



Judul Skripsi:

**PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT *SOCIAL DISTANCING*
OLEH KOMINFO PADA KEWASPADAAN MAHASISWA DALAM
UPAYA PENCEGAHAN VIRUS COVID-19 (SURVEY PADA
MAHASISWA JAKARTA SELATAN)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Gita Arivia
NIM: 1610411067



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA
2021

Kata Pengantar

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan sehingga saya sebagai penulis dapat menulis dan menyelesaikan skripsi dengan baik hingga akhir. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat *Social distancing* Oleh Kominfo Pada Kewaspadaan Mahasiswa Dalam Upaya Pencegahan Virus Covid-19”. Dalam penelitian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga hambatan dan kesulitan dapat diatasi dengan baik. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. R. Dudy Heryadi, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Maria Febriana Christianti, M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP “Veteran” Jakarta.
3. Windhi Tia Saputra, M.si. sebagai dosen pembimbing utama skripsi, yang telah membantu dan mengarahkan dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Ratu Nadya W., S.Ikom.MM. sebagai dosen pendamping skripsi, skripsi yang telah membantu dan mengarahkan dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Keluarga penulis yang menjadi bagian terpenting dalam membantu dan memberikan doa agar peneliti lancar menjalankan skripsi ini.
6. Kerabat peneliti lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penyusunan dan penelitian skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Terakhir, terimakasih atas kesempatannya, semoga dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Bekasi, April 2021

Gita Arivia

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, beserta semua sumber yang dikutip

Nama : Gita Arivia

NIM : 1610411067

Program Studi : Ilmu Komunikasi - Periklanan

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat *Social distancing*
Oleh Kominfo Pada Kewaspadaan Mahasiswa Dalam
Upaya Pencegahan Virus Covid-19 (Survey pada
Mahasiswa Jakarta Selatan)

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,
maka peneliti bersedia diberikan sanksi.

Jakarta, April 2021

Yang menyatakan,



Gita Arivia

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Gita Arivia

NIM : 1610411067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : **PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
SOCIAL DISTANCING OLEH KOMINFO PADA
KEWASPADAAN MAHASISWA DALAM UPAYA
PENCEGAHAN VIRUS COVID-19 (SURVEY PADA
MAHASISWA JAKARTA SELATAN)**

Bahwa penulisan skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing utama maupun Pembimbing pendamping skripsi dan Ketua program studi. Sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing I



(Windhi Tia Saputra, M.si.)

Pembimbing II



(Ratu Nadya W., S.Ikom., M.M.)

Ketua Program Studi



(Maria Febiana Christanti, S.sos., M.si.)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 20 April 2021

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gita Arivia
NIM : 161041067
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Hak bebas royalti non-eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT *SOCIAL DISTANCING* OLEH KOMINFO PADA KEWASPADAAN MAHASISWA DALAM UPAYA PENCEGAHAN VIRUS COVID-19 (SURVEY PADA MAHASISWA JAKARTA SELATAN)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database). Merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 April 2021

Yang menyatakan,



Gita Arivia

PENGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT *SOCIAL DISTANCING* OLEH KOMINFO PADA KEWASPADAAN MAHASISWA DALAM UPAYA PENCEGAHAN VIRUS COVID-19 (SURVEY PADA MAHASISWA JAKARTA SELATAN)

Gita Arivia

Abstrak

Saat ini di dunia termasuk Indonesia sedang terjadi pandemi COVID-19 yang disebabkan oleh infeksi virus Corona. Virus ini sangat berbahaya dan sudah mengakibatkan banyak korban jiwa. Salah satu cara yang dilakukan pemerintah untuk menghentikan pandemi ini yaitu dengan *social distancing*, namun anjuran tersebut tidak dipatuhi sepenuhnya oleh masyarakat terutama generasi muda. Generasi muda merupakan penular terbesar dan juga kunci untuk menghentikan pandemi ini, oleh karena itu dibutuhkan sosialisasi untuk meningkatkan kewaspadaan generasi muda. Kominfo merupakan salah satu lembaga yang ikut mensosialisasikan anjuran *social distancing* tersebut melalui iklan layanan masyarakat. **Pendekatan yang digunakan** penelitian ini adalah kuantitatif. **Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari daya tarik iklan layanan masyarakat *social distancing* oleh Kominfo pada mahasiswa. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Jakarta Selatan yang berjumlah 197.470 orang. **Teori yang digunakan** pada penelitian ini adalah teori kemungkinan elaborasi. **Daya tarik iklan diukur berdasarkan** daya tarik tema, daya tarik visual, daya tarik verbal, daya tarik pesan iklan berdasarkan *meaningful, believable, distinctive*. Sedangkan **kewaspadaan diukur dari** sikap siaga berdasarkan indikator antisipasi, posesif, selektif. Hasil uji korelasi diketahui

Hasil uji korelasi diketahui memiliki hubungan yang kuat dapat diartikan bahwa khalayak yang menonton iklan layanan masyarakat oleh Kominfo dengan judul “Lawan Corona: Lakukan Upaya Penting dengan *Social Distancing*” dianggap menarik oleh para mahasiswa yang melihat dan juga yang disampaikan dalam iklan tersebut adalah hal yang penting untuk diketahui ditengah pandemi. **Hasil uji koefisiensi** determinasi menunjukkan korelasi atau hubungan yang kuat antara daya tarik iklan dengan kewaspadaan. **Hasil perhitungan uji signifikansi (uji t)** dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : Iklan layanan masyarakat, Daya tarik, Kewaspadaan

**THE EFFECT OF SOCIAL DISTANCING PUBLIC SERVICE
ANNOUNCEMENT BY KOMINFO ON STUDENT AWARENESS
IN EFFORTS TO PREVENT THE VIRUS OF COVID-19(SURVEY
ON SOUTH JAKARTA SUDENT)**

Gita Arivia

Abstract

*Currently in the world, including Indonesia, there is a COVID-19 pandemic which is caused by a Corona virus infection. This virus is very dangerous and has caused many of death. One of the ways the government has taken to stop this pandemic is by social distancing, however it is not fully complied with by the community, especially the younger generation. The young generation is the biggest contributor and also the key to stopping this pandemic, therefore socialization is needed to increase the awareness of the younger generation. Kominfo is one of the institutions that socializes the social distancing through public service advertisements. **The approach** used in this research is quantitative. **This study aims** to describe and test how much influence social distancing public service advertisements by Kominfo have on students. The population in this study were students of South Jakarta, amounting to 197.470 people. **The theory used** in this study is the elaboration likelihood model. **The advertisement appeal** measured based on the attractiveness of the theme, visual attractiveness, verbal appeal, attractiveness of advertising messages based on meaningful, believable, distinctive. **While alertness** is measured from alertness based on indicators of anticipation, possessiveness, and selectivity.*

***Correlation test** results are known to have a strong relationship which means that audiences who watch public service advertisements by Kominfo with the title "Fight Corona: Make Important Efforts with Social Distancing" are considered appealing by students who see and also what is delivered in the advertisement is important to know in the midst of a pandemic. **Coefficient of determination** results test show a strong correlation or relationship between advertiment appeal and awareness. **Calculation of the significance test** (t test) can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted.*

Keywords: Public service announcement, Advertisement appeal, Alertness

Daftar Isi

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
Abstrak	vi
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Tabel.....	xi
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Akademis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Periklanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Daya Tarik Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Iklan Layanan Masyarakat	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Kewaspadaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Teori Kemungkinan Elaborasi	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Variabel Bebas	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Variabel Terikat	Error! Bookmark not defined.
2.4.4 Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Metode Pengumpulan data.....	Error! Bookmark not defined.

3.4 Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 Uji Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.4 Uji Regresi Linier Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.4.5 Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.6 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Profil Instansi	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Fungsi	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Deskripsi Data	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Gambaran Umum Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Uji Korelasi	Error! Bookmark not defined.
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	Error! Bookmark not defined.
4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.6 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
Lampiran-Lampiran	Error! Bookmark not defined.

Daftar Gambar

Gambar 1: Clip Iklan Layanan Masyarakat.....	5
Gambar 2 : Kerangka Berpikir	23
Gambar 3 : Variabel bebas dan variabel terikat	24

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Operasional Konsep Iklan Layanan Masyarakat	24
Tabel 2.2 Operasional Konsep Kewaspadaan	26
Tabel 3.1 Uji Validitas Daya tarik iklan.....	31
Tabel 3.2 Uji Validitas Kewaspadaan.....	32
Tabel 3.3 Cronbach's Alpha	33
Tabel 3.4. Uji Reliabilitas Daya tarik iklan.....	33
Tabel 3.5. Uji Reliabilitas Kewaspadaan.....	34
Tabel 3.6. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
Tabel 4.1. Asal Universitas Responden.....	40
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.3. Usia Responden.....	41
Tabel 4.3. Angkatan Perkuliahan Responden.....	41
Tabel 4.5. Pernah atau tidak melihat iklan.....	42
Tabel 4.6. Saluran saat melihat iklan.....	42
Tabel 4.7. Skala Likert.....	43
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (1).....	43
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (2).....	44
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (3).....	45
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (4).....	46
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (5).....	47
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (6).....	48
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (7).....	49
Tabel 4.15. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (8).....	50
Tabel 4.16. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (9).....	51
Tabel 4.17. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (10).....	52
Tabel 4.18. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (11).....	53
Tabel 4.19. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (12).....	54
Tabel 4.20. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (13).....	54
Tabel 4.21. Skala Likert.....	55
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (1).....	55

Tabel 4.23. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (2).....	56
Tabel 4.24. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (3).....	57
Tabel 4.25. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (4).....	58
Tabel 4.26. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (5).....	59
Tabel 4.27. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (6).....	60
Tabel 4.28. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (7).....	61
Tabel 4.29. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (8).....	62
Tabel 4.30. Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (9).....	63
Tabel 4.31. Hasil Perhitungan Uji Korelasi.....	64
Tabel 4.32. Hasil Regresi Analisis Linier Sederhana.....	65
Tabel 4.31. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	68
Tabel 4.32. Hasil Uji t.....	69

Daftar Lampiran

Lampiran 1	82
Lampiran 2	101
Lampiran 3	112
Lampiran 4	114