

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R. B., & Rodman, G. (2010). *Understanding Human Communication* (Agus Darma (Trans) (ed.)). Erlangga.
- Alo, L. (2011). *Komunikasi antar Personal*. Remaja Rosdakarya.
- Annur, C. M. (2021, November). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa? | Databoks*.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65.
<https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU). (2021). *Coronavirus COVID-19*. COVID-19 Dashboard.
- Christian, M. (2019). Telaah Keniscayaan Iklan Di Kanal Youtube Sebagai Perilaku Khalayak Di Kalangan Milenial. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(02), 141. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v5i02.1890>
- De Fleur, M. L. (1966). *Theories of Mass Communication* (3rd ed.). David McKay Company.
- De Fleur, M. L. (2016). Mass communication theories: Explaining origins, processes, and effects. In *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects*. <https://doi.org/10.4324/9781315663593>
- De Fleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1989). Theories of Selective Influence. In *Theories of Mass Communication* (5th ed., pp. 168–201). Longman.
- Démuth, A. (2013). *Perception Theories*. Towarzystwo Słowaków w Polsce.
- DeVito, J. A. (2006). *Essentials of human communication*. Allyn & Bacon.
- Dewi, R., Janitra, P. A., Janitra, P. A., Aristi, N., & Aristi, N. (2018). Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat. *Media Karya Kesehatan*, 1(2), 162–172. <https://doi.org/10.24198/mkk.v1i2.18721>
- Dihni, V. A. (2021, November). *Inilah 10 Negara dengan Pengguna Twitter Terbanyak, Ada Indonesia? | Databoks*.
- Grande, D., Gollust, S. E., Pany, M., Seymour, J., Goss, A., Kilaru, A., & Meisel, Z. (2014). Translating research for health policy: Researchers' perceptions and use of social media. *Health Affairs*, 33(7), 1278–1285.
<https://doi.org/10.1377/hlthaff.2014.0300>

- Huynh, T. L. D. (2020). The COVID-19 risk perception: A survey on socioeconomics and media attention. *Economics Bulletin*, 40(1), 1–8.
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19*. 7(02).
- Idrus, M. (2009). *Metode penelitian Ilmu Sosial*. PT. Gelora Akasara Pratama.
- Kant, I. (2006). *Anthropology from a Pragmatic Point of View* (R. Louden (ed.)). Cambridge University Press.
- Kirana, P. (2021). *Hubungan Terpaan Video Teori Konspirasi COVID-19 Deddy Corbuzier dan Persepsi Khalayak tentang Teori Konspirasi COVID-19 dengan Perilaku Khalayak dalam Mengikuti Protokol Kesehatan*. Universitas Diponegoro.
- Lidwina, A. (2021, February). *94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir / Databoks*.
- Malecki, K. M. C., Keating, J. A., & Safdar, N. (2021). Crisis Communication and Public Perception of COVID-19 Risk in the Era of Social Media. *Viewpoints*, 72(15 February), 699–704.
- Matherne, S. (2015a). Image and Kant's Theory of Perception. *Ergo an Open Access Journal of Philosophy*, 2(29), 737–777.
<https://doi.org/10.3998/ergo.12405314.0002.029>
- Matherne, S. (2015b). Images and Kant's Theory of Perception. *Ergo, an Open Access Journal of Philosophy*, 2(20201214), 737–777.
<https://doi.org/10.3998/ergo.12405314.0002.029>
- Moleong, L. J. (2004). *Metodelogi penelitian*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2000). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Rekatama Media.
- Nasucha, M., & Moenawar, M. G. (2020). Covid-19, Asimetri Dan Keterbukaan Informasi Publik. *Media, Komunikasi, Dan Informasi Di Masa Pandemi COvid-19*, 74–93.
- Patton, M. Q., & Priyadi, B. P. (2006). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Pertiwi, C. A., Prihantoro, E., & Nuraeni, Y. (2018). Motif Penggunaan dan Terpaan Media Akun Instagram terhadap Persepsi Khalayak. *Jambore Nasional Komunikasi II*, 94–101.

- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rahmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Razmerita, L., Kirchner, K., & Nielsen, P. (2016). What factors influence knowledge sharing in organizations? A social dilemma perspective of social media communication. *Journal of Knowledge Management*, 20(6), 1225–1246. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2016-0112>
- Richard, W. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Salemba Humanika.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Organizational Behavior* (15th Editi). Pearson Education Inc.
- Sarvaes, J. (2008). *Communication for Development and Social Change*. SAGE Publications Ltd.
- Sarwono, S. W. (2016). *Pengantar Psikologi Umum*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Suharman. (2005). *Psikologi Kognitif* (ke-8). Erlangga.
- Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Fakultas Psikologi UGM.
- Worldometers. (2020, March). *COVID-19 Coronavirus Pandemic*. Our World in Data.
- Zigman, P. (2018). *Theories of Perception and Recent Empirical Work*. The City University of New York.

LAMPIRAN

Lampiran I Interview Guide

“PERSEPSI *FOLLOWERS* @PANDEMICTALKS TERHADAP AKUN INSTAGRAM PANDEMICTALKS SEBAGAI MEDIA INFORMASI COVID-19”

(Studi pada *Followers* Instagram @pandemictalks)

Habib Majid Sururi – UPN Veteran Yogyakarta

IDENTITAS INFORMAN

Nama :

No HP :

Email :

Alamat :

Usia :

Pekerjaan :

INTERVIEW GUIDE (Pertanyaan Umum):

1. Dalam satu hari seberapa sering anda membuka dan atau menggunakan Instagram?
2. Sudah berapa lama anda mengikuti akun Instagram @Pandemictalks dan sejak kapan?
3. Apa yang anda memutuskan mengikuti akun Instagram @Pandemictalks?
4. Apakah akun Instagram @Pandemictalks selalu menjadi rujukan informasi Anda terkait Covid-19?
5. Jika ya, apa alasan Anda mempercayai akun Instagram @Pandemictalks sebagai rujukan informasi Anda terkait Covid-19?

(Persepsi Followers Terhadap Akun @Pandemictalks)

1. Apakah anda merasa bahwa informasi yang dirangkum dalam akun Instagram @pandemictalks cukup lengkap?
2. Apakah informasi yang disajikan dalam akun Instagram @pandemictalks cukup menarik?
3. Menurut anda apakah konten dari pandemictalks memenuhi kebutuhan informasi mengenai COVID-19 anda?
4. Menurut anda konten yang diunggah oleh @Pandemictalks bersifat seperti apa?
5. Apakah akun Instagram @pandemictalks memberikan/menyajikan informasi yang konsisten mengenai Pandemi COVID-19?
6. Menurut anda bagaimana intensitas unggahan dari pandemictalks?

(Persepsi Followers Terhadap Akun @Pandemictalks)**Unggahan Informatif**

1. Menurut anda apakah informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan berasal dari sumber yang terpercaya?
2. Apakah informasi yang disampaikan cukup untuk memberikan gambaran tentang bagaimana Pandemi COVID-19 berlangsung?
3. Apakah menurut anda informasi yang disampaikan dapat dijadikan bahan diskusi dalam menyikapi COVID-19?
4. Melalui informasi yang disampaikan dan anda terima melalui akun tersebut, adakah perasaan tertentu yang anda rasakan? Apakah anda merasa cemas atau

khawatir tentang COVID-19? apakah anda merasa waspada tentang COVID-19?
Apakah anda tidak merasakan sesuatu yang signifikan tentang COVID-19 (Biasa saja)?

Unggahan Edukatif

1. Menurut anda apakah edukasi yang disampaikan dapat dipercaya dan berasal dari sumber yang terpercaya?
2. Bagaimana penyajian unggahan edukatif @Pandemictalks?
3. Menurut Anda bagaimana konten edukasi @Pandemictalks?
4. Setelah memperoleh konten edukasi dari @Pandemictalks apa yang anda lakukan?

Unggahan Kritik

1. Menurut anda apakah kritik yang disampaikan melalui akun tersebut relevan atau berdasar, bagaimana menurut anda?
2. Bagaimana bentuk kritik yang disampaikan oleh @Pandemictalks?
3. Menurut anda bagaimana kritik yang disampaikan?

Desain

1. Menurut anda bagaimana desain konten @Pandemictalks, dilihat dari pemilihan warna, penggunaan warna, pemilihan ilustrasi, dan pemilihan font?

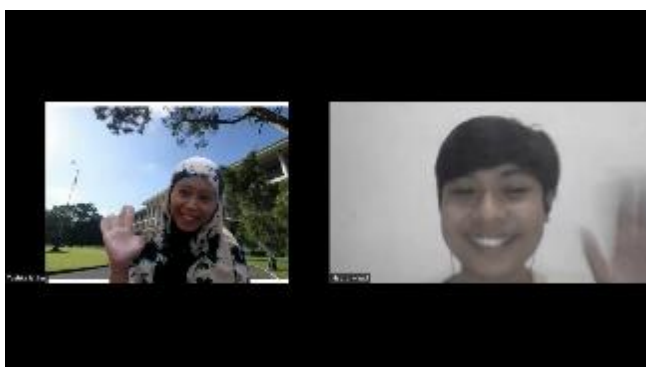
(Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi)

1. Menurut anda kedekatan informasi dan lingkungan anda menjadi faktor yang menarik minat pada akun tersebut?
2. Dalam keadaan seperti apa anda membuka akun Instagram @Pandemictalks?

3. Apakah menurut anda ukuran, penempatan foto, penggunaan warna, template unggahan, jumlah unggahan, dan gambar mempengaruhi anda untuk mengikuti akun Instagram tersebut?
4. Apakah ukuran penempatan objek bisa menampilkan informasi secara detail?
5. Menurut anda bagaimana warna yang digunakan dalam unggahan @Pandemictalks?
6. Apakah jumlah unggahan mempengaruhi anda mengikuti @Pandemictalks?
7. Apakah bentuk informasi mempengaruhi anda untuk mengikuti akun Instagram tersebut?
8. Bagaimana pendapat anda setelah mengikuti akun Instagram tersebut? Apakah ada pengaruh atau efek tertentu?
9. Adakah ciri khusus yang dari @Pandemictalks?

Lampiran II Data Informan

1. Nama : Yustika Istifari
Usia : 22 Tahun
Pekerjaan : Peneliti
Domisili : Sleman, Yogyakarta



2. Nama : Dandi Dwi Prasetyo

Usia : 24 Tahun

Pekerjaan : Relawan

Domisili : Yogyakarta



3. Nama : Restu Aji

Usia : 23 Tahun

Pekerjaan : Perawat

Domisili : Gunungkidul, Yogyakarta



4. Nama : Antonius Yoyok

Usia : 26 Tahun

Pekerjaan : Guru SD

Domisili : Sleman, Yogyakarta

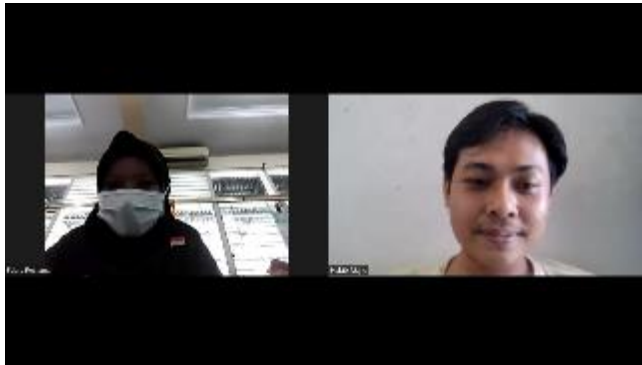


5. Nama : Febry Restiana Putri

Usia : 23 Tahun

Pekerjaan : CASN

Domisili : Yogyakarta



6. Nama : Ikhsansha Jazmine Aldida

Usia : 23 Tahun

Pekerjaan : Fresh graduate

Domisili : Yogyakarta



7. Nama : Karima Rossa

Usia : 21 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Domisili : Yogyakarta



8. Nama : Ibrahim Nurul Huda
Usia : 20 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Domisili : Surakarta



9. Nama : Safri Damarjati
Usia : 24 Tahun
Pekerjaan : Freelance
Domisili : Yogyakarta

