



PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI, SALURAN KOMUNIKASI DAN SISTEM SOSIAL DALAM DIFUSI INOVASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM PROGRAM VAKSINASI COVID-19 DI KECAMATAN BANJARBARU SELATAN (STUDI KASUS VAKSIN SATU SAMPAI DENGAN BOOSTER DI PUSKESMAS SUNGAI BESAR BANJARBARU SELATAN)

Lukman Hakim

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
lukmanhakimofcl@gmail.com

Muzahid Akbar Hayat

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
m.akbarhayat@gmail.com

Khuzaini

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
zaini_wk@yahoo.co.id

Didi Susanto

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
didisusanto82@yahoo.com

Mardiana

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
hj.mardiana27@gmail.com

Abstrak

Kelurahan Sungai Besar sebagai bagian dari wilayah Kecamatan Banjarbaru Selatan, memiliki kasus positif yang cukup tinggi untuk lingkup Kota Banjarbaru yaitu berjumlah 1.231 jiwa. Hal lain adalah adanya pandangan negatif terhadap vaksinasi Covid-19 dalam masyarakat. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis seberapa besar faktor karakteristik inovasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi satu sampai dengan booster Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan; (2) menganalisis seberapa besar pengaruh faktor saluran komunikasi terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi satu sampai dengan booster Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan; (3) menganalisis seberapa besar pengaruh faktor sistem sosial terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi satu sampai dengan booster Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Peneliti menggunakan teori difusi inovasi oleh Everett M. Rogers dan berfokus pada elemen difusi inovasi dengan variabel terdiri atas karakteristik inovasi, saluran komunikasi, dan sistem sosial yang dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pemilihan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga didapatkan sampel berjumlah 100 orang, teknik sampling menggunakan purposive sampling dengan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan uji parsial dan determinasi koefisien. Hasil penelitian menunjukkan variabel karakteristik inovasi berpengaruh positif dengan besaran sedang dan sangat signifikan terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi satu sampai dengan booster Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Variabel saluran komunikasi berpengaruh positif, besar dan sangat signifikan terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan booster di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Variabel sistem sosial berpengaruh positif, kecil dan sangat signifikan terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi satu sampai dengan booster Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan.

Kata Kunci: Difusi Inovasi, Elemen Difusi Inovasi, vaksinasi Covid-19, Minat

Abstract

Sungai Besar Village, as part of the South Banjarbaru District area, has a fairly high positive case for the scope of Banjarbaru City, namely 1,231 people. Another thing is the existence of a negative view of the Covid-19 vaccination in society. Thus this study aims to: (1) analyze how much the characteristic factors of innovation influence people's interest in the Covid-19 vaccination program one to booster in South Banjarbaru District; (2) to analyze how much influence the communication channel factor has on public interest in the one to booster Covid-19 vaccination program in South Banjarbaru District; (3) to analyze how much influence social system factors have on community interest in the one to booster Covid-19 vaccination program in South Banjarbaru District. Researchers use the theory of innovation diffusion by Everett M. Rogers and focus on the elements of innovation diffusion with variables consisting of innovation characteristics, communication channels, and social systems that can affect people's interests. This research method is quantitative with sample selection using the Slovin formula so that a sample of 100 people is obtained, the sampling technique uses purposive sampling with data analysis using multiple linear regression analysis using partial tests and coefficient determination. The results showed that the variable characteristic of innovation had a positive effect with moderate magnitude and was very significant on community interest in the first to booster vaccination program for Covid-19 in South Banjarbaru District. The communication channel variable has a positive, large and very significant effect on community interest in the one to booster Covid-19 vaccination program in South Banjarbaru District. The social system variable has a positive, small and very significant effect on community interest in the one to booster Covid-19 vaccination program 19 in South Banjarbaru District.

Keywords: Innovation Diffusion, Elements of Innovation Diffusion, Covid-19 vaccination, Interest

PENDAHULUAN

Covid-19 pertama kali memasuki Indonesia pada awal Tahun 2020 lalu dan berdampak besar pada sendi-sendi kehidupan masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan telah melakukan tindakan persuasif dan represif yang telah tertuang dalam Peraturan Menteri Kesehatan tentang Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Nomor 10 Tahun 2021 dan diperkuat oleh Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2020 tentang Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Hal tersebut merupakan upaya pemerintah agar terjadi Herd Immunity, yaitu saat imunitas mayoritas masyarakat telah terbentuk dan Covid-19 berubah menjadi endemi. Dalam pelaksanaannya tentu bukan tanpa hambatan. Penolakan datang dari sebagian kelompok masyarakat yang menganggap bahwa vaksinasi ini hanya ajang bisnis bagi pemerintah, serta munculnya konspirasi-konspirasi bahwa Covid-19 ini adalah sebuah rekayasa kalangan tertentu agar bisnis produksi vaksin mereka lancar. Kemudian pemahaman masyarakat mengenai efikasi vaksin, efek samping vaksin yang terkadang masih simpang siur akibat banjir informasi yang beberapa sumbernya masih belum jelas.¹

¹ Dua Teori Konspirasi Vaksin Ini Paling Dipercaya Warganet. www.gatra.com/news-507260-milenial-dua-teori-konspiracy-vaksin-ini-paling-dipercaya-warganet.html. Diakses pada 01 Oktober 2022.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba menganalisis dari sudut pandang teori difusi inovasi dan elemennya terhadap penerimaan masyarakat atau masuk tidaknya inovasi dalam hal ini vaksinasi Covid-19 ke dalam masyarakat khususnya Kecamatan Banjarbaru Selatan yang akan menjadi objek penelitian ini. Kecamatan Banjarbaru Selatan memiliki kelompok usia produktif /angkatan kerja yang cukup tinggi yang mana usia produktif ini adalah sasaran program vaksinasi Covid-19 yaitu untuk laki-laki berjumlah 15.687 jiwa dan untuk perempuan berjumlah 15.966 jiwa.² Selain itu berdasar data dari situs Pemerintah Kota Banjarbaru Anticorona (update per Senin, 26 September 2022, 16:30 WITA).³ Kelurahan Sungai Besar sendiri sebagai bagian dari wilayah Kecamatan Banjarbaru Selatan, memiliki kasus positif yang cukup tinggi untuk lingkup Kota Banjarbaru yaitu berjumlah 1.231 jiwa dengan jumlah penduduk terbesar diantara kelurahan lainnya sejumlah 18.345 jiwa dengan kepadatan penduduk 2.513 per kilometer persegi.

Kecamatan Banjarbaru Selatan tergolong memiliki akses fasilitas kesehatan cukup baik dengan 1 buah rumah sakit yang terletak di Kelurahan Loktabat Selatan, 2 buah puskesmas yang terletak di Kelurahan Guntung Paikat dan Kelurahan Sungai Besar. Dengan demikian peneliti memilih untuk meneliti komunikasi dalam difusi inovasi vaksinasi Covid-19 di wilayah Banjarbaru Selatan dengan lokasi penelitian dipilih di Puskesmas Sungai Besar dengan tersedianya puskesmas tersendiri dalam suatu kelurahan dan faktor besarnya jumlah penduduk dengan persentase penduduk mencapai 40,52% dari seluruh Kecamatan Banjarbaru Selatan mengenai hal-hal apa yang menghambat atau memotivasi penerimaan inovasi berupa vaksinasi di masyarakat Kecamatan Banjarbaru Selatan dari sudut pandang keilmuan komunikasi.⁴ Dasar lainnya terhadap pemilihan lokasi penelitian yaitu Puskesmas Sungai Besar adalah kemudahan akses kesehatan dan jangkauan dari masyarakat menengah ke bawah hingga menengah dalam seluruh kecamatan Banjarbaru Selatan maupun seluruh warga Kelurahan Sungai Besar itu sendiri dan rutinnya puskesmas tersebut dalam mengadakan vaksinasi Covid-19 dan inisiasi Puskesmas Sungai Besar dalam langkah jemput bola vaksinasi Covid-19 ke tingkat RT dan RW.⁵

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei deskriptif korelasional. Metode penelitian survei tidak dilakukan terhadap seluruh objek yang diteliti atau populasi, tetapi

² BPS Kota Banjarbaru (2021). Kecamatan Banjarbaru Selatan Dalam Angka 2021.

³ Update Data Penyebaran Covid-19 Kota Banjarbaru. Diakses pada 27 September 2022. <http://corona.banjarbarukota.go.id/>

⁴ BPS Kota Banjarbaru (2021). Kecamatan Banjarbaru Selatan Dalam Angka 2021.

⁵ Risa, "https://www.kanalkalimantan.com/jemput-bola-vaksinasi-puskesmas-sungai-besar-ke-tingkat-rt-dan-rw/". Diakses pada hari Minggu 30 Oktober 2022 Pukul 19.00 WITA

hanya mengambil sebagian dari populasi tersebut (sampel).⁶ Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap mewakili populasinya. Dalam penelitian survei, hasil dari penelitian tersebut merupakan hasil dari keseluruhan. Dengan kata lain, hasil dari sampel tersebut dapat digeneralisasikan sebagai hasil populasi. Dalam analisis korelasional, hal utama yang dianalisis adalah koefisien korelasi, yaitu bilangan yang menunjukkan derajat hubungan antara dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan sebab akibat dan saling mengadakan perubahan.

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di wilayah Banjarbaru Selatan berjumlah 45.421 jiwa.⁷

2. Sampel

Dari populasi tersebut selanjutnya dilakukan penarikan sampel secara purposive sampling, yaitu sampel memiliki atribut tertentu dalam hal ini belum pernah mengikuti vaksinasi baik dosis satu,apun booster sehingga sampel penelitian ini adalah Pengunjung Puskesmas Sungai Besar, Banjarbaru Selatan Penghitungan sampel dari populasi menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin biasa digunakan untuk pengambilan jumlah sampel yang harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan. rumus Slovin merupakan metode praktis untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel dengan syarat jumlah populasi yang relatif besar. Penentuan banyaknya sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian perlu memperhatikan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan. Dalam jumlah populasi yang besar, peneliti tidak mungkin mengambil sampel dari seluruh populasi yang besar tersebut. Oleh karenanya diambil sampel yang dinilai bisa mewakili kondisi seluruh populasi. Semakin kecil batas kesalahan yang digunakan, maka hasil penelitian yang didapatkan akan semakin akurat atau baik.⁸ Semakin kecil batas kesalahan yang diambil, maka akan semakin besar pula jumlah sampel yang didapatkan. Berikut adalah contoh rumus Slovin:

⁶ Pratiwi, N. K. (2017). Pengaruh tingkat pendidikan, perhatian orang tua, dan minat belajar siswa terhadap prestasi belajar bahasa indonesia siswa smk kesehatan di kota tangerang. Pujangga: Jurnal Bahasa dan Sastra, 1(2), 31.

⁷ BPS Kota Banjarbaru (2021). Kecamatan Banjarbaru Selatan Dalam Angka 2021.

⁸ Firdaus, M. M. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0. CV. Dotplus Publisher

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir. (e = 0,1).

Sehingga berdasarkan rumus Slovin, maka sampel penelitian ini adalah =

$$45.421 = 99,31 \text{ digenapkan menjadi } 100$$

$$\frac{1 + 45.421(0,1)^2}{1 + 45.421(0,1)^2}$$

Berdasarkan rumus Slovin di atas, maka sampel penelitian ini adalah 100 orang pasien/pengunjung Puskesmas Sungai Besar. Kriteria sampel adalah target program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan booster yang belum mendapatkan vaksin booster Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi yang diperkenalkan oleh Everett M. Rogers sebagai teori yang membahas keputusan inovasi. Rogers melalui buku *Diffusion of Innovation*, memberikan konsep difusi inovasi serta kecepatan sebuah sistem sosial menerima ide-ide baru yang ditawarkan dari sebuah inovasi.⁹ Difusi inovasi adalah proses suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu diantara anggota sistem sosial.

Rogers mengatakan difusi adalah proses yang dilakukan oleh sebuah inovasi agar dikenal dan menyebar di masyarakat. Sebuah sistem sosial akan disampaikan melalui saluran tertentu mengikuti waktu ke waktu melalui pesan komunikasi. Sebuah proses dalam komunikasi dapat membuat dan berbagi informasi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama.

⁹ Widaswara, R. Y., & Pramana, I. B. K. Y. (2022). Difusi Inovasi dan Adopsi Media Sosial Sebagai Media Komunikasi di Era Pembelajaran Daring. *COMMUNICARE*, 3(1), 21-30.

2. Tahapan Difusi Inovasi

Lawrence A. Brown mengemukakan penelitiannya yang berjudul *Innovation Diffusion: A New Perspective*.¹⁰ Dijelaskan dalam penelitian tersebut bahwa difusi inovasi memiliki tiga tahapan yaitu:

- a. Tahap Pengetahuan. Pada tahap ini inovasi berada dalam proses penyebaran informasi. Tahap pengetahuan melihat bagaimana kesadaran masyarakat tentang keberadaan inovasi tersebut yang kemudian berlanjut kepada bagaimana inovasi tersebut dijalankan.
- b. Tahap persuasi. Dalam tahap ini individu membentuk sikap menyetujui atau tidak menyetujui inovasi yang dihadirkan. Dalam tahap ini, objek akan mencari lebih dalam tentang inovasi tersebut. Pada tahapan ini seorang calon adopter akan lebih terlibat secara psikologis dengan inovasi. Kepribadian dan norma-norma sosial yang dimiliki calon adopter ini akan menentukan bagaimana ia mencari informasi dan mengadaptasikan hal apa yang dimiliki dengan inovasi yang dihadirkan.
- c. Tahap pengambilan keputusan. Dalam tahap ini individu membawa suatu pilihan untuk membawa inovasi tersebut atau tidak sama sekali. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses keputusan inovasi, yakni praktik sebelumnya, perasaan akan kebutuhan, keinovatifan, norma dalam sistem sosial.

3. Elemen Difusi Inovasi

Elemen inovasi diantaranya adalah karakteristik inovasi, saluran komunikasi dan sistem sosial.¹¹ Karakteristik inovasi yakni berupa gagasan, ide, wawasan, pengetahuan, atau barang fisik yang dianggap baru oleh individu. Dalam hal ini baru tidaknya inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan calon *adopter*. Jika sesuatu hal dianggap baru oleh individu maka hal tersebut dapat dianggap inovasi untuk individu tersebut, namun 'baru' dalam ide inovatif tidak harus selalu betul-betul baru atau hasil modifikasi/perbaikan dari inovasi sebelumnya. Saluran komunikasi sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari inovator kepada penerima. Dalam memilih saluran komunikasi, inovator/sumber setidaknya perlu memperhatikan: tujuan diadakannya komunikasi dan karakteristik penerima. Saluran komunikasi menyesuaikan seberapa luas jangkauannya dan seberapa besar komunikator ingin mempengaruhi komunikannya. Definisi sistem sosial dalam elemen ini adalah kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini sistem sosial akan membentuk jaringan yang dapat menyebarluaskan inovasi dan

¹⁰ Khatami, M. I., & Nurjanah, A. (2022). Difusi Inovasi dalam Penerapan Komunikasi Bencana pada Masa Mitigasi oleh Forum Pengurangan Risiko Bencana (FPRB). *Jurnal Audiens*, 3(3), 121-130.

¹¹ Khatami, M. I., & Nurjanah, A.

dapat mempengaruhi individu lainnya secara *interpersonal* melalui orang terdekat individu tersebut.

4. Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell, membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder.¹² Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dsb adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb.) dan media nir massa (telepon, surat, megafon, dsb.).

5. Konseptual Komunikasi

Definisi-definisi tentang komunikasi dalam tiga konseptual yang terdiri dari komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi,¹³ yaitu: komunikasi sebagai penyampaian pesan searah dari seseorang (atau lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Pemahaman komunikasi sebagai proses searah sebenarnya kurang sesuai bila diterapkan pada komunikasi tatap muka, namun tidak terlalu keliru bila diterapkan pada komunikasi publik (pidato) yang tidak melibatkan tanya jawab. Pemahaman komunikasi dalam konsep ini, sebagai definisi berorientasi sumber. Sedangkan komunikasi sebagai interaksi merupakan pandangan menyetarakan komunikasi dengan suatu proses sebab akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang

¹² Effendy, O. U. (2022). Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik. Remaja Rosdakarya .

¹³ Purba, Bonaraja, Astri Rumondang Banjarnahor, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Unang Toto Handiman, Yuliyanto Budi Setiawan, Puji Hastuti, Marthinus Ismail dkk. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yayasan Kita Menulis, 2021.

menyampaikan pesan, baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau nonverbal, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya. Kemudian komunikasi sebagai transaksi dalam Pandangan ini menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang dinamis yang secara sinambungan mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Berdasarkan pandangan ini, maka orang-orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Setiap saat mereka bertukar pesan verbal dan atau pesan nonverbal.

6. Agen Perubahan

Agen perubahan adalah orang yang bertindak sebagai katalisator dan mengelola perubahan yang terjadi. Pengertian lebih luas menurut Griffin dan Pareek bahwa agen perubahan adalah orang professional yang tugasnya membantu masyarakat atau kelompok merencanakan pembangunan atau membentuk kembali sasaran, fokus pada masalah, mencari pemecahan yang mungkin, mengatur bantuan, merencanakan tindakan, yang dimaksud untuk memperbaiki situasi, mengatasi kesulitan, dan mengevaluasi hasil dari usaha yang terencana.¹⁴

7. Minat

Menurut Elizabeth B. Hurlock bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan ketika mereka bebas memilih. Ketika mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Sedangkan minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹⁵

8. Vaksinasi

Vaksinasi merupakan cara artifisial untuk mengaktifkan sistem imun untuk melindungi tubuh dari penyakit infeksi. Aktivasi terjadi melalui pemaparan sistem imun dengan imunogen, yaitu zat yang mampu merangsang sistem imun. Proses memperkuat sistem imun dikenal dengan istilah imunisasi, yang bisa terjadi secara aktif maupun pasif, alami ataupun buatan. Vaksinasi

¹⁴ Syaifudin, A. (2022). Model Pemberdayaan Masyarakat di “Kampung Bebek dan Telur Asin” Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo (Studi Pada Kelompok Peternak Itik Sumber Pangan). Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil, 14(1).

¹⁵ Suwarno (2021). Program Manajemen Kesiswaan Dalam Mengembangkan Bakat Minat

merupakan bentuk imunisasi aktif buatan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk memasukkan imunogen ke dalam tubuh.¹⁶

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 100 orang pengunjung Puskesmas Sungai Besar ditinjau dari umur, pekerjaan, jenis kelamin dan tempat tinggalnya yang digunakan untuk mengetahui dan membandingkan hasil yang didapatkan pada variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan rentang usia 17-20 tahun didapatkan sejumlah 7% dari seluruh sampel. Rentang usia 21-30 tahun didapatkan sejumlah 37% dari seluruh sampel, rentang usia 31-40 tahun didapatkan sejumlah 28% dari seluruh sampel, rentang usia 41-50 tahun didapatkan 20% dari seluruh sampel, rentang usia 51-60 didapatkan 6% dari seluruh sampel, dan rentang usia 61-70 didapatkan 2% dari seluruh sampel.

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa responden dengan pekerjaan honorer terdiri dari 8% dari seluruh sampel yang diambil. Kemudian sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) terdiri dari 22% dari keseluruhan sampel, sebagai mahasiswa terdiri dari 8% dari keseluruhan sampel, pensiunan terdiri dari 3% dari keseluruhan sampel, PNS terdiri dari 20% dari keseluruhan sampel, swasta terdiri dari 24% dari keseluruhan sampel, dan wiraswasta membentuk 15% dari keseluruhan sampel. Dari hasil analisis deskriptif menunjukkan pula bahwa responden berjenis kelamin laki-laki terdiri dari 47% dari keseluruhan responden sedangkan responden berjenis kelamin perempuan terdiri dari 53% dari keseluruhan sampel. Sebaran responden berdasarkan wilayah tinggal berdasarkan hasil analisis Kelurahan Sungai Besar menjadi komponen terbesar dalam wilayah tempat tinggal responden dengan persentase diketahui sebesar 77%. Dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengunjung Puskesmas Sungai Besar memang merupakan warga Kelurahan Sungai Besar.

Pada variabel karakteristik inovasi terdiri dari beberapa indikator yaitu keunggulan inovasi, kecocokan inovasi, kerumitan inovasi, triabilitas inovasi dan observabilitas inovasi. Hasil analisis deskriptif data pada indikator keunggulan inovasi menghasilkan olah data dari jawaban-jawaban responden sebanyak 100 orang dengan nilai rata-rata sebesar 3,6, nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 5. Dalam indikator keunggulan inovasi dengan frekuensi jawab tertinggi berada pada skala 4 (setuju) sejumlah 49 orang dan frekuensi jawab terendah berada pada skala 5 (sangat setuju) sejumlah 13 orang. Nilai rata-rata yang didapat pada indikator ini

¹⁶ Kwong, P. D. (2017). What are the most powerful immunogen design vaccine strategies? A structural biologist's perspective. *Cold Spring Harbor Perspectives in Biology*, 9(11), a029470.

adalah sebesar 3,47. Dengan demikian hal ini menunjukkan responden sebagian besar setuju dengan keunggulan inovasi yang ditawarkan dalam hal ini vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster* karena keadaan dan hal tertentu.

Indikator kecocokan inovasi mendapat frekuensi jawab tertinggi sebanyak 35 orang pada skala 4 (setuju) dan frekuensi jawab terendah sebanyak 19 orang pada skala 2 (tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator adalah 3,43. Berdasarkan perolehan data dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan keserasian inovasi yaitu terhadap program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Indikator kerumitan inovasi mendapat frekuensi tertinggi di skala 2 (tidak setuju) sejumlah 70 orang dan frekuensi terendah sebesar 0 orang dalam skala 4 (setuju). Dalam kategori lain yaitu 1 (sangat tidak setuju) mendapat frekuensi sejumlah 4 orang. Dalam skala ragu-ragu diperoleh frekuensi sejumlah 18 orang serta pada skala 5 (sangat setuju) diperoleh frekuensi sejumlah 8 orang. Nilai rata-rata yang didapat dalam indikator kerumitan inovasi adalah 2,38. Dalam indikator ini responden banyak memberi tanggapan tidak setuju bila dilihat dari jumlah frekuensi yang didapat sebesar 70 orang pada skala 2 (tidak setuju) terhadap kerumitan inovasi. Hal ini dapat disebabkan oleh keadaan dan hal tertentu.

Pada indikator triabilitas inovasi diperoleh frekuensi terbanyak di skala 1 (sangat tidak setuju) sehingga diketahui responden sangat tidak setuju terhadap triabilitas (kemungkinan untuk dicoba) inovasi dalam hal ini vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, menunjukkan frekuensi tertinggi indikator observabilitas inovasi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 33 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 0 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator observabilitas inovasi adalah 3,72. Dilihat dari perolehan data frekuensi tersebut, maka diketahui bahwa responden sebagian besar setuju bahwa mereka dapat melihat atau mengamati secara fisik inovasi tersebut yaitu vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Pada variabel saluran komunikasi, terdiri dari beberapa indikator yaitu media yang digunakan, repetisi pesan dan kejelasan pesan. Berdasarkan data analisis deskriptif, pada indikator media yang digunakan menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 37 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 0 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator media yang digunakan adalah 3,51. dilihat dari capaian frekuensi, menggambarkan bahwa responden setuju sebanyak 37 orang pada media yang digunakan dalam informasi seputar inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19.

Berdasarkan data analisis deskriptif, menunjukkan pada indikator repetisi pesan capaian frekuensi tertinggi ada pada skala 2 (tidak setuju) sejumlah 52 orang. Sebaliknya frekuensi

terendah yaitu sejumlah 1 orang masing-masing terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju) dan 3 (ragu-ragu). Nilai rata-rata pada indikator repetisi pesan adalah 3,04. berdasarkan capaian frekuensi, menggambarkan bahwa sebagian besar responden tidak setuju terhadap repetisi pesan mengenai informasi inovasi dalam hal ini seputar program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, menunjukkan pada indikator kejelasan pesan capaian frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 36 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 0 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator kejelasan pesan adalah 3,46. Berdasarkan capaian frekuensi, menggambarkan bahwa sebagian besar responden setuju mengenai kejelasan pesan informasi inovasi dalam hal ini seputar program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Pada variabel sistem sosial, terdapat beberapa indikator yaitu struktur sosial, norma sistem sosial, peran *opinion leader*, dan peran agen perubahan. Berdasarkan data analisis deskriptif, pada indikator struktur sosial menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 39 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 0 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator struktur sosial adalah 3,47. Berdasarkan capaian frekuensi, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan peran struktur sosial pada sistem sosial dalam mendukung inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, pada indikator norma sistem sosial menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 35 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 0 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator norma sistem sosial adalah 3,54. Berdasarkan capaian frekuensi, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap norma sistem sosial dalam mendukung inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, dalam indikator peran *opinion leader* menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 5 (sangat setuju) sejumlah 34 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 0 orang terdapat pada skala 2 (tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator norma sistem sosial adalah 3,52. Berdasarkan capaian frekuensi, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap peran *opinion leader* dalam mendukung inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, dalam indikator peran agen perubahan menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 5 (sangat setuju) sejumlah 54 orang. Pada skala 4 (setuju) diperoleh frekuensi sebanyak 46 orang. Pada skala 1, 2, dan 3 masing diperoleh frekuensi

sejumlah 0. Nilai rata-rata pada indikator peran agen perubaha adalah 4,1. Berdasarkan capaian frekuensi tersebut, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap peran agen perubahan dalam mendukung inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Pada variabel minat terdapat beberapa indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Berdasarkan data pada analisis deskriptif, dalam indikator minat transaksional menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 52 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 1 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator minat transaksional adalah 3,54. Berdasarkan capaian frekuensi tersebut, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap minat transaksional inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, dalam indikator minat referensial menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 35 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 3 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator minat referensial adalah 3,4. Berdasarkan capaian frekuensi tersebut, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap minat referensial inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, dalam indikator minat preferensial menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 29 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 3 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator minat referensial adalah 3,52. Berdasarkan capaian frekuensi tersebut, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap minat preferensial inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Berdasarkan data analisis deskriptif, dalam indikator minat eksploratif menunjukkan frekuensi tertinggi ada pada skala 4 (setuju) sejumlah 52 orang. Sebaliknya frekuensi terendah yaitu sejumlah 1 orang terdapat pada skala 1 (sangat tidak setuju). Nilai rata-rata pada indikator minat referensial adalah 3,61. Berdasarkan capaian frekuensi tersebut, hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap minat eksploratif inovasi dalam hal ini program vaksinasi Covid-19 satu sampai dengan *booster*.

Pada Uji hipotesis H1, diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai t hitung $5,290 > t$ tabel 1,665, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Uji hipotesis H2, diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai t hitung $7,492 > t$ tabel 1,665,

sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y. Uji hipotesis H3, diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,005 < 0,1$ dengan nilai t hitung $2,903 > t$ tabel 1,665 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan terdapat pengaruh X3 terhadap Y.

Pada penelitian ini telah diperoleh hasil analisis uji t dengan hasil uji hipotesis terbukti bahwa karakteristik inovasi terdapat pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat. Selanjutnya pada variabel saluran komunikasi terdapat pengaruh positif terhadap minat sehingga hipotesis kedua diterima. Hipotesis selanjutnya adalah terdapat pengaruh positif antara sistem sosial terhadap minat dan hasil uji hipotesis memperkuat hipotesis tersebut.

Kemudian pada determinasi masing-masing variabel, variabel karakteristik inovasi memiliki determinasi sebesar 65% dengan $R^2 = 0,650$. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa karakteristik inovasi memberikan pengaruh terhadap minat sebesar 65% dengan 35% lainnya dipengaruhi faktor lain. Nilai R^2 yang mendekati 1 memiliki arti bahwa variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pada variabel saluran komunikasi memiliki determinasi sebesar 70,2% dengan $R^2 = 0,702$. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa saluran komunikasi memberikan pengaruh terhadap minat sebesar 70,2% dengan 29,2% dipengaruhi faktor lain. Nilai R^2 yang mendekati 1 memiliki arti bahwa variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pada variabel sistem sosial memiliki determinasi sebesar 49,3% dengan $R^2 = 0,493$. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa sistem sosial memberikan pengaruh terhadap minat sebesar 49,3% dengan 50,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai R^2 yang mendekati 1 memiliki arti bahwa variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Berdasarkan tinjauan maka didapat determinasi tertinggi di antara variabel independen adalah saluran komunikasi, yang ternyata berpengaruh besar terhadap minat masyarakat. Saluran komunikasi yang dimaksud bisa berasal dari media hingga orang terdekat atau petugas pelayanan kesehatan. Hal ini senada dengan penelitian Kharisma Ayu Febriana, Yuliyanto Budi Setiawan pada 2016 dengan Judul Komunikasi Dalam Difusi Inovasi Kerajinan Enceng Gondok Di Desa Tuntang, Kabupaten Semarang dalam jurnal *The Messenger*, Volume VIII, Nomor 1, Edisi Januari 2016.

Mengutip dari Sabda Rasulullah SAW, "berobatlah, karena sesungguhnya Allah tidak menurunkan penyakit, kecuali pasti menurunkan obatnya, kecuali satu penyakit (yang tidak ada

obatnya),”mereka bertanya,”apa itu”? Nabi bersabda,”penyakit tua.” (HR.Tirmidzi 2038, dan disahihkan oleh al-Albani dalam Sunan Ibnu Majah 3436).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara karakteristik inovasi, saluran komunikasi dan sistem sosial dengan minat terhadap inovasi yaitu program vaksinasi Covid-19, maka dilakukan pengambilan hipotesis diantaranya terdapat pengaruh antara karakteristik inovasi dengan minat, kemudian terdapat pengaruh antara saluran komunikasi dengan minat, dan terdapat pengaruh sistem sosial terhadap minat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa telah diperoleh hasil analisis uji t dengan hasil uji hipotesis terbukti bahwa karakteristik inovasi terdapat pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat. Selanjutnya pada variabel saluran komunikasi terdapat pengaruh positif terhadap minat sehingga hipotesis kedua diterima. Hipotesis selanjutnya adalah terdapat pengaruh positif antara sistem sosial terhadap minat dan hasil uji hipotesis memperkuat hipotesis tersebut. Kemudian pada determinasi masing-masing variabel, variabel karakteristik inovasi memiliki determinasi sebesar 65% dengan $R^2 = 0,650$. Berdasarkan data tersebut diperoleh kesimpulan bahwa karakteristik inovasi memberikan pengaruh terhadap minat sebesar 65% dengan 35% lainnya dipengaruhi faktor lain. Pada variabel saluran komunikasi memiliki determinasi sebesar 70,2% dengan $R^2 = 0,702$. Berdasarkan data tersebut diperoleh kesimpulan bahwa saluran komunikasi memberikan pengaruh terhadap minat sebesar 70,2% dengan 29,2% dipengaruhi faktor lain. Pada variabel sistem sosial memiliki determinasi sebesar 49,3% dengan $R^2 = 0,493$. Berdasarkan data tersebut diperoleh kesimpulan bahwa sistem sosial memberikan pengaruh terhadap minat sebesar 49,3% dengan 50,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan data yang telah didapat seperti yang dijelaskan di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Variabel karakteristik inovasi berpengaruh positif, dengan pengaruh sedang dan sangat signifikan terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi satu sampai dengan booster Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik inovasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi karena menggambarkan keunggulan atau manfaat dari inovasi, bukti fisik keberadaan inovasi dan terujinya inovasi dalam hal ini vaksinasi Covid-19 dosis satu sampai dengan booster. (2) Variabel saluran komunikasi berpengaruh positif, dengan pengaruh besar dan sangat signifikan terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan saluran komunikasi dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap program vaksinasi Covid-19 dosis satu sampai dengan booster. Saluran komunikasi

Lukman Hakim, Muzahid Akbar Hayat, Khuzaini, Didi Susanto, Mardiana: Pengaruh Karakteristik Inovasi, Saluran Komunikasi dan Sistem Sosial dalam Difusi Inovasi Terhadap Minat Masyarakat dalam Program Vaksinasi Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan (Studi Kasus Vaksin Satu Sampai Dengan Booster di Puskesmas Sungai Besar Banjarbaru Selatan)

dapat berupa interpersonal maupun melalui media elektronik, cetak, serta internet. (3) Variabel sistem sosial berpengaruh positif, dengan pengaruh kecil dan sangat signifikan terhadap minat masyarakat dalam program vaksinasi satu sampai dengan booster Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan. Sehingga dapat disimpulkan peran sistem sosial dalam masyarakat untuk mempengaruhi minat terhadap program vaksinasi Covid-19 dosis satu sampai dengan booster masih kecil, baik dari kesolidan masyarakat, peranan agen perubahan dan peran orang berpengaruh atau berwenang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alana Dillette & Sandra Sun-Ah Ponting (2021) Diffusing innovation in times of disasters: considerations for event management professionals, *Journal of Convention & Event Tourism*, 22:3, 197-220, DOI: 10.1080/15470148.2020.1860847
- Badri, M. (2022). Komunikasi Inovasi dalam Adaptasi Kebiasaan Baru: Studi Deskriptif pada Pelaku Usaha di Provinsi Riau. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 1-13.
- Bautista, A. G., & Belandres, E. B. (2022). Online Marketing Strategies of Food and Beverage Industries in Urdaneta City: Basis For Sales Optimization.
- BPS Kota Banjarbaru (2021). Kecamatan Banjarbaru Selatan Dalam Angka 2021.
- Dewi Dian Ayunita N.N. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dinkes DKI: Masih Ada Warga Khawatir Efek Samping Vaksin Covid-19. <https://news.detik.com/berita/d-5604051/dinkes-dki-masih-ada-warga-khawatir-efek-samping-vaksin-covid-19>. Diakses pada 01 Oktober 2022. Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Dua Teori Konspirasi Vaksin Ini Paling Dipercaya Warganet. www.gatra.com/news-507260-milenial-dua-teori-konspiracy-vaksin-ini-paling-dipercaya-warganet.html. Diakses pada 01 Oktober 2022.
- Effendy, O. U. (2022). Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik. Remaja Rosdakarya .
- Febriana, K. A., & Setiawan, Y. B. (2016). Komunikasi dalam Difusi Inovasi Kerajinan Enceng Gondok di Desa Tuntang, Kabupaten Semarang. *Jurnal the messenger*, 8(1), 17-26.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferreira, W. S. D. S., Vale, G. M. V., & Corrêa, V. S. (2022). Diffusion of Innovation in Technological Platforms: The Uber Case. *BAR-Brazilian Administration Review*, 19.
- Firdaus, M. M. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0. CV. Dotplus Publisher.
- Frei-Landau, R., Muchnik-Rozanov, Y., & Avidov-Ungar, O. (2022). Using Rogers' diffusion of innovation theory to conceptualize the mobile-learning adoption process in teacher education in the Covid-19 era. *Education and information technologies*, 1–28. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11148-8>
- Fujii, M. (2022). Simulations of the Diffusion of Innovation by Trust–Distrust Model Focusing on the Network Structure. *The Review of Socionetwork Strategies*, 1-18.

Lukman Hakim, Muzahid Akbar Hayat, Khuzaini, Didi Susanto, Mardiana: Pengaruh Karakteristik Inovasi, Saluran Komunikasi dan Sistem Sosial dalam Difusi Inovasi Terhadap Minat Masyarakat dalam Program Vaksinasi Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan (Studi Kasus Vaksin Satu Sampai Dengan Booster di Puskesmas Sungai Besar Banjarbaru Selatan)

Ghozali, Imam. 2017. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".

Goodman, R. C. (2022). Using Consumer-Generated Social Media Posts to Improve Forecasts of Television Premiere Viewership: Extending Diffusion of Innovation Theory.

Haryono, C. G. Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. CV Jejak (Jejak Publisher). 2020.

Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104-114.

Hayat, M. A., Subroto, P., Kurniawan, M. I., & Jauhari, M. R. (2021). Kontribusi Komunikasi Massa Instansi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Kapuas. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(12), 6240-6255.

Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58-67.

Khatami, M. I., & Nurjanah, A. (2022). Difusi Inovasi dalam Penerapan Komunikasi Bencana pada Masa Mitigasi oleh Forum Pengurangan Risiko Bencana (FPRB). *Jurnal Audiens*, 3(3), 121-130.

Kohlbeck, S., Levas, M., Hernandez-Meier, J., & Hargarten, S. (2022). Implementing the Cardiff Model for violence prevention: using the diffusion of innovation theory to understand facilitators and barriers to implementation. *Injury prevention*, 28(1), 49-53.

Kwong, P. D. (2017). What are the most powerful immunogen design vaccine strategies? A structural biologist's perspective. *Cold Spring Harbor Perspectives in Biology*, 9(11), a029470.

Mojaye, E. M., & Msughter, A. E. Theoretical perspectives in world information systems: A propositional appraisal of new media-communication imperatives.

Mushlihin, "Memahami Definisi Operasional dalam Penelitian", dikutip dari Peserta Didik di MA Ma'arif, P. D., & Kepung, N. U. (2021). Revised. *ejournal.iaifa.ac.id*

Pratiwi, N. K. (2017). Pengaruh tingkat pendidikan, perhatian orang tua, dan minat belajar siswa terhadap prestasi belajar bahasa indonesia siswa smk kesehatan di kota tangerang. Pujangga: *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 1(2), 31.

Purba, Bonaraja, Astri Rumondang Banjarnahor, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Unang Toto Handiman, Yuliyanto Budi Setiawan, Puji Hastuti, Marthinus Ismail et al. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yayasan Kita Menulis, 2021.

Raman, R., Vachharajani, H., & Nedungadi, P. (2021). Adoption of online proctored examinations by university students during Covid-19: Innovation diffusion study. *Education and information technologies*, 26(6), 7339-7358.

Risa, "https://www.kanalkalimantan.com/jemput-bola-vaksinasi-puskesmas-sungai-besar-ke-tingkat-rt-dan-rw/. Diakses pada hari Minggu 30 Oktober 2022 Pukul 19.00 WITA

Rohmah, A., Abiyyu, K. Y., Elisa, C., Pasapan, N. L., Firdaus, M. N., & Permatasari, N. R. (2022). Adopsi Inovasi Layanan Online di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Samarinda. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 47-60.

Santoso, Singgih. 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Sendjaja, S. D. Komunikasi: Signifikansi, Konsep, dan Sejarah. Pengantar Ilmu Komunikasi, XII, (1), 3. 2014.

Lukman Hakim, Muzahid Akbar Hayat, Khuzaini, Didi Susanto, Mardiana: Pengaruh Karakteristik Inovasi, Saluran Komunikasi dan Sistem Sosial dalam Difusi Inovasi Terhadap Minat Masyarakat dalam Program Vaksinasi Covid-19 di Kecamatan Banjarbaru Selatan (Studi Kasus Vaksin Satu Sampai Dengan Booster di Puskesmas Sungai Besar Banjarbaru Selatan)

- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019, March). Kajian Difusi Inovasi E-Learning Di Lembaga Pendidikan Pesantren. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian LPPM Universitas PGRI Madiun* (pp. 207-212).
- Smith, R. A., Bone, C., Visco, A., Calo, W. A., Wright, J., Groff, D., & Lennon, R. P. (2022). Skeptical Health Mavens May Limit Covid-19 Vaccine Diffusion: Using the Innovation Diffusion Cycle to Interpret Results of a Cross-sectional Survey among People Who are Socially Vulnerable. *Journal of Health Communication*, 1-7.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah*
- Suwarno. *Program Manajemen Kesiswaan Dalam Mengembangkan Bakat Minat*
- Syaifudin, A. (2022). Model Pemberdayaan Masyarakat di “Kampung Bebek dan Telur Asin” Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo (Studi Pada Kelompok Peternak Itik Sumber Pangan). *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 14(1).
- Taufik, M. T. (2017). Memperkenalkan Komunikasi Transdental. *Nizham Journal of Islamic Studies*, 1(2), 204-221
- Teguh, M. (2015). Difusi inovasi dalam program pembelajaran jarak jauh di Yayasan Trampil Indonesia.
- Ullah, K., Ullah, A., Shafi, B., & Shah, M. Influence of Change Agent in Agricultural Innovation Decision Process.
- Update Data Penyebaran Covid-19 Kota Banjarbaru. Diakses pada 27 September 2022.<http://corona.banjarbarukota.go.id/>
- Warner, L. A., Krinsky, L. S., & Rampold, S. D. (2022). Using a diffusion of innovation lens to understand homeowner support for septic system to sewer system conversions. *Journal of Environmental Management*, 319, 115651.
- Widaswara, R. Y., & Pramana, I. B. K. Y. (2022). Difusi Inovasi dan Adopsi Media Sosial Sebagai Media Komunikasi di Era Pembelajaran Daring. *Communicare*, 3(1), 21-30.