

ABSTRAK

Kebijakan pemerintah dalam pembatasan aktivitas masyarakat akibat fenomena Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 mengharuskan masyarakat untuk menggunakan teknologi online agar tetap mendapatkan informasi dari luar, salah satunya PT Kereta Api Indonesia yang memanfaatkan kampanye media sosial Branding Kereta Aman dan Sehat di Instagram @keretaapikita sebagai sarana menyampaikan informasi terkait aturan protokol kesehatan untuk meningkatkan kesadaran penumpang tentang pentingnya menjaga kesehatan. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang pengaruh kampanye di media sosial Instagram @keretaapikita terhadap kesadaran penumpang dalam menaati protokol kesehatan di PT Kereta Api Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besar pengaruh pesan kampanye di media sosial @keretaapikita terhadap kesadaran penumpang untuk mematuhi protokol kesehatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 99 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis menggunakan uji T. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Vanus terkait komponen isi pesan (verbalisasi, visualisasi, himabauan, humor, dan pendekatan kelompok rujukan) dan teori Sciffman & Wisenblit terkait komponen sikap (kognitif, afektif, dan konitif). Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pengaruh kampanye dan kesadaran penumpang PT Kereta Api Indonesia dengan indikator himbauan memiliki pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi sikap kognitif sehingga meningkatkan kesadaran penumpang terkait menjaga kesehatan.

Kata kunci: kampanye humas, media sosial, protokol kesehatan