah hal baru bagi Jakarta. Namun, musim kemarau panjang pada paruh kedua tahun 2023 ditengarai menjadi salah satu sebab semakin memburuknya polusi udara di Jakarta. Buruknya kualitas udara karena polusi ini kemudian berdampak pada kesehatan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syuhada et al. (2023), diketahui dampak polusi udara di Jakarta dari segi kesehatan antara lain adanya 7.000 anak-anak yang terkena dampak kesehatan, lebih dari 10.000 kematian, dan lebih dari 5.000 orang yang menjalani rawat inap setiap tahunnya akibat polusi udara di Jakarta.

Masalah polusi udara Jakarta ini juga menjadi perbincangan hangat di berbagai platform media sosial dan cukup menyita perhatian publik secara luas (Humas UMM, 2023). Informasi mengenai tingginya polusi udara, penyebab polusi, hingga dampak kesehatan yang ditimbulkan juga muncul hampir setiap hari di lini masa media sosial, baik oleh warga biasa, *influencer*, maupun akun komunitas peduli lingkungan hidup. Salah satu media sosial yang cukup populer di kalangan warganet dalam berbagi informasi terkait polusi udara Jakarta adalah Instagram. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Statista (2023) tentang penetrasi jaringan/media sosial terkemuka di Indonesia pada kuartal ketiga 2022, Instagram menduduki posisi kedua sebagai media sosial paling populer di Indonesia dengan persentase penetrasi 86.5%. Data ini menunjukkan besarnya potensi peran Instagram dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

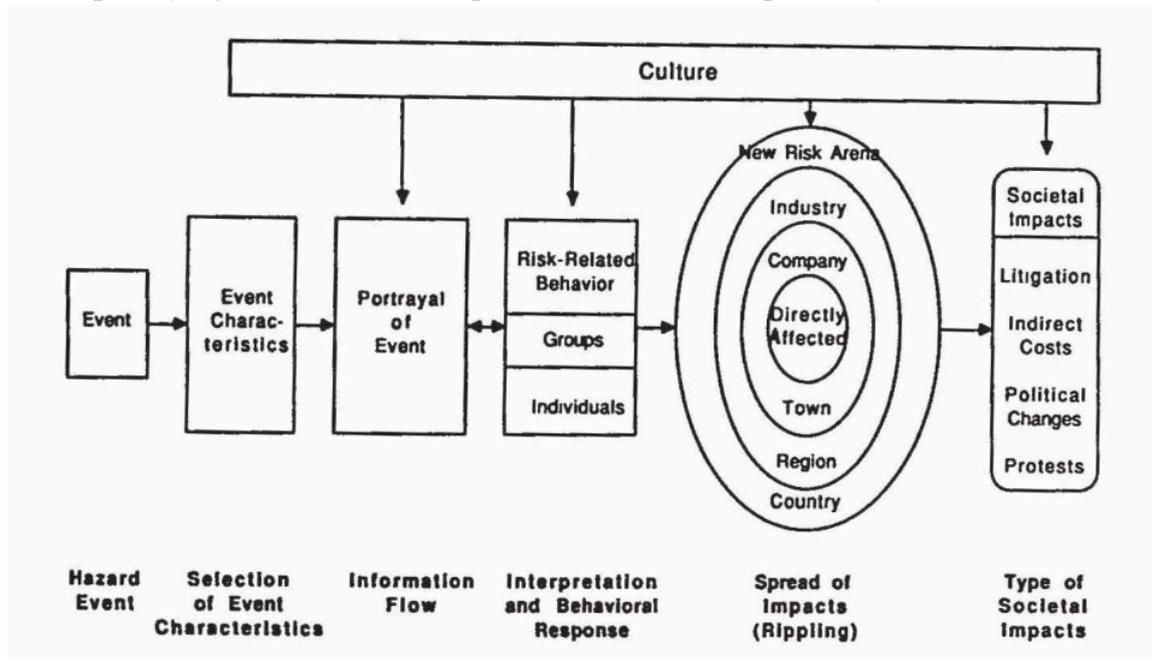
Informasi tentang polusi udara dari beragam sumber dikemas dengan berbagai sudut pandang dan memancing respon yang beragam dari warganet di Instagram, termasuk bagaimana warganet memandang adanya risiko kesehatan sebagai akibat dari polusi. Banyak akun yang menyoroti polusi udara Jakarta sejak Bulan Juli 2023, seperti @katadatacoid, @jktinfo, @napasidn, @greenpeaceid, dan lain-lain. Akun media sosial dari media massa *mainstream*, seperti @kumparancom dan @detikcom juga menampilkan konten terkait isu polusi udara Jakarta. Konten postingan yang disebar akun-akun ini berupa foto kondisi udara Jakarta yang penuh kabut disiang hari hingga membatasi jarak pandang, konten infografis yang merangkum ranking kualitas udara Jakarta dibanding kota lain di Indonesia dan dunia, serta infografis terkait nilai kualitas udara yang dikutip dari situs-situs penghitung kualitas udara, seperti IQAirvisual, Nafas, Udarakita, Air Quality, dan Breezometer. Postingan terkait isu polusi udara biasanya diberikan keterangan tagar (#) untuk memudahkan pencarian topik, tagar yang umum dipakai adalah #polusijakarta (10.000 postingan) dan lain sebagainya.

Namun demikian, dalam pengamatan sehari-hari, masih banyak dijumpai masyarakat Jakarta yang seperti tidak merasakan adanya bahaya polusi. Bahkan untuk hal-hal kecil, seperti menggunakan masker saat berada di tempat umum pun banyak yang tidak melakukannya. Masyarakat seakan tidak menganggap kondisi polusi yang terjadi sebagai sesuatu yang berisiko mengancam kesehatan maupun aspek lain dalam kehidupannya. Perilaku masyarakat yang biasa saja di tengah ramainya pemberitaan tentang polusi udara menjadi objek yang menarik untuk diteliti.

Konsep *The Social Amplification of Risk Framework* (SARF) yang diperkenalkan oleh Kasperson et al. (1988) menjelaskan aspek yang memengaruhi persepsi risiko seseorang. Menurut mereka, peristiwa risiko berinteraksi dengan proses psikologis, sosial dan budaya dengan cara yang dapat melemahkan atau menguatkan persepsi dan perilaku masyarakat terhadap risiko tersebut. Pola perilaku ini kemudian menimbulkan dampak sosial dan ekonomi sekunder yang selanjutnya memicu perlunya respon tindakan perlindungan (jika terjadi penguatan/amplifikasi) atau justru menghambat tindakan perlindungan yang diperlukan (jika terjadi pelemahan). Struktur sosial dan

proses pengalaman risiko, dampak yang diakibatkannya terhadap persepsi individu dan kelompok, serta dampak dari respons ini terhadap komunitas, masyarakat, dan perekonomian merupakan faktor-faktor yang memengaruhi amplifikasi risiko sosial.

Menurut Renn et al. (1992) sebagaimana terlihat pada Gambar 1, proses amplifikasi risiko dimulai dengan adanya peristiwa fisik misalnya wabah penyakit atau pengenalan dampak buruk misalnya seperti pemanasan global. Dalam kedua kasus tersebut, individu atau kelompok memilih karakteristik spesifik dari peristiwa atau aspek temuan penelitian, dan menafsirkannya sesuai dengan persepsi dan skema mental mereka. Interpretasi tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk pesan yang dikomunikasikan kepada individu dan kelompok lainnya.



Sumber: Renn, et al. (1992)

Gambar 1. Konsep Amplifikasi Risiko Secara Sosial

Menurut Snyder & Rouse (1995) pengaruh media terhadap persepsi risiko telah lama dianggap sebagai pembentuk penting persepsi risiko masyarakat. Khususnya ketika individu tidak memiliki pengalaman langsung atau pengetahuan tentang suatu bahaya dari berita yang diangkat oleh media, mereka cenderung mengandalkan media untuk mempelajari tentang bahaya tersebut (Oh et al., 2015). Dalam kerangka SARF, media berfungsi sebagai stasiun amplifikasi sosial yang membentuk pengalaman sosial mengenai risiko, baik dengan memperkuat atau melemahkan persepsi risiko masyarakat (Kasperson et al., 1988). Hal ini karena media tidak hanya memberikan pesan risiko, tetapi juga menafsirkan pesan risiko dalam penyampaiannya (Oh et al., 2021). Misalnya, ketika suatu wabah penyakit diberitakan secara besar-besaran dan sensasional oleh media, maka persepsi publik terhadap risiko penyakit tersebut dapat meningkat (Ali et al., 2019).

Individu atau kelompok mengumpulkan dan merespons informasi tentang risiko, dan bertindak sebagai “stasiun penguatan/amplifikasi” melalui respons perilaku atau komunikasi. Stasiun amplifikasi dapat berupa individu, kelompok, atau institusi (Renn et al., 1992). Dalam proses amplifikasi ini, manusia tidak hanya bertindak secara individu, tetapi juga sebagai bagian dari kelompok sosial sehingga terjadi dinamika dan pemrosesan risiko secara sosial. Unit sosial yang lebih besar ini disebut stasiun amplifikasi sosial. Individu dalam perannya sebagai anggota kelompok sosial tidak hanya mengikuti nilai-nilai pribadi dan pola interpretasinya, tetapi juga memandang informasi risiko berdasarkan aturan organisasi atau kelompok mereka. Selanjutnya,

respons perilaku dan komunikasi yang muncul kemungkinan besar akan menimbulkan dampak sekunder yang tidak hanya berdampak pada masyarakat yang terkena dampak langsung dari kejadian bahaya tersebut. Dampak sekunder, pada gilirannya, dirasakan oleh kelompok sosial dan individu sehingga tahap amplifikasi lainnya dapat terjadi dan menghasilkan dampak tingkat ketiga. Dampaknya bisa menyebar atau “bergetar” ke pihak lain, ke lokasi yang jauh, atau arena risiko lainnya. Setiap urutan dampak tidak hanya menyebarkan dampak sosial dan politik, namun juga dapat memicu (mengamplifikasi risiko) atau menghambat (melemahkan risiko).

Sebagai sebuah kerangka yang dicetuskan pada tahun 1980 hingga 1990-an, media dalam uraian di atas diwakili oleh peran media massa dalam mengartikulasikan sinyal risiko kepada publik. Media massa pada masa itu terbatas pada media cetak dan media penyiaran sebagai saluran utama dalam menyampaikan risiko kepada masyarakat (Kasperson et al., 2022). Namun, seiring dengan perkembangan media sosial yang luar biasa dewasa ini, pola komunikasi dan penyebaran informasi di masyarakat pun mengalami perubahan. Hal ini berdampak pada munculnya pola amplifikasi risiko melalui *platform* komunikasi secara daring. Dari hasil analisis isi terhadap percakapan di media sosial Twitter, Fellenor et al. (2018) menyatakan bahwa penggunaan tagar dan penyematan URL yang dilakukan pengguna Twitter di Inggris dalam membicarakan penyakit *ash dieback* memungkinkan mereka untuk sengaja memancing tanggapan tertentu dari para penerima pesan mereka. Hal ini sejalan dengan konsep media massa dalam SARF dimana liputan media dapat memengaruhi pentingnya suatu isu bagi publik, baik karena volume liputan atau agenda yang ditetapkan. Dengan demikian, media sosial mempunyai potensi untuk mengubah lanskap media di mana SARF awalnya dibentuk, sehingga menghadirkan tantangan baru dalam komunikasi risiko.

Media sosial sebagai media komunikasi baru yang didukung oleh teknologi informasi dapat dikatakan telah menjadi yang paling meluas. Ada daya tarik global dalam membentuk jaringan pribadi dan melakukan aktivitas sosial yang melampaui batas-batas tradisional tempat dan waktu, sekaligus memungkinkan pengiriman pesan langsung yang dibuat bersama dengan penyebaran yang luas di seluruh perangkat keras dan platform (McCaughey et al., 2014). Media sosial mendorong komunikasi yang lebih interaktif dan kolaboratif karena menyediakan platform untuk partisipasi sosial secara daring dalam komunitas yang berkepentingan (Flew & Iosifidis, 2020). Terdapat beberapa perbedaan substansial antara media sosial dan media tradisional seperti media massa dan penyiaran. Pertama, media sosial menarik lebih banyak orang dari pada media tradisional. Kedua, jejaring sosial memungkinkan lebih banyak interaktivitas dan komunikasi *many-to-many* dalam skala global daripada *one-to-many* seperti halnya pada media penyiaran. Ketiga, penerimaan cepat platform distribusi global secara dramatis menurunkan biaya untuk menjangkau khalayak internasional, dan membuat semua konten berpotensi dapat diakses di seluruh dunia, misalnya melalui pengeposan ulang oleh komunitas pengguna daring (Flew & Iosifidis, 2020).

Sementara itu, sejumlah penelitian lain telah menguji pengaruh terpaan media sosial pada persepsi risiko terhadap wabah penyakit tertentu. Namun, penelitian-penelitian tersebut tidak menggunakan SARF sebagai kerangka pemikiran dalam melakukan analisis hubungan di antara keduanya. Seperti penelitian Choi et al. (2017) yang menemukan pengaruh positif paparan media sosial pada persepsi risiko terhadap wabah penyakit *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) di Korea Selatan. Lalu penelitian Alrasheed et al. (2022) serta Angawi dan Albugmi (2022) yang menemukan adanya pengaruh media sosial terhadap persepsi risiko selama wabah COVID-19 di Arab Saudi.

Berdasarkan konsep teori dan hasil penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk menguji apakah terpaan informasi di media sosial berpengaruh pada persepsi risiko terhadap polusi udara. Jika berpengaruh, penulis ingin mengetahui lebih jauh seberapa besar pengaruh terpaan media sosial

terhadap persepsi risiko. Selanjutnya, dapat ditarik kesimpulan apakah media sosial telah memainkan peran sebagai salah satu stasiun amplifikasi sosial dalam konsep SARF seperti halnya media massa. Ketertarikan penulis muncul karena dari pengamatan sehari-hari penulis, ada kontradiksi dalam kenyataan di lapangan dimana perilaku masyarakat Jakarta secara umum tidak berubah secara signifikan meskipun berita mengenai polusi udara Jakarta terus viral di media sosial dalam waktu berbulan-bulan.

Berbeda dari penelitian sebelumnya yang menggunakan wabah penyakit sebagai objek penelitian, penelitian ini menggunakan polusi udara sebagai objek penelitian. Wabah penyakit dapat diidentifikasi secara langsung dampaknya terhadap kesehatan manusia, sehingga seseorang dapat merasakan secara langsung penderitaan dan akibat dari suatu penyakit. Sementara dampak polusi udara tidak dapat diidentifikasi secara langsung. Sebab, secara awam, seseorang tidak dapat menyatakan bahwa penyakit tertentu yang dideritanya disebabkan oleh polusi udara. Ini artinya masyarakat tidak dapat secara langsung menghubungkan antara dampak yang dirasakan dengan polusi udara sebagai penyebabnya. Penelitian ini dirancang untuk mengetahui apakah tingkat terpaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat persepsi risiko kesehatan masyarakat Jakarta terkait polusi udara di Jakarta. Penulis menyusun sebuah hipotesis penelitian sebagai berikut:

H0: Tidak ada hubungan antara tingkat terpaan media sosial dengan tingkat persepsi risiko kesehatan.

H1: Tingkat terpaan media sosial berpengaruh terhadap tingkat persepsi risiko kesehatan.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada konsep dari *The Social Amplification of Risk Framework* (SARF), dimana SARF yang diperkenalkan pada tahun 1980-an lebih berfokus pada peran media massa dalam mengamplifikasi persepsi risiko pada masyarakat. Penelitian tentang peran media sosial dalam membentuk persepsi risiko dapat menjadi peluang untuk pengembangan konsep SARF ke depannya (Kasperson et al., 2022). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis lebih lanjut terkait peran media sosial dalam SARF. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan signifikansi sebagai masukan untuk merancang strategi komunikasi yang efektif di masa depan dalam menghadapi ancaman kesehatan yang muncul.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Dalam penyusunan kuesioner penelitian, penulis tidak menggunakan definisi operasional variabel yang sama persis dengan konsep awal SARF. Hal ini bertujuan untuk dapat mengembangkan konsep SARF sesuai dengan perkembangan sosial terkini berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Variabel tingkat terpaan media sosial belum tercakup dalam konsep SARF. Untuk mengukurnya, peneliti menggunakan 5 indikator, 2 indikator diadopsi dari penelitian Alrasheed et al. (2022) serta 3 indikator dari penelitian Gu et al. (2023). Setiap indikator diukur dengan skala 6 poin mulai dari sangat tidak setuju/sangat jarang hingga sangat setuju/sangat sering. Responden ditanya mengenai frekuensi melihat gambar tentang polusi udara di Instagram, frekuensi melihat postingan tentang dampak kesehatan akibat polusi udara di Instagram, frekuensi melihat orang lain berkomentar pada postingan terkait polusi udara di Instagram, tingkat ketergantungan pada informasi di Instagram, serta tingkat kepercayaan pada informasi di Instagram. Kelima indikator tersebut dirata-rata untuk membuat indeks tingkat terpaan media sosial ($mean= 4,1394$, $SD= 0,93314$, $range= 1,40-5,80$, $cronbach\ alpha= 0,802$). Berdasarkan uji validitas, seluruh indikator dinyatakan valid dalam mengukur variabel tingkat terpaan media sosial.

Tingkat persepsi risiko dalam konsep SARF dibagi dalam 4 dimensi berdasarkan paradigma psikometri pada era 1980 hingga 1990-an, yakni ketakutan, kemampuan pengelolaan, perilaku menyalahkan, dan cara yang disukai dalam menangani risiko untuk menghindari peristiwa bahaya di masa depan (Renn et al., 1992). Dalam penelitian ini, penulis mencoba menggunakan konsep tingkat persepsi risiko yang banyak digunakan pada penelitian-penelitian terbaru. Tingkat persepsi risiko dalam penelitian ini diukur dengan 3 dimensi yang masing-masing terdiri dari 2 indikator. Dari 3 dimensi tersebut, 2 dimensi yakni tingkat kerentanan dan keparahan diadopsi dari penelitian Alrasheed et al. (2022), sedangkan 1 dimensi yakni pengendalian diadopsi dari penelitian Ning et al. (2020). Setiap indikator diukur dengan skala 6 poin mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Responden ditanya mengenai kekhawatiran terkena dampak kesehatan atau penyakit akibat polusi udara, kemungkinan terkena dampak kesehatan atau penyakit akibat polusi udara, tingkat keseriusan masalah polusi udara, tingkat bahaya yang ditimbulkan polusi udara, tingkat kesulitan mengendalikan polusi udara, dan tingkat kesulitan mengobati dampak kesehatan karena polusi udara. Keenam indikator tersebut dirata-rata untuk membuat indeks tingkat persepsi risiko ($mean=4,8211$, $SD=0,69895$, $range=2,67-6,00$, $cronbach\ alpha=0,787$). Keenam indikator dinyatakan valid dalam mengukur variabel tingkat persepsi risiko berdasarkan uji validitas. Operasionalisasi konsep yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Konsep

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Tingkat Terpaan media sosial	Sejauh mana khalayak menemukan pesan atau konten media tertentu dan apakah audiens terpapar pada ide-ide/pesan yang tersedia secara luas khususnya di platform media sosial.	-	Frekuensi melihat gambar
			Frekuensi melihat postingan tentang dampak kesehatan yang ditimbulkan
			Frekuensi melihat orang lain berkomentar pada postingan terkait
			Tingkat ketergantungan pada informasi di media sosial
			Tingkat kepercayaan pada informasi di media sosial
Tingkat Persepsi Risiko	Sejauh mana individu berpikir dan merasakan risiko penyakit tertentu atau perilaku negatif terhadap kesehatan, yang seringkali mengarah pada perilaku protektif.	Kerentanan (<i>susceptibility</i>)	Tingkat kekhawatiran terkena dampak
			Tingkat kemungkinan terkena dampak
		Keparahan (<i>severity</i>)	Tingkat keseriusan (kepentingan)

Lanjutan Tabel 1. Operasionalisasi Konsep

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
			Tingkat bahaya yang ditimbulkan
		Pengendalian (<i>controllabilit</i>)	Tingkat kesulitan mengendalikan
			Tingkat kesulitan mengobati

Untuk menghindari bias dari pengaruh latar belakang demografi responden terhadap tingkat persepsi risiko, penulis menggunakan variabel kontrol. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel sosial demografi, yakni jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan penghasilan bulanan. Untuk penyederhanaan, usia responden dibagi ke dalam golongan generasi. Sedangkan penggolongan penghasilan bulanan menggunakan kriteria Sosial Ekonomi Status (SES) yang ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS).

Selanjutnya penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini pada media sosial Instagram yang merupakan salah satu platform media sosial terpopuler di Indonesia. Pembatasan ini bertujuan agar jenis terpaan informasi yang didapatkan oleh responden memiliki karakteristik yang mirip karena berasal dari platform media sosial yang sama. Informasi dalam platform Instagram biasanya berupa gambar atau video yang disertai dengan *caption*, sementara informasi dari media sosial lain, seperti X atau Twitter misalnya, lebih dominan berupa teks. Selain itu, bentuk interaksi pengguna di antara kedua media sosial itupun berbeda. Perbedaan ini bisa jadi akan berpengaruh pada jawaban responden.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah warga Jakarta atau warga sekitar Jakarta yang sehari-harinya beraktivitas di Jakarta. Mereka adalah orang-orang yang merasakan secara langsung polusi udara di Jakarta. Sehubungan dengan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, maka tidak ada kerangka sampel dari populasi. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan salah satu teknik penarikan sampel non acak (*non probability sampling*), yaitu *purposive sampling/judgment sampling*. Sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti menetapkan kriteria responden dalam penelitian ini adalah warga Jakarta atau penduduk komuter dari sekitar Jakarta yang sehari-harinya beraktivitas di Jakarta, memiliki akun Instagram, dan terpapar informasi terkait polusi Jakarta di Instagram pada bulan Juli-September 2023, yakni saat isu dan informasi terkait polusi udara di Jakarta sedang marak dan viral di Instagram.

Untuk mempermudah penyebaran dan pengisian kuesioner oleh responden, kuesioner dibuat dalam bentuk *online* melalui platform *Qualtrics*. Pengumpulan data dilakukan dengan survei sekali waktu (*cross-sectional survey*) yang dilakukan pada tanggal 13 sampai dengan 21 November 2023. Tautan kuesioner dibagikan ke berbagai *platform* media sosial, seperti Whatsapp, Instagram, Twitter, dan Facebook. Untuk memastikan bahwa responden memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, kuesioner memuat pertanyaan mengenai domisili dan lokasi aktivitas sehari-hari responden, kepemilikan akun Instagram, dan apakah pernah mendapatkan informasi mengenai polusi udara Jakarta di Instagram pada rentang waktu bulan Juli hingga September 2023.

Setelah rentang waktu pengisian kuesioner berakhir, jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 150 orang. Namun, terdapat 11 orang yang tidak mengisi kuesioner dengan

lengkap. Selain itu, terdapat 30 orang yang tidak memenuhi kriteria responden yang telah ditetapkan. Dengan demikian jumlah responden yang memenuhi syarat sebanyak 109 orang.

Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan *software* SPSS versi 25.0. Analisis deskriptif statistik dilakukan terhadap karakteristik demografi dan kedua variabel penelitian. Selanjutnya regresi linier hierarki dilakukan untuk menguji hipotesis dan pertanyaan penelitian. Penulis memasukkan variabel independen ke dalam model regresi dalam blok. Variabel sosial demografi dimasukkan ke dalam blok pertama, diikuti oleh variabel terpaan media sosial pada blok kedua. Tingkat signifikansi statistik ditetapkan pada $p < 0,05$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

Tabel 2 menunjukkan karakteristik sosial demografi responden. Berdasarkan jenis kelaminnya, responden didominasi oleh perempuan (62,4%). Sementara berdasarkan usia, sebagian besar responden tergolong dalam generasi milenial atau Gen Y (80,7%). Adapun tingkat pendidikan responden didominasi oleh lulusan perguruan tinggi, dengan responden tamat S1 sebanyak 67,9% dan responden tamat S2 sebanyak 21,1%. Terakhir berdasarkan tingkat penghasilannya, sebagian besar responden tergolong dalam kategori SES A1 atau berpenghasilan di atas Rp7.500.000,00 per bulan, yakni sebanyak 63,3%.

Tabel 2. Karakteristik Sosial Demografi Responden (N=109)

Sosial Demografi	Frekuensi (%)
Jenis Kelamin	
Laki-Laki	41 (37,6%)
Perempuan	68 (62,4%)
Generasi	
Gen X (1965-1980)	5 (4,6%)
Gen Y (1981-1996)	88 (80,7%)
Gen Z (1997-2012)	16 (14,7%)
Tingkat Pendidikan	
Tamat SD	1 (0,9%)
Tamat SMA/SMK	6 (5,5%)
Tamat D3	5 (4,6%)
Tamat S1/D4	74 (67,9%)
Tamat S2	23 (21,1%)
Penghasilan Perbulan	
≤ Rp1.000.000,00	3 (2,8%)
Rp1.000.001,00 s.d. Rp1.500.000,00	2 (1,8%)
Rp1.500.001,00 s.d. Rp2.000.000,00	2 (1,8%)
Rp2.000.001,00 s.d. Rp3.000.000,00	6 (5,5%)
Rp3.000.001,00 s.d. Rp5.000.000,00	7 (6,4%)
Rp5.000.001,00 s.d. Rp7.500.000,00	20 (18,3%)
>Rp7.500.000,00	69 (63,3%)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Tabel 3 menyajikan hasil regresi linier hierarki. Pada blok 1 regresi linier hierarki, seluruh variabel kontrol yang terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan penghasilan per bulan tidak memiliki pengaruh signifikan pada persepsi risiko terhadap polusi udara Jakarta ($p > 0,05$). Sementara pada blok 2, tingkat terpaan media sosial Instagram memiliki pengaruh positif yang signifikan pada persepsi risiko terhadap polusi udara Jakarta ($\beta=0,168$, $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan tingkat terpaan berita dan informasi mengenai polusi udara di Instagram yang lebih tinggi akan memiliki persepsi risiko terhadap polusi udara yang lebih tinggi pula. Dengan demikian H1 dapat dibuktikan. Namun, R^2 atau koefisien determinasi hanya sebesar 5%, artinya pengaruh tingkat terpaan media sosial khususnya Instagram terhadap persepsi

risiko kesehatan hanya sebesar 5%. Sisanya sebesar 95% ditentukan oleh variabel lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Tabel 3. Regresi Hierarki yang Memprediksi Persepsi Risiko terhadap Polusi Udara Jakarta

Blok	Persepsi Risiko	P-Value
Blok 1 (Variabel Kontrol)		
Jenis Kelamin	0,117	0,399
Usia	-0,013	0,257
Tingkat Pendidikan	0,085	0,209
Penghasilan Per Bulan	-0,055	0,240
R ²	5,2%	
Blok 2 Terpaan Media Sosial		
Tingkat Terpaan Media Sosial Instagram	0,168	0,019*
R ²	5,0%	

Angka selain hasil R² merupakan *unstandardized regression coefficients*; **p-value* < 0,05

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

3.2 Pembahasan

Penelitian ini membuktikan bahwa terpaan informasi pada media sosial berpengaruh dalam membentuk persepsi masyarakat mengenai risiko kesehatan. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti penelitian Choi et al. (2017) yang menemukan bahwa paparan media sosial berhubungan positif dengan pembentukan persepsi risiko yang lebih tinggi pada masyarakat Korea Selatan selama wabah MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), kemudian penelitian Alrasheed et al. (2022) serta Angawi dan Albugmi (2022) yang menemukan bahwa paparan media sosial terkait Covid-19 berhubungan positif dengan pembentukan persepsi risiko terhadap wabah penyakit tersebut. Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengambil kasus wabah penyakit sebagai objek penelitian, penelitian ini mengambil kasus polusi udara yang dampaknya terhadap kesehatan tidak dapat secara langsung diidentifikasi dan dilihat dengan kasat mata. Meskipun demikian, informasi yang tersebar di Instagram mengenai polusi udara ternyata memengaruhi persepsi masyarakat terhadap bahaya yang ditimbulkan oleh polusi udara.

Konsistensi hasil penelitian ini dan penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial dapat dipandang sebagai salah satu *social station* dalam konsep *The Social Amplification or Risk Framework* (SARF). Sebagai salah satu *social station*, media sosial menghasilkan dan menyebarkan informasi kepada publik yang dampaknya dapat memperkuat atau melemahkan persepsi risiko, tergantung dari bagaimana pesan disajikan dan didiskusikan. Pada saat konsep SARF diperkenalkan pada tahun 1980-an, variabel *media coverage* dalam model hipotesis SARF merupakan domain liputan pers yang disampaikan melalui media massa. Sementara itu, dengan perkembangan teknologi internet seperti saat ini, media sosial menjadi media baru yang berperan dalam memberikan paparan informasi/pesan pada khalayak. Dalam menggunakan media sosial, individu dihadapkan pada sejumlah besar informasi yang kaya dari berbagai sumber (Li et al., 2023).

Kasperson (2022) masih meragukan peran dari media sosial karena adanya algoritma media sosial yang cara kerjanya ditentukan oleh pembuat platform media sosial tersebut. Seseorang mungkin mengklaim bahwa logika media sosial mendikte interaksi, jaringan komunikasi, dan prioritas konten yang menghasilkan jenis determinisme teknologi. Sehingga muncul pertanyaan apakah amplifikasi risiko dari media sosial masih merupakan suatu proses sosial? Menurut van Dijck & Poell (2013) media sosial memang memiliki kemampuan untuk memicu dan mengarahkan kontribusi kreatif atau komunikatif pengguna, sementara pengguna, melalui interaksi mereka dengan lingkungan berkode ini, dapat memengaruhi aliran komunikasi dan informasi yang diaktifkan oleh platform tersebut. Algoritma media sosial biasanya akan merekomendasikan konten

sesuai dengan aktivitas penggunaannya, sehingga peran pengguna tetap dominan meskipun ada campur tangan algoritma dalam interaksinya.

Dengan memasukkan peran media sosial ke dalam konsepnya, SARF dapat berkembang mengikuti dinamika perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan perkembangan dunia digital yang sangat pesat saat ini, peran media dalam mengamplifikasi risiko tidak hanya dilakukan oleh media massa tetapi juga media sosial. Selain itu, definisi persepsi risiko dalam konsep SARF perlu diperluas mengikuti perkembangan sosial dan hasil-hasil penelitian terbaru. Definisi persepsi risiko dalam konsep SARF yang didasarkan pada paradigma psikometri pada era 1980 hingga 1990-an meliputi ketakutan, kemampuan pengelolaan, perilaku menyalahkan, dan cara yang disukai dalam menangani risiko, perlu disempurnakan dengan dimensi kerentanan, keparahan, dan pengendalian.

Media sosial dalam hal ini Instagram, meski terbukti memengaruhi pembentukan persepsi risiko masyarakat, tetapi hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruhnya cukup lemah. Masih ada faktor lain yang lebih kuat dalam membentuk persepsi risiko masyarakat. Jika merujuk pada konsep awal SARF, faktor lain ini dapat berupa pemberitaan media massa dan pengalaman langsung mendapatkan konsekuensi fisik dari peristiwa berbahaya yang terjadi. Namun demikian, bukan berarti peran media sosial menjadi kurang penting. Sebab, dengan karakteristiknya yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, media sosial dapat meningkatkan efek riak (*ripple effect*) dalam waktu cepat dan dengan jangkauan luas bahkan secara global.

Meski bukan faktor yang dominan dalam membentuk persepsi masyarakat tentang suatu risiko, media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap risiko yang muncul. Pemerintah dan lembaga-lembaga terkait perlu memberi perhatian pada peran media sosial ketika berupaya melakukan persuasi kepada masyarakat. Dengan jumlah penggunaannya yang sangat besar dan terus bertambah, media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi mengenai isu-isu terkini kepada masyarakat. Kerja sama dengan akun-akun populer dan para *influencer* dapat mempercepat dan memperluas jangkauan penyebaran informasi. Menurut Ahmed et al. (2022), suatu topik dapat menjadi viral karena peran akun *influencer* serta akun media sosial dengan jaringan luas yang membagikan secara langsung atau memberikan tambahan pada konten aslinya. Metriks tingkat keviralan seperti jumlah *views*, *likes*, *share*, *mention*, dan komentar menunjukkan popularitas suatu konten media yang kemudian dapat berpengaruh pada keinginan sosial dan persepsi masyarakat terhadap konten tersebut (S. Park & Jung, 2023).

Dalam bidang komunikasi pemasaran, metriks tingkat keviralan atau yang juga disebut sebagai *social media reach* digunakan untuk mengukur perkembangan *brand awareness* dalam kampanye pemasaran digital melalui media sosial (Skytree, n.d.). Hal ini juga dapat diterapkan dalam komunikasi kesehatan. Misalnya, ketika Pemerintah atau lembaga terkait lainnya melakukan kampanye edukasi kepada masyarakat mengenai suatu peristiwa berbahaya di bidang kesehatan, maka peningkatan angka tingkat keviralan postingan dari waktu ke waktu menunjukkan peningkatan *awareness* atau kesadaran masyarakat mengenai topik yang diperbincangkan. Namun, sama halnya dengan peningkatan *brand awareness* dalam dunia pemasaran yang tidak selalu diikuti dengan peningkatan penjualan, peningkatan *awareness* akan suatu risiko kesehatan bisa jadi juga tidak selalu diikuti dengan peningkatan persepsi risiko, apalagi perubahan perilaku. Tetapi setidaknya, peningkatan *awareness* ini dapat menjadi pembuka untuk kampanye selanjutnya guna meningkatkan persepsi risiko yang pada tahap berikutnya dapat diikuti perubahan perilaku untuk menghadapi risiko tersebut.

Berbeda dengan informasi yang disebarakan melalui media massa yang bersifat satu arah, penyebaran informasi melalui media sosial memungkinkan adanya interaksi dan timbal balik secara

langsung. Dalam sebuah studi mengenai efek media sosial pada humas pemerintah daerah, dengan melakukan dialog dua arah melalui media sosial, petugas informasi publik melaporkan bahwa mereka mampu dengan cepat mengatasi kekhawatiran warga dan mengurangi perasaan dan komentar negatif (Graham, 2014). Dorongan untuk memberikan umpan balik positif dan negatif tersebut membuat upaya pemerintah untuk memberikan transparansi dan akuntabilitas menjadi lebih masuk akal. Selain itu, upaya pemerintah daerah dalam menggunakan media sosial tampaknya meningkatkan keterlibatan warga yang demokratis dan partisipatif (Graham, 2014). Lebih dari itu, komunikasi melalui media sosial juga meminimalkan hambatan budaya antara institusi yang memberikan layanan dengan masyarakat marjinal (Ems & Gonzales, 2015).

Media sosial menyediakan tempat dimana orang dapat mengekspresikan pendapatnya, bertukar pendapat, menyebarkan, dan mengontrol pesan dimana saja dan kapan saja (Jha, 2019). Kemudahan ini menyebabkan munculnya isu kredibilitas informasi di media sosial, dimana informasi yang beredar di media sosial belum tentu selalu benar. Kondisi ini dapat semakin memperkuat persepsi atas suatu isu yang sedang dibahas, tetapi juga sebaliknya dapat melemahkan persepsi atas isu tersebut. Salah satu penyebab terjadinya pelemahan persepsi atas suatu risiko adalah adanya ketidakpercayaan dan kekhawatiran misinformasi terhadap sumber-sumber media sosial serta ketidakkonsistenan dalam pesan yang disampaikan (Zhang & Cozma, 2022). Maka dari itu kredibilitas pesan dan sumber pesan harus diperhatikan.

Di sini kita dapat melihat bahwa baik media sosial maupun media massa memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Untuk dapat mencapai hasil yang optimal, kolaborasi antara kedua jenis media tersebut dapat menutupi kekurangan satu sama lain sehingga memberikan hasil yang lebih optimal. Media massa memiliki kredibilitas yang lebih baik karena informasi disajikan oleh lembaga resmi dan telah melalui prosedur jurnalistik. Sementara media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah yang dapat meningkatkan keterlibatan publik. Penggunaan media-media konvensional seperti iklan di televisi dan *billboard* di tempat-tempat umum juga dapat dipertimbangkan untuk memperluas jangkauan penyebaran informasi dan meningkatkan eksposur isu yang diangkat kepada masyarakat.

Sekali lagi, konsep-konsep dalam komunikasi pemasaran dapat digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi kesehatan. Konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) misalnya, menekankan pentingnya penyampaian pesan yang konsisten dan terpadu di semua saluran komunikasi (Schultz et al., 1993). Penggunaan strategi *omnichannel* (integrasi berbagai saluran komunikasi) yang mengangkat topik yang sama dan “satu suara” akan meningkatkan konsistensi dan kontinuitas pengalaman masyarakat tentang kejadian risiko. Hal ini akan menciptakan pengalaman yang kohesif pada masyarakat. Masyarakat diharapkan dapat memiliki pemahaman yang benar, kemudian memiliki kesadaran akan risiko yang mungkin terjadi. Selanjutnya kesadaran tersebut diharapkan dapat mengubah persepsinya yang pada gilirannya diikuti dengan perubahan cara bersikap dan bertindak dalam menghadapi risiko tersebut.

Pandemi Covid-19 mengajarkan bahwa menghadapi sebuah risiko kesehatan tidak hanya memerlukan intervensi perlindungan berbasis bukti, tetapi juga masyarakat yang memiliki informasi dan kooperatif yang menerima dan mematuhi intervensi tersebut. Namun, tanggapan masyarakat seringkali membingungkan atau bahkan tidak dapat menyesuaikan diri dengan keadaan. Hal ini karena masyarakat memiliki pengetahuan dari dua “guru” yang tidak sempurna. Pertama, masyarakat belajar dari materi simbolik dan deskriptif seperti peringatan, statistik, dan gambar. Kedua, seseorang belajar tentang risiko dari pengalaman pribadinya secara langsung. Masing-masing menyiratkan ambiguitas dan efek psikologis yang berbeda. Akibatnya, respon terhadap risiko dapat berbeda secara sistematis tergantung apakah orang tersebut belajar melalui satu cara, keduanya, atau tidak sama sekali. Pemahaman yang lebih baik mengenai keduanya beserta dampak

yang muncul ketika deskripsi dan pengalaman terjadi secara bersamaan akan memperkaya pemahaman tentang respon masyarakat terhadap risiko serta kemampuan untuk memprediksi dan memandu respon tersebut (Hertwig & Wulff, 2022).

Dalam melakukan persuasi kepada masyarakat, perlu dipertimbangkan pula kondisi masyarakat yang dituju. Apabila masyarakat belum begitu terhubung atau secara umum awam dengan isu yang diangkat, maka pendekatan rute periferal dapat digunakan sebagai strategi dalam berkomunikasi. Dalam rute periferal, pesan dikonsepsi agar tidak memerlukan analisis yang cermat dan mendalam, tetapi mampu menggugah emosi komunikan (Littlejohn dkk., 2017). Selain itu, kredibilitas sumber merupakan hal yang sangat penting (Griffin dkk., 2019). Sementara apabila masyarakat yang dituju telah memiliki perhatian atau keterlibatan yang tinggi pada suatu isu, maka pesan yang disampaikan perlu disertai dengan argumen-argumen yang kuat dan berkualitas (Manca dkk., 2020).

Penggunaan pesan yang sensasional dan menimbulkan rasa takut seperti membesar-besarkan kemungkinan dan keparahan risiko dapat meningkatkan keterlibatan (*engagement*) masyarakat. Namun, penggunaan pesan seperti itu juga dapat menyebabkan konsekuensi merugikan yang tidak diinginkan pada masyarakat. Sebab, pesan-pesan seperti itu melanggar prinsip etika, tidak akurat, serta meningkatkan stres dan kepanikan masyarakat. Selain itu juga justru dapat menurunkan minat masyarakat untuk mengambil tindakan yang direkomendasikan untuk menjaga diri dari ancaman kesehatan. Terlebih bagi orang yang memiliki penyakit mental, pesan-pesan seperti itu dapat menyebabkan terjadinya *exacerbations* dari gejala depresi dan kecemasan, sehingga perlu dilakukan modifikasi pesan (Maguire & Looi, 2022). Penggunaan pesan yang sensasional dan menimbulkan rasa takut dalam tingkat yang moderat di media sosial mungkin dapat meningkatkan efisiensi penyebaran pesan, meskipun hal ini masih memerlukan penelitian lebih lanjut (Ali dkk., 2019).

Masyarakat biasanya akan bereaksi secara proaktif terhadap risiko-risiko yang muncul yang mungkin berdampak pada mereka dengan mencari informasi risiko dari berbagai sumber (Sheeran et al., 2014). Oleh karena itu, memfasilitasi akses terhadap informasi risiko kesehatan yang memadai dan akurat adalah penting untuk mengurangi ketakutan masyarakat dan memungkinkan mereka memberikan tanggapan yang tepat terhadap krisis kesehatan yang terjadi (Park & Lee, 2018). Adanya komunikasi resmi dari negara akan memberikan dampak yang positif. Keterbukaan informasi dari pemerintah terkait risiko dan dampak yang muncul dapat menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat. Program kampanye dari pemerintah ini dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran dan motivasi masyarakat untuk menerapkan perilaku protektif (Lari & Al-Thani, 2022). Di samping itu, program kampanye pemerintah juga dapat menghindarkan masyarakat dari informasi palsu yang menyesatkan. Selain melalui jalur konvensional dan akun media sosial resmi, aplikasi-aplikasi resmi Pemerintah yang dapat diunduh di *smartphone* bisa menjadi salah satu alternatif *channel* untuk program kampanye ini.

Hal-hal yang telah diuraikan di atas perlu menjadi pertimbangan dalam menyusun strategi komunikasi risiko dan komunikasi kesehatan. Pemerintah atau lembaga terkait lainnya perlu mengkombinasikan berbagai saluran komunikasi untuk memberikan hasil yang lebih optimal. Namun, diseminasi informasi tidak akan efektif jika hanya sekedar dilaksanakan tanpa mempertimbangkan karakteristik, perilaku, dan kondisi masyarakat yang dituju. Selain itu, bagaimana efek pengemasan suatu pesan juga perlu dipahami sehingga dihasilkan sebuah strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

4. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan media sosial berpengaruh terhadap pembentukan persepsi masyarakat akan risiko kesehatan, meskipun bukan merupakan faktor yang dominan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya pada objek yang berbeda di negara lain. Penelitian sebelumnya menggunakan wabah penyakit sebagai objek penelitian, dimana wabah penyakit dapat secara langsung diidentifikasi dampaknya terhadap kesehatan. Sementara objek penelitian dalam penelitian ini adalah polusi udara yang tidak dapat secara langsung diidentifikasi dampaknya terhadap kesehatan.

Penelitian ini memberikan signifikansi teoretis mengenai peran media sosial merupakan salah satu *social station* dalam konsep *The Social Amplification or Risk Framework* (SARF). Meskipun muncul keraguan karena adanya algoritma dalam media sosial, tetapi aktivitas pengguna termasuk hubungan sosialnya yang dimediasi oleh platform, tetap berperan penting dalam menentukan aliran komunikasi dan informasi yang disediakan oleh platform media sosial. Lebih lanjut, konsep tingkat persepsi risiko yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi tingkat keparahan, tingkat kerentanan, dan pengendalian dapat ditambahkan untuk melengkapi definisi tingkat persepsi risiko dalam konsep SARF.

Dengan perkembangan dunia digital dewasa ini, media sosial memiliki peranan penting dalam penyebaran informasi dan komunikasi. Namun, berdasarkan hasil penelitian ini, media sosial bukanlah faktor yang dominan dalam memengaruhi persepsi masyarakat pada suatu risiko, sehingga perlu kombinasi dari berbagai *channel* komunikasi untuk mengkomunikasikan risiko kesehatan kepada masyarakat, tidak hanya media sosial, tetapi juga media massa dan media konvensional. Temuan ini dapat menjadi masukan bagi Pemerintah dan lembaga terkait lainnya dalam menyusun strategi komunikasi risiko kepada masyarakat. Dengan penggunaan strategi *omnichannel* ini, Pemerintah dan organisasi terkait lainnya dapat lebih optimal dalam mensosialisasikan isu-isu seputar kesehatan dan lingkungan yang selanjutnya akan membentuk persepsi risiko masyarakat terhadap masalah kesehatan dan lingkungan yang terjadi.

Dalam mendiseminasikan pesan yang ingin disampaikan, perlu terlebih dahulu disusun perencanaan dan strategi komunikasinya. Selain penggunaan berbagai saluran komunikasi secara terpadu, pengemasan pesan harus disesuaikan dengan karakteristik, perilaku, dan kondisi masyarakat. Lebih dari itu, efek pengemasan pesan juga perlu dipertimbangkan agar pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami. Dengan pemahaman yang benar dan kesadaran akan munculnya suatu risiko, masyarakat diharapkan dapat memiliki persepsi yang tepat pada risiko tersebut yang selanjutnya diikuti dengan penyesuaian dalam cara bersikap dan bertindak untuk menghadapi risiko tersebut.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, ketiadaan kerangka sampel menyebabkan pemilihan sampel dalam penelitian ini tidak dapat dilakukan secara acak, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan pada keseluruhan populasi. Kedua, penelitian dilakukan dengan survei secara daring, sehingga data yang didapatkan bergantung dari penilaian pribadi para responden. Hal ini memungkinkan terjadinya bias dalam pengukuran karena perbedaan persepsi penilaian antar responden. Ketiga, pengumpulan data dilakukan dengan *cross-sectional survey* pada bulan November 2023 dimana isu polusi udara di Jakarta bukan lagi menjadi isu yang viral di media sosial. Hal ini mungkin akan berpengaruh terhadap penilaian responden dalam mengisi poin-poin yang ditanyakan pada kuesioner. Terakhir, kami tidak mempertimbangkan sumber dan pengemasan pesan saat menguji efektivitas paparan pesan media sosial. Meskipun penelitian ini tidak berfokus pada pengaruh keterpaparan terhadap pesan tertentu melainkan keterpaparan terhadap media sosial Instagram secara umum, tetapi perbedaan sumber dan bagaimana informasi dikemas mungkin akan menghasilkan efek keterpaparan yang berbeda.

Beberapa keterbatasan penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai catatan untuk perbaikan pada penelitian-penelitian selanjutnya. Polusi udara sebagai sebuah masalah yang telah berpuluh-puluh tahun terjadi mungkin akan terus menghantui Jakarta di tahun-tahun mendatang, terutama saat musim kemarau tiba. Sebab, belum ada solusi konkret yang dapat secara signifikan mengatasi masalah ini. Hal ini membuka peluang dilakukannya penelitian lebih lanjut termasuk dalam hal pengkomunikasian risikonya. Penelitian selanjutnya di masa depan dapat mengeksplorasi lebih dalam mengenai pengaruh sumber dan pengemasan pesan, khususnya dalam konteks komunikasi risiko. Terakhir, mengingat terpaan media sosial Instagram bukanlah faktor yang dominan dalam membentuk persepsi risiko kesehatan, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih lanjut faktor-faktor lain yang memengaruhi persepsi risiko seperti paparan media sosial secara umum, paparan media massa, hingga pengaruh faktor fisik kejadian berbahaya yang dirasakan langsung oleh masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi mengisi kuesioner untuk penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, W., Fenton, A., Hardey, M., & Das, R. (2022). Binge Watching and the Role of Social Media Virality towards promoting Netflix's Squid Game. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 11(2), 222–234. <https://doi.org/10.1177/22779752221083351>
- Ali, K., Zain-ul-abdin, K., Li, C., Johns, L., Ali, A. A., & Carcioppolo, N. (2019). Viruses Going Viral: Impact of Fear-Arousing Sensationalist Social Media Messages on User Engagement. *Science Communication*, 41(3), 314–338. <https://doi.org/10.1177/1075547019846124>
- Alrasheed, M., Alrasheed, S., & Alqahtani, A. S. (2022). Impact of Social Media Exposure on Risk Perceptions, Mental Health Outcomes, and Preventive Behaviors during the COVID-19 Pandemic in Saudi Arabia. *Saudi Journal of Health Systems Research*, 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.1159/000525209>
- Angawi, K., & Albugmi, M. (2022). The impact of social media on risk perceptions during COVID-19 in Saudi Arabia. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2022.898041>
- Choi, D. H., Yoo, W., Noh, G. Y., & Park, K. (2017). The impact of social media on risk perceptions during the MERS outbreak in South Korea. *Computers in Human Behavior*, 72, 422–431. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.004>
- Ems, L., & Gonzales, A. L. (2015). Subculture-centered public health communication: A social media strategy. *New Media & Society*, 18(8), 1750–1767. <https://doi.org/10.1177/1461444815570294>
- Febriati, V. A. (2023, June 22). *Beranda Metro Masalah di Kota Jakarta, Mulai Dari Air Bersih Hingga Macet*. Tempo.Co. <https://metro.tempo.co/read/1740218/masalah-di-kota-jakarta-mulai-dari-air-bersih-hingga-macet>
- Fellenor, J., Barnett, J., Potter, C., Urquhart, J., Mumford, J. D., & Quine, C. P. (2018). The social amplification of risk on Twitter: the case of ash dieback disease in the United Kingdom. *Journal of Risk Research*, 21(10), 1163–1183. <https://doi.org/10.1080/13669877.2017.1281339>
- Flew, T., & Iosifidis, P. (2020). Populism, globalisation and social media. *International Communication Gazette*, 82(1), 7–25. <https://doi.org/10.1177/1748048519880721>
- Graham, M. W. (2014). Government communication in the digital age: Social media's effect on local government public relations. *Public Relations Inquiry*, 3(3), 361–376. <https://doi.org/10.1177/2046147X14545371>
- Griffin, E. M., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY TENTH EDITION*.

- Gu, X., Obrenovic, B., & Fu, W. (2023). Empirical Study on Social Media Exposure and Fear as Drivers of Anxiety and Depression during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, *15*(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15065312>
- Hertwig, R., & Wulff, D. U. (2022). A Description–Experience Framework of the Psychology of Risk. *Perspectives on Psychological Science*, *17*(3), 631–651. <https://doi.org/10.1177/17456916211026896>
- Humas UMM. (2023, August 18). *Ramai Polusi Udara Jakarta, Begini Kata Pakar UMM*. UMM. <https://www.umm.ac.id/id/berita/ramai-polusi-udara-jakarta-begini-kata-pakar-umm.html>
- IQAir. (n.d.). *Kualitas udara di Jakarta*. IQAir. Retrieved September 20, 2023, from <https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta>
- Jha, B. (2019). The Role of Social Media Communication: Empirical Study of Online Purchase Intention of Financial Products. *Global Business Review*, *20*(6), 1445–1461. <https://doi.org/10.1177/0972150919848912>
- Kasperson, R. E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H. S., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J. X., & Ratick, S. (1988). The Social Amplification of Risk: A Conceptual Framework. *Risk Analysis*, *8*(2), 177–187. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1988.tb01168.x>
- Kasperson, R. E., Webler, T., Ram, B., & Sutton, J. (2022). The social amplification of risk framework: New perspectives. *Risk Analysis*, *42*(7), 1367–1380. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/risa.13926>
- Lari, N., & Al-Thani, N. (2022). Patterns of compliance with COVID-19 preventive measures among the public in Qatar and Kuwait. *Global Social Policy*, *22*(3), 580–603. <https://doi.org/10.1177/14680181221092682>
- Li, J., Li, L., Liu, T., Ming, W., & Meng, S. (2023). Social media amplification of risk perceptions of and attitudes toward COVID-19 vaccination among older Chinese adults. *Chinese Journal of Communication*, *16*(2), 115–131. <https://doi.org/10.1080/17544750.2022.2134158>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Waveland Press Inc.
- Maguire, P. A., & Looi, J. C. L. (2022). Risk perception research informing recommendations for COVID-19 preventative health measures and public messaging. *Australasian Psychiatry*, *30*(5), 601–603. <https://doi.org/10.1177/10398562221117060>
- Manca, S., Altoè, G., Schultz, P. W., & Fornara, F. (2020). The Persuasive Route to Sustainable Mobility: Elaboration Likelihood Model and Emotions predict Implicit Attitudes. *Environment and Behavior*, *52*(8), 830–860. <https://doi.org/10.1177/0013916518820898>
- McCaughey, D., Baumgardner, C., Gaudes, A., LaRochelle, D., Wu, K. J., & Raichura, T. (2014). Best Practices in Social Media: Utilizing a Value Matrix to Assess Social Media’s Impact on Health Care. *Social Science Computer Review*, *32*(5), 575–589. <https://doi.org/10.1177/0894439314525332>
- Ning, L., Niu, J., Bi, X., Yang, C., Liu, Z., Wu, Q., Ning, N., Liang, L., Liu, A., Hao, Y., Gao, L., & Liu, C. (2020). The impacts of knowledge, risk perception, emotion and information on citizens’ protective behaviors during the outbreak of COVID-19: a cross-sectional study in China. *BMC Public Health*, *20*(1), 1751. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09892-y>
- Oh, S.-H., Lee, S. Y., & Han, C. (2021). The Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception. *Health Communication*, *36*(8), 972–981. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639>
- Oh, S. H., Paek, H. J., & Hove, T. (2015). Cognitive and emotional dimensions of perceived risk characteristics, genre-specific media effects, and risk perceptions: the case of H1N1 influenza in South Korea. *Asian Journal of Communication*, *25*(1), 14–32. <https://doi.org/10.1080/01292986.2014.989240>
- Park, H., & Lee, T. D. (2018). Adoption of E-Government Applications for Public Health Risk Communication: Government Trust and Social Media Competence as Primary Drivers. *Journal of Health Communication*, *23*(8), 712–723.

- Park, S., & Jung, J. (2023). The interplay between social media virality metrics and message framing in influence perception of pro-environmental messages and behavioral intentions. *Telematics and Informatics*, 78, 101947. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2023.101947>
- Renn, O., Burns, W. J., Kasperson, J. X., Kasperson, R. E., & Slovic, P. (1992). The social amplification of risk: Theoretical foundations and empirical applications. *Journal of Social Issues*, 48(4), 137–160. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1992.tb01949.x>
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1993). *Integrated Marketing Communications*. NTC Contemporary.
- Sheeran, P., Harris, P. R., & Epton, T. (2014). Does heightening risk appraisals change people's intentions and behavior? A meta-analysis of experimental studies. *Psychological Bulletin*, 140(2), 511–543.
- Skytree. (n.d.). 3 Metrik Utama untuk Mengukur Brand Awareness. Skytree. Retrieved September 11, 2024, from <https://www.skytreedgtl.com/insight/articles/3-metrik-utama-untuk-mengukur-brand-awareness>
- Snyder, L. B., & Rouse, R. A. (1995). The media can have more than an impersonal impact: The case of AIDS risk perceptions and behavior. *Health Communication*, 7, 125–145.
- Statista. (2023, August 23). *Penetration of leading social networks in Indonesia as of Q3 2022*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration/#:~:text=With%20a%20penetration%20rate%20of,used%20social%20network%20in%20Indonesia.>
- Syuhada, G., Akbar, A., Hardiawan, D., Pun, V., Darmawan, A., Heryati, S. H. A., Siregar, A. Y. M., Kusuma, R. R., Drijejana, R., Ingole, V., Kass, D., & Mehta, S. (2023). Impacts of Air Pollution on Health and Cost of Illness in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Enviromental Research and Public Health*, 20(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ijerph20042916>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Zhang, X. A., & Cozma, R. (2022). Risk sharing on Twitter: Social amplification and attenuation of risk in the early stages of the COVID-19 pandemic. *Computers in Human Behavior*, 126, 106983. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106983>