

**EFEKTIVITAS MEDIA MASSA ONLINE
(WEBSITE KESEHATAN HALODOC) DALAM MEMBANGUN
HEALTH AWARENESS DI KALANGAN SISWA SMA ISLAM
AL AZHAR 12 KOTA MAKASSAR**

**OLEH:
ANGGRIANI**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2022

**EFEKTIVITAS MEDIA MASSA ONLINE
(WEBSITE KESEHATAN HALODOC) DALAM MEMBANGUN
HEALTH AWARENESS DI KALANGAN SISWA SMA ISLAM
AL AZHAR 12 KOTA MAKASSAR**

**OLEH:
ANGGRIANI
E021181012**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2022**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Efektivitas Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) Dalam Membangun Health Awareness Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Anggriani

Nomor Induk : E021181012

Departemen : Ilmu Komunikasi

Makassar, 21 Februari 2022

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.

NIP. 196201181987021001

Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si.

NIP. 195910011987022001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENGESAHAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanudin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relation. Pada Hari Kamis Tanggal Sepuluh Bulan Maret Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua.

Makassar, 10 Maret 2022

TIM EVALUASI

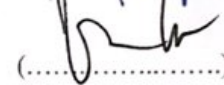
Ketua : Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si


(.....)

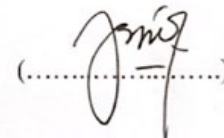
Sekretaris : Nosakros Arya, S.Sos, M.I.Kom


(.....)

Anggota : 1. Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si


(.....)

2. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si


(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggriani
Nomor Pokok : E021181012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul :

Efektivitas Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun Health Awareness di kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar

Adalah karya tulisan sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain, saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya.

Makassar, 10 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



Anggriani

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbilalamin, dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, serta salam dan solawat kepadanabi dan Rasul akhir zaman, yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dankelancaran kepada saya untuk melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Efektivitas Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) dalam Membangun *Health Awareness* di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar”**.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis cintai dan hormati yang secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Khususnya kepada kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang selalu memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan masa studi dengan baik. Doa-doa baik dan ikhtiar yang terlaksanakan selalu mengiringi langkah demi langkah penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari berbagai segala macamsuka dan duka selama proses penyusunan, namun berkat bimbingan, dorongan, bantuan

dan kerja sama dari berbagai pihak maka, Alhamdulillah hal ini bisa diatasi.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar- besarnya terhadap beberapa pihak yang ikut dalam membantu penulis menyusun skripsi ini:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si., selaku pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan tambahan ilmu yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan Ibu Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si., selaku pembimbing 2, yang selalu bersedia meluangkan waktunya, menasehati dan memberikan masukan tentang skripsi sekaligus sebagai Penasehat Akademi yang selalu memberikan masukan dari semester awal hingga semester akhir.
2. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. Sudirman Karnay, M.Si., beserta seluruh dosen pengajar Departemen Ilmu Komunikasi, atas segala ilmu, fasilitas, dukungan, dan motivasinya. Semoga apa yang kalian berikan menjadi ladang pahala untuk diri kalian sendiri.
3. Teman – teman Pengurus Kosmik periode 2020/2021 yang telah memberikan banyak kesempatan, ilmu yang penulis butuhkan, amanah, pengalaman serta wadah yang disediakan selama masa studi ini.
4. Kepada Izza, Winda, Ate, Helen dan Dien yang telah menjadi saksi bagaimana perjalanan telah dan akan terus dibangun kedepannya. Kehidupan kampus dijalani akan terasa berbeda tanpa celaan, candaan dan pengalaman kalian.

5. Teman-teman angkatan penulis yaitu Altocomulus yang telah saling membantu, berbagi pengalaman dan pengetahuan di berbagai kesempatan, semoga kalian sehat selalu.
6. Kelas Ilmu Komunikasi B, atas pandangan dan pemikiran baru yang hadir disetiap harinya dalam menjalankan masa studi. Semoga kalian senantiasa selalu diberikan petunjuk dan kesehatan.
7. Kepada orang-orang baik, Kak Teguh, Kak Iluh, Kak Resky, Kak Ninis, Kak Rara, Kak Akhyar, Kak Ilmi dan masih banyak lagi yang tidak mampu untuk penulis sebutkan satu per satu.
8. Teman-teman sekampung, Eky, Muni, Fandi, Isra, Wawan Afdal, Hilman, Utti, Nadya atas kehadiranmu dari masa maba hingga akhir studi. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kesuksesan.
9. Fadhil atas kemurahan hatinya dan kehadirannya di saat – saat semester akhir yang memberikan semangat dan motivasi untuk segera menyelesaikan tugas akhir kuliah. Masa depan tidak ada yang tahu seperti apa jalannya. Semoga selalu diberikan kesehatan sekeluarga.
10. Mr. Yus selaku guru SMA Islam Al Azhar 12 Makassar beserta staff tata usaha yang sudah membantu proses administrasi dan pembagian kuisisioner offline dan online selama proses penelitian berlangsung. Terima kasih atas kebaikan hati dan waktu yang diberikan di kala proses pembelajaran sedang berlangsung.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari segudang kelemahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi sederhana ini, untuk itu penulis selalu membuka diri dan menerima koreksi, kritik dan saran sebagai upaya penyempurnaan. Terlepas dari kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya, Aamiin.

Makassar, 20 Februari 2022

Penulis

ABSTRAK

ANGGRIANI. Efektivitas Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) Dalam Membangun Health Awareness di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar. (Dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Jeanny Maria Fatimah).

Tujuan penelitian ini ialah : (1) Untuk mengetahui intensitas penggunaan Media Massa Online (Website Halodoc) di kalangan siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar; (2) Untuk mengetahui bagaimana perhatian siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar terhadap gaya hidup sehat; (3) Untuk mengetahui efektivitas Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun Health Awareness di kalangan siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan pendekatan asosiatif korelasional. Teknik pengumpulan data melalui Kuesioner dan studi Pustaka. Populasi dari penelitian ini adalah Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar. Sampel penelitian ditentukan dengan *probability sampling*. Jumlah Populasi dari penelitian ini yaitu sejumlah 96 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan Taro Yamene sehingga diperoleh sampel berjumlah 77 orang. Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Versi 28.0.1.1 (14).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Tingkat intensitas penggunaan Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) pada Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar berada pada kategori “Sangat Tinggi”. (2) Perhatian siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar terhadap gaya hidup sehat dengan makan makanan bergizi dan seimbang, istirahat yang cukup, mengelola stress dengan baik, olahraga secara teratur berada pada kategori “Tinggi”. (3) Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat efektivitas yang signifikan antara penggunaan Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun Health Awareness pada Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar.

Kata Kunci : Media Massa Online, Website Kesehatan Halodoc, Health Awareness, SMA Islam Al Azhar 12 Makassar.

ABSTRACT

ANGGRIANI. *The Effectiveness of Online Mass Media (Halodoc Health Website) in Building Health Awareness Among Students of Al Azhar 12 Islamic High School Makassar City.* (Supervised by Andi Alimuddin Unde and Jeanny Maria Fatimah).

The aims of this study are: (1) To determine the intensity of the use of Online Mass Media (Halodoc Website) among students of SMA Islam Al Azhar 12 Makassar; (2) To find out how the attention of students of SMA Islam Al Azhar 12 Makassar to a healthy lifestyle; (3) To determine the effectiveness of Online Mass Media (Halodoc Health Website) in building Health Awareness among students of SMA Islam Al Azhar 12 Makassar.

This research uses a quantitative research method with a correlational associative approach. Data collection techniques through questionnaires and library studies. The population of this study was students of SMA Islam Al Azhar 12 Makassar. The research sample was determined by probability sampling. The total population of this research is 96 people. The sampling technique used Taro Yamane so that a sample of 77 people was obtained. The collected data was then processed using the IBM SPSS Version 28.0.1.1 application (14).

The results of this study indicate that (1) The intensity level of the use of Online Mass Media (Halodoc Health Website) in Al Azhar 12 Makassar Islamic High School Students is in the "Very High" category. (2) The attention of students of SMA Islam Al Azhar 12 Makassar to a healthy lifestyle is in the "High" category. (3) The results of the correlation analysis show that there is a significant effect between the use of Online Mass Media (Halodoc Health Website) in building Health Awareness in students of SMA Islam Al Azhar 12 Makassar.

Keywords: Online Mass Media, Halodoc Health Website, Health Awareness, Al Azhar 12 Islamic High School Makassar.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	x
ABSTRAC	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Kerangka Konseptual Penelitian	10
1. Media Massa	10
2. Komunikasi Kesehatan.....	15
3. <i>Health Awareness</i>	18
E. Hipotesis	19
F. Definisi Operasional.....	20
G. Metode Penelitian.....	21
1. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	21
2. Tipe Penelitian.....	21
3. Populasi dan Sampel	22
4. Teknik Penentuan Data	24
5. Teknik Analisis Data	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
A. Komunikasi Kesehatan.....	29
B. Media Massa	30

C.	Website Kesehatan Halodoc.....	33
D.	Health Awareness.....	35
E.	Teori Uses and Gratifications.....	36
BAB III	GAMBARAN UMUM	39
A.	SMA Islam Al Azhar 12 Makassar	39
B.	Media Massa Online (Wesite Kesehatan Halodoc).....	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A.	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	46
B.	Pengujian Reliabilitas Instrumen	48
C.	Deskriptif Variabel Penggunaan Website Halodoc.....	49
D.	Variabel Penggunaan Website Halodoc	50
E.	Deskriptif Variabel Health Awareness.....	62
F.	Variabel Persepsi Health Awareness.....	63
G.	Analisis Efektivitas Variabel X terhadap Variabel Y	74
1.	Asumsi Normalitas	74
2.	Asumsi Heteroskedastisitas	75
H.	Hasil Estimasi Efektivitas Variabel X terhadap Variabel Y	76
I.	Pengujian Koefisien Determinasi	76
J.	Pengujian Hipotesis	77
1.	Uji Hipotesis Stimulan	77
2.	Uji Hipotesis Parsial	78
K.	Pembahasan	80
BAB V	PENUTUP	84
A.	Kesimpulan.....	84
B.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		93

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Ringkasan Hasil Validitas	47
Tabel 4.2 Ringkasan Hasil Realibilitas	48
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (X).....	49
Tabel 4.4 Variabel Penggunaan Website Kesehatan Halodoc	51
Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan Website Kesehatan Halodoc pada Siswa	52
Tabel 4.6 Penggunaan Website Kesehatan Halodoc dalam sehari	53
Tabel 4.7 Penggunaan Fitur Chat Website Kesehatan Halodoc pada Siswa.....	54
Tabel 4.8 Penggunaan Fitur Foto dan Video pada Website Kesehatan Halodoc pada Siswa.....	55
Tabel 4.9 Penggunaan konten dan informasi kesehatan Website Kesehatan Halodoc pada Siswa	56
Tabel 4.10 Penggunaan fitur Berbagi Cerita di Website Kesehatan Halodoc pada Siswa.....	57
Tabel 4.11 Penggunaan Website Kesehatan Halodoc sebagai sumber informasi kesehatan gaya hidup sehat pada Siswa	58
Tabel 4.12 Penggunaan Berbagi Informasi pada Siswa	59
Tabel 4.13 Tingkat Kepercayaan siswa pada Website Kesehatan Halodoc	60
Tabel 4.14 Ketertarikan terhadap informasi Website Kesehatan Halodoc	61
Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel (Y).....	62
Tabel 4.16 Variabel Perilaku Health Awareness	63
Tabel 4.17 Siswa mengikuti Langkah Gaya Hidup Sehat.....	64
Tabel 4.18 Siswa Inisiatif Sendiri Mengikuti Langkah Gaya Hidup Sehat	65
Tabel 4.19 Siswa mengingatkan teman pentingnya menjaga Gaya Hidup Sehat	66
Tabel 4.20 Siswa penting berbagi informasi yang benar tentang Langkah Gaya Hidup Sehat	67

Tabel 4.21 Siswa berhenti melakukan aktivitas yang Tidak Baik untuk Kesehatan	68
Tabel 4.22 Siswa memberitahu dan menjelaskan kepada teman tentang Langkah Gaya Hidup Sehat	69
Tabel 4.23 Siswa khawatir jika teman tidak mengikuti Langkah Gaya Hidup Sehat.....	70
Tabel 4.24 Siswa mencari solusi Kesehatan Gaya Hidup Sehat.....	71
Tabel 4.25 Pendapat Siswa mengenai Langkash Gaya Hidup Sehat sebagai Perilaku Health Awareness	72
Tabel 4.26 Pendapat Siswa mengenai informasi Langkah Gaya Hidup Sehat	73
Tabel 4.27 Hasil Pengujian Kolmogorov-Smirnov.....	75
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Glejser Test.....	76
Tabel 4.29 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.30 Hasil Pengujian Hipotesis Simultan.....	78
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Hipotesis Parsial	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tren Internet dan Media Massa Tahun 2020.....	4
Gambar 1.2 Data Waktu Pengguna Mengakses Media Tahun 2020.....	5
Gambar 1.3 Siklus Informasi.....	14
Gambar 1.4 Kerangka Konsep.....	19
Gambar 3.1 Logo SMA Islam Al Azhar 12 Makassar.....	39
Gambar 3.2 Logo Website Halodoc.....	41
Gambar 3.3 Fitur Website Halodoc	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi kesehatan merupakan studi mengenai komunikasi antar manusia maupun komunikasi bermedia yang berkaitan dengan usaha kesehatan dan usaha promosi kesehatan. Komunikasi kesehatan mengarah pada jalannya proses komunikasi dan pesan yang menyelimuti isu kesehatan. Meskipun komunikasi kesehatan merupakan cabang keilmuan yang baru, namun perkembangannya berlangsung dengan pesat, bersamaan dengan semakin banyaknya publikasi di bidang komunikasi kesehatan. Alasan utamanya adalah karena tantangan dalam mempromosikan kesehatan kepada masyarakat yang semakin kompleks.

Komunikasi kesehatan pada hakikatnya adalah komunikasi yang dilakukan di ranah kesehatan yang dilakukan untuk mendorong tercapainya keadaan atau status yang sehat secara utuh, baik fisik, mental, maupun sosial. Komunikasi kesehatan memiliki relasi yang kuat dengan usaha manusia untuk menjaga kesehatannya, baik ditingkat individu, kelompok, organisasi, maupun pemerintah.

Menurut (Metta, 2012), Komunikasi kesehatan mencakup pemanfaatan jasa komunikasi untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan upaya peningkatan dan pengelolaan kesehatan oleh individu maupun komunitas masyarakat. Selain itu, komunikasi kesehatan juga

meliputi kegiatan menyebarluaskan informasi tentang kesehatan kepada masyarakat agar tercapai perilaku hidup sehat, menciptakan kesadaran, mengubah sikap dan memberikan motivasi pada individu untuk mengadopsi perilaku sehat yang direkomendasikan menjadi tujuan utama komunikasi kesehatan.

Sejauh ini komunikasi senantiasa berkembang seiring berkembangnya teknologi komunikasi. Komunikasi yang dahulunya bisa dilakukan dengan penyuluhan yang secara langsung berhadapan dengan masyarakat dan dilakukan dengan media audio atau radio sekarang lebih populer dengan penyampaian pesan atau informasi kesehatan melalui media internet maupun media cetak dan elektronik. Tidak hanya bernilai praktis namun mempunyai nilai ekonomis dan tampilannya lebih menarik. Media yang berkembang tersebut sangat membantu dalam ketercapaian komunikasi kesehatan karena tercapai atau tidaknya komunikasi kesehatan lebih dikarenakan penggunaan media informasi yang tepat, pesan yang sistematis dan mudah dimengerti.

Menurut (Hindina Maulida , R. Yogie Prawira W, 2020), sumber dalam komunikasi kesehatan adalah perilaku hidup sehat. Dalam proses komunikasi, sumber memiliki peranan yang cukup penting untuk menghasilkan komunikasi yang efektif. Sebagaimana yang dijelaskan dalam teori perubahan perilaku kesehatan, informasi yang disampaikan secara efektif dapat merubah niat/kemauan seseorang sehingga dapat merubah perilakunya. Perubahan perilaku dan sikap khalayak ditentukan oleh kemampuan sumber.

Perkembangan media dan teknologi perlu dilihat sebagai sebuah potensi dalam kegiatan komunikasi kesehatan. Melalui media, informasi kesehatan semakin mudah disampaikan kepada khalayak. Demikian pula melalui teknologi komunikasi, para profesional kesehatan semakin mudah berkomunikasi. Melalui telepon, komunikasi audio dilakukan. Di masa digital sekarang, komunikasi jarak jauh yang bersifat audio-visual dilakukan. Melalui perangkat internet, komunikasi jarak jauh yang bersifat audio-visual dilakukan. Kemajuan teknologi komunikasi seperti ini menjadi potensi yang bisa dimanfaatkan dalam komunikasi kesehatan jika digunakan secara bijak.

Menurut Mc Quil, 2005:58 dalam Jurnal (Eko Harry, 2017), dengan kata lain, media massa memegang peran penting dalam mendefinisikan jalannya pemerintahan yang demokratis kepada rakyat. Media beroperasi di ruang publik sesuai kepentingan pengguna, kegiatan utamanya adalah memproduksi, mendistribusikan konten simbolik, dan partisipasi bersifat profesional, terarah serta bebas nilai kepentingan.

Media massa melahirkan informasi sebagai pengetahuan oleh seluruh penggunanya. Proses pembentukan pengetahuan dimulai saat informasi dari media massa ditangkap melalui proses persepsi kemudian disimpan dan ditampilkan kembali melalui ingatan. Baru dari media massa yang merupakan bagian dari media informasi dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang, sehingga makin banyak informasi yang didapat dari media massa tingkat pengetahuan seseorang akan semakin tinggi. Komunikasi merupakan inti dari usaha untuk menjaga kesehatan.

Komunikasi merupakan elemen penting dalam promosi kesehatan. Kampanye kesehatan yang didesain untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku publik tentang kesehatan, dalam rangka mengurangi risiko kesehatan dan memasyarakatkan perilaku hidup sehat. Komunikasi suatu proses mengurangi ketidakpastian dengan jalan berbagi tanda- tanda informasi. Umpan balik memberikan kontribusi pada fungsi ini dengan jalan membuat komunikasi menjadi interaktif.

Pentingnya kesehatan sangat dirasakan oleh sebagian besar manusia, bahkan ada kalimat yang menyatakan bahwa “Kesehatan itu mahal”. Lima tersebut memperjelas bahwa hidup dalam keadaan fisik serta mental yang sehat memang sangatlah penting, dengan fisik dan jiwa yang sehat maka seseorang dapat melakukan aktivitasnya sehari-hari.

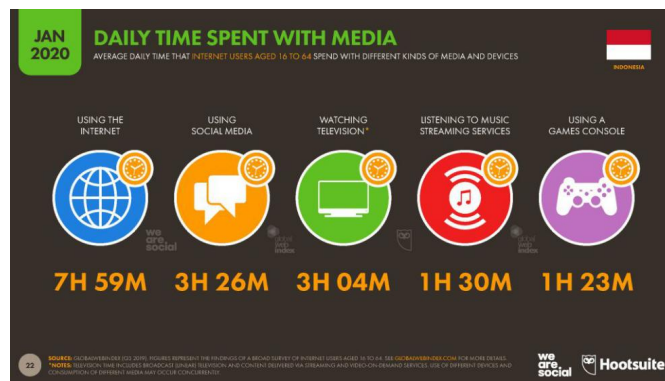


Gambar 1.1

Data Tren Internet dan Media Sosial Tahun 2020

(Sumber : *We Are Social*)

Adapun data tren Internet dan Media Sosial tahun 2020 dengan populasi (jumlah penduduk) sebanyak 272,1 juta, dengan data pengguna Mobile Unik sebanyak 338,2 juta, pengguna Internet sebanyak, 175,4 juta, dan pengguna Media Sosial aktif sebanyak 160 juta.



Gambar 1.2

Data Waktu Pengguna Mengakses Media Tahun 2020

(Sumber : *We Are Social*)

Sedangkan data waktu dalam mengakses media, pengguna di Indonesia menghabiskan waktu yang bervariasi. Rata-rata setiap hari waktu menggunakan internet melalui perangkat apa pun: 7 jam, 59 menit. Rata-rata setiap hari waktu menggunakan media sosial melalui perangkat apa pun: 3 jam, 26 menit. Rata-rata setiap hari waktu melihat televisi (broadcast, streaming dan video tentang permintaan): 3 jam, 4 menit. Rata-rata setiap hari waktu menghabiskan mendapatkan musik: 1 jam, 30 menit. Rata-rata setiap hari waktu bermain game: 1 jam, 23 menit.

Menurut (Mochammad & dkk., 2018), Website adalah sebuah lokasi pada komputer tertentu di internet, yang memiliki alamat unik yang disebut URL (Uniform

Resource Locator). Website tersebut terdiri dari beberapa halaman atau kumpulan dari halaman web yang terkait, yang bisa berisi teks, gambar, suara, maupun video. Saat ini, kita hidup pada era di mana orang-orang tidak terlepas dengan penggunaan teknologi, khususnya internet (interconnected network). Website merupakan suatu bentuk media yang dapat diakses melalui internet, yang salah satu kegunaannya adalah sebagai sarana penyampaian informasi.

Kesadaran kesehatan tentunya dipengaruhi dengan informasi-informasi tentang kesehatan. Informasi tersebut biasanya diperoleh di berbagai media massa. Dalam hal komunikasi kesehatan sangat diperlukan hal yang menjadi salah satu upaya membangun *health awareness*. Tujuan dari adanya komunikasi kesehatan sendiri adalah sebagai sarana penyampaian informasi atau pesan mengenai kesehatan di dalam kehidupan manusia atau masyarakat.

Para peneliti melihat komunikasi kesehatan secara praktis memberikan kontribusi untuk promosi kesehatan dan menjaga penyakit dalam satu wilayah tertentu. Dengan adanya informasi kesehatan melalui media massa akan membantu masyarakat untuk mengetahui tentang berbagai hal mengenai informasi atau pesan kesehatan yang ada, masalah kesehatan serta bagaimana menangani masalah kesehatan baik fisik maupun non fisik. Sehingga peneliti tertarik untuk mempelajari lebih lanjut efektivitas media massa dalam membangun *health awareness* di kalangan siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar. SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar merupakan salah satu pendidikan formal yang terletak di tengah kota

Makassar, yaitu di Kecamatan Rappocini dan merupakan urutan pertama tingkat konfirmasi terpapar Covid-19 di Kota Makassar dan tempat ini masih menerapkan blended method untuk proses belajar mengajar. Selain itu, siswa dan perilaku masyarakat sekitarnya tentu menunjukkan berbagai macam karakteristik dalam mengonsumsi informasi dari media massa. Tidak dapat disangkal bahwa keragaman latar belakang siswa disana mengarah pada kemungkinan terhadap *health awareness*. Kewajiban konselor sekolah sebagai siswa, terutama dalam membangun *health awareness*, sangat menuntut konselor dapat memprediksi adanya efektivitas media massa dalam mengonsumsi informasi tentang kesehatan.

Penelitian ini untuk mengidentifikasi apakah SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar dalam mengonsumsi Media Massa Online memberikan pengaruh dalam kehidupan hidup sehat terlebih lagi sesuai data yang disampaikan bahwa ada banyak sekali media massa yang dikonsumsi sehingga ini memungkinkan terjadinya *health awareness*. Dalam penelitian ini penulis mengacu pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan saat ini. Peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian di dalam bidang media massa pula, yang telah dilakukan sebelumnya.

Kusuma, N. P., Amiruddin, R., & Saleh, L. M. (2020). Penelitian ini meneliti mengenai Hubungan Media Sosial Dengan Awareness (Kesadaran) Bahaya Rokok Pada Siswa Sma Di Kota Makassar menyimpulkan bahwa Terbukti ada bahwa ada hubungan konten yang diakses melalui media sosial dengan awareness (kesadaran)

remaja akan bahaya rokok bagi kesehatan. Persamaan dari penelitian yakni meneliti mengenai efektivitas penggunaan media massa terhadap *health awareness* kemudian perbedaan dari penelitian ini terletak pada media yang diteliti dan objek penelitian yakni media yang digunakan Instagram dan objeknya Mahasiswa. Penelitian yang penulis akan teliti ini akan berfokus pada media massa online (Website Kesehatan Halodoc).

Pemilihan SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar sebagai objek penelitian dirasa tepat. Dengan proses belajar mengajar melibatkan kecanggihan teknologi hotspot yang berada dalam lingkungan sekolah. Pemilihan siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar merujuk pada data We Are Social tahun 2020 bahwa mayoritas pengguna internet aktif adalah mereka yang berada di jenjang Sekolah Menengah Atas. Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar juga menggunakan Media Massa Online Website sebagai alat komunikasi yang merupakan salah satu media untuk memperoleh informasi mengenai kesehatan.

Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik untuk mengidentifikasi dan mengkaji lebih lanjut mengenai proses komunikasi kesehatan melalui media massa online (website kesehatan Halodoc) dalam membangun kesadaran kesehatan atau *health awareness* dalam mewujudkan kehidupan yang sehat. Hal inilah yang kiranya melatarbelakangi penulis untuk mengadakan penelitian yang penulis beri judul “Efektivitas Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun *Health Awareness* Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, tersebut, maka masalah yang akan diteliti adalah

1. Bagaimana intensitas pengguna media massa online (Website Kesehatan Halodoc) Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar?
2. Bagaimana perhatian siswa terhadap gaya hidup sehat?
3. Bagaimana efektivitas media massa online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun *Health Awareness* Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengidentifikasi intensitas pengguna media massa online (Website Kesehatan Halodoc) Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar.
 - b. Untuk mengidentifikasi perhatian siswa terhadap gaya hidup sehat.
 - c. Untuk mengidentifikasi efektivitas media massa online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun *Health Awareness* Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar.
2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

 - a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memperkaya pengetahuan ilmu komunikasi mengenai komunikasi kesehatan dan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan masukan kepada masyarakat khususnya mahasiswa dalam membangun *health awareness*.

D. Kerangka Konseptual

1. Media Massa

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Pengaruh media massa berbeda-beda terhadap setiap individu. Hal ini disebabkan kerana adanya perbedaan corak pemikiran, perbedaan sifat yang terkesan pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari-hari dan perbedaan budaya. Menurut (Akhmad et al., 2018) Media massa menjadi agen sosialisasi budaya dan dalam beberapa tahapan selanjutnya hasil ingatan informan berdasarkan informasi dapat berubah menjadi perilaku.

Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Media cetak terbagi menjadi beberapa macam diantaranya seperti koran, majalah, buku, dan sebagainya, begitu pula dengan media elektronik terbagi menjadi dua macam, diantaranya radio dan televisi, sedangkan media online meliputi media internet seperti website, dan lainnya. Jika dilihat dari kemampuannya menarik perhatian manusia

(masyarakat), ketiga jenis media massa tersebut sama-sama memiliki strategi dalam menarik perhatian khalayak.

Menurut pendapat Arief (2011:7) dalam Jurnal (Penda Sudarto, 2018), “Web adalah salah satu aplikasi yang berisikan dokumen–dokumen multimedia (teks, gambar, suara, animasi, video) di dalamnya yang menggunakan protokol HTTP (hypertext transfer protokol) dan untuk mengakses menggunakan perangkat lunak yang disebut browser”. Fungsi website diantaranya : 1. Media Promosi 2. Media Pemasaran 3. Media Informasi 4. Media Pendidikan 5. Media Komunikasi.

a. Kinerja Media Massa

Terkait dengan kinerja media massa, bahwa wacana media massa merupakan konstruk kultural yang dihasilkan oleh ideologi. Karena itu, berita dalam media massa menggunakan *frame* atau kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial. Lewat narasinya, media massa menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia. Terkait dengan media massa sebagai sarana komunikasi massa, selama ini ada dua pandangan, yaitu pandangan positivisme dan pandangan Konstruktivisme. Bagaimana fungsi media massa, bagaimana isi dan sifat berita, bagaimana peristiwa disajikan, dan bagaimana tugas wartawan, jika dipahami secara berbeda oleh kedua pandangan tersebut. Menurut (Asmurti et al., 2018) penggunaan media terutama smartphone telah meluas hingga ke berbagai macam kalangan, tidak hanya digunakan oleh orang dewasa ataupun orang tua.

b. Fungsi Media Massa

Pandangan konstruktivisme memahami tugas dan fungsi media massa berbeda dengan pandangan positivisme. Dalam pandangan positivisme, media massa dipahami sebagai alat penyaluran pesan. Iya sebagai sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator (wartawan, jurnalis) ke khalayak (pendengar, pembaca). Media massa benar benar sebagai alat yang netral, mempunyai tugas utama penyalur pesan. Tidak ada maksud lain. Kalau media tersebut menyampaikan suatu peristiwa atau kejadian, memang itulah yang terjadi. Itulah realitas yang sebenarnya. Tidak ditambah dan tidak dikurangi.

Dalam pandangan konstruktivisme, media massa dipahami sebaliknya. Media massa bukan hanya saluran pesan, tetapi ia juga subjek yang mengonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihaknya. Di sini, media massa dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Berita yang kita baca dan kita dengar dari media bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan sumber berita, tetapi juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang terkemas dalam pemberitaan. Peristiwa kerusuhan di Maluku, misalnya, selalu diberitakan sebagai konflik antaragama. Hal itu bukan menunjukkan realitas yang sebenarnya, tetapi juga menggambarkan bagaimana media ikut berperan dalam mengonstruksi realitas. Apa yang kita baca dan kita dengar setiap hari adalah produk dari pembentukan realitas oleh media. Ia adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak.

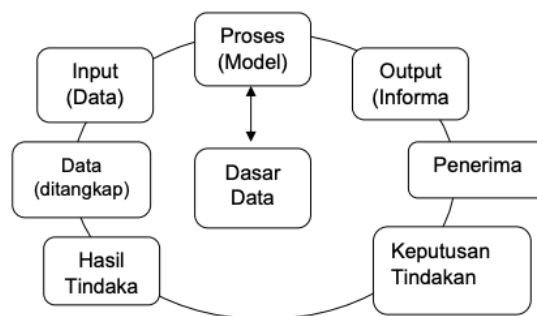
Dengan cara apa media mengonstruksi realitas? Media memilih kejadian mana yang patut di ekspos sebagai bahan berita dan mana yang tidak patut. Dalam peristiwa Maluku, misalnya, bisa jadi yang dipilih atau di ekspos hanya pembakaran tempat tempat ibadah, sementara Kerukunan antar pemeluk agama yang ada tidak di ekspos. Dengan demikian, media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga mendefinisikan peristiwa dan sumber berita. Lewat pemberitaan media dapat membingkai peristiwa dengan bingkai tertentu. Peristiwa yang telah terbingkai itulah yang didengar dan dibaca saya. Khalayak tidak dapat melihatnya dari bingkainya sendiri.

Informasi media massa dalam Perspektif Komunikasi adalah salah satu kebutuhan pokok manusia dewasa ini yang tak kalah pentingnya selain sandang, pangan, dan papan adalah informasi. Informasi dibutuhkan dalam berbagai perspektif dan kepentingan setiap individu yang akan memanfaatkan informasi tersebut. Dalam perspektif manusia sebagai makhluk pencerita, manusia membutuhkan informasi untuk dikonsumsi maupun dibagikan lagi terhadap orang lain di sekitarnya. Dalam perpektif sosial informasi dapat menjadi bagian penting untuk bersosialisasi dalam kehidupan bermasyarakat bahkan mengubah pola hidup.

Memaknai informasi sebagai unsur dasar komunikasi maka dapat menggunakan formula Lasswell yang memuat lima unsur utama dalam komunikasi yaitu “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Menurut (Adhrianti, 2016) dalam Jurnal (Fathonah et al., 2021) Konvergensi media tidak hanya berbicara tentang perkembangan teknologi, tetapi juga mempengaruhi ideologi di bidang industri, budaya dan sosial yang ditandai dengan perubahan cara mencari informasi, dan selanjutnya mempengaruhi perubahan gaya hidup, karir, bisnis, budaya dan sendi kehidupan.

Sumber informasi adalah data. Data itu berupa kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata yang kemudian diolah melalui suatu metode untuk menghasilkan informasi. Data diolah melalui suatu model sehingga menjadi informasi, penerima kemudian menerima informasi tersebut, membuat suatu keputusan dan melakukan tindakan yang kemudian menghasilkan suatu tindakan yang lain yang akan membuat sejumlah data kembali. Data tersebut akan ditangkap sebagai input, diproses kembali lewat suatu model dan seterusnya membentuk suatu siklus. Siklus informasi ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.3
Siklus Informasi

Sumber : (Sutabri, 2005)

2. Komunikasi Kesehatan

a. Pengertian Komunikasi Kesehatan

Menurut (Tessa, 2019), Komunikasi kesehatan adalah usaha yang sistematis untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan individu dan komunitas masyarakat, dengan menggunakan berbagai prinsip dan metode komunikasi baik komunikasi interpersonal, maupun komunikasi massa.

Komunikasi kesehatan meliputi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijaksanaan pemeliharaan kesehatan, regulasi bisnis dalam bidang kesehatan yang sejauh mungkin mengubah dan memperbaharui kualitas individu dalam suatu komunitas masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ilmu pengetahuan dan etika. Dengan demikian dapat dipahami bahwa komunikasi kesehatan merupakan aplikasi dari konsep dan teori komunikasi dalam transaksi yang berlangsung antar individu/kelompok terhadap isu-isu kesehatan. Tujuan pokok dari komunikasi kesehatan adalah perubahan perilaku kesehatan dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan.

Menurut (Saleh, dkk 2019) dalam (Andi Ulfah Magefirah & dkk, 2021) Komunikasi kesehatan mencakup pemanfaatan jasa komunikasi untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan upaya peningkatan dan pengelolaan kesehatan oleh individu maupun komunitas masyarakat. Selain itu, komunikasi kesehatan juga meliputi kegiatan menyebarluaskan informasi tentang kesehatan kepada masyarakat agar

tercapai perilaku hidup sehat, menciptakan kesadaran, mengubah sikap dan memberikan motivasi pada individu untuk mengadopsi perilaku sehat yang direkomendasikan menjadi tujuan utama komunikasi kesehatan.

b. Tahap Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan yang efektif harus dilaksanakan dengan perencanaan yang matang, perencanaan komunikasi kesehatan terdiri dari 6 tahapan yaitu:

1. Tahap pertama adalah perencanaan makro meliputi analisis permasalahan kesehatan, menentukan model ekologis, strategi intervensi, dan penentuan populasi target (audiens). Perencanaan ini dapat dilakukan bila data-data epidemiologik menunjukkan terdapat permasalahan yang mempengaruhi kesehatan kelompok / komunitas. Bila ternyata pada komunitas tersebut telah ada intervensi yang pernah dilakukan, maka intervensi yang diusulkan agar diuji terlebih dahulu. Pada tahapan ini, minimal output perencanaan yang dihasilkan adalah diketahuinya permasalahan atau potensi permasalahan yang ada, sebelum masuk ke tahap perencanaan berikutnya.
2. Tahap kedua yaitu perencanaan strategi komunikasi. Pada tahap ini perencanaan difokuskan pada tujuan khusus perubahan perilaku, jenis audiens yang akan diintervensi, pesan-pesan yang akan disampaikan, dan media yang akan digunakan. Disamping itu dilakukan pengujian (uji coba) terhadap strategi konsep, pesan, materi, dan media yang akan dipakai. Terkadang dibutuhkan riset yang mendalam terhadap strategi yang akan dipakai.

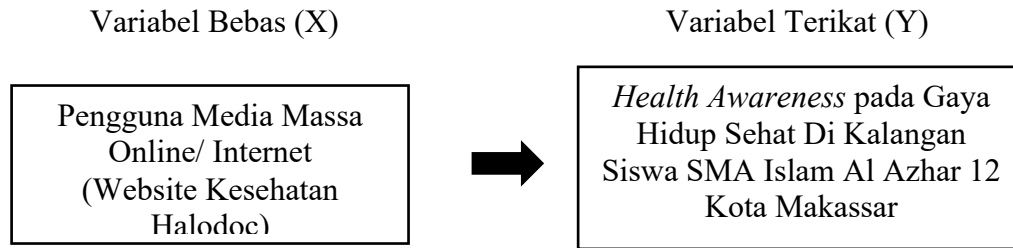
3. Tahap ketiga adalah perencanaan implementasi atau perencanaan taktis, yaitu merencanakan pelaksanaan komunikasi kesehatan secara taktis dan teknis. Pada tahap perencanaan ini setidaknya ada enam jenis pertanyaan yang harus dijawab yakni Apa yang akan dilakukan? Dimana dilakukannya? Kapan dilakukan? Bagaimana cara melakukannya? Dengan anggaran berapa? dan Siapa yang bertanggung jawab?
4. Tahap keempat adalah perencanaan evaluasi yaitu merencanakan metode untuk menilai keberhasilan program komunikasi kesehatan (Komkes). Pada tahap ini perencanaan difokuskan pada penentuan aspek/dimensi untuk memonitor dan mengevaluasi intervensi komunikasi kesehatan. Tujuan dari perencanaan ini adalah memastikan kemanfaatan program komkes bagi pemangku kepentingan. Sebaiknya perencanaan evaluasi dilakukan di awal pelaksanaan.
5. Tahap kelima adalah perencanaan keberlangsungan program komkes. Pada tahap ini ditentukan atau direncanakan kegiatan untuk menjalin kerjasama dan kemungkinan pengembangan program komkes agar tetap berkesinambungan.
6. Tahap terakhir adalah perencanaan publikasi. Tahap ini dilakukan bila memang dibutuhkan publikasi atau penyampaian hasil kegiatan kepada pihak-pihak terkait, pemangku kepentingan dan masyarakat luas. Media publikasi yang dipilih sebaiknya sesuai dengan karakteristik audiens.

3. Health Awareness

Kesadaran kesehatan atau *health awareness / health consciousness* adalah suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi dalam memperbaiki, mempertahankan, menjaga kesehatan dan kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat. Kesadaran kesehatan pada orang muda mungkin berbeda dengan orang tua, terutama yang berkaitan dengan cara pandang dalam pola kehidupan sehari-hari. Sehingga perlunya metode pendekatan dalam menyampaikan pengetahuan melalui media massa. Bagi kalangan muda umumnya masih kurang mengetahui dan memperhatikan pentingnya kesadaran kesehatan.

Pengetahuan dan perilaku kesehatan merupakan suatu respon seseorang (organism) terhadap stimulus atau obyek yang berkaitan dengan sakit dan penyakit, sistem pelayanan kesehatan, makanan dan minuman serta lingkungan. Sehingga termasuk dalam pola hidup sehat dengan gaya hidup yang memerhatikan semua aspek kondisi kesehatan seseorang. Tak hanya soal makanan, tapi juga kebiasaan orang itu dalam berolahraga dan menjalani gaya hidup.

Health Awareness dalam semua aktivitas kesehatan termasuk kegiatan promosi kesehatan dilakukan melalui sosialisasi, edukasi, dan penggunaan berbagai media informasi untuk memberikan pengertian dan pemahaman bagi semua orang, serta keteladanan dari pimpinan, tokoh masyarakat, dan melalui media mainstream. Berdasarkan uraian di atas dapat disederhanakan dalam bentuk kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1.4

Kerangka Konseptual

Dari gambar dapat diketahui hubungan antara penggunaan media massa online melalui website kesehatan Halodoc dalam membangun *health awareness* pada gaya hidup sehat dengan makan makanan bergizi dan seimbang, istirahat yang cukup, mengelola stress dengan baik, olahraga secara teratur di kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar. Variabel penggunaan Media Massa Online melalui Website Kesehatan Halodoc (X) bertindak sebagai variabel bebas atau independent. Variabel bebas merupakan sebuah penyebab terjadinya variabel lain. Pada penelitian ini, variabel lain yang selanjutnya disebut variabel terikat adalah variabel terhadap perilaku membangun *health awareness* pada gaya hidup sehat dengan makan makanan bergizi dan seimbang, istirahat yang cukup, mengelola stress dengan baik, olahraga secara teratur Di kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar (Y).

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat

pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan.

1. H0 : Tidak ada efektivitas antara penggunaan Media Massa terhadap perilaku membangun *Health Awareness* Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar.
2. H1 : Ada efektivitas yang signifikan antara penggunaan Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun *Health Awareness* Di Kalangan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar.

F. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi salah pemahaman terhadap konsep- konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu pemberian batasan-batasan sebagai berikut:

1. Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar adalah siswa berusia 15-17 Tahun Lokasi Sekolah di Jalan Aroeppala, Hertasning Baru Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Merupakan sekolah berstatus swasta dibawah Yayasan Sinergi Insan Unggul.
2. Media Massa Online dalam penelitian ini ialah Website Kesehatan Halodoc yang merupakan situs kesehatan yang hanya bisa diakses dengan internet yang digunakan Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar untuk memperoleh informasi dalam membangun *health awareness* pada gaya hidup sehat dengan makan makanan bergizi dan seimbang, istirahat yang cukup, mengelola stress dengan baik, dan olahraga secara teratur.

3. *Health Awareness* yang dimaksud dalam penelitian ini ialah pengetahuan, sikap atau perilaku yang dilakukan untuk menjaga atau membangun gaya hidup sehat dengan makan makanan bergizi dan seimbang, istirahat yang cukup, mengelola stress dengan baik, dan olahraga secara teratur oleh Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar berdasarkan informasi yang diperoleh dari Media Massa Online melalui website kesehatan Halodoc.
4. Efektivitas yang dimaksud ialah hubungan antara output dan tujuan dalam membangun *health awareness* pada gaya hidup sehat dengan makan makanan bergizi dan seimbang, istirahat yang cukup, mengelola stress dengan baik, dan olahraga secara teratur pada Media Massa Online melalui Website Kesehatan Halodoc.

G. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar 90221. Penelitian ini akan dilaksanakan selama kurang lebih 3 bulan, yakni pada bulan Desember 2021 - Februari 2022.

2. Tipe Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan yakni Pendekatan Kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel

tertentu. Pengumpulan data nantinya akan diperoleh berupa angka dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pada penelitian ini termasuk dalam Eksplanatif karena dalam penelitian ini mencari suatu hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya yaitu dalam antar variabelnya ada timbal balik (interaktif) dan adanya hubungan sebab akibat (kasualitas). Penelitian asosiatif korelasional menggunakan pengumpulan data untuk menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Adanya hubungan dan tingkat variabel penting, karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti akan dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian. Pengambilan data dengan mengambil sampel dari populasi yang telah ada dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi dan apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Setelah melakukan observasi pada penelitian sebelumnya, peneliti mendapat populasi sebesar 96 karena populasinya cukup besar maka jumlah sampel ditentukan dengan rumus Taro Yamene, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

$$n = \frac{96}{96 (0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{96}{1,24}$$

$n = 77,4$ dibulatkan menjadi 77

Keterangan :

N : Ukuran Populasi

n : Ukuran Sampel

d^2 : Presesi yang diketahui (ditentukan oleh peneliti sebesar 5%)

Presentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel masih dapat ditolerir (5%) dengan seperti itu sampel mewakili populasi adalah (95%).

1 : Angka konstan

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan yang digunakan yakni probability sampling. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi dalam penelitian ini 96 siswa yang diambil dari data secara keseluruhan siswa Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar yang menggunakan Media Massa Online melalui website kesehatan Halodoc sebagai sumber informasi kesehatan. Dalam penelitian ini menggunakan jenis teknik *probability sampling* untuk menentukan sampel.

b. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti pada sebuah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2015) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan beberapa pertimbangan. Responden dalam hal ini merupakan seluruh Siswa SMA Islam Al Azhar 12 Kota Makassar yang menggunakan Media Massa Online melalui website kesehatan Halodoc.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengambilan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang telah disusun secara sistematis lalu diberikan kepada responden. Kuesioner yang dimaksud dalam hal ini Health Awareness dan Media Online Website Kesehatan Halodoc untuk memperoleh data mengenai kedua hal tersebut dan beberapa data yang lainnya yang diperlukan.
- b. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat catatan catatan atau laporan atau dokumentasi yang berkaitan dengan obyek penelitian yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Selain itu peneliti akan mengumpulkan data dokumentasi di SMA Islam Al Azhar 12 Makassar untuk mendapat data-data lain, mengenai penggunaan Media Massa Online melalui

website kesehatan Halodoc tersebut serta data-data pendukung lainnya dianggap penting.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini Garis Regresi Analisis regresi mempelajari bentuk hubungan antara satu atau lebih peubah/variabel bebas (X) dengan satu peubah tak bebas (Y). Dalam penelitian peubah bebas (X) biasanya peubah yang ditentukan oleh peneliti secara bebas.

Tahap selanjutnya setelah semua data terkumpul semua, supaya data dapat diinterpretasikan maka data harus di analisis. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antar variabel. Selain itu bisajuga digunakan untuk mengkaji kebenaran hipotesis dan penjelasannya. Kemudian peneliti akan menjelaskan dan memaparkan hasil penelitian yang telah diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Versi 14 hal yang akan dijelaskan oleh peneliti yakni merupakan uji kelayakan sebuah penelitiandilakukan, yang pertama yakni uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, dan uji asumsi klasik.

1. Skala Pengukuran

Data yang didapat dalam penelitian ini berupa tanggapan responden yang kemudian data tersebut diubah menjadi data kuantitatif dengan menggunakan skala ordinal untuk proses analisis data berikutnya dengan menggunakan pengukuran dengan skala likert. Skala model likert ini menunjukkan pertanyaan tentang sikap

reponden terhadap fenomena sosial atau variabel penelitian. Menurut Arikunto (2010:190) dengan skala ini responden diminta untuk memilih salah satu dari lima kemungkinan jawaban yang tersedia, misalnya “sangat setuju” bernilai 5, “setuju” bernilai 4, “kurang setuju” bernilai 3, dan “tidak setuju” bernilai 2, “sangat tidak setuju” bernilai 1.

2. Skala Pengukuran dari Ordinal ke Interval

Data mentah yang diperoleh dari kuisisioner/survey harus diolah untuk memenuhi syarat pengujian analisis regresi. Skala yang digunakan dalam kuisisioner merupakan Skala Likert yang mana data tersebut merupakan data ordinal. Untuk memenuhi syarat pengujian regresi data harus bersifat interval. Data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal sehingga data tersebut harus diubah menjadi interval dengan menggunakan Method Successive Interval (MSI), melalui langkah berikut:

1. Menghitung frekuensi
2. Menghitung proporsi (P)
3. Menghitung proporsi kumulatif (PK)
4. Menghitung nilai Z
5. Menghitung nilai densitas fungsi (Z)
6. Menghitung *scale value*
7. Menghitung penskalaan

3. Uji Asumsi Klasik

Sebagai syarat untuk memenuhi syarat pada teknik analisis regresi linier sederhana maka harus dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk menghilangkan masalah-masalah yang biasa muncul pada analisis regresi yakni dengan uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

4. Asumsi Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat melalui pengujian Kolmogorov-Smirnov. Residual dinyatakan normal apabila nilai jika $K_{hitung} < K_{tabel}$, atau nilai $Sig. >$ dari level of significant ($\alpha=5\%$) (Suliyanto, 2011:75)

5. Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Asumsi heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang homogen (konstan) atau tidak. Pengujian asumsi heteroskedastisitas diharapkan residual memiliki ragam yang homogen. Pengujian asumsi heteroskedastisitas dapat dilihat melalui scatter plot. Residual dikatakan memiliki ragam yang homogen apabila titik-titik residual pada scatter plot menyebar secara acak.

6. Teknik Analisis Data

Tahap selanjutnya setelah semua data terkumpul semua, supaya data dapat diinterpretasikan maka data harus di analisis. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antarvariabel. Selain itu bisa juga digunakan untuk mengkaji kebenaran hipotesis dan penjelasannya. Hubungan antar variabel prediktor (X) dengan variabel kriterium (Y) biasanya dilukiskan dalam sebuah garis, yaitu yang disebut sebagai garis regresi (Nurgiyantoro, 2010:272).

7. Uji F (Simultan)

Uji F dalam penelitian ini berguna untuk menentukan apakah model penaksiran yang digunakan tepat atau tidak. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara Fhitung (Fh) dengan Ftabel (Ft) pada tarafsignifikansi $5\% = 0,05$, dimana :

1. $F_h \geq F_t$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. $F_h < F_t$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program IBM SPSS Versi 14 kemudian untuk hasil uji F akan dibahas pada bab selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Kesehatan

Menurut (Andi Ulfah Magefirah & dkk, 2021), Komunikasi kesehatan adalah upaya mewujudkan kesehatan masyarakat Indonesia dengan melakukan perubahan perilaku kesehatan. Komunikasi kesehatan memiliki tujuan utama mengubah pengetahuan masyarakat agar terbentuk perilaku sehat sesuai yang diharapkan, sehingga masyarakat memiliki sikap mendukung perilaku sehat. Media dalam Komunikasi kesehatan merupakan alat bantu Pendidikan kesehatan yang dapat dikelompokkan atas media cetak, media elektronik dan media papan (billboard). Beberapa media cetak dikenal antara lain booklet, leaflet, selebaran (flyer), lembar balik (flip chart), artikel atau rubrik, poster dan foto. Media elektronik dapat berupa televisi, radio, video, slide, film strip dan sekarang dikenal internet. Media papan berupa baliho biasanya dipasang di tempat-tempat umum yang menjadi pusat kegiatan masyarakat.

Ruang lingkup komunikasi kesehatan meliputi pencegahan penyakit, promosi kesehatan, serta kebijakan kesehatan. Pencegahan penyakit dibagi menjadi empat golongan yaitu usaha pencegahan, usaha pengobatan, usaha promotif dan usaha rehabilitatif. Perencanaan komunikasi adalah proses yang berfokus pada tepat pesan, tepat sasaran, dan tepat waktu. Komunikasi itu sendiri ditujukan untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi, mencegah kesalahpahaman,

menyampaikan sudut pandang/pendapat, serta dapat dilakukan juga untuk menghilangkan batas antara kedua pihak pelaku komunikasi (pemberi dan penerima komunikasi). Perencanaan komunikasi kesehatan diperlukan untuk membuat komunikasi menjadi lebih efisien dan efektif sesuai dengan sumber daya yang tersedia.

Menurut (Pramestika & dkk., 2020), Komunikasi kesehatan adalah pemberian informasi kepada orang lain mengenai masalah kesehatan sebagai topik utamanya. Komunikasi kesehatan sangat berguna bagi orang yang sedang mempelajari dunia kesehatan atau kedokteran, tak hanya itu, komunikasi kesehatan berguna di bidang sosiologi, politik, maupun sejarah. Topik ini akan membahas mengenai komunikasi kesehatan yang sangat berguna bagi semua kalangan.

B. Media Massa

Menurut Peter D. Moss (1999) dalam (Masnur, 2008), Terkait dengan media massa cukup menarik untuk disimak. Ia mengatakan bahwa wacana media massa merupakan konstruk kultural yang dihasilkan oleh ideologi. Karena itu, berita dalam media massa menggunakan frame atau kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial.

Menurut (Dedi Kusuma, 2018) , Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa

merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.

Menurut (Hasyim Ali, 2012), Dalam aplikasinya, berlangsungnya komunikasi dalam konteks massa tersebut dilakukan dengan atau tanpa media. Namun, seperti dikatakan Littlejohn, biasanya ini dilakukan dengan memanfaatkan media. Terkait dengan pemanfaatannya, maka ada yang melalui media elektronik (televisi, radio), cetak (press, misal surat kabar, majalah) dan belakangan ada yang melalui media on line. Komunikasi dalam konteks massa, atau lazim dikenal dengan komunikasi massa, telah banyak didefinisikan akademisi. Diantaranya dikemukakan Bittner, bahwa komunikasi massa yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Karakteristik Media Massa sebagai berikut:

1. **Publisitas**, disebarluaskan kepada masyarakat, atau dapat diakses dan dikonsumsi umum (orang banyak).
2. **Kontinuitas**, terbit berkesinambungan atau terus-menerus, sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbitnya –harian, mingguan, atau bulanan.
3. **Periodisitas**, terbit atau dipublikasikan secara konsisten atau berkala, contohnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari. Surat kabar (koran) biasanya terbit harian, tabloid mingguan, dan majalah bulanan.
4. **Aktualitas**, berisi hal-hal baru, seperti info atau laporan momen terupdate (berita), tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian info terhadap publik.

5. **Universalitas**, pesan atau isinya bersifat umum, perihal seluruh aspek kehidupan dan seluruh momen di beragam tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).

Jenis media massa menurut bentuknya terbagi menjadi tiga, yakni:

1. Media Massa Elektronik. Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melewati suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.
2. Media Massa Cetak. Media massa dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara detail mencakup koran atau surat kabar, tabloid, majalah, buku, newsletter, buletin.
3. Media Online, yaitu media massa yang bisa kita dapatkan di internet (situs web).

Peran Media Massa di Era Globalisasi. Media massa mempunyai peran penting di era yang serba modern. Salah satu peran penting media merupakan sebagai penentu identitas suatu bangsa. Perkembangan yang terjadi dalam dunia media massa saat ini seperti perkembangan teknologi dunia elektronik, pemakaian internet secara luas dan pemakaian telepon seluler, yang secara tak langsung memfasilitasi proses globalisasi dalam dunia jurnalistik. dengan adanya internet, atau penggunaan telepon genggam yang juga mempunyai fasilitas internet, seluruh sesuatu dari dunia luar begitu gampang masuk ke Indonesia.

C. Website Kesehatan Halodoc

Halodoc merupakan sebuah aplikasi dan website kesehatan dari [startup](#) atau perusahaan rintisan yang didirikan oleh Jonathan Sudharta pada 2016 silam melalui MHealth Tech. Kehadiran website dan aplikasi ini menjadikan layanan kesehatan menjadi makin mudah dan terintegrasi, dimana dengan bantuan aplikasi ini memungkinkan pengguna aplikasi (pasien) untuk mendapatkan akses terhadap layanan kesehatan secara mudah dan cepat hanya lewat gawai mereka.

Layanan yang diberikan Oleh Halodoc Konsultasi Dokter. Salah satu layanan yang paling populer dari platform ini adalah Halodoc Konsultasi Dokter. Pengguna (pasien) bisa berkomunikasi dan #tanyadokterasli langsung dengan dokter pilihan melalui aplikasi dan website halodoc ini dengan memilih beragam fitur yang sudah disediakan, misalnya fitur voice, video call atau chat yang jadi fitur favorit para pengguna aplikasi ini. Berikut adalah beberapa fitur yang tersedia di aplikasi dan website Halodoc:

1. Chat Dokter

Ini merupakan salah satu fitur yang cukup berguna bagi pengguna atau pasien yang tengah memiliki masalah kesehatan atau butuh informasi kesehatan tertentu. Dengan fitur chat ini, pengguna (pasien) bisa berkonsultasi langsung dengan dokter umum atau dokter spesialis yang ada di platform halodoc melalui gadget, kapan saja tanpa harus membuat jadwal terlebih dahulu. Untuk menggunakannya pun cukup mudah, pengguna hanya perlu menghubungi dokter yang sedang aktif pada aplikasi

ini yang ditandai dengan warna hijau di samping avatar mereka. Ada lebih dari 16 ribu dokter dari seluruh Indonesia sudah bergabung dengan aplikasi Halodoc ini yang siap untuk menjawab semua pertanyaan anda.

2. Beli obat

Semua jenis obat yang dijual di apotik, vitamin, produk perawatan wajah dan kulit, atau obat lainnya, semua bisa dipesan di lewat Halodoc. Pesanan akan diantar langsung kerumah pemesan dalam kondisi barang yang tersegel rapi hanya dalam waktu 60 menit saja (sesuai lokasi).

3. Buat Janji Dengan Dokter

Untuk beberapa kasus tertentu, masalah kesehatan yang di alami oleh pasien tidak hanya bisa di jelaskan lewat konsultasi saja, harus ada pemeriksaan secara fisik oleh dokter guna mendiagnosa secara tepat penyakit apa yang diderita pasien. Untuk itulah fitur ini hadir, untuk mempermudah pengguna atau pasien buat janji dokter Guna melakukan tatap muka langsung dengan dokter pengguna tidak perlu mendaftar secara fisik dan mengurus administrasinya yang terkadang cukup melelahkan karena antrian yang panjang. Jadi, kita hanya perlu mendaftar lewat website atau aplikasi Halodoc untuk membuat janji temu, selanjutnya bisa langsung datang ke rumah sakit atau tempat praktek tanpa harus antri.

4. Cek Laboratorium di rumah

Fitur lain yang cukup membantu adalah layanan cek lab untuk pasien yang bisa dilakukan di rumah. Prodia bekerjasama dengan Halodoc, memberikan layanan

ini untuk mempermudah pasien dalam memperoleh layanan kesehatan. Hasil cek laboratorium nantinya akan di unggah di akun milik pengguna, sehingga pengguna tidak perlu repot untuk mengambil hasil cek lab tersebut.

5. Informasi Seputar Kesehatan Terupdate

Aplikasi Halodoc juga menyediakan kanal khusus yang memuat informasi mengenai kesehatan terbaru dan juga terpercaya.

D. Health Awareness

Menurut (Michaelidou and Hassan, 2008) dalam (Firdha, 2018) , Konsep kesehatan penting untuk membantu memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang arti pentingnya kesehatan yang menyeluruh. Kesadaran kesehatan (health awareness) adalah suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi dalam memperbaiki, mempertahankan, menjaga kesehatan dan kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat.

Kesadaran kesehatan pada orang muda mungkin berbeda dengan orang tua, terutama yang berkaitan dengan cara pandang dalam pola konsumsi makanan. Sehingga perlunya metode pendekatan dalam menyampaikan pengetahuan tentang pentingnya kesadaran kesehatan khususnya dalam pola konsumsi makanan yang alami dan sehat. Bagi kalangan muda umumnya masih kurang mengetahui dan memperhatikan pentingnya kesadaran kesehatan.

Konsep perilaku sehat merupakan pengembangan dari konsep perilaku yang dikembangkan Bloom. Becker menguraikan perilaku kesehatan menjadi tiga domain,

yakni pengetahuan kesehatan (health knowledge), sikap terhadap kesehatan (health attitude) dan praktik kesehatan (health practice). Hal ini berguna untuk mengukur seberapa besar tingkat perilaku kesehatan individu yang menjadi unit analisis penelitian. Perilaku kesehatan menjadi tiga dimensi:

- a. Pengetahuan kesehatan Pengetahuan tentang kesehatan mencakup apa yang diketahui oleh seseorang terhadap cara-cara memelihara kesehatan, seperti pengetahuan tentang penyakit menular, pengetahuan tentang faktor-faktor yang terkait. dan atau mempengaruhi kesehatan, pengetahuan tentang fasilitas pelayanan kesehatan, dan pengetahuan untuk menghindari kecelakaan.
- b. Sikap Sikap terhadap kesehatan adalah pendapat atau penilaian seseorang terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pemeliharaan kesehatan, seperti sikap terhadap penyakit menular dan tidak menular, sikap terhadap faktor-faktor yang terkait dan atau memengaruhi kesehatan, sikap tentang fasilitas pelayanan kesehatan, dan sikap untuk menghindari kecelakaan.
- c. Praktek kesehatan Praktek kesehatan untuk hidup sehat adalah semua kegiatan atau aktivitas orang dalam rangka memelihara kesehatan, seperti tindakan terhadap penyakit menular dan tidak menular, tindakan terhadap faktor-faktor yang terkait dan atau memengaruhi kesehatan.

E. Teori Uses and Gratifications

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Uses and Gratifications yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumberg, dan Michael Gurevitch

menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran yang aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media menjadi bagian yang aktif dalam proses komunikasi yang terjadi serta berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakannya.

Teori uses and gratifications memberikan kekuasaan pada pengguna media untuk memutuskan media mana yang akan dipilih atau dikonsumsi. Pengguna media memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintegrasikan media ke dalam kehidupannya. Pada uses and gratifications, pengguna media bertanggung jawab terhadap pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk memahami mengapa individu menggunakan media, kita dapat menyagukurn melalui apa yang telah dikemukakan oleh Harold D Lasswell. Beliau mengemukakan tiga fungsi utama media terhadap masyarakat.

1. Media berfungsi untuk memberitahu audien mengenai apa yang terjadi di sekitar mereka (surveying the environment).
2. Melalui pandangan yang diberikan media terhadap berbagai hal yang terjadi, maka audien dapat memahami lingkungan sekitarnya secara lebih akurat
3. Pesan media berfungsi menyampaikan tradisi dan nilai-nilai sosial kepada generasi audien selanjutnya (transmit social norms and customs).

Kepuasan berarti terpenuhinya semua kebutuhan khalayak pengguna media massa berdasarkan motif dan tujuannya. Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia. Efek media dilihat sebagai situasi di mana

persyaratan ini terpenuhi. Orang-orang sepenuhnya menyadari diri mereka sendiri ketika memilih dan menggunakan cara-cara tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

Penjelasan mengenai teori uses and gratification menunjukkan bahwa setiap orang selalu memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi setiap saat. Orang-orang menghargai dan percaya pada salah satu media populer yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Motivasi mendukung penilaian dan keyakinan individu tentang media dan mendorong penggunaannya.

Menurut peneliti, penelitian ini dapat diteliti dengan menggunakan Teori uses and gratifications karena teori ini lebih menekankan pada bagaimana pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media dimana teori ini berfokus pada pengguna ketimbang pesannya. Teori uses and gratifications ini menurut peneliti dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yaitu Bagaimana intensitas penggunaan Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) pada siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar, Apa saja perilaku Health Awareness dengan makan makanan bergizi dan seimbang, istirahat yang cukup, mengelola stress dengan baik, dan olahraga secara teratur berdasarkan informasi yang diperoleh di Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) oleh siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar dan bagaimana efektivitas penggunaan Media Massa Online (Website Kesehatan Halodoc) dalam membangun Health Awareness di kalangan siswa SMA Islam Al Azhar 12 Makassar.