

APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN SESUAI PANDUAN WHO TERHADAP KESADARAN HIDUP SEHAT MAHASISWA

¹Edy Prihantoro, ²Noviawan Rasyid Ohorella
¹Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
²AKMRTV Jakarta
Jl. Cakung Cilincing Tim, Pulo Gebang, Jakarta Timur
¹edipri@staff.gunadarma.ac.id, ²noviawanrasyid@gmail.com

ABSTRAK

Kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO melalui aplikasi TikTok menjadi viral di masyarakat, karena menarik dan memiliki tujuan memberikan sosialisasi kepada masyarakat. Kampanye tersebut efektif karena respons masyarakat sangat tinggi. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada mahasiswa aktif AKMRTV Jakarta yang mengetahui atau pernah menonton video yang bersumber dari aplikasi TikTok serta pengguna aktif aplikasi TikTok. Responden dalam penelitian ini sebanyak 86 orang dan ditentukan berdasarkan sampling random sederhana. Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO dapat mempengaruhi kesadaran hidup sehat mahasiswa AKMRTV Jakarta. Mahasiswa AKMRTV Jakarta tertarik terhadap pesan cuci tangan yang benar versi WHO yang disampaikan melalui aplikasi TikTok, dan mengikutinya. Pesan kampanye cuci tangan sesuai panduan WHO dilihat dari Model Elaboration Likelihood termasuk Strong Arguments, yaitu pesan yang disampaikan secara kuat mempengaruhi mahasiswa untuk mengikuti sesuai pesan yang diharapkan. Mahasiswa yang telah mendapatkan pesan tersebut, kemudian mempraktikannya dan dilihat oleh masyarakat, terutama generasi muda sehingga mereka pun ikut berubah.

Kata Kunci: Efektivitas, gerakan cuci tangan, hidup sehat, kampanye, tiktok

ABSTRACT

The hand washing campaign according to WHO guidelines through the TikTok application has become viral in the community, because it is interesting and has the aim of providing outreach to the public. That campaign is effective because the community response is very high. Researchers used quantitative methods by distributing questionnaires online to AKMRTV Jakarta active students who know or have watched videos sourced from the TikTok application and active users of the TikTok application. Respondents in this study were 86 people and were determined based on simple random sampling. Sources of data in this study are using primary data. The results showed that the effectiveness of the hand washing campaign according to WHO guidelines could affect the awareness of the healthy life of AKMRTV Jakarta students. AKMRTV Jakarta students were interested in the WHO version of the correct hand washing message which was delivered through the TikTok application, and followed it. The handwashing campaign message according to WHO guidelines is seen from the Elaboration Likelihood Model including Strong Arguments, which is the message conveyed strongly influencing students to follow the expected message. Students who have received the message then put it into practice and be seen by the community, especially the younger generation, so that they want to change.

Keywords: Campaigns, effectiveness, handwashing movement, healthy living, tiktok

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 membuat teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat di masyarakat, menyebabkan perubahan yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat. Inovasi baru terus dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi pilihan saat ini, karena masyarakat sudah memahami cara menggunakan dan memanfaatkannya dalam mempermudah pekerjaan serta aktivitas lainnya. Masyarakat seluruh dunia berubah dan berupaya terus meningkatkan penggunaan TIK untuk membantu mempermudah konektivitas dan kerjasama diantara mereka.

Perkembangan TIK ditandai dengan masifnya penggunaan internet. Pengguna internet terus mengalami pertumbuhan. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melaporkan bahwa angka pertumbuhan masyarakat di dunia setiap tahun naik 1 persen, dan ini diikuti oleh pertumbuhan pengguna internet. We Are Social tahun 2020 menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 175,4 juta, terdapat peningkatan sebesar 17% atau 25 juta. Total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, 64% penduduk Indonesia atau lebih setengah populasi penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Jenis layanan aktivitas penggunaan ponsel oleh masyarakat Indonesia adalah *chatting* dengan 89,35%, disusul melihat video 95%, bermain game 83%, transaksi perbankan 61%, menggunakan

layanan petunjuk jalan (map) 89%, dan sisanya aktivitas internet lainnya.

Salah satu aplikasi yang mendapatkan perhatian masyarakat di dunia termasuk Indonesia adalah aplikasi TikTok, yang merupakan aplikasi media sosial baru dimanfaatkan masyarakat untuk membuat dan mengunggah video permainan dengan *special effects* yang mudah digunakan. Aplikasi baru ini mendapatkan respons yang tinggi, karena menawarkan sesuatu yang baru, menyampaikan pesan dengan lagu dan gerakan yang menarik untuk mengajak penonton TikTok ikut turut serta mengikuti gerakan yang sama. Peringkat TikTok di *playstore* melejit dengan poin 4,6 dari 5 bintang terbaik dibandingkan aplikasi yang serupa yaitu Musicaly dengan peringkat 3,5 dari 5 bintang terbaik (Deriyanto & Qorib, 2018). Jumlah pengguna aplikasi TikTok sampai bulan Maret 2020 sudah mencapai 5.277.601 pengguna dengan 4,5 bintang (Nuranisa, 2020).

Aplikasi TikTok tidak hanya menampilkan gerakan menyenangkan yang sifatnya menghibur, tetapi dapat juga dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan termasuk iklan layanan masyarakat. Salah satunya adalah Kampanye Gerakan Cuci Tangan Sesuai Panduan World Health Organization (WHO) bagi masyarakat, khususnya mahasiswa. Mahasiswa adalah kelompok masyarakat terdidik, agen perubahan dan model yang ditiru dan diikuti masyarakat. Masyarakat melihat mahasiswa sebagai

kekuatan sosial yang berpengaruh dalam masyarakat, sehingga masyarakat akan mudah mengikuti apa yang mereka lakukan.

Kampanye cuci tangan ini muncul sebagai bentuk kepedulian terhadap perkembangan penyebaran Covid-19 yang cukup tinggi. Masyarakat termasuk mahasiswa perlu diingatkan untuk menjaga kebersihan melalui edukasi melalui TikTok sesuai pedoman WHO, dan mahasiswa wajib membantu mendistribusikan pesan ini kepada masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Komunikasi di Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta sebanyak 624 mahasiswa.

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan jumlah sampel berdasarkan perhitungan Rumus Slovin dengan presisi kesalahan sebesar 10%. Adapun perhitungan Rumus Slovin sebagai berikut.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat diketahui jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 86 responden.

Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (x) dan variabel terikat (y). Variabel bebas (x) dalam penelitian ini yaitu tipe argument dalam Teori *Elaboration Likelihood*.

Sedangkan variabel terikat (y) dalam penelitian ini yaitu sikap mahasiswa terhadap

kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO.

Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan alat ukur data dengan alat ukur Skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap (Kriyantono, 2010).

Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek menjadi titik tolak dalam membuat pernyataan atau pertanyaan yang akan diisi responden. Adapun perhitungan bobot yang digunakan dalam skala likert penelitian ini adalah sebagai berikut:

1 = tidak setuju, 2 = kurang setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas

Hasil pengujian validitas penelitian ini untuk mengetahui kevalidan semua pertanyaan penelitian yang diajukan kepada responden.

Berdasarkan table satu, dapat diketahui bahwa korelasi pearson pada semua item pertanyaan variabel X dan variabel Y dinyatakan valid karena korelasi pearson lebih besar (>) dari r tabel.

Dengan demikian maka semua item pertanyaan dapat digunakan ke semua sampel.

Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan tabel dua, hasil dari instrumen dalam penelitian ini dapat

digunakan sebagai alat pengumpulan data karena sesuai dengan ketentuan Alpha Cronbach dimana koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0.60 dapat diterima.

Uji Normalitas Data

Berdasarkan table uji normalitas Kolmogorov Smirnov dengan menggunakan bantuan komputer melalui aplikasi statistik SPSS, hasil yang diperoleh adalah; Nilai Signifikansi X = 0,77 > 0,05, Nilai Signifikansi Y = 0,200 > 0,05

Artinya nilai signifikansi variabel X dan variabel Y lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini sudah terdistribusi normal.

Uji Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan tabel empat, dapat dilihat hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0.737 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara (variabel x) kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO terhadap

(variabel Y). Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,544 artinya sebesar 54,4% pengaruh kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO mempengaruhi kesadaran hidup sehat mahasiswa, sementara sisanya 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel lima dapat dilihat nilai signifikansi adalah 0,00 yang artinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, persamaan regresi,

Maka nilai konstanta pada tabel sebesar 10.758 yang artinya nilai konsisten variabel Y sebesar 10.758. Koefisien regresi variabel X sebesar 1.830 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel X maka partisipasi bertambah sebesar 1.830. Koefisien regresi tersebut bersifat positif, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Gambar 1. Rumus Solvin
Sumber: Sugiyono (2011)

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e² = presisi (*Sampling Error*) 10%

$$n = \frac{624}{1 + 624(0,1)^2}$$

$$n = \frac{624}{1 + 6,24}$$

$$n = \frac{624}{7,24}$$

$$n = 86,187$$

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	r - Tabel	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
X1	0.361	0,860	Valid
X2	0.361	0,885	Valid
X3	0.361	0,695	Valid
X4	0.361	0,790	Valid
Y1	0.361	0,636	Valid
Y2	0.361	0,568	Valid
Y3	0.361	0,813	Valid
Y4	0.361	0,827	Valid
Y5	0.361	0,676	Valid
Y6	0.361	0,728	Valid
Y7	0.361	0,721	Valid
Y8	0.361	0,864	Valid
Y9	0.361	0,696	Valid
Y10	0.361	0,815	Valid
Y11	0.361	0,711	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koefisien Reliabilitas <i>(Cronbach's Alpha)</i>	Keterangan						
1.	Efektivitas Kampanye Gerakan Cuci Tangan melalui aplikasi TikTok (X).	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"><i>Reliability Statistics</i></th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">,824</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Reliability Statistics</i>		Cronbach's Alpha	N of Items	,824	4	Kuat
<i>Reliability Statistics</i>									
Cronbach's Alpha	N of Items								
,824	4								
2.	Kesadaran Hidup Sehat (Y) Mahasiswa 1). Kognitif 2). Afektif 3). Konatif	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"><i>Reliability Statistics</i></th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">,914</td> <td style="text-align: center;">11</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Reliability Statistics</i>		Cronbach's Alpha	N of Items	,914	11	Kuat
<i>Reliability Statistics</i>									
Cronbach's Alpha	N of Items								
,914	11								

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2020

Tabel 3. Uji Normalitas

		total_x	total_y
N		86	86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	12.20	33.08
	Std. Deviation	2.506	6.218
Most Extreme Differences	Absolute	.091	.082
	Positive	.089	.070
	Negative	-.091	-.082
Test Statistic		.091	.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077 ^c	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2020

Tabel 4. Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.538	4.225

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2020

Tabel 5. Hasil Koefisien Regresi Linear Sederhana

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10.758	2.277			4.725	.000
	total_x	1.830	.183	.737		10.007	.000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2020

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10.758 + 1.830X$$

Gambar 2. Persamaan Regresi
Sumber: Somantri (2011)

Uji T

Uji nilai T merupakan prosedur pengujian yang dapat menghasilkan sebuah keputusan untuk menerima maupun menolak hipotesis. Uji korelasi ini dilakukan dengan bantuan aplikasi statistic SPSS 25.05. Adapun ketentuan dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut: (1) jika t (hitung) $>$ t (tabel) maka hipotesis diterima, artinya adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, (2) jika nilai t (hitung) $<$ t (tabel) maka hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Analisis dan Pembahasan

Kampanye menggunakan aplikasi TikTok merupakan bentuk kampanye baru, karena disampaikan melalui gerakan-gerakan ritmis dan diiringi audio yang menarik. Kampanye yang dilakukan termasuk dalam kampanye sosial, yaitu suatu gerakan yang memiliki tujuan yang sama untuk mempengaruhi masyarakat dalam kurun waktu tertentu dan berkelanjutan (Rogers & Storey, 1987).

Pesan yang ingin disampaikan melalui kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO adalah agar masyarakat dapat mengikuti gerakan cuci tangan yang benar sesuai panduan WHO, sehingga masyarakat dapat hidup lebih bersih dan terhindar dari

penularan Covid 19 dari benda atau barang-barang di sekitar mereka, yang baik sengaja ataupun tidak sengaja dipegang. Dengan cuci tangan sesuai panduan WHO, virus corona yang menempel di benda-benda yang habis dipegang oleh masyarakat yang terpapar Covid19 -akan hilang bersama air dan sabun.

Pesan melalui aplikasi TikTok yang ringan, mudah diingat, dilakukan dengan senang dan diiringi musik yang ceria, menarik masyarakat untuk melakukan hal yang sama. Penelitian ini melihat pengaruh aplikasi TikTok ini pada kelompok mahasiswa, kelompok terdidik dalam masyarakat yang selalu menjadi *role model* bagi masyarakat terutama generasi muda. Sebagai agen perubahan mahasiswa diharapkan bertindak sebagai penggerak yang mampu memobilisasi masyarakat untuk melakukan perubahan yang lebih baik, termasuk cuci tangan seperti panduan WHO. Mahasiswa diharapkan peka dengan konsisi masyarakat sekitarnya, bangsa dan negara terutama dalam menanggulangi dan mencegah penyebaran Covid-19.

Teori *Elaboration Likelihood* menjelaskan bahwa seseorang dapat menerima dan memproses pesan persuasif yang diterimanya, dan menilai validitas klaim pesan tersebut. Bagi orang yang memiliki motivasi dan mampu mengevaluasi argumen secara sistematis, kualitas argumen ini

mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap validitas klaim. termasuk dari media sosial melalui dua jalur yaitu *central route* atau rute utama dan *peripheral route* atau rute pinggiran. Terdapat tiga jenis argumen yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang yaitu *strong argument* (kalimat persuasi yang kuat, yaitu berupa kalimat ajakan, disertai data dan fakta yang meyakinkan orang lain untuk mengikutinya), *neutral arguments* (kalimat persuasi netral, tidak mempengaruhi pihak lain untuk mengikuti apa yang kita lakukan) dan *weak arguments* (kalimat persuasi lemah, merupakan kalimat persuasi yang disampaikan secara implisit atau tidak langsung).

Teori *Elaboration Likelihood* digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh efektivitas kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO terhadap kesadaran hidup sehat mahasiswa dengan melalui pengujian apakah video kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO merupakan kategori *strong argument* sehingga dapat mempengaruhi kognitif, afektif dan konatif pada seseorang. Pesan cuci tangan sesuai panduan WHO sangat kuat mempersuasi mahasiswa untuk mengikuti pesan tersebut.

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui bantuan aplikasi statistic SPSS dapat diketahui pengaruh efektivitas kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO terhadap kesadaran hidup sehat mahasiswa sebesar 54,4% kemudian hasil koefisien

korelasi menunjukkan sebesar 0.737 artinya variabel X dan variabel Y memiliki hubungan yang kuat.

Melihat hasil pengujian yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menerima dan memproses video kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO pada aplikasi TikTok menggunakan jalur utama atau *central route* sehingga menciptakan respon kognisi positif yang dapat mempengaruhi kognitif, afektif dan konatif pada seseorang.

Penelitian ini sesuai penelitian terdahulu yang berjudul “Peran Instagram @P2PTMKEMENKESRI Sebagai Media Kampanye Kesehatan” oleh Sekarwulan et al. (2020) dan “Pengaruh Penggunaan #2019gantipresiden di Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Dalam Memilih Presiden Pada Pemilihan Presiden Tahun 2019” oleh Wulandewi (2019). Kedua jurnal ini membahas efektivitas media sosial dalam kegiatan kampanye dan dapat mempengaruhi keputusan serta perubahan perilaku seseorang. Penelitian oleh Sekarwulan et al. (2020) memiliki persamaan teori dengan penelitian ini yaitu penggunaan Teori *Elaboration Likelihood* dan penggunaan *Strong Argument* sebagai variabel bebas. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Wulandewi (2019) memiliki persamaan dalam penggunaan Teori *Elaboration Likelihood* dan penggunaan pengaruh kognitif, afektif dan konatif sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini, peneliti menunjukkan bahwa

efektivitas kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO dapat menciptakan respon kognisi yang positif dan dapat memberikan informasi mengenai kesehatan, memberikan afektif dalam mempersepsikan dan menilai informasi yang dapat membuat seseorang mengubah sikapnya ke arah tertentu.

SIMPULAN DAN SARAN

Metode yang ada menunjukkan adanya pengaruh efektivitas kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO terhadap kesadaran hidup sehat mahasiswa. Video kampanye gerakan cuci tangan sesuai panduan WHO pada aplikasi TikTok dapat menciptakan respon kognisi yang positif dengan memberikan informasi mengenai gerakan cuci tangan yang baik dan benar yang disajikan secara menarik. Kemudian pesan tersebut memberikan dasar afektif untuk mempersepsikan dan menilai informasi sehingga membuat seseorang mengubah kebiasaan mencuci tangannya sesuai dengan anjuran pada video dan sadar untuk hidup sehat.

Mahasiswa sebagai agen perubahan ketika mendapatkan informasi atau stimuli dari aplikasi TikTok dapat berubah mengikuti panduan cuci tangan yang benar sesuai standar WHO, serta dapat menyampaikan kembali secara persuasif kepada masyarakat Indonesia terutama generasi muda untuk hidup sehat dan terhindar dari Covid-19. Sebagai *role model* dalam masyarakat,

diharapkan mahasiswa mampu menarik perhatian dan pengaruh masyarakat untuk berubah mengikuti cara-cara yang dipersuasikan melalui media sosial TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jisip: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2).
- Hutagalung, I. (2015). *Teori – Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Prentice Hall (Ed.); 14th Ed.).
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Perusahaan*. Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories Of Human Communication* (Edisi Kese). Thomson Wadsworth.
- Nuranisa. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok terhadap Promosi Kesehatan di Lingkup Fakultas Kesehatan Masyarakat Muhammadiyah Palu. *Academia.Edu*.
<https://www.academia.edu/42348552/Nuranisa>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The

- Elaboration Likelihood Model Of Persuasion. *Advances In Experimental Social Psychology*, 19.
- Rogers, & Storey. (1987). *Communication Campaign*. Sage Publication.
- Sekarwulan, A., Novita, Jamil, H. P., & Safitri, D. (2020). Peran Instagram @P2ptmkemenkesri sebagai Media Kampanye Kesehatan. *Communications*, 2(1), 1–14.
- Somantri. (2011). *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Wulandewi, M. P. (2019). Pengaruh Penggunaan #2019gantipresiden di Media Sosial terhadap Sikap Mahasiswa dalam Memilih Presiden pada Pemilihan Presiden Tahun 2019(*Studi pada Mahasiswa S1 Angkatan 2016 Fisip Universitas Lampung*). Universitas Lampung.