

TESIS

**PENGARUH INFORMASI PERBUP NO. 42 TAHUN 2020 TENTANG
KEBIJAKAN PENANGANAN COVID-19 TERHADAP PERSEPSI
DAN PERILAKU MASYARAKAT DI KAB. ENREKANG**

**INFLUENCE OF INFORMATION ON PERBUP NO. 42 OF 2020
CONCERNING POLICIES FOR HANDLING COVID-19 ON
PUBLIC PERCEPTIONS AND BEHAVIORS
IN ENREKANG REGENCY**

NURTAKWA

E022191005



**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

**PENGARUH INFORMASI PERBUP NO. 42 TAHUN 2020 TENTANG
KEBIJAKAN PENANGANAN COVID-19 TERHADAP PERSEPSI
DAN PERILAKU MASYARAKAT DI KAB. ENREKANG**

INFLUENCE OF INFORMATION ON PERBUP NO. 42 OF 2020
CONCERNING POLICIES FOR HANDLING COVID-19 ON
PUBLIC PERCEPTIONS AND BEHAVIORS
IN ENREKANG REGENCY

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

NURTAKWA
E022191005

PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH INFORMASI PERBUP NO. 42 TAHUN 2020 TENTANG
KEBIJAKAN PENANGANAN COVID-19 TERHADAP PERSEPSI DAN
PERILAKU MASYARAKAT DI KAB. ENREKANG**

Disusun dan diajukan oleh

NURTAKWA

E022191005

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **07 Juli 2021**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.
NIP. 19620118 198702 1 001

Pembimbing Pendamping,



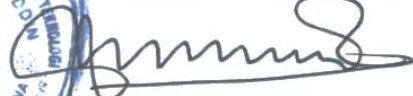
Dr. Muhammad Farid, M.Si.
NIP. 19610716 198702 1 001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Farid, M.Si.
NIP. 19610716 198702 1 001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. H. Armin, M.Si.
NIP. 19651109 199103 1 008



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurtakwa
NIM : E022191005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata dua (S2)

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul:

“PENGARUH INFORMASI PERBUP NO. 42 TAHUN 2020 TENTANG KEBIJAKAN PENANGANAN COVID-19 TERHADAP PERSEPSI DAN PERILAKU MASYARAKAT DI KAB. ENREKANG”.

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain. Bahwa tesis yang saya tulis ini, benar-benar merupakan hasil karya sendiri.

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

Makassar, 19 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Nurtakwa

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, dengan selesainya tesis ini yang dalam rangka mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, maka penulis ingin mengucapkan puji syukur yang dipanjatkan sebesar-besarnya kepada Allah SWT. sang pemberi wujud dari segala wujud yang secara manifestasi segala sesuatu tidak terpisah dari-Nya. Dialah cahaya dari segala cahaya yang dari cahaya- Nya memancar segala keindahan-Nya. Tidak ada yang sanggup mensyukuri-Mu, kecuali dengan kebaikan-Mu yang menuntutnya untuk bersyukur. Dan tak lupa pula penulis hanturkan Sholawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. manusia suci yang merupakan manifestasi makhluk ilahi yang sempurna dan pemimpin alam semesta. Manusia suci yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang dengan naungan ilahi dan kesucian ilmu pengetahuan. Manusia suci yang kerinduan manusia selalu tertuju padanya dan keluarganya yang suci. Semoga selalu tercurahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua.

Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Penulis juga menyadari akan bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak dalam kehidupan penulis sampai saat ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibunda tercinta Nursia, Ibu sekaligus Ayah yang berjuang untuk senantiasa

merawat, mendidik, dan memotivasi penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang dari kecil hingga saat ini.

Tak lupa pula penulis hanturkan doa kepada Ayahanda tercinta Abdul Latif (Alm) semoga mendapatkan tempat yang paling terindah disisi Allah SWT. Aamiin. Serta terima kasih kepada seluruh keluarga tercinta yang selalu memberi dukungan, semangat, serta doa dan mau mendengarkan keluh kesah selama masa penyusunan tesis penulis.

Selanjutnya, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA. selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Prof. Dr. Armin Arsyad, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar yang telah mendukung aktivitas perkuliahan penulis hingga akhir penyelesaian tesis ini.
3. Dr. H. Muhammad Farid, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, sekaligus sekretaris penasehat yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta pelayanan mulai dari penulis menjadi mahasiswa hingga penulis menyelesaikan kuliah.

4. Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si selaku ketua penasehat yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan motivasi, serta menyumbangkan pikiran sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Terima kasih selalu ikhlas tanpa kenal lelah memberikan waktunya dalam membimbing, mengarahkan, mendukung, serta memberikan bantuannya dalam proses penyelesaian tesis ini.
5. Tim penguji, Dr. M. Akbar, M.Si, Dr. Arianto, M.Si dan Dr. Sudirman Karnay, M.Si yang juga telah memberikan kesempatan, kesabaran serta perhatiannya dalam memberikan beberapa masukan, koreksi, dan saran guna penyempurnaan penulisan tesis ini.
6. Segenap Dosen dan pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang tidak luput dari ingatan penulis untuk menghanturkan ucapan terima kasih atas bimbingan, pelayanan, serta arahan selama penulis menempuh proses perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Rekan-rekan Komunikasi Program Pasca sarjana Ilmu Komunikasi Unhas angkatan 2019 semester ganjil yang luar biasa kompak, terima kasih atas waktu dan kebersamaan yang begitu luar biasa, kita bukan hanya sekedar teman kelas akan tetapi sudah menjadi keluarga.

8. Kepada para sahabat, teman-teman penulis yang tidak dapat diucapkan satu per satu telah memberikan bantuan, motivasi, dukungan serta doa yang telah diucapkan, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Namun, sebagai manusia yang tentunya memiliki keterbatasan, tidak menutup kemungkinan masih ditemukan kekurangan dan kelemahan dalam penulisan tesis ini. Oleh karena itu, segala masukan dalam bentuk kritikan dan saran yang sifatnya membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan dan penulisan di masa yang akan datang. Semoga Allah SWT. senantiasa membalas pengorbanan tulus yang telah diberikan dengan limpahan karunia-Nya. Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Makassar, 07 Juli 2021

Nurtakwa

ABSTRAK

NURTAKWA. *Pengaruh Informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 Tentang Kebijakan Penanganan Covid-19 Terhadap Persepsi dan Perilaku Masyarakat di Kab. Enrekang, (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Muhammad Farid).*

Penelitian ini bertujuan (1) mengukur tingkat terpaan informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 melalui sosialisasi langsung dan media sosial pada masyarakat Enrekang Kota, (2) menganalisis persepsi masyarakat Enrekang Kota tentang informasi Perbup No. 42 Tahun 2020; (3) menganalisis perilaku masyarakat Enrekang Kota setelah menerima informasi Perbup No. 42 Tahun 2020; dan (4) mengukur pengaruh informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 terhadap persepsi dan perilaku masyarakat Enrekang Kota.

Lokasi penelitian ini adalah Enrekang Kota. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Jumlah responden sebanyak 398 sampel yang diperoleh dengan teknik penyampelan kluster. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data dianalisis secara regresi sederhana dengan bantuan Program SPSS versi 21 untuk mengukur pengaruh informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 terhadap persepsi dan perilaku masyarakat Enrekang Kota.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) tingkat terpaan informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 di media sosial dan sosialisasi langsung berada di kategori rendah dengan mengukur frekuensi, atensi, dan durasi dalam mengakses, mengikuti, dan membaca informasi; (2) persepsi masyarakat tentang kehadiran informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 sebagai upaya pencegahan penyebaran Covid-19 positif; (3) perilaku masyarakat setelah menerima informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 berada pada kategori patuh terhadap protokol kesehatan, memakai masker, dan mencuci tangan, sedangkan pada *physical distance* dan *sosial distance* berada pada kategori kurang patuh; dan (4) informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi dan perilaku masyarakat Enrekang Kota. Informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 memberi kontribusi pengaruh terhadap persepsi masyarakat sebesar 73,8% dan hanya 20,3% terhadap perilaku masyarakat.

Kata kunci: informasi, Perbup, Covid-19, persepsi, perilaku



ABSTRACT

NURTAKWA. *Influence of Information on Perbup No. 42 of 2020 concerning Policies for Handling Covid-19 on Public Perceptions and Behaviors in Enrekang Regency.* (Supervised by **Andi Alimuddin Unde and Muhammad Farid**).

This study aims to (1) measure the level of information exposure Perbup No. 42 of 2020 through direct socialization and on social media to the people of Enrekang city; (2) analyze the perception of the people of Enrekang city about information on Perbup No. 42 of 2020; (3) analyze the behavior of the people of Enrekang city after receiving information on Perbup No. 42 of 2020; (4) measure the effect of information on Perbup No. 42 of 2020 on the perception and behavior of the people of Enrekang city.

The location of this research was Enrekang city. The research method used was quantitative. The number of respondents as many as 398 samples obtained by cluster sampling technique. Data collection through questionnaire technique. The data were analyzed by simple regression with the help of SPSS version 21 program to measure the effect of information on Perbup No. 42 of 2020 on the perception and behavior of the Enrekang community.

The results show that (1) the level of information exposure of Perbup No. 42 of 2020 on social media and direct socialization is in the low category by measuring the frequency, attention, and duration of accessing, following, and reading information; (2) public perception of information on Perbup No. 42 of 2020 as measured by indicators of understanding and the community gives a positive perception of the presence of Perbup No. 42 of 2020 as an effort to prevent the spread of Covid-19; (3) community behavior after receiving Perbup No. 42 of 2020 is in the category of complying with health protocols, wearing masks, and washing hands, while physical distance and social distance are in the less compliant category; (4) information on Perbup No, 42 of 2020 has a positive and significant effect on the perception and behavior of the people of Enrekang City. Information on Perbup No. 42 of 2020 contributes 73.8% of the influence on public perception, and only 20.3% of the contribution to public behavior.

Keywords: Information, Perbup, Covid-19, Perception, Behavior



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan.....	iii
Pernyataan Keaslian Tesis.....	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Tabel.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Konsep	9
1. Konsep komunikasi.....	9
2. Terpaan media.....	18
3. Konsep informasi	21
B. Kajian Teori.....	27

1. Teori Persepsi.....	27
2. Teori Perilaku.....	32
3. Teori S-O-R	35
C. Penelitian Yang Relevan	40
D. Kerangka Pikir	43
E. Hipotesis	43
F. Defenisi Operasional.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Rancangan Penelitian	45
B. Lokasi dan waktu penelitian	46
C. Populasi, sampel, dan teknil sampel	48
D. Teknik pengumpulan data	50
E. Variabel penelitia.....	52
F. Teknik Analisis data.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum	57
1. Gambaran Umum Kabupaten Enrekang	57
2. Gambaran Umum Perbup No. 42 Tahun 2020.....	61
B. Hasil Penelitian.....	64
1. Uji validitas	65
2. Uji realibilitas.....	72
3. Uji normalitas	73
4. Karakteristik Responden.....	75

5. Uji Regresi Linear Sederhana	80
5.1 Terpaan Informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 Melalui Sosialisasi Langsung dan Media Sosial	80
5.2 Persepsi masyarakat mengenai informasi Perbup No. 42 tahun 2020	87
5.3 Perilaku masyarakat setelah menerima informasi Perbup No. 42 tahun 2020	92
5.4 Pengaruh informasi Perbup No. 42 tahun 2020 terhadap Persepsi dan Perilaku masyarakat	95
C. Pembahasan	105
1. Terpaan Informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 Melalui Sosialisasi Langsung dan Media Sosial	105
2. Persepsi masyarakat mengenai informasi Perbup No. 42 tahun 2020	111
3. Perilaku masyarakat setelah menerima informasi Perbup No. 42 tahun 2020	115
4. Pengaruh informasi Perbup No. 42 tahun 2020 terhadap persepsi dan perilaku masyarakat	121
BAB V PENUTUP	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran	127
Daftar Pustaka	129
Lampiran.	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	25
Gambar 2.2.....	37
Gambar 2.3.....	39
Gambar 2.4.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	47
Tabel 3.2	48
Tabel 3.3	50
Tabel 3.4	51
Tabel 4.1	60
Tabel 4.2	66
Tabel 4.3	67
Tabel 4.4	69
Tabel 4.5	69
Tabel 4.6	71
Tabel 4.7	71
Tabel 4.8	72
Tabel 4.9	73
Tabel 4.10	73
Tabel 4.11	74
Tabel 4.12	75
Tabel 4.13	76
Tabel 4.14	77
Tabel 4.15	77
Tabel 4.16	78
Tabel 4.17	79
Tabel 4.18	81
Tabel 4.19	82
Tabel 4.20	82
Tabel 4.21	83
Tabel 4.22	84
Tabel 4.23	85
Tabel 4.24	86
Tabel 4.25	86

Tabel 4.26	88
Tabel 4.27	88
Tabel 4.28	89
Tabel 4.29	89
Tabel 4.30	90
Tabel 4.31	91
Tabel 4.32	92
Tabel 4.33	92
Tabel 4.34	93
Tabel 4.35	94
Tabel 4.36	94
Tabel 4.37	95
Tabel 4.38	97
Tabel 4.39	98
Tabel 4.40	99
Tabel 4.41	102
Tabel 4.42	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyebaran Covid-19 telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan, baik pada tataran global, hingga menjangkit wilayah pedesaan. Beragam upaya pemerintah telah dilakukan baik berupa pencegahan, serta beragam kebijakan yang dapat meringankan beban masyarakat yang begitu terdampak Pandemi Covid-19.

Angka positif Covid-19 masih terus meningkat, salah satunya di Provinsi Sulawesi Selatan yang diumumkan pertama kalinya pada tanggal 19 Maret 2020. Khususnya di Kabupaten Enrekang kasus pertama kali diumumkan pada tanggal 10 April 2020. Masuknya Covid-19 di Kabupaten Enrekang membuat keresahan pada masyarakat, sehingga pemerintah menghimbau masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan yang telah dibuat dan ditetapkan oleh pemerintah pusat.

Protokol kesehatan yang awalnya dianggap penting dan harus dipatuhi oleh masyarakat, seketika berubah saat masyarakat melihat salah satu dari pejabat pemerintah Kabupaten Enrekang melakukan pelanggaran protokol kesehatan yang mana pada tanggal 24 April 2020 beredar foto kegiatan buka puasa bersama (terlihat tidak mematuhi protokol kesehatan) di rumah jabatan Sekretaris Daerah Enrekang yang di unggah di media sosial (Facebook) oleh seorang tamu yang hadir dalam acara tersebut. Unggahan tersebut viral dan banyak mendapat kecaman

dari masyarakat. Pasalnya, baru beberapa hari sebelumnya, pemerintah bersama Forkopimda dan unsur lainnya telah menandatangani *Maklumat*. Isi *Maklumat* berisi 6 poin penting yang harus dipatuhi masyarakat Enrekang. Salah satunya adalah, *tidak menggelar acara buka bersama atau sahur* yang sifatnya mengumpulkan banyak orang (Arafah, 2020).

Kejadian tersebut mengurangi tingkat kepercayaan masyarakat Enrekang terhadap pemerintah dan juga terhadap kasus Covid-19 yang dianggap sangat berbahaya. Hal ini dapat menurunkan tingkat kepatuhan masyarakat terhadap protokol kesehatan yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Akibatnya, akan berpengaruh pada peningkatan kasus positif Covid-19.

Terbukti, kasus positif Covid-19 di Kabupaten Enrekang masih terus meningkat hingga per September mencapai 139 kasus yang tersebar di 12 kecamatan. Kasus tertinggi di ibu kota Kabupaten Enrekang dengan jumlah 40 kasus.

Dalam suasana darurat seperti ini, yang selalu dibutuhkan masyarakat adalah kebijakan sebagai intervensi pemerintah. Kebijakan dibuat oleh lembaga atau pemerintah yang berhubungan dengan tugas-tugas pemerintah, yaitu sebagai persoalan publik yang merupakan tanggung jawab pemerintah. serangkaian pilihan tindakan tersebut diputuskan sebagai strategi untuk merealisasikan tujuan pemerintah dalam hal yang bersangkutan karena setiap tindakan selalu dipengaruhi dengan ancaman maupun peluang di sekitarnya. Dengan demikian

kebijakan yang dibuat tersebut bertujuan untuk menggali potensi sekaligus mengatasi hambatan yang ada.

Perbup No. 42 tahun 2020 yang dikeluarkan Bupati Enrekang ini merupakan salah satu bentuk kebijakan public karena program tersebut merupakan tindakan yang dibuat oleh lembaga pemerintah dengan tujuan dapat mengurangi atau menekan jumlah kasus Covid-19. Selain itu kebijakan ini juga bertujuan untuk dapat mendorong kemajuan kehidupan bersama karena Perbup ini merupakan pedoman penerapan disiplin dan penegakan hukum protokol kesehatan sebagai upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 di Kabupaten Enrekang”.

Peraturan Bupati ini bertujuan mendisiplinkan masyarakat dalam menerapkan protokol kesehatan yakni: *memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, dan menghindari kerumunan*. Bagi yang tidak mematuhi Perbup No. 42 Tahun 2020 tersebut akan mendapat sanksi administratif yang berlaku bagi perorangan, tenaga usaha, dan ranah publik.

Perbup dibuat dengan sanksi-sanksi sebagai peringatan kepada masyarakat agar tidak menganggap kasus Covid-19 sebagai kasus biasa dan lebih memperhatikan protokol kesehatan. Bupati Enrekang berharap dengan adanya Perbup yang berisikan sanksi-sanksi tersebut, penyebaran Covid-19 di Kabupaten Enrekang bisa teratasi.

Adanya kebijakan baru yang harus segera diketahui oleh semua masyarakat Enrekang menjadi tugas utama pemerintah untuk memberikan atau menyampaikan informasi dengan baik agar dapat diterima dengan

baik oleh masyarakat. Seperti yang dijelaskan dalam Perbup pasal 30 tentang sosialisasi dan partisipasi, dimana Bupati menugaskan dinas atau satgas untuk melakukan sosialisasi terkait informasi/edukasi tentang isi dari Perbup itu sendiri sebagai upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 kepada masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Enrekang mulai mengintensifkan sosialisasi Perbup No. 42 Tahun 2020. Sosialisasi berlangsung mulai 17 september sampai 27 september. Sasarannya adalah semua desa dan kelurahan di Kabupaten Enrekang. Tim yang turun terdiri dari Forkopimda, instansi Vertikal dan seluruh OPD. Sosialisasi dilakukan dengan tatap muka bersama tokoh masyarakat, tokoh agama, pemuda, LSM, dan Ormas. Mereka turun langsung ke titik-titik kumpul masyarakat seperti pasar, sekolah, terminal hingga perkantoran. Pemerintah mengharapkan seluruh peserta sosialisasi agar membantu menjelaskan Perbup itu kepada masyarakat luas. (Asiz Albar, 2020)

Selain sosialisasi langsung ke masyarakat, Pemerintah Kabupaten Enrekang juga menyebarkan informasi Perbup melalui media sosial dengan tujuan, masyarakat dengan mudah mengakses dan mencari tahu informasi Perbup kapan dan dimana saja. Pemerintah berharap masyarakat bisa memahami dengan baik isi dari Perbup agar bisa lebih patuh terhadap protokol kesehatan.

Penyebaran informasi melalui media sosial dilakukan oleh diskominfo di akun (@diskominfo.ekg) instagram dan facebook miliknya

dan dibantu juga oleh akun @enrekangdekat_. Informasi dibagikan dalam bentuk poster yang berisikan tujuan dan sanksi administratif yang ada dalam isi Perbup. Selain itu, berbagai dokumentasi sosialisasi langsung juga diunggah guna menambah kepercayaan dan pemahaman masyarakat.

Setelah rangkaian sosialisasi selesai maka secara efektif Perbup No. 42 Tahun 2020 ini mulai efektif berlaku per 1 oktober 2020. Perbup ini secara garis besar mengatur penegakan protokol kesehatan, serta sejumlah sanksi yang menanti pelanggar. Mulai dari teguran lisan dan denda Rp 50.000, sampai pada pembubaran paksa, penghentian sementara operasional usaha, hingga pencabutan izin. (Asiz Albar, 2020)

Pemerintah dalam hal ini sebagai penanggung jawab utama penanggulangan penyebaran Covid-19 harus mengoptimalkan segala upaya untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap bahaya pandemi ini. Selain pada bahaya yang menyerang fisik, dalam hal ini penyakit akibat terinfeksi, juga yang penting adalah bahaya dari perbedaan persepsi atau pun pendapat hingga mengakibatkan ketidakpatuhan terhadap protokol kesehatan yang sudah ditetapkan. Meskipun perbedaan persepsi merupakan hal yang wajar akan tetapi hal tersebut dapat berdampak buruk terhadap penekanan angka penyebaran Covid-19, karena atensi dan kewaspadaan masyarakat menjadi berkurang.

Persepsi menjadi hal yang lumrah memang dilontarkan oleh masyarakat saat setelah mendapatkan/mendengar informasi. Namun

terkadang akibat dari pelbagai sumber akses informasi yang di terima oleh masyarakat, menjadikan perbedaan tidak dapat dihindarkan. Oleh karena itu, studi ini akan membahas tentang “Pengaruh Informasi Perbup No.42 Tahun 2020 Terhadap Persepsi dan Perilaku Masyarakat di Kabupaten Enrekang”.

B. Rumusan Masalah

Masyarakat sebagai pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, yang bisa berupa satu orang atau lebih. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi karena ia merupakan sasaran komunikasi. Masyarakat di Ibu Kota Kabupaten Enrekang menjadi fokus tujuan dalam penelitian ini karena angka positif Covid-19 selalu meningkat. Oleh karena itu, menarik untuk dikaji lebih mendalam tentang “Persepsi dan Perilaku Masyarakat” dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat terpaan informasi Perbup No. 42 tahun 2020 pada masyarakat Kabupaten Enrekang ?
2. Bagaimana persepsi masyarakat mengenai informasi Perbup No. 42 tahun 2020 ?
3. Bagaimana perilaku masyarakat setelah menerima informasi Perbup No. 42 tahun 2020 ?
4. Apakah informasi Perbup No. 42 tahun 2020 berpengaruh terhadap persepsi dan perilaku masyarakat ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan menghimpun jawaban-jawaban dari setiap pertanyaan yang telah dirumuskan sebagai suatu upaya menganalisis permasalahan yang dibahas. Berdasarkan hal itu, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk mengukur tingkat terpaan informasi Perbup No. 42 tahun 2020 kepada masyarakat Enrekang.
2. Untuk menganalisis persepsi masyarakat mengenai informasi Perbup No. 42 tahun 2020.
3. Untuk menganalisis perilaku masyarakat setelah menerima informasi Perbup No. 42 tahun 2020.
4. Untuk menganalisis tingkat pengaruh informasi Perbup terhadap persepsi dan perilaku masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun maksud dari tercapainya tujuan studi ini, maka diharapkan dapat memberikan suatu kemanfaatan bagi semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung seperti:

1. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menambah khasanah keilmuan sekaligus berpartisipasi aktif dalam mengembangkan pemikiran terkait pengaruh informasi terhadap persepsi dan perilaku masyarakat.

2. Penelitian ini menjadi rujukan bagi kalangan akademisi dalam upaya penelitian yang berkelanjutan, di ranah aktualisasi ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan konsep dan teori yang menjadi dasar studi ini sehingga peneliti dapat memahami tema penulisan sesuai dengan landasan yang telah ditentukan sebelumnya. Bab ini juga mencakup karya penelitian terdahulu yang relevan dengan studi yang akan dilakukan serta kerangka pikir yang digunakan untuk memudahkan dalam pemahaman terhadap studi yang akan dilakukan.

A. Kajian Konsep

1. Konsep Komunikasi

Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Melalui komunikasi manusia dapat menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain. Pendekatan dengan melakukan komunikasi manusia dapat berhubungan atau berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut communication berasal dari bahasa latin “communicare” yang artinya berbicara, menyampaikan pesan, informasi, pikiran, gagasan, dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau umpan balik (feedback) dari orang yang diajak berbicara.

Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan, siapa yang menyampaikan, apa yang

disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya (Cangara 2012:21).

Definisi komunikasi menurut Everett M. Rogers 1985 (Cangara 2013:33) yaitu, "*Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka*".

Kemudian dikembangkan oleh Lawrence D. Kincaid (1981) dalam Cangara (2013:33) dengan menyatakan "*Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam*".

Pakar komunikasi lain, Joseph A. DeVito mengemukakan komunikasi sebagai transaksi. Transaksi yang dimaksud bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan. Dalam setiap proses transaksi setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen lain (Suprpto 2006:5).

Jika dilihat sekilas dari ulasan di atas, kiranya dapat ditarik benang merah bahwa setiap ahli memiliki pandangan beragam dalam mendefinisikan komunikasi. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks yang berbeda satu sama lain tetapi, pada dasarnya berbagai definisi komunikasi yang ada sesungguhnya saling melengkapi

dan menyempurnakan sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi itu sendiri.

1.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merujuk pada komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang. Menurut (Cangara 2012:236) komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan Erwin (1979) bahwa *interpersonal Communication is communication involving to or more people in face-to-face setting.*

Dalam komunikasi interpersonal dapat dilihat adanya umpan balik seketika proses komunikasinya dilakukan dengan bertatap muka. Sehingga dalam komunikasi interpersonal ini juga harus diperhatikan mengenai umpan balik yang terjadi, pihak yang memulai komunikasi interpersonal harus mempunyai kemampuan untuk memprediksi perilaku atau umpan balik yang akan terjadi, karena kualitas dari komunikasi dapat menimbulkan umpan balik yang positif.

Definisi lain mengenai komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar seseorang dengan orang lain, bisa berlangsung secara tatap muka maupun dengan bantuan media (Suranto, 2011).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung antar pengirim dan penerima pesan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dikatakan terjadi secara langsung apabila komunikasi ini dilakukan secara tatap muka dan

dikatakan tidak terjadi secara langsung apabila komunikasi ini dilakukan dengan menggunakan media tertentu. Jadi komunikasi interpersonal tidak semata-mata terjadi hanya di antara dua orang saja, bisa terjadi antara seseorang dengan sekelompok kecil orang.

1.2 Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang terjadi dalam kelompok pada hakekatnya adalah komunikasi interpersonal karena komunikasi yang terjadi antara anggotanya biasanya bersifat *face to face*. Pesan yang disampaikan secara lisan, tanpa perantara media, sehingga umpan balik dapat disampaikan secara langsung. Komunikasi kelompok menurut Deddy Mulyana (2017:24) adalah: *“Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama mengenai suatu hal lain dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang sedang berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut”*.

Menurut Michael Burgoon dalam Wiryanto, (2015:52) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana

anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota anggota yang lain secara tepat.

1.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa) artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa atau *mass media* sebagai kependekan dari *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama (Wiryanto 200: 2).

Komunikasi massa itu sendiri perlu diperhatikan antara *Mass Communications* (dengan s) dan *Mass Communication* (tanpa s). Seperti dikemukakan oleh Jay Black dan Frederick C Whitney dalam bukunya *Introduction to Mass Communication* (1988) dikatakan bahwa *Mass Communications* lebih merujuk pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa. Sedangkan *Mass Communication* lebih merujuk pada teori atau proses teori, atau bisa dikatakan *mass communication lebih* merujuk pada proses dalam komunikasi massa. (Nurudin 2003:4).

Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) dalam Nurudin (2003: 11) disebutkan:

“Mass Communication is a process where by mass-produced message are transmited to large, anonymous, and heterogeneous message of receivers (komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen).

“Large” disini berarti lebih luas dari sekedar kumpulan orang yang berdekatan secara fisik, sedangkan *“anonymous”* berarti bahwa individu yang menerima cenderung menjadi asing satu sama lain atau tidak saling mengenal satu sama lain, dan *“heterogeneous”* berarti bahwa pesan yang dikirim *“to whom it may concem”* (kepada yang berkepentingan) yakni kepada orang-orang dari berbagai macam atribut, status, pekerjaan, dan jabatan dengan karakteristik yang berbeda satu sama lain dan bukan penerima pesan yang homogen (Nurudin 2003:11)

1.4 Sifat Komunikasi

Berdasarkan sifatnya, komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai komunikasi verbal (verbal communication), komunikasi lisan (oral communication), dan komunikasi tulisan (written communication).

Komunikasi verbal adalah komunikasi menggunakan simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara verbal. Komunikasi verbal ditandai dengan ciri-ciri yaitu,

disampaikan secara lisan/bicara atau tulisan, proses komunikasi eksplisit dan cenderung dua arah.

Kualitas proses komunikasi seringkali ditentukan oleh komunikasi verbal. Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal, yaitu:

- Bahasa. Pada dasarnya bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal lambang bahasa yang dipergunakan adalah lisan atau tulisan.
- Kata. Kata merupakan unit lambang terkecil dalam bahasa. Fungsi bahasa sebagai bentuk komunikasi verbal menurut Larry I Barker (Mulyana: 43) bahasa memiliki tiga fungsi, yaitu: penamaan, interaksi, transmisi informasi.

Komunikasi nonverbal adalah Proses penyampaian pesan-pesan oleh seseorang yang dilakukan tidak dengan kata-kata atau bahasa verbal melainkan melalui petunjuk-petunjuk atau tanda-tanda lain yang terjadi pada tubuh seseorang.

1.5 Komunikasi tatap muka

Komunikasi tatap muka adalah Suatu bentuk komunikasi yang mempertemukan secara tatap muka pihak komunikator dan komunikan, dimana setiap pesan disampaikan secara langsung dari komunikator dan secara langsung menerima umpan balik atau feedback dari komunikan. Komunikasi tatap muka juga disebut dengan komunikasi antar pribadi (Cangara 2004:31).

Keuntungan menggunakan komunikasi interpersonal tatap muka adalah kita dapat melihat respon balik atau umpan balik komunikasi saat melakukan proses interaksi. Jika umpan balik yang diberikan bersifat positif, maka pesan kita diterima dengan baik oleh komunikasi dan sebaliknya. Namun, terdapat juga kelemahan yaitu ketidakefektifan waktu. Komunikasi ini dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yaitu: percakapan, dialog, dan wawancara.

Tujuan komunikasi tatap muka adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain (Cangara 2004:33).

Adapun ciri-ciri komunikasi tatap muka, menurut Everett M. Rogers ada beberapa ciri komunikasi yang menggunakan saluran komunikasi tersebut, yaitu arus pesan yang cenderung dua arah, konteks komunikasi dua arah, tingkat umpan balik yang terjadi tinggi, kemampuan mengatasi tingkat selektivitas yang tinggi, dan kecepatan jangkauan terhadap audience yang besar relatif lambat.

1.6 Komunikasi bermedia

Komunikasi yang menggunakan peralatan atau kegiatan yang menciptakan suatu kondisi sehingga memungkinkan seseorang memperoleh keterampilan pengetahuan dan sikap.

Ada beberapa jenis komunikasi media diantaranya:

- Media komunikasi audio: alat komunikasi yang dapat melalui alat pendengaran. Contohnya: radio, telepon, tape recorder.
- Media komunikasi visual: alat komunikasi yang ditangkap melalui alat penglihatan. Contohnya: surat, transparansi, chart atau grafik.
- Media komunikasi audio visual: alat komunikasi yang dapat dilihat dan dapat didengar. Contohnya. televisi, VCD, layar lebar, internet, wawancara *face to face*, dan kunjungan.

1.7 Aspek komunikasi yang efektif

Adapun aspek yang harus dipahami dalam membangun komunikasi yang efektif adalah kejelasan, ketepatan, konteks, alur, dan budaya.

Pertama, kejelasan. Bahasa maupun informasi yang disampaikan harus jelas. Kapan kita menggunakan kata ini, anu, dan sejenisnya, maka akan menyebabkan ketidak jelasan terkait dengan Pesan yang disampaikan. Hal ini akan menyebabkan munculnya salah tafsir, salah persepsi, dan sebagainya.

Kedua, ketepatan. Bahasa dan Informasi yang disampaikan harus benar-benar akurat dan tepat. Bahasa yang digunakan harus sesuai dengan informasi yang disampaikan harus benar. Artinya sesuai dengan apa yang sesungguhnya ingin disampaikan. Bisa saja informasi yang ingin kita sampaikan belum tentu kebenarannya, tetapi apa yang kita sampaikan benar-benar apa yang memang kita ketahui.

Ketiga, konteks. Bahasa dan Informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kondisi dan lingkungan dimana komunikasi itu terjadi. Bisa saja kita menggunakan bahasa dan informasi yang jelas dan tepat, tetapi karena konteksnya tidak tepat maka reaksi yang kita terima tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Keempat, alur. Keruntutan alur bahasa dan informasi akan sangat penting dalam menjalin komunikasi yang efektif. Sewaktu kita meminjam uang misalnya, kita cenderung mengajukan kesulitan-kesulitan kita Sebelum kita menyampaikan maksud kita untuk meminjam uang. Mungkin begitu juga pada saat kita pertama kali menyampaikan perasaan jatuh cinta pada seseorang.

Kelima, budaya. Aspek ini tidak saja menyangkut bahasa dan informasi, tetapi juga tata krama atau etika. Bersalaman dengan satu tangan untuk orang Sunda mungkin terkesan kurang sopan, tetapi untuk etnis lain mungkin suatu hal yang biasa.

Ketika kelima aspek tersebut di atas dapat terpenuhi dalam proses komunikasi, maka proses komunikasi yang efektif dapat terlaksana dengan baik Selain juga dipengaruhi oleh faktor-faktor manusianya.

2. Terpaan Media

Terpaan media adalah keadaan terkena pada khalayak oleh pesan-pesan yang disebarkan oleh media massa (Effendy O. U., 2009). Terpaan adalah proses penerimaan stimulus-stimulus melalui alat indera seperti perasaan, penglihatan, dan pendengaran (Mahmud, 1990).

Terpaan media adalah tingkat konsumsi khalayak terhadap program televisi yang diteliti dan dapat melihat melalui durasi yaitu berapa lama konsumsi yang dilakukan oleh pemirsa, frekuensi yaitu berapa kali pemirsa mengkonsumsi serta pengetahuan pemirsa akan isi dari program yang diteliti (McQuail, 1994).

Menurut Rosengren, terpaan dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi program yang dikonsumsi dan hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan (Kriyantono, 2008). Rosengren pula mengatakan bahwa penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan (Rakhmat, 2004). Berdasarkan definisi-definisi tersebut di atas, maka dapat disimpulkan pengertian terpaan media dalam penelitian ini adalah suatu keadaan dimana khalayak sasaran terkena pesan komunikasi yang terdapat pada suatu media massa.

Teori Media Exposure yang disebut terpaan media berbicara mengenai khalayak dalam penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan (frequency), maupun durasi penggunaan (longevity). Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak,

ataupun kombinasi beberapa media (Ardianto, 2007). Dalam teori terpaan media juga terdapat faktor yang sangat dibutuhkan yaitu perhatian (attention). Dengan demikian, peneliti dapat menyimpulkan untuk mengukur terpaan media adalah dengan melihat frekuensi, durasi dan perhatian (atensi) seseorang dalam menyimak suatu informasi yang ada di media massa. Terpaan media akan ada apabila khalayak sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan yang diberikan media. Persepsi tentang hal ini juga relatif konsisten, yaitu kita cenderung memiliki citra yang stabil mengenai gratifikasi yang diberikan media. Frank Biocca menetapkan lima elemen yang menjadi acuan dalam menggambarkan media exposure seseorang. Pertama, selectivity (kemampuan memilih), kemampuan audiens dalam menetapkan pilihan terhadap media dan isi yang diekposnya. Kedua, Utilitarianism (pemanfaatan), yaitu kemampuan mendapatkan manfaat dari penggunaan media atau kemampuannya dalam mempertemukan kebutuhan dan tujuan-tujuan dengan penggunaan media. ketiga, Intentionality (kesengajaan), yaitu tingkat kesengajaan audiens dalam menggunakan media atau kemampuannya dalam mengungkapkan tujuan-tujuan penggunaan media. Keempat, Involvement (keterlibatan), yaitu tingkat keterlibatan audiens dalam menggunakan media seperti kemampuan mengikuti isi pesan yang disampaikan media, kemampuan melibatkan pikiran dan perasaan dengan pesan media, frekuensi dan juga intensitas keterlibatannya. Kelima, Impervious to Influence (kemampuan melawan pengaruh media), yaitu kemampuan

dalam mempertimbangkan setiap isi pesan, keterlibatan pemikiran dalam menilai setiap isi pesan yang disampaikan media. Dalam diri seseorang kelima elemen di atas akan bervariasi menurut tingkatan yang berbeda (Stewart, 1996). Sebagaimana dikemukakan oleh (Rakhmat, 2004) bahwa terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan. Maka dalam penelitian ini yang dijadikan indikator terpaan media dengan melihat frekuensi, durasi dan perhatian membaca seseorang. Dalam penelitian ini terpaan media yang dimaksud adalah terpaan pesan dari media sosial terhadap perilaku hidup sehat masyarakat di era new normal.

3. Konsep Informasi

Salah satu kebutuhan pokok manusia dewasa ini yang tak kalah pentingnya selain sandang, pangan dan papan adalah informasi. Informasi dibutuhkan dalam berbagai perspektif dan kepentingna setiap individu yang akan memanfaatkan informasi tersebut. Dalam perspektif manusia sebagai mahluk pencerita, manusia membutuhkan informasi untuk dikonsumsi maupun dibagikan lagi terhadap orang lain di sekitarnya. Dalam perspektif sosial informasi dapat menjadi bagian penting untuk bersosialisasi dalam kehidupan bermasyarakat.

Konsep informasi dilihat dari perspektif komunikasi menurut pandangan Pawit M. Yusuf (2012:210) adalah segala sesuatu berupa berita, pesan (*messages*) atau pemberitahuan. Sebagai pesan maka

informasi merupakan unsur dasar dalam komunikasi. Fisher dalam Widjaja (2000:116) memandang konsep informasi digunakan untuk menunjukkan fakta atau data yang dapat diperoleh selama tindakan komunikasi berlangsung, misalnya informasi yang diperoleh saat membaca koran, saat berbincang dengan orang lain, saat menonton televisi dan lain sebagainya.

Secara gamblang Rudy Bretz dalam Onong Uchjana Effendy (1996:77) mengatakan informasi adalah apa yang difahami. Sangat singkat tetapi memberikan makna bahwa informasi itu mestilah bisa dimengerti oleh penerimanya agar kemudian mampu disampaikan pada orang lain sebagai pesan. Istilah pesan mengandung arti informasi yang datang dari pengirim pesan yang ditujukan kepada penerima pesan. Proses penyampaian pesan dan penerimaan pesan tersebut dinamakan komunikasi.

Memaknai informasi sebagai unsur dasar komunikasi maka kiranya tepat jika ditelaah menggunakan teori S-M-C-R-E yang memiliki lima unsur utama dalam komunikasi yang disampaikan oleh Lasswel yaitu: "who says what in channel to whom and with what effect". Teori ini sebenarnya mengandung formulasi yang sama seperti yang dinyatakan oleh Everett M. Rogers dan W. Floyd Shoemaker, dalam bukunya berjudul "*Communication of Innovation*" yang diterbitkan di New York: Free Press (1971), bahwa "*A Common model of communication is that source, message, channel, receiver, and effect*". Teori ini memandang adanya

informasi berupa pesan, baik berbentuk ide, gagasan ataupun penemuan baru yang akan disampaikan oleh komunikator melalui berbagai saluran komunikasi baik massa maupun personal untuk target sasaran dengan tujuan mendapatkan umpan balik sesuai yang diharapkan. Teori ini mempertegas informasi sebagai bagian dari unsur komunikasi yang berupa pesan. Pesan dalam proses komunikasi merupakan sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan, baik melalui media komunikasi maupun melalui tatap muka secara langsung yang isinya dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, nasihat, propaganda, informasi tentang hal apapun dan lain sebagainya.

Istilah informasi menurut Ahmad (1990:1) berasal dari kata benda latin purba "*informatio*" yang dalam kamus latin-Indonesia mempunyai arti: tanggapan, gagasan, pengertian, pikiran, juga berarti pendidikan, pengajaran, dan penggemblengan. Pengertian yang diberikan tersebut hanya merupakan arti kata "*informatio*" yang merupakan kata dari bahasa latin yang belum mendefinisikan pengertian informasi sesungguhnya.

Banyak ahli dari berbagai disiplin ilmu pengetahuan yang memberikan konsepnya tentang apa itu informasi dengan berbagai arti dan maknanya. Akan tetapi kita hanya akan melihat konsep informasi dalam perspektif komunikasi, untuk itu definisi yang dikemukakan oleh Ahmad (1990:4) kiranya tepat untuk disimak, bahwa:

"Kata informasi sehubungan dengan kehidupan yang dipraktekkan masyarakat sosial secara luas adalah: pertama, setiap ransangan dari lingkungan fisik dan sosial yang memberi kesadaran tentang

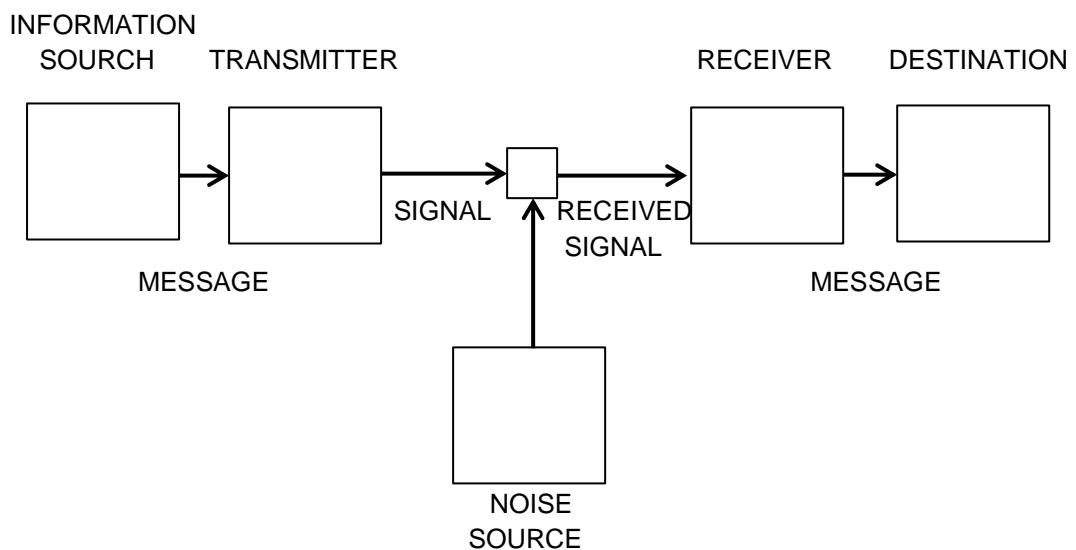
sesuatu yang ada, yang sedang terjadi, dan atau yang sedang berlangsung di sekeliling individu, baik yang disengaja ataupun tidak sengaja dibuat oleh manusia atau lingkungan alam di sekitar individu itu sendiri. Kedua, informasi adalah segala sesuatu yang diketahui atau pengetahuan yang diperoleh melalui proses yang diolah dan informasi yang diterima dengan informasi dipunyai yang biasa disebut dengan belajar".

Pandangan Pawit M. Yusuf (1995:7) bahwa informasi merupakan catatan atau rekaman suatu fenomena yang dapat diamati atau berupa keputusan-keputusan penting. Informasi merupakan sesuatu yang berupa pengetahuan lisan atau tertulis. Di masa sekarang ataupun masa yang akan datang informasi tertulis ataupun terekam akan mempunyai nilai yang tinggi dan berguna bagi kehidupan masyarakat. Jadi informasi yang dihasilkan merupakan sesuatu yang bermakna bagi pengguna informasi, bagi penyedia informasi dan juga bagi suatu sistem pengetahuan dalam masyarakat. Dengan demikian informasi adalah suatu data, pengetahuan, suara, gambar, dari yang sederhana sampai yang kompleks dan dapat digunakan oleh pemakai informasi dalam melakukan komunikasi.

Teori informasi ini diperkenalkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver, dan dipublikasikan dalam buku "The Mathematical Theory of Communication" pada 1949, model ini disebut dengan model matematika Shannon-Weaver. Teori ini menggambarkan proses komunikasi antar manusia sebagai proses transmisi yang linear antara komunikator kepada komunikan. Informasi dianggap sebagai materi fisik yang berpindah-pindah dari satu titik ke titik lainnya. Di dalam arus perpindahan ini

dimungkinkan tidak lancar karena adanya gangguan. Dalam teori yang dikembangkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver terdapat beberapa konsep yang saling berkaitan yaitu sumber, transmitter, signal, receiver, destination, informasi dan entropi. (Kriyantono R. , 2014) Seperti gambar berikut ini:

Gambar 2.1 Model Komunikasi Oleh Shannon & Weaver



Sumber: (Cangara, 2018)

Pada gambar di atas, menunjukkan proses komunikasi dimulai dari sumber yang menciptakan pesan, kemudian *ditransmit* melalui saluran kawat atau gelombang udara. Pesan ditangkap oleh pesawat penerima yang merekonstruksi kembali sinyal itu sampai tujuan (*destination*). Tujuan disini adalah penerima menjadi sasaran pesan. Dalam proses komunikasi yang digambarkan Shannon, salah satu unsur yang cukup penting ialah gangguan (*noise*). Gangguan disini menunjukkan adanya rintangan yang terjadi pada saluran, sehingga menghasilkan pesan yang berbeda seperti yang ditransmit oleh sumber (Cangara, 2018).

Gangguan atau noise dapat berupa fisik (mekanis), psikologis, semantic, ekologis, sosiokultural, dan kapasitas saluran. Shannon & Weaver mengelompokkan gangguan atas tiga level komunikasi yaitu:

- a. Level A, yaitu seberapa akurat symbol komunikasi yang ditransmisikan (masalah teknis, seperti kejelasan tulisan dan sinyal).
- b. Level B, yaitu setepat apakah symbol menyampaikan makna yang diinginkan komunikator (masalah semantik).
- c. Level C, yaitu seberapa efektif makna yang diterima memengaruhi komunikan seperti yang diinginkan komunikator (masalah efektifitas).

Konsep noise dalam komunikasi menyebabkan munculnya konsep entropy. Entropy diartikan sebagai situasi ketidakpastian, situasi yang tidak teratur atau meragukan. Sesuatu yang digunakan untuk mengurangi ketidakpastian inilah disebut informasi. Lawan dari entropy adalah negentropy, yaitu situasi yang dengan mudah dapat diprediksi (Kriyantono R. , 2014).

Beberapa definisi tentang informasi yang telah dikemukakan menyiratkan bahwa informasi itu mestinya mempunyai manfaat bagi penerima ataupun orang-orang yang berkepentingan, namun perlu diketahui bahwa informasi tidak serta merta senantiasa bermanfaat, hal tersebut sangatlah tergantung pada apa yang menjadi tujuan si penerima,

disampaikan pada orang yang tepat pada waktu dan ruang yang tepat pula.

Informasi yang baik dan lengkap dalam konteks organisasi mestinya harus memenuhi syarat-syarat sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Parker dalam Wahyudi (1994:11), yang meliputi: ketersediaan akan informasi itu sendiri saat diperlukan, mudah dipahami, relevan dengan masalah yang ada, bermanfaat buat pengambilan keputusan dalam pemecahan masalah, tepat waktu, dari sumber terpercaya, akurat dan konsisten.

Dengan melihat beberapa syarat informasi yang baik tersebut, jelaslah bahwa informasi yang dapat berguna apalagi dalam konteks komunikasi tidaklah sesederhana yang mungkin dibayangkan tetapi tentu bukan pula sesuatu yang sangat rumit untuk diketahui. Informasi mestilah mudah dipahami sehingga tidak menimbulkan salah tafsir, tersedia tepat waktu dan bersumber dari fakta-fakta yang bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya sehingga bisa memperlancar komunikasi yang akan terjadi selanjutnya.

B. Kajian Teori

1. Teori Persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau disebut proses sensoris. Proses itu tidak berhenti begitu saja,

melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi (Bimo Walgito, 2004:88).

Moskowitz dan Orgel dalam Bimo Walgito (2003:45) mengemukakan persepsi itu merupakan proses yang terintegrasi dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan cara pandang seseorang terhadap realitas yang ditangkap oleh panca indera baik secara verbal maupun non verbal sebagai representasi dari informasi yang diterima dengan memberikan pemaknaan, baik itu objektif maupun subjektif yang dianggap mewakili objek tersebut. Selain itu, persepsi merupakan proses psikologi yang dengan menginterpretasikan dan memberikan makna terhadap individu lain, diri sendiri, informasi, ataupun objek tertentu lainnya. Terkadang, kita merasa sangat meyakini kebenaran persepsi sendiri. Tidak ada cara dalam menguji nilai kebenaran sebuah persepsi melainkan dengan cara membandingkannya dengan sesuatu atau objek lainnya. Jika makna yang di persepsikan konsisten atau mirip dengan kriteria yang digunakan sebagai pembanding, maka dianggap valid. Sebaliknya, ketika menghampiri yang tidak sesuai dengan kriteria pembanding, maka akan mengalami ketidaksesuaian kognitif inkonsistensi sebagai upaya untuk mengatasi kesesuaian psikologis individu (Marhaeni Fajar 2009:154).

a. Prinsip dasar persepsi

Berikut ini beberapa prinsip dasar tentang persepsi yaitu (Aminuddin Slameto 2010:103):

1. Persepsi tersebut relatif bukannya absolut. Seseorang tidak dapat menyimpulkan secara persis terhadap suatu peristiwa yang dilihatnya, tetapi secara relatif seseorang dapat menerka terhadap suatu peristiwa berdasarkan kenyataan dari sebelumnya.
2. Persepsi itu selektif. Rangsangan yang diterima akan tergantung pada apa yang pernah dipelajari dan apa yang pernah menarik perhatiannya. Ini berarti bahwa ada keterbatasan dalam kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan.
3. Persepsi itu mempunyai tatanan. Orang menerima rangsangan tidak dengan cara sembarangan. Ia akan menerimanya dalam bentuk hubungan-hubungan atau kelompok. Jika rangsangan tidak datang lengkap maka ia akan melengkapinya sendiri sehingga hubungan itu menjadi jelas.
4. Persepsi dipengaruhi oleh harapan dan kesiapan. Harapan dan kesiapan penerima pesan akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima. Selanjutnya bagaimana pesan yang dipilih akan ditata dan demikian pula bagaimana pesan akan diinterpretasikan.

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Timbulnya Persepsi

Persepsi seseorang tidak serta merta timbul begitu saja, tentu ada faktor yang memengaruhinya. Sebuah objek akan menimbulkan beberapa interpretasi yang berbeda antar individu berdasarkan penilaian setiap individu itu sendiri. Secara umum Sondang P. Siagian (1989;100) membagi menjadi tiga faktor yang memengaruhi timbulnya persepsi, yaitu:

1. Faktor dari diri orang yang bersangkutan sendiri, yaitu faktor yang timbul apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya, hal tersebut dipengaruhi oleh karakteristik individual seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman dan harapannya.
2. Faktor dari sasaran persepsi, yaitu faktor yang timbul dari apa yang akan dipersepsi, sasaran itu bisa berupa orang, benda atau peristiwa yang sifat-sifat dari sasaran itu biasanya berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya. Seperti gerakan, suara, ukuran, tindak-tanduk dan ciri-ciri lain dari sasaran persepsi.
3. Faktor dari situasi, yaitu faktor yang muncul sehubungan karena situasi pada waktu mempersepsi. Pada bagian ini persepsi harus dilihat secara kontekstual yang berarti dalam situasi, yang mana persepsi itu timbul dan perlu mendapat perhatian karena situasi merupakan faktor yang ikut berperan dalam penumbuhan persepsi seseorang.

Beberapa faktor diatas, yang paling berpengaruh adalah faktor dari diri sendiri yang menimbulkan persepsi karena faktor tersebut bersifat

subjektif. Salah satu faktor yang paling berpengaruh timbulnya persepsi dari dalam diri yaitu motif. Motif yang dimaksud adalah motif khalayak Kabupaten Enrekang yang melihat informasi tentang kebijakan penanganan Covid-19 karena individu lebih banyak dipengaruhi oleh keadaan jiwa masing-masing. Sedangkan faktor sasaran dan faktor situasi lebih objektif, artinya masing-masing individu memiliki kecenderungan yang sama terhadap suatu objek yang akan dipersepsi.

Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Dengan kata lain persepsi adalah cara kita mengubah energi-energi fisik lingkungan kita menjadi pengalaman yang bermakna. Persepsi adalah inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Persepsi meliputi :

1. Penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra perasa, indra peraba, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar). Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Semua indra itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak

untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecap, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi, seperti bau parfum yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

2. Atensi atau perhatian adalah, pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan dan proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsang tertentu. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar.
3. Interpretasi adalah, proses komunikasi melalui lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol- simbol yang sama, baik secara simultan (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan).

2. Teori Perilaku

Pengertian Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik

yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003)

a. Bentuk Perilaku

Pada dasarnya bentuk perilaku dapat diamati, melalui sikap dan tindakan, namun demikian tidak berarti bahwa bentuk perilaku itu hanya dapat dilihat dari sikap dan tindakannya saja. Perilaku dapat pula bersifat potensial, yakni dalam bentuk pengetahuan, motivasi dan persepsi.

Bentuk perilaku dilihat dari sudut pandang respon terhadap stimulus, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Perilaku tertutup. Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan/kesadaran, dan sikap yang terjadi belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.
2. Perilaku terbuka. Perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek (practice).

b. Proses Pembentukan Perilaku

Proses pembentukan perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, faktor-faktor tersebut antara lain :

1. **Persepsi.** Persepsi adalah sebagai pengalaman yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya.
2. **Motivasi.** Motivasi diartikan sebagai dorongan untuk bertindak untuk mencapai suatu tujuan tertentu, hasil dari pada dorongan dan gerakan ini diwujudkan dalam bentuk perilaku
3. **Emosi.** Perilaku juga dapat timbul karena emosi, aspek psikologis yang mempengaruhi emosi berhubungan erat dengan keadaan jasmani, sedangkan keadaan jasmani merupakan hasil keturunan (bawaan). Manusia dalam mencapai kedewasaan semua aspek yang berhubungan dengan keturunan dan emosi akan berkembang sesuai dengan hukum perkembangan, oleh karena itu perilaku yang timbul karena emosi merupakan perilaku bawaan.
4. **Belajar.** Belajar diartikan sebagai suatu pembentukan perilaku dihasilkan dari praktek-praktek dalam lingkungan kehidupan. Barelson (1964) mengatakan bahwa belajar adalah suatu perubahan perilaku yang dihasilkan dari perilaku terdahulu.

Perilaku manusia terjadi melalui suatu proses yang berurutan. Penelitian Rogers (1974) mengungkapkan bahwa sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), di dalam diri orang tersebut terjadi proses yang berurutan, yaitu:

1. Awareness (kesadaran), yaitu orang tersebut menyadari atau mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu.
2. Interest (tertarik), yaitu orang mulai tertarik kepada stimulus.
3. Evaluation (menimbang baik dan tidaknya stimulus bagi dirinya). Hal ini berarti sikap responden sudah lebih baik lagi.
4. Trial, orang telah mulai mencoba perilaku baru.
5. Adoption, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus.

Apabila penerimaan perilaku baru atau adopsi perilaku melalui proses seperti ini didasari oleh pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang positif maka perilaku tersebut akan menjadi kebiasaan atau bersifat langgeng (Notoatmodjo: 2003).

3. Teori Stimulus-Organism-Respon (SOR)

Salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi massa. Menurut (Effendy O. U., 2003) bahwa komunikasi massa merupakan proses komunikasi secara sekunder yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua (surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi dan lain-lain). Setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Teori Stimulus-Organism-Response (SOR). Prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens,

dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Teori ini semula berasal dari psikologi, yang kemudian menjadi teori dalam komunikasi. Hal ini merupakan hal yang wajar karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif, dan konasi (Effendy O. U., 2009).

Menurut teori ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Selain itu, teori ini menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari ilmu komunikasi (McQuail, 1994). Akibat atau pengaruh yang terjadi merupakan suatu reaksi tertentu dari rangsangan tertentu, artinya stimulus dan dalam bentuk apa pengaruh atau stimulus tersebut tergantung dari isi pesan yang ditampilkan (Sendjaja, 2009).

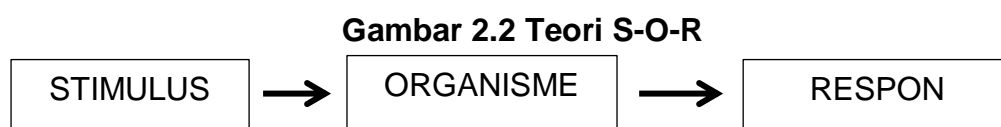
Unsur-unsur dalam model ini adalah:

- a. Pesan (Stimulus), merupakan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda dan lambang.
- b. Komunikan (Organism), merupakan keadaan komunikan disaat menerima pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator

diterima sebagai informasi, dan komunikan akan memperhatikan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Perhatian disini diartikan bahwa komunikan akan memperhatikan setiap pesan yang disampaikan melalui tanda dan lambang. Selanjutnya, komunikan mencoba untuk mengartikan dan memahami setiap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

- c. Efek (Response), merupakan dampak dari efek komunikasi. Efek dari komunikasi adalah perubahan sikap afektif, kognitif, konatif. Efek kognitif merupakan efek yang ditimbulkan setelah adanya komunikasi, efek kognitif berarti bahwa setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan (Effendy O. U., 2009)

Jika unsur stimulus berupa pesan, unsur organism berupa perhatian, pengertian dan penerimaan komunikan, dan unsur response berupa efek maka sangat tepat jika peneliti menggunakan teori S-O-R untuk dipakai sebagai pijakan teori dalam penelitian. Teori S-O-R dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: (Effendy O. U., 2009)

Proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses

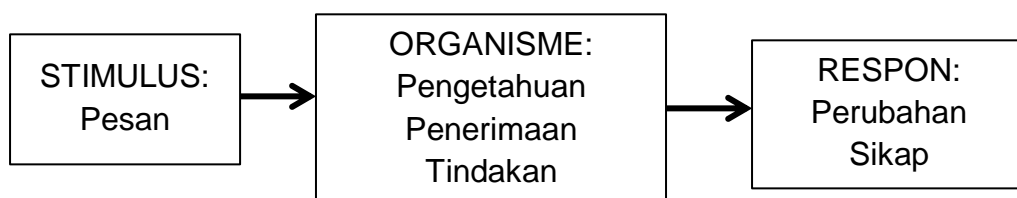
belajar pada individu yang terdiri dari: Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organism dapat diterima atau ditolak. Selain itu stimulus merupakan rangsangan dari sebuah isi pesan dari produk dari produsen yang ditujukan kepada khalayak atau konsumen.

Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organism berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organism (diterima) maka mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya. Setelah itu organism mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap). Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku) yang disebut dengan respon.

Teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organism ini, faktor reinforcement memegang peranan penting. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan

komunikasikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah berkomunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Jadi bisa dilihat bahwa perilaku dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi dari apa yang didalamnya. (Effendy O. U., 2003). Teori S-O-R dapat dirumuskan sebagai berikut:

Gambar 2.3 Bagan Teori S-O-R



Sumber: (Effendy O. U., 2003)

Dari bagan di atas, bisa dijelaskan bahwa suatu stimulus atau pesan bisa memberikan perubahan perilaku kepada khalayak tergantung kepada individunya. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian yang diberikan kepada komunikan, sehingga komunikan mengerti maksud dari pesan tersebut, hingga akhirnya tumbuh kesadaran dari komunikan untuk mengubah sikap.

Stimulus dalam penelitian ini adalah informasi mengenai Perbup No. 42 tahun 2020, dalam informasi tersebut akan ada pesan yang dapat memengaruhi maupun tidak memberikan pengaruh pada komunikan. Organism adalah komunikan, atau orang yang memberikan respon pada informasi mengenai Perbup di media sosial maupun sosialisasi langsung. Respon yang telah diterima oleh komunikan kemudian akan memberikan perubahan perilaku sesuai dengan apa yang dimaknai dari setiap individu

terhadap pesan tersebut. Asumsi dari teori ini menerangkan penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Semakin kuat kualitas stimulus yang disampaikan, maka respon komunikasi akan semakin meningkat.

C. Penelitian Yang Relevan

Untuk menjawab masalah-masalah dan mencapai tujuan penelitian, perlu perbandingan kajian dengan beberapa penelitian yang relevan untuk memudahkan dalam proses memperoleh hasil yang maksimal terhadap kajian yang sedang dilakukan.

Penelitian dari Bismar Arianto dan Nazaki (2017), "*Persepsi Masyarakat Terhadap Keterbukaan Informasi Publik di Kota Tanjung Pinang*". Penelitian ini menggunakan metode survey yang menunjukkan persepsi terhadap keterbukaan informasi publik pemerintah kota Tanjung Pinang pada dinas pendidikan, kesehatan, kependudukan dan pencatatan sipil adalah cukup baik. Bila dilihat menurut tanggapan responden terhadap seluruh bentuk informasi, maka hanya terdapat satu bentuk informasi yang memperoleh tanggapan baik yakni informasi mengenai profil organisasi, selebihnya adalah cukup baik. Perlu penyamaan pandangan antara pemerintah dengan masyarakat/stakeholder mengenai prinsip penyelenggaraan keterbukaan informasi publik, penyebar luasan

hasil pelaksanaan tugas dan fungsi SKPD juga perlu ditingkatkan, serta diperlukan pula peningkatan perhatian dan kesadaran masyarakat terhadap penyelenggaraan pemerintah.

Arif Irawan , Iwanuddin¹ , Jafred E. Halawane dan Sulistya Ekawati, (2015). *“Analisis Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Keberadaan Kawasan KPHP Model”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi masyarakat Desa Lolan terhadap keberadaan kawasan KPHP Model Poigar adalah pada kategori baik, sedangkan perilaku masyarakat berada pada kategori rendah. Persepsi masyarakat yang baik terhadap kawasan KPHP Model Poigar tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap perilakunya. Karakteristik sosial masyarakat yang berpengaruh terhadap perilaku masyarakat adalah pendidikan, tingkat pendapatan yang bersumber dari luar kawasan dan tingkat interaksi dengan hutan. Berdasarkan hal tersebut, rekomendasi skema pemberdayaan masyarakat yang dapat dilakukan di kawasan KPHP Model Poigar saat ini adalah melalui skema Kemitraan Kehutanan.

Idayanti (2017). *“Persepsi Masyarakat Terhadap Siaran TVRI Sul-Sel”*. Penelitian ini menunjukkan bahwa siaran TVRI Sul-Sel tidak menarik perhatian masyarakat Beroanging RW 4 RT 1, serta siaran TVRI Sul-Sel dianggap tidak berkualitas. Masyarakat Beroanging RW 4 RT 1 menyatakan bahwa siaran TVRI Sul-Sel memberikan informasi tentang Sul-Sel kepada masyarakat walaupun TVRI Sul-Sel kadang tidak menyajikan berita terkini yang terjadi di Sul-Sel, sehingga TVRI Sul-Sel

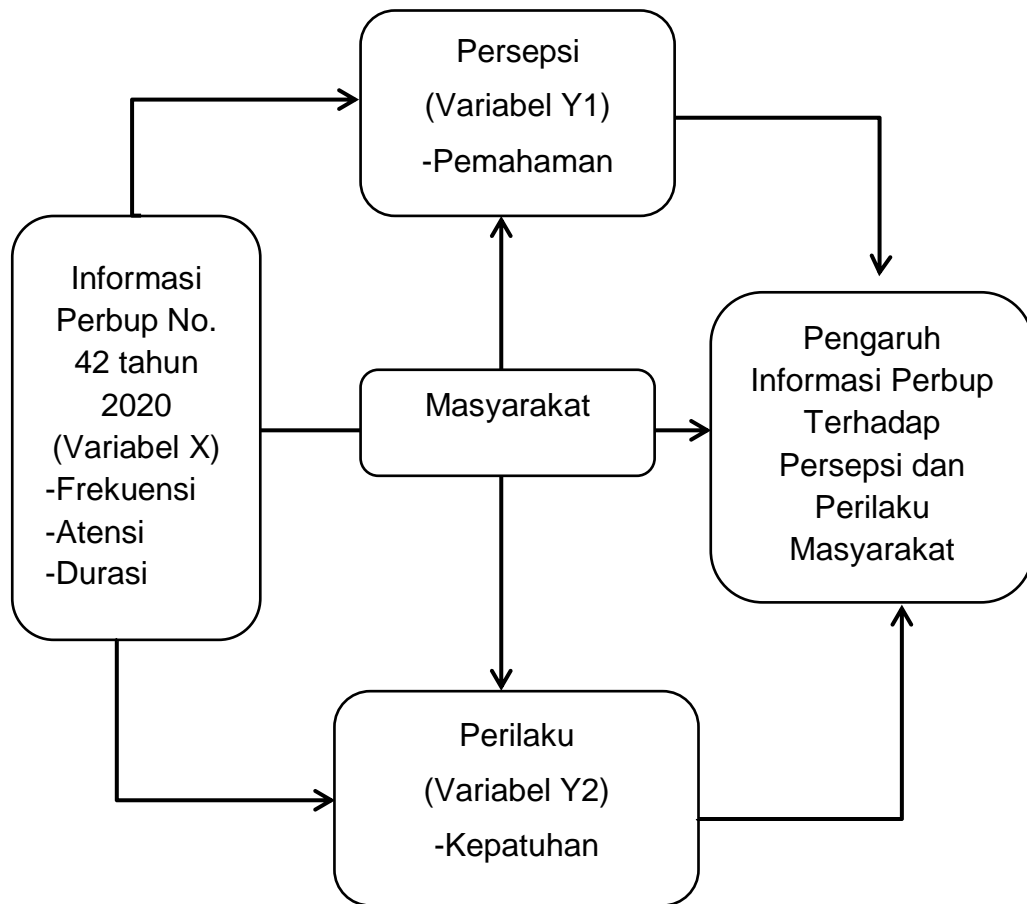
tidak berkesan bagi masyarakat. Masyarakat Beroanging RW 4 RT 1 menyatakan siaran TVRI Sul-Sel memberikan informasi yang akurat tapi tidak memberikan informasi yang benar dan dekat dengan masyarakat. Masyarakat menyatakan bahwa TVRI Sul-Sel tidak memberikan siaran hiburan yang menyenangkan, dapat mengisi waktu luang dan menarik. Masyarakat beranggapan bahwa siaran TVRI Sul-Sel tidak menayangkan siaran yang memberikan mereka gagasan/pengetahuan yang baru, serta masyarakat menyatakan bahwa TVRI Sul-Sel tidak menayangkan siaran yang memberikan peringatan mengenai bahaya ataupun bencana alam dan masyarakat menyatakan bahwa siaran TVRI Sul-Sel tidak memberikan pengetahuan yang dapat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi masyarakat Beroanging terhadap siaran TVRI Sul-Sel memengaruhi aktifitas menonton siaran TVRI SulSel secara signifikan, sehingga hipotesis yang diterima adalah H_a yaitu aktifitas menonton siaran TVRI Sul-Sel dipengaruhi oleh persepsi masyarakat.

Heny Triyaningsih (2020). *“Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Pamekasan Tentang Virus Corona”*. Hasil survei menunjukkan bahwa media terutama media sosial menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mendapat informasi mengenai Virus Corona. Adapun efek media kepada masyarakat menunjukkan strong effect bahkan mampu membentuk persepsi masyarakat Pamekasan tentang pencegahan penularan Virus Corona kepada individu.

D. Kerangka Pikir

Berikut ini adalah bagan kerangka pikir penelitian yang menjadi patokan atau tolak ukur dalam pelaksanaan penelitian yang telah dilaksanakan.

Gambar 2.4 Kerangka Pikir



E. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diangkat, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ho : Tidak ada pengaruh Informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 terhadap persepsi dan perilaku masyarakat Kota Enrekang.

- b. Ha : Ada pengaruh Informasi Perbup No. 42 Tahun 2020 terhadap persepsi dan perilaku masyarakat Kota Enrekang.

F. Defenisi Operasional

Informasi Perbup No. 42 tahun 2020 yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan pemerintah Kabupaten Enrekang dalam mensosialisasikan Perbup No. 42 tahun 2020 kepada masyarakat baik secara langsung maupun melalui media sosial. Kemudian yang menjadi indikator adalah frekuensi, atensi, dan durasi digunakan untuk mengukur tingkat terpaan informasi kepada masyarakat guna untuk melihat pengaruh terhadap persepsi dan perilaku.

Persepsi dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat mengenai informasi Perbup No. 42 tahun 2020 sesuai apa yang diterima atau didapat dari sosialisasi baik dari media sosial maupun secara langsung. Persepsi masyarakat diukur dengan indikator pemahaman dimana dapat diketahui seberapa paham masyarakat tentang apa yang diinformasikan oleh pemerintah dalam hal ini Perbup No. 42 tahun 2020.

Perilaku dalam penelitian ini adalah perilaku masyarakat setelah menerima informasi Perbup No. 42 tahun 2020 yang diukur dengan indikator kepatuhan masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan yang telah ditetapkan dalam Perbup No. 42 tahun 2020. Perilaku masyarakat dapat dilihat dari kepatuhan dalam menjaga jarak, memakai masker, mencuci tangan, dan menghindari kerumunan.