

Pengaruh Program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” terhadap Keberhasilan Program 5M pada Masa Pandemi Covid-19

Lintang faradilaningtyas¹, Rini Darmastuti²

^{1,2}Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia
e-mail: ¹602018004@student.uksw.edu, ²rini.darmastuti@uksw.edu

Abstract

Mass communication is a communication method used by government organizations, to communicate a public policy to the public, many types of media used by governments to support the success of the information provided. The Salatiga movement at Home Alone is a public policy in the form of programs made by the government, during the Covid-19 pandemic. The purpose of this writing is to examine the effect of the Salatiga movement at home alone on the 5m government program, during the Covid-19 pandemic. This study was conducted with a quantitative approach and the type of research used is descriptive type with sampling. Based on the regression test used to determine the relationship and influence between the needs obtained in terms of psychology, social, and health in the Salatiga Movement program at home alone, to the satisfaction that is met in terms of psycholgi, social, and education in the 5m program. So with the influence of the relationship between the needs met to the satisfaction obtained, produce a positive impact on the achievement of the Salatiga Movement program at home alone, in helping to optimize the 5m program.

Keywords: *Salatiga movement at home only; Covid-19; 5M Program*

Abstrak

Komunikasi massa merupakan metode komunikasi yang digunakan organisasi pemerintahan, untuk mengkomunikasikan suatu kebijakan publik kepada masyarakat, banyak jenis media yang digunakan pemerintah untuk mendukung keberhasilan informasi yang diberikan. Gerakan Salatiga di Rumah Saja merupakan kebijakan publik berupa program yang dibuat pemerintah, pada masa pandemic Covid-19. Tujuan penulisan ini adalah untuk menguji pengaruh Gerakan Salatiga di Rumah Saja terhadap program pemerintah 5M, pada masa pandemic Covid-19. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif dengan penarikan sampel. Berdasarkan uji regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara kebutuhan yang didapat dalam hal psikologi, sosial, serta kesehatan dalam program Gerakan Salatiga di Rumah Saja, terhadap kepuasan yang terpenuhi dalam hal psikolgi, sosial, serta pendidikan dalam program 5M. Jadi dengan adanya pengaruh hubungan antara kebutuhan yang terpenuhi terhadap kepuasan yang didapat, menghasilkan dampak positif bagi tercapainya program Gerakan Salatiga di Rumah Saja, dalam membantu mengoptimalkan program 5M.

Kata Kunci: *Gerakan Salatiga di Rumah Saja; Covid-19; Program 5M*

PENDAHULUAN

Dalam berbagai bidang kehidupan, komunikasi menjadi suatu hal yang penting dan mendasar. Hovland (1948:371, dalam Wiryanto, 2004) (Terawan et al., 2020.) (Rustandi, 2020) (Srigati, 2015) (Kurnia, 2020), mendefinisikan komunikasi adalah “*The process by verbal an individual (the communication) transmits stimuli (usually verbal symbol) to modify, the behaviour of other individu*” (Komunikasi adalah proses di mana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain). Komunikasi menjadi suatu kegiatan pokok yang wajib diterapkan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang pemerintahan. Dalam pengkomunikasian program pemerintah terhadap masyarakat haruslah dilakukan secara efektif. Dengan melakukan komunikasi yang efektif, akan memunculkan tanggapan atau respons yang positif serta memunculkan kepercayaan dari masyarakat yang diwujudkan melalui tindakan dari masyarakat itu sendiri, dalam bentuk menjalankan kebijakan yang dibuat. Serta dalam suatu kebijakan yang mana berupa aturan atau program pemerintah ini haruslah dikomunikasikan dengan baik kepada masyarakat, agar tahu tanggapan dari masyarakat mengenai kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, apakah sudah sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat atau belum.

Dalam bidang pemerintahan, suatu kebijakan publik yang dikeluarkan dikomunikasikan kepada masyarakat luas. Dalam menyampaikan suatu pesan, perlu memperhatikan jenis komunikasi yang digunakan, agar seorang komunikator tahu harus bagaimana suatu informasi atau pesan ini di sampaikan, seperti menggunakan metode hingga saluran seperti apa yang digunakan, agar informasi yang disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik dan sampai pada komunikan sesuai apa yang diharapkan komunikator. Cangara, (2003) (Zaini, 2014) (Saragih, 2019) (Syarief, 2017) (Surentu et al., 2020) Media massa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain sebagainya. Komunikasi massa merupakan tipe komunikasi yang digunakan pemerintah dalam menjalankan tugasnya dalam menyampaikan atau menginformasikan mengenai berbagai kebijakan publik yang dibuat.

Komunikasi massa yang dilakukan oleh pemerintah disebut juga komunikasi pemerintah, yang mana komunikasi pemerintah adalah kegiatan penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah terhadap masyarakat atau publik dalam mencapai tujuan negara. Dan komunikasi pemerintah juga mengacu pada tujuan, peranan, serta praktek komunikasi langsung ataupun tidak terhadap kepentingan masyarakat luas (Taufik, 2021) (Tasik et al., 2020) (Lontaan et al., 2021) (Simbolon & Khairifa, 2018) (Luas et al., 2020).

Leo Agustino (2008, dalam Hariyanto Eri 2019) (Cristianingsih, 2020) (Sutmasa, 2021) (Hamidah, 2020) (Alkadafi, 2014) , Kebijakan Publik adalah serangkaian tindakan atau kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kemungkinan-kemungkinan (kesempatan-kesempatan) dimana kebijakan tersebut diusulkan agar berguna dalam mengatasinya untuk mencapai tujuan yang dimaksud. Dalam mengkomunikasikan program yang ada pemerintah membutuhkan berbagai saluran untuk mendukung proses penyampaian informasi yang dilakukan serta keefektifan dalam mengkomunikasikan kepada seluruh masyarakat, mulai dari penggunaan media sosial hingga media massa seperti radio.

Pandemi Covid-19 merupakan permasalahan besar yang terjadi saat ini, permasalahan yang dialami hampir di semua negara, termasuk di Indonesia. Permasalahan kesehatan yang

terjadi ini tidak hanya merugikan bidang kesehatan saja tetapi juga dalam bidang ekonomi, sosial, hingga pendidikan. Dari berbagai permasalahan yang terjadi ini, tentunya pemerintah berupaya keras untuk menangani permasalahan yang terjadi. Program 5M (Mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menghindari kerumunan, dan mengurangi mobilitas) adalah salah satu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk mengatasi permasalahan pandemi Covid-19 di Indonesia. Dari upaya yang sudah dilakukan pemerintah dengan mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, ternyata angka pertumbuhan kasus pandemi Covid-19 tetap menunjukkan angka kenaikan drastis di setiap daerah di Indonesia, salah satunya adalah Kota Salatiga.

Kota Salatiga adalah salah satu kota kecil yang ada di Jawa Tengah, yang mengalami angka kenaikan yang drastis pada kasus pandemi Covid-19. Padahal program pemerintah pusat “5M” sudah dikampanyekan ke seluruh daerah. Tetapi kenyataannya Kota Salatiga menunjukkan angka kenaikan yang drastis, pada bulan Juli 2021, dan Tegalrejo menjadi daerah penyumbang terbesar angka kenaikan Covid-19 di Kota Salatiga, sehingga menjadi sebuah permasalahan yang harus diteliti pada tahun 2021. Dengan permasalahan yang ada, dapat dikatakan bahwa program 5M kurang efektif untuk menekan pertumbuhan Covid-19, seperti di Kota Salatiga.

Penyampaian suatu informasi yang dilakukan sudah dengan berbagai cara seperti menggunakan media baru bahkan media massa, tapi memang pemerintah Kota Salatiga khususnya Diskominfo Kota Salatiga sebagai divisi yang bertanggung jawab penuh atas informasi kepada publik, kurang melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat, sehingga tidak terjadi dialog interaktif antara pemerintah dan masyarakat sendiri, padahal dari dialog interaktif yang terjadi justru akan mendapatkan suatu informasi berupa pendapat atau anggapan dari masyarakat yang justru hal tersebut yang akan membantu meningkatkan kemajuan kota, termasuk penyelesaian kasus Covid-19 yang terjadi. Dengan penduduk kurang lebih 193.386 jiwa seharusnya dalam menekan pertumbuhan Covid-19 lebih mudah, tetapi justru kenaikan yang terjadi sama seperti kota besar lainnya yang memiliki penduduk lebih dari 193.386. Dari permasalahan yang terjadi inilah pemerintah Kota Salatiga berupaya untuk menekan kasus pertumbuhan Covid-19, dengan mengeluarkan kebijakan publik berupa program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja”. Penelitian yang dilakukan di tahun 2021 sebagaimana dilihat dari kondisi pertumbuhan kasus yang sudah terjadi, sehingga pada tahun 2022 menjadi suatu urgensi penelitian dengan topik Pengaruh Gerakan Salatiga di Rumah Saja Terhadap Program 5M Pada Masa Covid-19.

Gerakan Salatiga di Rumah Saja, adalah program yang dikeluarkan pemerintah Kota Salatiga untuk menekan kenaikan kasus Covid-19 di Kota Salatiga. program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja”, yang ditetapkan dalam Surat Edaran (SE) Wali Kota nomor 4431/545/101/1. Semua komponen masyarakat wajib melaksanakan program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” program ini dibuat dalam rangka membantu menyelesaikan program 5M secara total, yang mana semua aktifitas diluar ditiadakan, kecuali unsur yang terkait dengan sector esensial seperti kesehatan, kebencanaan, keamanan, logistik, dan kebutuhan pokok masyarakat. Walaupun hanya dilakukan di hari minggu saja, program yang di komunikasikan pada bulan Juli ini, sangat menunjukkan keefektifitasannya dalam menekan pertumbuhan Covid-19 di Kota Salatiga.

Penyampaian kepada masyarakat Kota Salatiga mengenai program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” ini dengan mengampanyekan secara langsung (orasi), melalui media massa

(radio), media sosial (Instagram, twitter, dan Facebook) hingga dikomunikasikan dalam videotron. Dengan berjalannya program ini setelah kenaikan angka kasus Covid-19 pada bulan Juli dengan angka rata-rata kasus 1025, terjadi penurunan kasus di bulan Agustus dengan angka rata-rata 218 serta di bulan September semakin menunjukkan angka penurunan yang drastis, dengan angka rata-rata kasus 38, dan menunjukkan tingkat kesembuhan 95%. Berdasarkan data dan penjelasan di atas, maka artikel penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Gerakan Salatiga di Rumah Saja Terhadap Program 5M pada Masa Pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif menurut Creswell (2009, dalam Kusumastuti, 2020) metode penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variable. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif untuk menjelaskan suatu gambaran fenomena atau situasi yang sedang terjadi pada saat ini, dalam hal ini adalah kasus Pandemi Covid-19, Resseffendi (2010, dalam Prayuda, 2021) mengatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memakai observasi, wawancara, atau angket mengenai keadaan sekarang ini, tentang subjek yang sedang diteliti.

Peneliti melakukan *survey* dengan *purposive sampling* atau *judgemental sampling* yang mana cara penarikan sampel yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner, menurut (Sugiyono, 2014) merupakan teknik data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dan Studi Dokumentasi, menurut (Arikunto, 2006) adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari benda-benda tertulis seperti buku, majalah dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan, transkrip, administrasi, dan sebagainya yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Teknik analisis Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi sederhana agar dapat menentukan hubungan dan pengaruh antara *variable X* dan *Y*.

Penggunaan metode kuantitatif dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui hubungan serta pengaruh antar variable Gerakan Salatiga di Rumah Saja (*X*) dan Program 5M (*Y*), serta untuk mengukur keberhasilan program pemerintah Kota Salatiga yaitu “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” terhadap tercapainya keberhasilan program 5M untuk menekan angka pertumbuhan Covid-19 di Kota Salatiga. Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif peneliti melakukan survey dengan menentukan terlebih dahulu subjek yang akan diteliti sesuai dengan kriteria spesifik yang akan dijadikan sampel penelitian, Masyarakat pada Kelurahan Tegalrejo Kota Salatiga menjadi sampel dalam penelitian ini, karena masyarakat daerah Kelurahan Tegalrejo cukup menyumbangkan angka positif Covid-19 di Kota Salatiga terbanyak dibandingkan daerah Kota Salatiga yang lain, selain itu juga menggunakan data penunjang yang diambil dari dokumen atau suatu sumber informasi. Lokasi penelitian “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” dilakukan di Kota Salatiga Jawa Tengah, dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2022 sampai selesai. Teknik analisis regresi yang digunakan untuk membantu mencari hasil terkait hubungan serta pengaruh antara variable Gerakan Salatiga di Rumah Saja (*X*) dan Program 5M (*Y*), dalam menekan angka kenaikan Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dalam pengaruh program gerakan Salatiga di Rumah Saja terhadap keberhasilan program pemerintah 5M pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Tegalorejo Kota Salatiga, dengan alasan Tegalorejo adalah salah satu daerah yang ada di Kota Salatiga yang memiliki persentase kenaikan angka Covid-19 paling tinggi diantara kelurahan–kelurahan yang lain di Kota Salatiga.

Sebagai dijelaskan dalam teori *uses and gratifications*. Menurut pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, *uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis, sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan yang berlainan (Atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barang kalau termasuk juga tidak kita inginkan (Pamungkas, 2015:28). Jadi teori ini untuk menentukan kebutuhan serta kepuasan akan kebutuhan yang terpenuhi dalam hal ini adalah media yang digunakan untuk mendapatkan informasi.

Dalam penelitian ini, setiap *variable* di bagi menjadi 3 kategori. Sesuai dengan teori *uses and gratifications* yang mana dalam teori membahas tentang kebutuhan dan kepuasan terkait informasi yang didapat. Sehingga dalam hal ini mengenai kebutuhan akan dilihat dari pengaruh program gerakan Salatiga di Rumah Saja, sedangkan kepuasan disini dilihat dari keberhasilan program pemerintah 5 M. 3 kategori *variable* ini yaitu dalam hal psikologi, sosial, dan kesehatan. Pada penelitian ini 10% responden dari penelitian ini dijadikan sampel penelitian.

Tabel 1. Pengetahuan Masyarakat Terkait Program

No	Respon	Jumlah	Persentase
1.	Mengetahui	86	86,9%
2.	Tidak Mengetahui	13	13,1%
	Total	99	100%

Mengenai program yang di buat oleh pemerintah yaitu “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” 86 responden dengan persentase (86,9%) mengetahui program yang dibuat oleh pemerintah Kota Salatiga ini. Sedangkan 14 responden dengan persentase (13,1%) tidak mengetahui adanya program, dengan alasan 14 responden tersebut adalah seorang pendatang. Sedangkan pemerintah dalam menyampaikan informasi yang ada tidak hanya melalui pemerintah pusat Kota Salatiga saja secara langsung, tetapi juga melalui RT/RW membantu untuk memberikan informasi. Karena para pendatang tidak mengikuti kanal media nform serta media massa pemerintah Kota Salatiga, yang mana justru pemerintah menggunakan kanal-kanal tersebut untuk menyampaikan informasi, sedangkan informasi yang mereka dapat dari RT/RW kurang informatif.

Dalam hal ini penulis akan membahas terkait pengaruh kebutuhan psikologi dalam hal ini pada Gerakan Salatiga di Rumah Saja (X), terhadap kepuasan psikologi yang diperoleh dalam hal ini adalah program pemerintah 5M (Y). Berikut adalah table hasil hubungan antara varabel X dan Y.

Tabel 2. Pengaruh Kebutuhan Psikologi terhadap Kepuasan Psikologi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10.516	2.430		4.329	.000
	Kebutuhan psikologi	.466	.070	.562	6.691	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan psikologi

Mengenai pengaruh kebutuhan psikologi terhadap kepuasan psikologi, jika dilihat dari perbandingan antara r hitung dengan r table, $6,691 > 1,984$ kebutuhan psikologi yang terpenuhi dengan kepuasan psikologi yang didapat mempunyai hubungan yang linier. Jadi kebutuhan psikologi yang terpenuhi dalam hal ini adalah berupa hiburan yang mereka dapat baik dari media whatsapp, media sosial, bahkan radio, selama mereka menjalankan program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja”, karena dengan menggunakan media whatsapp, media sosial, dan radio diharapkan dapat memberikan hiburan agar masyarakat tidak merasa bosan dan stress selama mereka tidak diperbolehkan melakukan aktifitas diluar rumah. Seperti menurut *statement* Denis Mc.Quail mengenai karakteristik dari media terutama pada media sosial yaitu dapat memberikan hiburan bagi penggunaanya (Gunawan Budi, 2021) (Hapsari & Pamungkas, 2019) (Lubis, 2014) (Drakel et al., 2018).

Tabel 3. Pengaruh Kebutuhan Sosial terhadap Kepuasan Sosial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	9.040	1.693		5.339	.000
	Kebutuhan sosial	.658	.090	.598	7.339	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan sosial

Selanjutnya dalam hal ini penulis akan membahas terkait pengaruh kebutuhan sosial dalam hal ini pada Gerakan Salatiga di Rumah Saja (X), terhadap kepuasan sosial yang diperoleh dalam hal ini adalah program pemerintah 5M (Y). Berikut adalah table hasil hubungan antara varabel X dan Y.

Selanjutnya pengaruh kebutuhan sosial terhadap kepuasan sosial, kedua variable menunjukkan, dalam hal ini t hitung lebih besar dari t table $7,339 > 1,984$ maka hubungan antara keduanya saling berhubungan atau linier. Kebutuhan sosial yang terpenuhi melalui media whatsapp, dan media sosial mempengaruhi tingkat kepuasan sosial, dalam hal ini Cahyono (2016, dalam Halim Fitria, 2020) (Rafiq, 2020) (Sukrillah et al., 2017) (Khatimah, 2018), Kehadiran media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Dalam program ini tentunya memiliki aturan pembatasan sosial, sedangkan manusia sebagai makhluk sosial sangat sulit untuk tidak melakukan interaksi sosial. Jadi dengan menggunakan media whatsapp, dan media sosial, dapat memenuhi kebutuhan sosial mereka selama dirumah saja. Terpenuhinya kebutuhan sosial selama dirumah saja ini tentunya membawa pengaruh positif bagi keberhasilan program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” karena mereka tetap merasa interaksi sosial mereka tetap berjalan dengan baik meskipun berada

dirumah saja. Pengaruh positif akan keberhasilan program ini juga membawa dampak positif pula bagi keberhasilan program 5M.

Dan yang terakhir membahas terkait pengaruh kebutuhan kesehatan dalam hal ini pada Gerakan Salatiga di Rumah Saja (X), terhadap kepuasan kesehatan yang diperoleh berupa informasi kesehatan terkait pandemi Covid-19 yang berhubungan dengan program pemerintah 5M (Y). Berikut adalah table hasil hubungan antara varabel X dan Y.

Tabel 4. Pengaruh Kebutuhan Kesehatan terhadap Kepuasan Kesehatan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.242	1.670	4.335	.000	
	Kebutuhan kesehatan	.390	.047	.648	8.371	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan kesehatan

Dan yang terakhir mengenai pengaruh kebutuhan informasi seputar kesehatan terhadap kepuasan informasi seputar kesehatan yang didapat. Jika dilihat dari perbandingan antara r hitung dengan r table, yaitu dalam hal ini bernilai $8,371 > 1,984$ kebutuhan informasi seputar kesehatan yang terpenuhi dengan kepuasan informasi seputar kesehatan yang didapat mempunyai hubungan yang linier. Dalam menjalankan program yaitu “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” masyarakat tetap dapat memenuhi kebutuhan informasi seputar kesehatan melalui media yang ada seperti whatsapp, media sosial, bahkan radio. Karena dalam penggunaannya media sosial digunakan untuk mendapatkan dan menyampaikan informasi kepada publik, jika dilihat dari sisi positif penggunaan media sosial (Halim Fitria, 2020) (Untari & Fajariana, 2018) (Idea, 2019) (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Memang dimasa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini sangat penting bagi masyarakat untuk tahu perkembangan informasi seputar kesehatan. Dan disini meskipun berada dirumah saja masyarakat tetap dapat memenuhi kebutuhan informasi seputar kesehatan secara maksimal, dari sinilah tingkat kepuasan yang masyarakat peroleh maksimal pula

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Pengaruh Program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” Terhadap Keberhasilan Program Pemerintah 5M pada Masa Pandemi Covid-19, Jadi terdapat pengaruh antara Gerakan Salatiga di Rumah Saja terhadap kebutuhan psikologi. Terlihat t hitung ($6,691$) $>$ t table ($1,984$) yang berarti kebutuhan psikologi yang terpenuhi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan psikologi yang diperoleh. Karena dalam program ini hiburan memang merupakan faktor penting yang harus didapat oleh masyarakat Kota Salatiga yang menjalankan program Gerakan Salatiga di Rumah Saja, agar masyarakat tidak merasa bosan dan stress akibat pembatasan sosial yang terjadi.

Tidak hanya kebutuhan psikologi yang penting untuk diperoleh masyarakat tetapi faktor kebutuhan sosial juga penting untuk diperoleh masyarakat meskipun dilakukannya pembatasan sosial oleh pemerintah. Dengan adanya whatsapp serta media sosial, terbukti

sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sosial meskipun dalam keadaan menjalankan program Gerakan Salatiga di Rumah Saja. Jadi terdapat pengaruh keberhasilan program Gerakan Salatiga di Rumah Saja terhadap kebutuhan sosial yang terpenuhi. Dilihat dari $t_{hitung} (7,339) > t_{table} (1,984)$ yang berarti kebutuhan sosial yang terpenuhi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan sosial yang diperoleh. Dalam hal ini meskipun masyarakat dalam keadaan di rumah saja tetapi masyarakat masih bisa memperoleh kebutuhan sosial dan merasa puas atas kebutuhan sosial yang didapat meskipun melalui media online seperti whatsapp atau media sosial.

Faktor kesehatan juga tak kalah penting dengan faktor sosial dan psikologi terkait pelaksanaan program Gerakan Salatiga di Rumah Saja. Karena meski dalam keadaan dirumah saja penting sekali untuk selalu update tentang permasalahan kesehatan, apalagi pada saat kondisi pandemi Covid-19. Karena Covid-19 merupakan permasalahan besar dalam bidang kesehatan yang terjadi di Indonesia. Jadi diharapkan masyarakat peduli akan semua informasi kesehatan yang ada, meskipun masyarakat berada dirumah saja karena adanya pembatasan sosial yang terjadi, masyarakat harus tetap update untuk mencari informasi seputar kesehatan meskipun secara online (whatsapp dan media sosial). Terlihat $t_{hitung} (8,371) > t_{table} (1,984)$ yang berarti kebutuhan kesehatan yang terpenuhi mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan program Gerakan Salatiga di Rumah Saja, karena terdapat kepuasan kesehatan yang diperoleh mengenai informasi yang didapat masyarakat. Jadi meskipun masyarakat berada dirumah saja tetapi masyarakat masih bisa tetap mendapatkan informasi seputar kesehatan melalui media online.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengaruh program “Gerakan Salatiga di Rumah Saja” (X) yang dilihat berdasarkan pemenuhan kebutuhan psikologi, sosial, maupun dalam hal kesehatan, mempunyai dampak atau pengaruh terhadap keberhasilan program 5M (Y) yang dilihat pula berdasarkan tingkat kepuasan baik dalam hal psikologi, sosial, maupun kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkadafi, M. (2014). Penguatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengelolaan Kelembagaan Badan Usaha Milik Desa Menuju Asean Economic Community 2015. *Jurnal El-Riyasah*, 5(1), 32–40.
- Arikunto, S. (2006). Metode penelitian kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Cangara, H. (2003). Dimensi Komunikasi. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Cristianingsih, E. (2020). Implementasi Kebijakan Administrasi Kependudukan Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi*, 12(2).
- Drakel, W. J., Pratiknjo, M. H., & Muliarti, T. (2018). Perilaku mahasiswa dalam menggunakan media sosial di Universitas Sam Ratulangi Manado. *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*.
- Gunawan Budi. (2021). *Medsos di Antara Dua Kutub: Sisi Baiknya Luar Biasa, Sisi Buruknya Bisa Membuat Binasa*. PT. Rayyana Komunikasindo. Halim Fitria. (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Media Sains Indonesia.

- Hamidah, D. (2020). Kebijakan Pendidikan Dalam Kebijakan Publik. *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan*, 9(1), 34–44.
- Hapsari, S. A., & Pamungkas, H. (2019). Pemanfaatan google classroom sebagai media pembelajaran online di universitas dian nuswantoro. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 225–233.
- Hariyanto Eri. (2019). *Komunikasi Publik di Era Industri 4.0: Memetik Pelajaran dari Strategi Komunikasi Utang Pemerintah*.
- Idea, S. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal*.
- Khatimah, H. (2018). Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119–138.
- Kurnia, D. I. (2020). *Daya Tarik Band The Panturas Dalam Menggunakan Youtube Sebagai Media Promosi Musik (Studi Deskriptif Daya Tarik Band The Panturas Dalam Menggunakan Youtube Sebagai Media Promosi Musik)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Kusumastuti, A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Lontaan, H. D., Sondakh, M., & Pasoreh, Y. (2021). Komunikasi Pemerintah Tentang Upaya Pencegahan Covid-19 di Desa Tounolet Kecamatan Kakas. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2).
- Luas, A. F., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Menunjang Program Pengurangan Kemasan Plastik Pada Masyarakat Kelurahan Tosuraya Barat. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
- Lubis, E. E. (2014). Potret media sosial dan perempuan. *Jurnal Paralela*, 1(2), 97–106.
- Pamungkas. (2015). *SKRIPSI*. 30.
- Prayuda, K. (2021). Analisis Berpikir Kritis Siswa Kelas X IPS Terhadap Hasil Belajar SMAN 4 Duri. *Jurnal Agregat: Journal of Economic Education and Economics Business*, 2(2), 19–29.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rustandi, R. (2020). Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi. *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam*, 8(3), 301–322.
- Saragih, M. Y. (2019). Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 12.
- Simbolon, B. R., & Khairifa, F. (2018). Strategi Komunikasi Pemerintahan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pembangunan Desa Wisata Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 26(3), 606–619.
- Srigati, B. (2015). Pemilihan Media Dalam Pengambilan Keputusan. *Lantip: Jurnal Ilmu*

Sosial Dan Ekonomi Universitas Respati Yogyakarta, 5(2), 10.

- Sugiyono, P. D. (2014). Populasi dan sampel. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, 291, 292.*
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2017). Pemanfaatan media sosial melalui Whatsapp group FEI sebagai sarana komunikasi. *Jurnal Komunikatio, 3(2).*
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi, 2(4).*
- Sutmasa, Y. G. (2021). Memastikan Efektivitas Implementasi Kebijakan Publik. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti, 4(1), 25–36.*
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi, 8(3).*
- Tasik, K., Londa, J. W., & Rembang, M. (2020). Peran Komunikasi Pemerintah Dalam Menginformasikan Program Badan Usaha Milik Desa Gunaan Kecamatan Mooat. *Acta Diurna Komunikasi, 2(1).*
- Taufik, A. (2021). *Manajemen Pemerintahan.* Global Aksara Pers.
- Terawan, L. J. T. N. I. D. D., Putranto, A., & Rad, S. (n.d.). *Magister Manajemen Dan Bisnis Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor. 2020.*
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 2(2), 271–278.*
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Grasindo.
- Zaini, A. (2014). Dakwah Melalui Media Cetak. *AT-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2(2).*