

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat di era globalisasi saat ini. Kebutuhan akan informasi oleh masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari – hari dapat dipenuhi melalui teknologi informasi yang semakin berkembang, adanya teknologi yang semakin berkembang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi tersebut di manapun. Menurut Davis (1993) informasi bermanfaat sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerima sehingga dapat dikatakan bahwa informasi berguna dalam pemenuhan pengetahuan masyarakat salah satunya pengetahuan dalam bidang kesehatan.

Informasi dalam bidang kesehatan yang menjadi perhatian masyarakat salah satunya adalah mengenai virus COVID-19. Corona Virus (COVID-19) merupakan virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan, yang pada manusia biasanya menyebabkan permasalahan pada saluran pernafasan mulai flu biasa hingga penyakit serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) yang ditemukan pada manusia berasal dari Kota Wuhan, Cina pada Desember 2019 (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 1 Maret, 2020). Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, penyebaran virus COVID-19 merupakan kejadian luar biasa yakni ditemukannya virus

yang memiliki nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS COV-2) yang menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19).

Pada 2 Maret 2020 saat COVID-19 telah terkonfirmasi masuk ke Indonesia, pasien pertama yang didapati memiliki virus COVID-19 di Indonesia berjumlah dua orang yang diduga tertular dari warga negara Jepang kemudian pada 6 Maret 2020 bertambah dua orang sehingga bertambah menjadi empat orang, 11 Maret 2020 menjadi 27 orang dan seterusnya hingga saat ini. (Kapan Sebenarnya Corona Pertama Kali Masuk RI? (2020, April 26) Diakses pada 27 Mei 2021 dari artikel : <https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri/1>). Data presentase masyarakat yang terkonfirmasi virus COVID-19 menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada laman kemenkes.go.id per tanggal 21 Februari 2023 yakni mencapai 6.734.334 dengan 6.569.910 kasus sembuh dan 160.888 kasus meninggal.

Pemberitaan mengenai tersebarnya virus COVID-19 memiliki dampak terhadap kehidupan masyarakat dan sektor – sektor di sekitar seperti menutup seluruh tempat wisata, pusat perbelanjaan dan yang lainnya yang dianggap mengundang kerumunan warga, sekolah dan instansi diliburkan dan diberlakukan kegiatan *work from home* bagi pekerja. Pembatasan aktifitas dan penutupan beberapa tempat dilakukan dengan harapan dapat memutus mata rantai penularan virus.

Keterbatasan ruang gerak dan mobilitas masyarakat menjadikan mereka merasa tidak aman oleh virus yang telah tersebar di seluruh Indonesia hingga negara lain sehingga masyarakat merasa tidak nyaman oleh pemberitaan yang terus beredar mengenai semakin meningkatnya jumlah pasien terkonfirmasi COVID-19 beserta dampaknya seperti kematian, tidak terpenuhinya fasilitas kesehatan, dan sebagainya.

Wabah COVID-19 yang masuk di Indonesia menimbulkan beberapa konflik dan permasalahan seperti penuhnya rumah sakit yang merawat pasien, transparansi data mengenai penanganan virus hingga kurangnya kesadaran masyarakat dalam melakukan vaksin sebagai upaya pencegahan penularan virus COVID-19. Permasalahan mengenai kasus COVID-19 di Yogyakarta yakni penuhnya rumah sakit yang diisi oleh pasien yang terjangkit virus COVID-19 sehingga perlu dilakukan penambahan tempat tidur, alat – alat kesehatan dan beberapa tenaga kesehatan agar dapat menangani pasien COVID-19 dengan maksimal (RS Pasien Covid-19 Yogyakarta Penuh, Baru Ada Tambahan 65 Bed (2020, Desember 03) Diakses pada 13 Maret 2023 dari artikel : <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201203103637-20-577452/rs-pasien-covid-19-yogyakarta-penuh-baru-ada-tambahan-65-bed>).

Terdapat beberapa pasien COVID-19 yang akhirnya meninggal dunia akibat penuhnya rumah sakit yang tidak mampu menampung lebih banyak pasien salah satunya terjadi di Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Seorang warga dari Patuk akhirnya meninggal dunia karena tidak kunjung mendapat penanganan akibat penuhnya rumah sakit.

Setidaknya ada empat rumah sakit yang telah dikunjungi namun keempat rumah sakit tersebut ternyata sudah penuh diantaranya RSUD Kota Yogyakarta dan Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul, akhirnya pasien meninggal di dalam mobil yang masih terparkir di shelter Rumah Sakit Patmasuri, Panggunharjo, Bantul (Kesadaran Masyarakat Vaksinasi Booster Kedua Perlu Ditingkatkan (2021, Juli 09). Diakses pada 19 Maret 2023 dari artikel : <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210709150807-20-665513/rs-covid-19-penuh-pasien-gunungkidul-meninggal-di-parkiran>

Permasalahan lain terkait COVID-19 yang terjadi di Yogyakarta yakni mengenai vaksin khususnya vaksin *booster* yang berasal dari kedua sektor yakni dari sisi sektor pemerintah sebagai penyedia dan masyarakat sebagai peserta vaksin. Menurut Anggota DPD Republik Indonesia Komite III, Cholid Mahmud permasalahan pertama disebabkan oleh kurangnya ketersediaan vaksin atau stok vaksin terbatas karena banyaknya jenis vaksin sehingga terdapat ketidakcocokan antara vaksin booster pertama dan kedua, sedangkan permasalahan kedua disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat untuk melakukan vaksin dengan melontarkan beberapa alasan seperti tidak menganggap penting vaksin booster hingga beralasan tidak pernah bepergian ke luar kota sehingga tidak perlu bukti vaksin (Aditya, Ivan. (2023, Maret 07). Kesadaran Masyarakat Vaksinasi Booster Kedua Perlu Ditingkatkan. Diakses pada 13 Maret 2023 dari artikel : <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/496354/kesadaran-masyarakat-vaksinasi-booster-kedua-perlu-ditingkatkan>.

Menurut data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, dosis yang dikeluarkan hingga 21 Februari 2023 pada dosis pertama yakni sebanyak 203.789.028 (86,84%), dosis kedua sebanyak 174.874.562 (74,51%), dosis ketiga mencapai 69.984.656 (29,82%), dan dosis keempat mencapai 2.442.472 dosis (1,04%). Data tersebut menunjukkan bahwa belum semua masyarakat Indonesia melaksanakan vaksinasi karena prosentase tidak mencapai 100% dan berangsur menurun tiap dosisnya sehingga dapat disimpulkan bahwa belum muncul adanya kesadaran penuh dari masyarakat untuk melakukan vaksinasi COVID-19.

Hingga tanggal 12 Maret 2023 kasus pasien terkonfirmasi COVID-19 bertambah 223 kasus baru sehingga total pasien menjadi 6.739.067 pasien dengan pasien meninggal bertambah menjadi tiga orang sehingga memicu perdebatan mengenai perlu tidaknya penggunaan masker saat beraktivitas di ruang terbuka melihat aturan wajib masker yang sudah tidak terlalu ketat bahkan sudah tidak diberlakukan sejak 17 Mei 2022 (Alam, Sarah Oktaviani. (2023, Maret 12). Update COVID-19 RI 12 Maret : Tambah 223 Kasus Baru, 1 Pasien Meninggal Dunia. Diakses pada 13 Maret 2023 dari artikel : <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6614683/update-covid-19-ri-12-maret-tambah-223-kasus-baru-1-pasien-meninggal-dunia>.

Permasalahan lain terkait COVID-19 adalah kasus jual beli sertifikat vaksin COVID-19 yang dilakukan oleh oknum nakes pada aplikasi peduli lindungi. Jasa jual beli sertifikat palsu tersebut dijalankan sejak Juli 2022

yang ditawarkan melalui akun media sosial dengan harga yang bervariasi yakni 300.000 hingga 800.000 rupiah. Pelaku kemudian diamankan oleh petugas Reskrim Polresta Yogyakarta (Nuryanto. (2023, Februari 25). Pegawai Honorer Dinas Kesehatan Ditangkap Kasus Jual Beli Sertifikat Vaksin Covid-19. Diakses pada 19 Maret 2023 dari artikel : <https://www.tvonenews.com/daerah/yogyakarta/103239-pegawai-honorer-dinas-kesehatan-ditangkap-kasus-jual-beli-sertifikat-vaksin-covid-19?page=all>.

Berdasarkan data – data tersebut, peneliti melihat adanya kesenjangan pengetahuan bagi masyarakat khususnya dalam informasi mengenai penerapan protokol kesehatan khususnya kegiatan vaksin yang masih menjadi hal yang sepele dan tidak dianggap penting oleh masyarakat sehingga kesadaran untuk melakukan vaksin terbilang rendah ditambah dengan kemunculan oknum penjual sertifikat palsu pada aplikasi peduli lindungi membuat masyarakat yang membutuhkan sertifikat vaksin dapat membeli tanpa perlu melakukan vaksin. Kesenjangan pengetahuan juga terjadi pada informasi mengenai ketersediaan faskes yang menerima pasien COVID-19 karena terdapat beberapa kasus pasien yang akhirnya meninggal karena tidak kunjung mendapatkan tindakan disebabkan oleh penuhnya rumah sakit. Rancunya informasi juga terdapat dalam penggunaan masker karena setelah diberlakukannya *new normal* dengan diizinkan melepas masker, kasus COVID-19 ternyata masih terjadi ditambah peningkatan kasus sehingga membuat masyarakat bingung akan himbauan tersebut.

Fenomena terkait kesenjangan pengetahuan informasi terkait dengan protokol kesehatan untuk mencegah penularan COVID-19 menarik bagi peneliti karena pengetahuan akan informasi yang cukup mengenai protokol kesehatan pada masa pandemi COVID-19 sangat penting bagi masyarakat. Menurut Schramm (1973) pesan dapat dikatakan efektif ketika didalamnya mengandung empat komponen yaitu pesan menarik perhatian, memiliki simbol yang mudah dipahami, menimbulkan kebutuhan dan cara memperoleh. Tindakan yang dilakukan untuk mengatasi kesenjangan tersebut adalah dengan menyebarkan informasi kepada masyarakat luas melalui media massa dengan menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi.

Menurut Eriyanto (2021 : 60) media sosial adalah saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan khalayak luas atau sempit dan memungkinkan untuk membuat konten yang akan ditanggapi oleh pengguna lain sehingga media sosial dapat dimanfaatkan oleh lembaga yang bersangkutan sebagai sarana informasi bagi masyarakat terkait pencegahan penularan virus COVID-19. Pemanfaatan media sosial salah satunya dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta dengan rutin mengunggah konten tentang informasi penerapan protokol kesehatan bagi masyarakat Kota Yogyakarta terkait melalui media sosial Instagram.

Instagram merupakan media berkomunikasi antar individu melalui media yang terkoneksi dengan internet dan membentuk “komunitas virtual” atas dasar pilihan masing – masing individu sebagai cara untuk menanggapi

rangsangan (McQuail, 2011 : 163). Jumlah pengguna Instagram menurut *Business of Apps* telah mencapai 1,96 miliar orang pada kuartal I 2022 dengan pengguna mayoritas berusia 25-34 tahun. Sedangkan di Indonesia, dilansir dari *website napoleoncat.com* pengguna Instagram mencapai 107.251.500 orang dengan 51% pengguna perempuan dan 49% pengguna laki-laki dengan pengguna paling banyak berusia 18-24 tahun.

Akun Instagram yang menyebarkan informasi seputar COVID-19 khususnya informasi mengenai protokol kesehatan adalah akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta yakni @promkeskotajogja. Berdasarkan pengamatan peneliti, akun @promkeskotajogja pertama kali mengunggah konten pada 15 Mei 2018 namun terlihat aktif mengunggah sejak adanya virus COVID-19 mulai 3 Maret 2020. Adanya pandemi COVID-19 membuat Instagram @promkeskotajogja lebih aktif dalam mengunggah informasi seputar kesehatan namun diutamakan informasi mengenai virus dan cara – cara pencegahan yang disebut dengan penerapan protokol kesehatan.

Akun @promkeskotajogja memiliki jumlah *followers* sebanyak lebih dari 5000 dan telah postingan sebanyak 735. Informasi yang diunggah diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat khususnya *followers* akun tersebut. Informasi yang disampaikan juga bersumber dari data yang valid salah satunya informasi mengenai vaksinasi yang langsung berasal dari faskes setempat yang menyelenggarakan vaksin seperti puskesmas dan rumah sakit.

Vaksin juga diselenggarakan oleh beberapa sektor yang bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta seperti kebun binatang, markas kepolisian dan angkatan juga dapat dilakukan oleh sektor dalam bidang pendidikan seperti sekolah dan universitas, selain itu Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta juga berusaha memberikan informasi yang kredibel terkait apa itu vaksin dan pentingnya melakukan kegiatan vaksin.

Vaksin merupakan produk biologi yang berisi antigen berupa mikroorganisme yang sudah mati atau masih hidup yang dilemahkan, masih utuh atau bagiannya yang telah diolah menjadi toksoid atau protein rekombinan, yang ditambahkan dengan zat lainnya, yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu. Vaksin dilakukan untuk mencegah penularan atau untuk mencegah seseorang yang sudah tertular agar tidak mendapat efek samping yang lebih parah, juga menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat COVID-19 (Hidayah,2021). Berdasarkan pernyataan tersebut, Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta melalui akun @promkeskotajogja berusaha menyajikan informasi yang terpercaya dan dapat digunakan oleh masyarakat sebagai pedoman dalam melakukan aktivitas sehari – hari dalam masa pandemi yang masih berlangsung hingga saat ini.

Berdasarkan pemaparan di atas yang sudah disampaikan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa perlu adanya efektivitas pesan yang disampaikan kepada masyarakat terkait penerapan protokol kesehatan

karena menurut Hardjana (2000) sebuah pesan dapat dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan oleh pemberi dapat tersampaikan dan membawa perubahan bagi penerima pesan. Pesan yang disampaikan pengirim dapat dimengerti oleh penerima sesuai yang dimaksudkan oleh pengirim pesan dan pesan tersebut dapat membawa hasil bagi penerima pesan (Hardjana, 2000 : 24)

Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta memanfaatkan akun Instagram sebagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi karena menurut Eriyanto (2021) media sosial adalah saluran berbasis internet yang memungkinkan penggunaanya berinteraksi dengan khalayak luas, dalam hal ini Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta ingin menjangkau masyarakat sebagai khalayak luas dalam menyebarkan pesan berupa pentingnya melakukan protokol kesehatan dan mengajak masyarakat untuk aktif dalam menggunakan media sosial sebagai sarana dalam mencari informasi khususnya seputar COVID-19 karena di masa pandemi yang masih berjalan hingga saat ini, pengetahuan tersebut penting untuk dimiliki oleh masyarakat.

Instagram @promkeskotajogja memberikan informasi yang aktual dan menarik dalam menyampaikan data persebaran kasus terkonfirmasi COVID-19 di Kota Yogyakarta dengan menyertakan tabel rincian jumlah dan prosentasenya serta memberikan gambar – gambar animasi dalam postingan informasi penerapan protokol kesehatan serta pelaksanaan vaksin.

Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta telah mengunggah sebanyak 723 postingan di akun Instagram @promkeskotajogja hingga tanggal 23 Februari 2023. Melalui Instagram, masyarakat dapat mengakses informasi seputar kesehatan yang terjadi atau diselenggarakan di wilayah Kota Yogyakarta. Akun Instagram @promkeskotajogja juga melengkapi penyajian informasi secara menarik dengan menambahkan beberapa gambar animasi dalam setiap postingannya.

Alasan peneliti memilih judul penelitian “Efektivitas Pesan Akun Instagram @promkeskotajogja Sebagai Penyedia Kebutuhan Informasi Penerapan Protokol Kesehatan” adalah karena terjadi permasalahan yang timbul berupa kesenjangan pengetahuan akan informasi khususnya informasi dalam menerapkan protokol kesehatan dan informasi dalam mencari fasilitas kesehatan yang dialami oleh masyarakat pada masa pandemic COVID-19 yang masih berlangsung hingga saat ini.

Peneliti melihat akun @promkeskotajogja sebagai akun yang aktif mengunggah informasi mengenai penerapan protokol kesehatan pada masa pandemic COVID-19 maka dari itu peneliti memilih akun Instagram @promkeskotajogja untuk melihat bagaimana akun tersebut dapat menyampaikan pesan yang efektif bagi pengikutnya, khususnya mengenai informasi seputar penerapan protokol kesehatan dan informasi mengenai faskes yang dapat menampung pasien yang terpapar virus COVID-19.

Peneliti memilih Kota Yogyakarta sebagai lokasi penelitian dengan melihat Kota Yogyakarta sebagai salah satu kota pariwisata yang memiliki tingkat Upah Minimum Regional (UMR) yang tidak terlalu tinggi sehingga wabah COVID-19 yang terjadi di Kota Yogyakarta dapat berpengaruh dan merugikan untuk berbagai sektor. Peneliti juga memilih akun @promkeskotajogja karena berdasarkan pengamatan peneliti terkait di antara akun Instagram beberapa kabupaten di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), akun @promkeskotajogja yang dimiliki oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta yang paling berpotensi untuk dijadikan objek penelitian.

Akun Instagram Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul memiliki pengikut yang lebih banyak jika dibandingkan dengan Instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta namun postingan yang diunggah kurang menarik, Akun Instagram Kabupaten Kulon Progo memiliki jumlah pengikut yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta, akun Instagram Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak dari akun Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta namun postingan Instagram yang diunggah tidak rutin dan memiliki frekuensi lebih sedikit dibandingkan dengan Instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta, akun Instagram Dinas Kesehatan Kabupaten Gunung Kidul memiliki pengikut yang kurang lebih sama dengan Instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta namun tidak mengunggah postingan secara rutin. Faktor lainnya yakni postingan akun

Instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta memiliki postingan yang paling menarik dibandingkan dengan akun Instagram milik Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul baik dari segi warna, animasi, kejelasan informasi serta frekuensi dalam mengunggah postingan Instagram. Hingga tahun 2023 meski pandemi COVID-19 sudah membaik namun akun Instagram @promkeskotajogja masih konsisten dalam memberikan *update* mengenai COVID-19 beserta pencegahannya yaitu penerapan protokol kesehatan dan postingan peringatan jika pandemi belum berakhir. (revisi alasan memilih akun @promkeskotajogja sesuai dengan konteks terkini)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

“Bagaimana efektivitas pesan akun Instagram @promkeskotajogja sebagai penyedia kebutuhan informasi penerapan protokol kesehatan”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pesan akun Instagram @promkeskotajogja sebagai penyedia kebutuhan informasi seputar penerapan protokol kesehatan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta sebagai bahan evaluasi dalam pembuatan dan penyampaian pesan berkaitan dengan COVID-19 melalui media sosial khususnya Instagram.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberi manfaat sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya khususnya dalam bidang efektivitas pesan.

E. Kerangka Teori

Teori – teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian berjudul efektivitas pesan akun instagram @promkeskotajogja sebagai penyedia kebutuhan informasi penerapan protokol kesehatan adalah teori pesan, teori efektivitas pesan, dan teori media sosial. Teori pesan digunakan sebagai acuan untuk memaknai pernyataan yang disampaikan oleh pengirim pesan.

Menurut kamus Cambridge, pesan merupakan informasi yang ditulis maupun yang diucapkan kemudian diberikan atau dikirimkan kepada orang lain, sehingga dapat dikatakan pesan menjadi hal penting karena manusia menggunakan pesan untuk mencapai tujuan tertentu dan dapat menjadi indikator keberhasilan komunikasi. Selanjutnya, untuk menjelaskan bagaimana pesan dapat mencapai tujuan komunikasi dan dinyatakan

berhasil, peneliti menggunakan teori efektivitas pesan . Pesan tersebut dapat disampaikan melalui beberapa media salah satunya media sosial Instagram @promkeskotajogja sebagai sarana penyampaian informasi terkait penerapan protokol kesehatan yang dalam penelitian ini pemberi pesan adalah Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta dan penerima pesan adalah followers akun tersebut.

1. Pesan

Pesan dapat dikatakan sebagai pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang – lambang atau simbol – simbol yang memiliki arti. Menurut Siahaan (1991) pesan memiliki beberapa unsur, diantaranya adalah :

- a. Pesan Verbal : pesan verbal adalah pesan yang disampaikan secara tertulis atau diucapkan.
- b. Pesan Non Verbal : pesan non verbal adalah pesan yang disampaikan dalam bentuk gambar, garis, isyarat dan warna.

Pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam berkomunikasi karena dalam penyampaian pesan hubungan komunikasi antara satu individu dengan individu lain akan berjalan dengan baik serta mencapai tujuan yang diinginkan.

Pesan dapat dimengerti melalui tiga unsur, yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

- a. Kode pesan adalah jumlah simbol yang disusun dengan sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain.
- b. Isi pesan adalah materi yang dipilih dan ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan apa yang dimaksud
- c. Wujud pesan adalah inti pesan itu sendiri, komunikator memberi contoh agar komunikan tertarik dan mengerti isi pesan.

Menurut Effendy (1993) pesan dapat disampaikan melalui tatap muka atau melalui media komunikasi yang berisi ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat dan propaganda.

2. Efektivitas Pesan

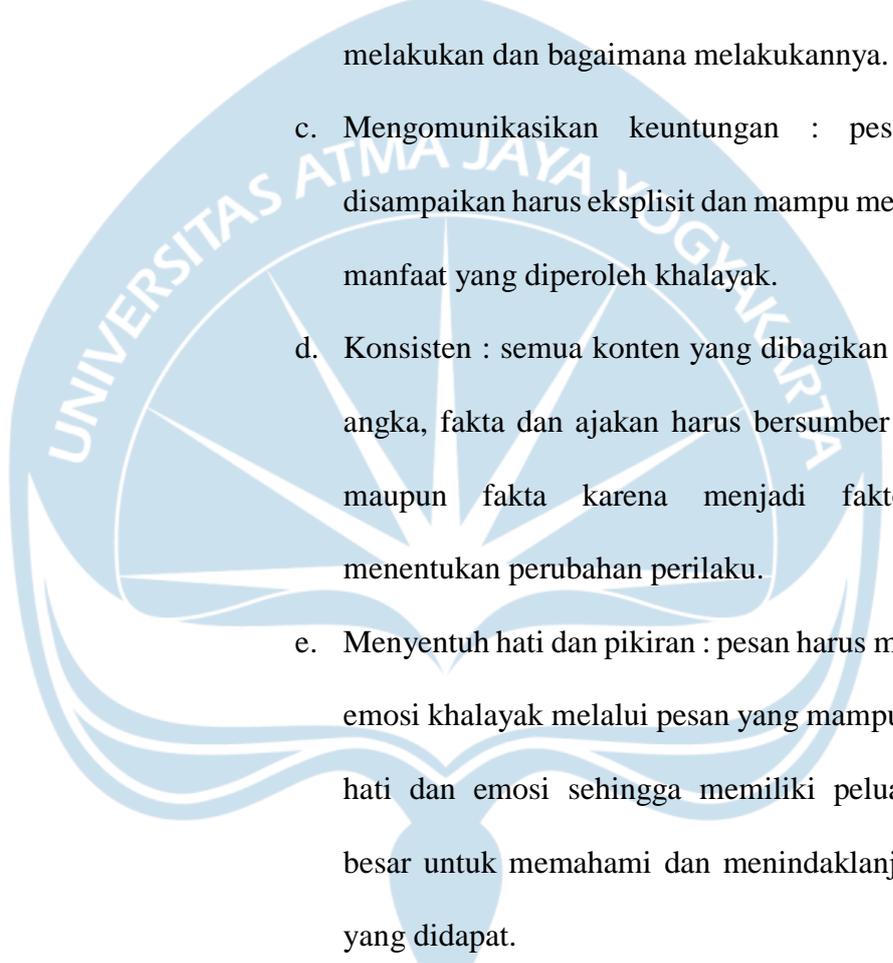
Pesan adalah pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang – lambang atau simbol – simbol yang memiliki arti (Siahaan, 1991) sedangkan efektivitas merupakan situasi di mana terdapat kesesuaian antara kualitas, kuantitas, dan waktu yang dilihat dan diukur dari keberhasilan atau pencapaian suatu alamat yang telah direncanakan sebelumnya (Hardjana, 2000 : 24). Sehingga dapat dikatakan bahwa efektivitas pesan merupakan lambang- lambang atau simbol yang memiliki arti di mana terdapat kesesuaian antara maksud dan tujuan yang disampaikan oleh pemberi pesan dengan hasil yang diterima oleh penerima pesan.

Menurut Schramm (1973) pesan dikatakan efektif apabila pesan memiliki beberapa komponen, yaitu :

- a. Menarik perhatian : pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian audiens.
- b. Simbol – simbol yang mudah dipahami : pesan harus menggambarkan lambang – lambang yang tertuju pada pemahaman yang sama antara pemberi pesan dan audiens sehingga keduanya dapat mengerti.
- c. Menimbulkan kebutuhan : pesan harus menumbuhkan kebutuhan pribadi audiens dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Cara memperoleh pesan : pesan harus menyarankan cara untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan bagi audiens dimana audiens berada pada posisi untuk memberi tanggapan yang diinginkan.

Menurut WHO (2015) dalam buku *Effective Communications Participant Handbook*, terdapat tujuh kriteria pesan dikatakan efektif yaitu :

- a. Menarik perhatian : pesan yang dikemukakan wajib berupa isu singkat, jelas, dan fokus pada argument yang didasari fakta dan gambar yang menarik khalayak.

- 
- b. Pesan jelas : pesan yang efektif harus bisa memberikan informasi yang sesuai, menjelaskan makna dari angka atau gambar misalnya pihak yang memiliki resiko, kerugian yang didapat ketika tidak melakukan dan bagaimana melakukannya.
- c. Mengomunikasikan keuntungan : pesan yang disampaikan harus eksplisit dan mampu menjelaskan manfaat yang diperoleh khalayak.
- d. Konsisten : semua konten yang dibagikan termasuk angka, fakta dan ajakan harus bersumber dari data maupun fakta karena menjadi faktor yang menentukan perubahan perilaku.
- e. Menyentuh hati dan pikiran : pesan harus menyentuh emosi khalayak melalui pesan yang mampu menarik hati dan emosi sehingga memiliki peluang lebih besar untuk memahami dan menindaklanjuti pesan yang didapat.
- f. Kepercayaan : pesan harus bisa dipercaya keakuratannya dan mampu menunjukkan situasi yang sebenarnya menunjukkan adanya transparansi dan sisi empati.
- g. Ajakan untuk bertindak : pesan harus memiliki ajakan untuk bertindak dan biasanya menggunakan

kata kerja seperti mencuci tangan, melakukan vaksinasi, memakai masker dan sebagainya.

Pengukuran efektivitas pesan yang oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta melalui akun Instagram @promkeskotajogja mengenai penerapan protokol kesehatan yang diukur peneliti menggunakan empat komponen untuk mengukur efektivitas pesan yang dikemukakan oleh Schramm (1973) yaitu menarik perhatian, simbol – simbol yang dipahami, menimbulkan kebutuhan dan cara memperoleh. Selain itu, peneliti juga menggunakan tujuh kriteria untuk mengukur efektivitas penyampaian pesan terkait dengan isu kesehatan yang bersumber dari WHO (2015) yakni menarik perhatian, pesan jelas, mengomunikasikan keuntungan, konsisten, menyentuh hati dan pikiran, kepercayaan dan ajakan untuk bertindak.

3. Media Sosial

Menurut Eriyanto (2021 : 60) media sosial adalah saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara selektif baik *real time* atau tidak sinkron dengan khalayak luas atau sempit memungkinkan untuk mengkreasi konten yang akan dipersepsi oleh pengguna lain. Media sosial terbagi menjadi dua kategori yakni pertama media sosial sebagai presentasi diri yang artinya sejauh mana seorang pengguna dapat menampilkan diri baik dalam kontak fisik, bentuk visual dan sebagainya dalam hal ini pengguna cenderung menampilkan diri

dalam bentuk suara maupun visualisasi diri seperti gambar wajah pada foto profil dan halaman media sosial mereka, sedangkan yang kedua media sosial sebagai pengukur sejauh mana hubungan antara satu pengguna dengan pengguna yang lain.

Menurut Eriyanto (2021: 63) media sosial dibagi menjadi enam kategori, yaitu :

- a. *Blog* : *blog* merupakan bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video yang memiliki presentasi diri yang tinggi namun kekayaan media yang dimiliki rendah.
- b. Proyek Kolaboratif : proyek kolaboratif merupakan kategori media sosial yang memungkinkan pengguna bekerja dalam satu tim seperti mengumpulkan informasi dan membuat video bersama seperti Wikipedia namun memiliki kekayaan media yang rendah
- c. Situs Jaringan Sosial : situs jaringan sosial merupakan kategori media sosial yang memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain dengan fasilitas mengundang teman, saling bertukar pesan dan sebagainya seperti facebook dan

instagram. Kategori ini memiliki ciri presentasi diri yang tinggi.

- d. Komunitas Berbagi Isi : komunitas berbagi isi merupakan kategori media sosial yang memungkinkan pengguna saling berbagi informasi berupa teks, foto, video dan sebagainya untuk dilihat dan diberikan komentar oleh pengguna lain seperti youtube. Berbeda dengan facebook dan Instagram, pengguna youtube tidak dapat menampilkan diri secara jelas sehingga memiliki ciri presentasi diri dan kekayaan media yang sedang.
- e. Dunia Sosial Virtual : dunia sosial virtual merupakan media sosial yang ditujukan untuk menghadirkan kehidupan dunia virtual sedekat dan semirip mungkin dengan dunia nyata seperti *second life* dan dicirikan memiliki kekayaan media dan representasi diri yang tinggi karena pengguna diberi kebebasan untuk merancang dan menghadirkan kehidupan virtual sesuai dengan kehidupan aslinya.
- f. Permainan Sosial Virtual : permainan sosial virtual merupakan media sosial yang memberikan fasilitas bagi pengguna dari berbagai negara untuk bermain permainan online secara bersama – sama dan

berinteraksi di dalam permainan seperti permainan *world of war craft*. Pengguna memilih avatar tertentu dalam permainan dan dapat bercakap – cakap secara langsung sehingga dapat dikatakan permainan sosial virtual memiliki kekayaan media yang tinggi karna bebas berinteraksi namun memiliki presentasi diri yang rendah karena pengguna tidak dapat menampilkan diri secara jelas.

F. Kerangka Konsep

Pada bagian definisi konsep, peneliti akan menjabarkan konsep – konsep yang akan digunakan dalam penelitian Efektivitas Pesan Akun Instagram @promkeskotajogja sebagai Penyedia Kebutuhan Informasi Penerapan Protokol Kesehatan kepada *followers*. Efektivitas pesan akun Instagram diukur dengan menggunakan beberapa indikator yang telah ditentukan untuk menentukan seberapa efektif pesan yang disampaikan.

1. Efektivitas Pesan Akun Instagram @promkeskotajogja

Pesan adalah pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang – lambang atau simbol – simbol yang memiliki arti (Siahaan, 1991) sedangkan efektivitas merupakan situasi di mana terdapat kesesuaian antara kualitas, kuantitas, dan waktu yang dilihat dan diukur dari keberhasilan atau pencapaian suatu alamat yang telah direncanakan sebelumnya. (Hardjana, 2000 : 24). Sehingga dapat dikatakan bahwa efektivitas pesan akun Instagram @promkeskotajogja merupakan lambang- lambang atau simbol

yang memiliki arti di mana terdapat kesesuaian antara maksud dan tujuan yang disampaikan oleh @promkeskotajogja dengan hasil yang diterima oleh penerima pesan yang dalam hal ini adalah *followers* akun Instagram tersebut.

Penelitian ini ingin melihat seberapa jauh efektivitas pesan yang dilakukan oleh akun @promkeskotajogja sebagai pihak yang menyampaikan informasi atau pesan terkait COVID-19 khususnya mengenai protokol kesehatan melalui platform media sosial. Hal tersebut berkaitan dengan beberapa kriteria pesan yang harus dipenuhi agar pesan yang disampaikan dapat dikatakan efektif. Pesan dalam penelitian ini merupakan informasi penerapan protokol kesehatan. Indikator yang digunakan untuk mengukur efektivitas pesan menggunakan empat komponen efektivitas pesan yang dikemukakan oleh Schramm (1973) dan tujuh kriteria pesan dapat dikatakan efektif mengenai isu kesehatan yang dikemukakan oleh WHO (2015).

Menurut Schramm (1973), pesan dapat dikatakan efektif jika memenuhi empat komponen berikut :

- a. Menarik perhatian : pesan yang dibagikan oleh Instagram @promkeskotajogja dikemas dengan sedemikian rupa untuk menarik perhatian audiens.
- b. Simbol – simbol yang mudah dipahami : pesan yang dibagikan oleh Instagram @promkeskotajogja berisi simbol atau gambar

berkaitan dengan informasi protokol kesehatan yang mudah dipahami oleh audiens.

- c. Menimbulkan kebutuhan : pesan yang dibagikan oleh Instagram @promeskotajogja merupakan informasi yang dibutuhkan oleh audiens.
- d. Cara memperoleh : pesan yang dibagikan oleh Instagram @promkeskotajogja merupakan informasi yang dapat memberikan solusi atas kebutuhan audiens dan memungkinkan audiens untuk memberi *feedback* mengenai isu yang sedang terjadi.

Selain menggunakan beberapa komponen yang dikemukakan oleh Schramm (1973), peneliti juga menggunakan kriteria yang ditetapkan oleh WHO (2015). Berikut tujuh kriteria yang harus diperhatikan supaya pesan mengenai isu kesehatan dapat dikatakan efektif menurut

WHO :

- a. Menarik perhatian : pesan Instagram @promkeskotajogja mengemukakan isu singkat, jelas, dan fokus pada argument yang didasari fakta dan gambar yang menarik *followers*.
- b. Pesan Jelas : pesan Instagram @promkeskotajogja memberikan informasi yang relevan kepada *followers*
- c. Mengomunikasikan keuntungan : pesan Instagram @promkeskotajogja memberikan manfaat secara eksplisit dan

dapat diterima oleh *followers* terkait informasi protokol kesehatan.

d. Konsisten : pesan Instagram @promkeskotajogja disajikan secara konsisten kepada *followers*.

e. Menyentuh hati dan pikiran : pesan Instagram @promkeskotajogja menambah pengetahuan dan menyentuh emosi *followers*.

f. Kepercayaan : pesan Instagram @promkeskotajogja dapat dipercaya kebenarannya melalui data yang akurat dan menunjukkan situasi yang sebenarnya.

g. Ajakan untuk bertindak : pesan Instagram @promkeskotajogja dapat memotivasi *followers* untuk bertindak.

2. Variabel Penelitian

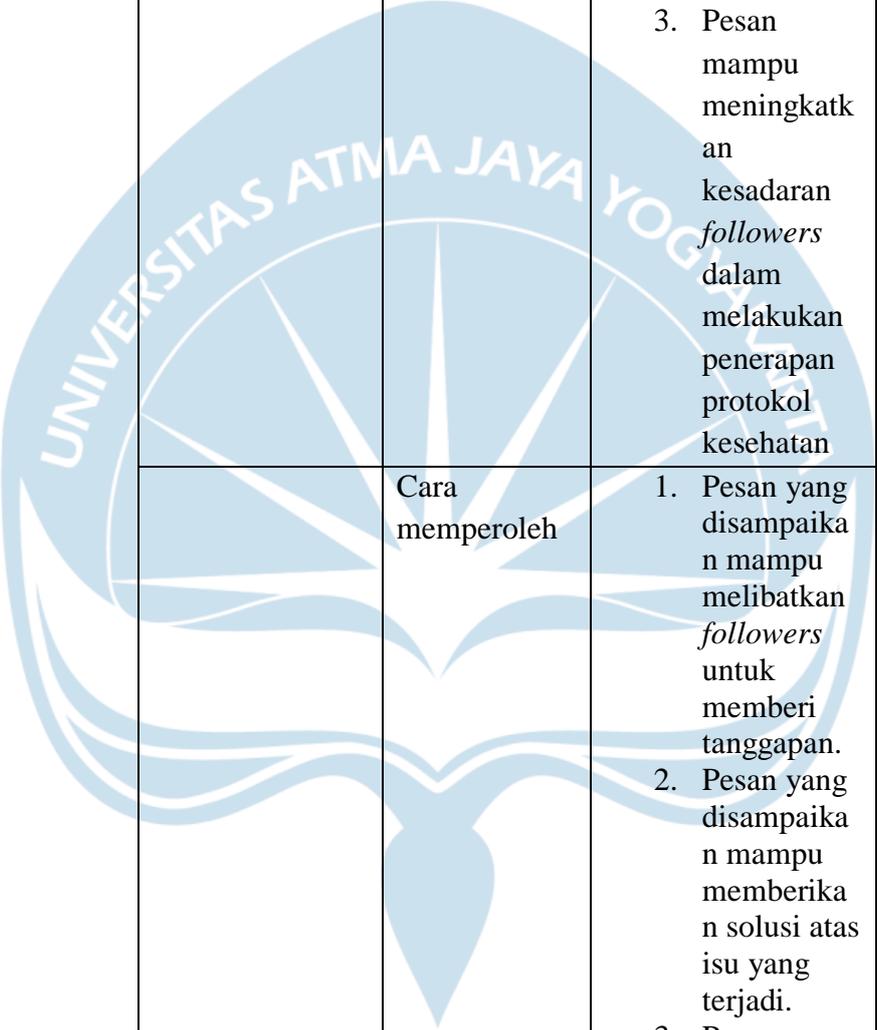
Menurut Sugiyono (2018:57) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya dan dalam penelitian ini hanya terdapat satu variabel (variabel tunggal) yakni efektivitas pesan akun Instagram @promkeskotajogja sebagai penyedia informasi penerapan protokol kesehatan.

G. Definisi Operasional

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pesan akun instagram @promkeskotajogja menurut *followers* sebagai penyedia informasi penerapan protokol kesehatan.

Tabel 1.1
Tabel Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Efektivitas Pesan Akun Instagram @promkeskotajogja	Menarik Perhatian	<ol style="list-style-type: none">1. Pesan yang disampaikan didasari dengan fakta.2. Pesan disampaikan dengan visualisasi yang menarik.	Skala Likert (SS, S, TS, STS)
	Simbol – simbol yang mudah dipahami	<ol style="list-style-type: none">1. Pesan yang disampaikan memiliki tanda atau logo yang mudah dipahami.	
	Menimbulkan Kebutuhan	<ol style="list-style-type: none">1. Pesan yang disampaikan mampu memenuhi kebutuhan <i>followers</i>.	



		<p>2. Pesan yang disampaikan dapat menambah pengetahuan <i>followers</i>.</p> <p>3. Pesan mampu meningkatkan kesadaran <i>followers</i> dalam melakukan penerapan protokol kesehatan</p>	
	Cara memperoleh	<p>1. Pesan yang disampaikan mampu melibatkan <i>followers</i> untuk memberi tanggapan.</p> <p>2. Pesan yang disampaikan mampu memberikan solusi atas isu yang terjadi.</p> <p>3. Pesan yang disampaikan mampu merepresentasikan informasi penerapan informasi protokol kesehatan</p>	

	Pesan Jelas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan yang disampaikan mampu menjelaskan makna dari dari angka maupun gambar 2. Pesan yang disampaikan mampu menginformasikan pihak yang dapat melakukan penerapan protokol kesehatan 	
	Mengomunikasikan Keuntungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan yang disampaikan mampu menjelaskan manfaat yang akan diterima <i>followers</i> 2. Manfaat dapat diterima secara langsung melalui pesan yang disampaikan 	
	Konsisten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan disampaikan secara 	

		<p>konsisten dari waktu ke waktu</p> <p>2. Pesan menampilkan data berupa fakta dan angka secara konsisten pada satu periode</p>	
	Menyentuh Hati dan Pikiran	<p>1. Pesan yang diperoleh dapat menarik hati untuk dipahami lebih lanjut</p>	
	Kepercayaan	<p>1. Pesan disampaikan dengan data yang transparan</p> <p>2. Pesan disampaikan dengan menunjukkan situasi sesuai dengan realita</p>	
	Ajakan Untuk Bertindak	<p>1. Pesan yang disampaikan menggunakan kalimat ajakan berupa kata kerja</p>	

		2. Pesan mampu mengajak <i>followers</i> untuk bertindak	
--	--	--	--

Sumber :Olahan Data Peneliti

H. Metodologi Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif yang merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism dan digunakan untuk meneliti populasi pada sampel tertentu (Sugiyono, 2018 : 13). Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis statistik untuk menguji efektivitas pesan akun Instagram @promkeskotajogja sebagai penyedia kebutuhan informasi terkait protokol kesehatan yang telah ditentukan.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif yang menjelaskan efektivitas sesuai dengan perumusan masalah yaitu mengetahui bagaimana efektivitas pesan akun Instagram @promkeskotajogja sebagai penyedia informasi terkait penerapan protokol kesehatan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan tertentu dan untuk mencapai tujuan yang

meliputi cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018 : 1). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei di mana penulis akan mengumpulkan data primer menggunakan pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner sebagai media untuk mengumpulkan data. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data berupa efektivitas pesan akun Instagram @promkeskotajogja sebagai penyedia informasi terkait penerapan protokol kesehatan. Penelitian dilakukan pada 27 Mei 2023 hingga 5 Juni 2023.

3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan elemen yang digunakan sebagai wilayah generalisasi. Elemen tersebut mencakup keseluruhan subjek yang akan diukur yang memiliki kuantitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018 : 130). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengikut akun instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta yang berjumlah 5.126 orang (jumlah pengikut hingga tahun 2022). Sampel merupakan bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan sebagai alternatif bagi peneliti yang mengalami kendala berupa dana, waktu, dan tenaga sehingga peneliti dapat menggunakan sampel sebagai perwakilan dari jumlah populasi

(Sugiyono,2018 : 131). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta berjumlah 98 pengikut yang terdiri dari pria dan wanita berdasarkan rumus slovin dengan *sampling error* 10% yang memiliki rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{5.126}{1 + 5.126 (0,10)^2} = 98,08 = 98$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah populasi

E = *sampling error* (10%)

4. Uji Instrumen

Uji instrumen perlu dilakukan untuk menghindari kegagalan dalam proses pengumpulan data maka dari itu perlu dilakukan uji validitas beserta reliabilitasnya (Ovan & Saputra, 2020). Terdapat dua uji dalam penelitian ini yaitu :

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *bivariate Pearson* untuk mengetahui setiap pernyataan yang disusun pada kuesioner valid atau tidak. Jika nilai r memiliki

nilai signifikansi yang lebih besar daripada nilai r tabel, maka nilai r tersebut dapat dikatakan signifikan atau terdapat hubungan yang bermakna sehingga instrumen dapat dikatakan valid (Kriyantono, 2014). Dari hasil penelitian ini, setelah melakukan uji menggunakan SPSS 20.0, maka hasil perhitungan r hitung dibandingkan r tabel adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
R Hitung Hasil Uji Validitas

Instrumen	Efektivitas Pesan	Keterangan
1	0,521	Valid
2	0,686	Valid
3	0,644	Valid
4	0,694	Valid
5	0,731	Valid
6	0,665	Valid
7	0,486	Valid
8	0,448	Valid
9	0,513	Valid
10	0,57	Valid
11	0,714	Valid
12	0,762	Valid
13	0,675	Valid
14	0,522	Valid
15	0,725	Valid
16	0,611	Valid
17	0,466	Valid
18	0,497	Valid
19	0,518	Valid
20	0,496	Valid

Sumber: Olahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, didapatkan hasil bahwa seluruh pernyataan adalah valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel. Penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60 (Ovan & Saputra, 2020) . Untuk mengukur reliabilitas data, peneliti menggunakan program SPSS 20.0 menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan :

α : Alpha Cronbach

N : Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$: Jumlah varian skor tiap item

s_t^2 : Varian total

Tabel 1.3

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	20

Sumber: Olahan Data Peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel efektivitas pesan pada tabel 1.3, diperoleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,906. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan untuk variabel efektivitas pesan adalah reliabel. Hal ini dikarenakan nilai Alpha Cronbach 0,906 lebih besar dari 0,60.

5. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang terbagi menjadi dua jenis yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi berkaitan dengan objek yang akan diteliti peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2018 : 133). Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yang termasuk dalam *probability sampling* yakni sampel diambil secara langsung dan acak dari populasi dengan menggunakan undian, sehingga nomor yang keluar merupakan sampel yang dipilih sebagai responden sehingga keseluruhan populasi mendapatkan peluang yang sama sebagai responden. Peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* karena terdapat keterbatasan waktu. Objek yang akan diteliti adalah efektivitas pesan akun instagram Dinas Kota Yogyakarta

maka dari itu peneliti mengambil sampel dari pengikut akun instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta.

6. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber utama (Sugiyono, 2015 : 193). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden atas beberapa pertanyaan yang akan diajukan dari kuisioner yang akan dibagikan kepada pengikut akun instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta melalui *google form* yang dikirim dari pesan instagram.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang tidak secara langsung diperoleh sebagai data pendukung penelitian (Sugiyono, 2015 : 193). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui jurnal, artikel berita, akun instagram Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta, dan jumlah pengikut akun instagram.

7. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, terdapat tiga hal utama untuk menentukan hasil penelitian yakni kualitas instrumen penelitian, pengumpulan data dan analisis data (Sugiyono, 2018 : 213). Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian

kuantitatif yang memiliki data olahan berupa angka atau numerik yang akan dijabarkan melalui beberapa buah poin pertanyaan. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer di mana penulis memperoleh data langsung yang merupakan jawaban dari beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada beberapa responden melalui form kuisioner online yang akan diajukan kepada responden yakni pengikut akun instagram @promkeskotajogja yang memiliki populasi sebanyak 5.126 pengikut dan 98 pengikut sebagai sampel berdasarkan perhitungan rumus slovin dengan *sampling error* sebanyak 10% Pengumpulan data sekunder juga dilakukan dengan mengumpulkan data melalui studi pustaka dari buku, jurnal, artikel berita serta data akun instagram @promkeskotajogja. Selain melakukan kedua hal tersebut, peneliti juga melakukan pengukuran instrumen penelitian dengan menguji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan *IBM SPSS*.

8. Teknik Analisis Data

a. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah tahap pendistribusian data yang dikelompokkan berdasarkan kelas-kelas dan disusun dalam bentuk tabel yang dikelompokkan berdasarkan kategori setiap variabel (Sudarman, 2015).

b. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2013) penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari variabel mandiri tanpa mencari hubungan antar variabel.

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan oleh peneliti adalah efektivitas pesan yang kemudian dilakukan penghitungan atas jawaban responden. Selanjutnya, peneliti akan membuat kriteria pernyataan yang kemudian akan disusun menjadi sebuah kuesioner.

Dalam membuat deskripsi data pada setiap variabel, disusun berdasarkan skala yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju (Sugiyono, 2013). Adapun rumus yang peneliti gunakan untuk mengukur skor rata-rata pada setiap variabel adalah sebagai berikut :

$$\text{Skor Rata - Rata} = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\text{Pernyataan} \times \text{Responden}}$$

Setelah skor rata - rata didapatkan, peneliti menghitung interval untuk melihat kecenderungan jawaban responden dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{ST-SR}{K}$$

Keterangan :

r = rentang skor

ST = skor jawaban paling tinggi

SR = skor jawaban paling rendah

K = jumlah kriteria

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah menggunakan statistik dan terdapat dua macam statistik untuk menganalisis data yaitu statistik deskriptif (Sugiyono, 2018 : 226). Menurut Sugiyono (2013) penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari variabel mandiri tanpa mencari hubungan antar variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data sebagaimana adanya meliputi tabel, *mean* dan perhitungan prosentase hasil uji.

Mengacu pada penghitungan skala tersebut, maka penggunaan kriteria dalam penelitian ini kemudian dikelompokkan sesuai kategori dan juga dilakukan penghitungan rentang skor untuk variabel efektivitas pesan sebagai berikut :

Tabel 1.4

Standar Pengukuran Komponen dan Kriteria 2 dan 8

Komponen dan Kriteria	Jumlah Pertanyaan	Kategori	Skor
2,8	1	Sangat Efektif	3,28-4,03
		Efektif	2,52-3,27
		Tidak Efektif	1,76-2,51
		Sangat Tidak Efektif	1-1,75

*Sumber : Olahan Data Peneliti***Tabel 1.5**

Standar Pengukuran Komponen dan Kriteria 1,5,7,9 dan 10

Komponen dan Kriteria	Jumlah Pertanyaan	Kategori	Skor
1,5,7,9,10	2	Sangat Efektif	6,8-8,3
		Efektif	5,2-6,7
		Tidak Efektif	3,6-5,1
		Sangat Tidak Efektif	2-3,5

Sumber : Olahan Data Peneliti

Tabel 1.6

Standar Pengukuran Komponen dan Kriteria 3 dan 4

Komponen	Jumlah Pertanyaan	Kategori	Skor
3,4	3	Sangat Efektif	9,78-12,03
		Efektif	7,52-9,77
		Tidak Efektif	5,26-7,51
		Sangat Tidak Efektif	3-5,25

Sumber : Olahan Data Peneliti

9. Metode Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran yang digunakan untuk menentukan poin dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang mengenai fenomena sosial Sugiyono (2018 : 152). Tingkatan penilaian dalam skala likert adalah sebagai berikut :

Tabel 1.8 Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Olahan Data Peneliti