



Sumber: (<http://ict.smkn1bawang.sch.id/2020/12/17/vaksinasi-melatih-tubuh-kenal-lawan-dan-kebal/>)

Judul Skripsi :

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL,LAWAN,DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT”.(SURVEI PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN,TANGERANG SELATAN).**

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

**Dibuat oleh:**

**Nama : Sherina Riznufirdine Alfariz**

**NIM : 1710411092**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2021**



**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI  
MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP  
SIKAP MASYARAKAT (SURVEI PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN,  
TANGERANG SELATAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana (S-1)

**Oleh:**

**SHERINA RIZNUFIRDINE ALFARIZ**

**1710411092**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan nama semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Sherina Riznufirdine Alfariz

NIM : 1710411092

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Mei 2021



Sherina Riznufirdine Alfariz

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Sherina Riznufirdine Alfariz  
NIM : 1710411092  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal,Lawan,Dan Kebal” Di Televisi Terhadap Sikap Masyarakat”. (Survei pada Warga Kelurahan Pisangan,Kota Tangerang Selatan)**

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku oleh Ketua Program studi Ilmu Komunikasi, Pembimbing Utama dan Pendamping, serta dinyatakan layak untuk disajikan.

Menyetujui dan Mengetahui,

Jakarta, 27 Mei 2021

**Pembimbing Utama**



Windhiadi Yoga Sembada, S.I.Kom., M.Si

**Pembimbing Pendamping**



Vina Mahdalena, S.Ikom, M.Si

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 21 Juni 2021

# PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

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

Nama : Sherina Riznufirdine Alfariz  
NIM : 1710411092  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah Saya yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal,Lawan,dan Kebal” di Televisi Terhadap Sikap Masyarakat”**.(**Survei pada Warga Kelurahan Pisangan,Kota Tangerang 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 memublikasikan skripsi Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Mei 2021

Yang menyatakan,



**Sherina Riznufirdine Alfariz**

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI  
MELATIH TUBUH KENAL,LAWAN,KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP  
SIKAP MASYARAKAT”. (SURVEI PADA WARGA KELURAHAN  
PISANGAN,KOTA TANGERANG SELATAN)**

**SHERINA RIZNUFIRDINE ALFARIZ**

**Abstrak**

Semenjak mewabahnya virus covid-19 yang pertama muncul pada tahun 2019 di Wuhan China, kasus covid-19 di Indonesia sendiri per tanggal 12 maret 2021 angka positif covid-19 mencapai 1,386,556. Salah satu upaya pemerintah untuk mengatasi pandemi COVID-19, adalah dengan menyediakan vaksin COVID-19 yang berfungsi untuk mendorong pembentukan kekebalan spesifik pada penyakit COVID-19 agar terhindar dari tertular ataupun kemungkinan sakit berat yang di sebabkan oleh Virus Covid-19. Namun masih banyak masyarakat yang meragukan keamanan vaksin covid-19 dan meragukan kegunaan vaksin covid-19. Maka lembaga KPCPEN mengeluarkan iklan layanan masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal,Lawan, dan Kebal” untuk mengedukasi masyarakat mengenai vaksin dan mengajak masyarakat untuk vaksin. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal,Lawan, dan Kebal” di televisi terhadap sikap masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif. Penelitian ini menggunakan *Hierarchy effect models*, yang mengasumsikan bahwa manusia mempelajari sesuatu terlebih dahulu dari iklan, kemudian merasakan perilaku emosional mengenai produk yang ada di dalam iklan, dan akhirnya mengambil tindakan. Survei dilakukan dengan mengirimkan kuisioner kepada 100 responden warga kelurahan Pisangan. Hasil perhitungan uji korelasi menyatakan bahwa terpaan iklan (x) dan sikap masyarakat (y) memiliki tingkat korelasi sedang sebesar 0,474. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana, variabel independen (x) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (y) bila dimanipulasi. Dari hasil uji koefisien deteminasi, tingkat pengaruh atau kontribusi terpaan iklan (x) terhadap sikap masyarakat (y) sebesar 22,4% dan sisanya dipengaruhi faktor lain. Berdasarkan hasil uji hipotesis atau uji-t, nilai t-hitung berdasarkan sebesar t-hitung 5,364 > 1,660 t-tabel, maka Ha diterima dan Ho ditolak. Maka, terdapat pengaruh antara terpaan iklan layanan masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal,Lawan, dan Kebal” di televisi terhadap sikap masyarakat.

**Kata Kunci:** covid-19, vaksin covid-19, iklan layanan masyarakat, sikap masyarakat, *Hierarchy effect models*

# THE EFFECT OF "VACCINATION TRAIN THE BODY TO KNOW, FIGHT, IMMUNE" PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS ON TELEVISION ON PUBLIC ATTITUDES

SHERINA RIZNUFIRDINE ALFARIZ

## *Abstract*

*Since the outbreak of the Covid-19 virus which first appeared in 2019 in Wuhan China, cases of Covid-19 in Indonesia as of March 12, 2021, the positive number of Covid-19 reached 1,386,556. One of the government's efforts to overcome the COVID-19 pandemic, is to provide a COVID-19 vaccine which functions to encourage the formation of specific immunity in COVID-19 to avoid contracting or possibly becoming seriously ill caused by the Covid-19 Virus. However, there are still many people who doubt the safety of the covid-19 vaccine and doubt the usefulness of the covid-19 vaccine. So the KPCPEN agency issued a public service advertisement "Training The Body To Know, Fight, Immune" to educate the public about vaccines and encourage people to get vaccines. The purpose of this study was to determine and measure the effect of exposure to public service advertisements "Training The Body To Know, Fight, Immune" on television on public attitudes. The research method used was quantitative explanative. This study uses Hierarchy effect models, which assume that humans learn something first from advertising, then feel emotional behavior about the products in the advertisement, and finally take action. The survey was conducted by sending a questionnaire to 100 respondents from the Pisangan village community. The result of the calculation of the correlation test states that advertisement exposure (x) and public attitudes (y) have a moderate correlation level of 0.474. Based on the results of the simple linear regression test, the independent variable (x) has a positive effect on the dependent variable (y) when manipulated. From the results of the determination coefficient test, the level of influence or contribution of advertising exposure (x) to public attitudes (y) was 22.4% and the rest was influenced by other factors. Based on the results of the hypothesis test or t-test, the t-value is based on the t-count of  $5.364 > 1.660$  t-table, then  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected. Thus, there is an influence between exposure to public service advertisements "Vaccination to Train a Familiar, Opposing, and Immune Body" on television on public attitudes.*

**Keywords:** covid-19, covid-19 vaccine, public service advertisements, public attitudes, Hierarchy effect models

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal,Lawan,dan Kebal” Di Televisi Terhadap Sikap Masyarakat”.**”” adalah sebagai salah satu bentuk persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, dan semangat dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Seluruh keluarga besar peneliti Ayah, mama, dan adik adik serta teman teman yang telah memberi dukungan dan semangat serta kasih sayang dan doa kepada peneliti agar mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Selaku pembimbing utama dalam penelitian ini yaitu bapak Windhiadi Yoga Sembada, S.I.Kom M.Si yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, saran, masukan, dan waktu yang senantiasa diberikan kepada peneliti sehingga proses penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan benar dan terarah.
3. Selaku pembimbing pendamping dalam penelitian ini yaitu ibu Vina Mahdalena, S.Ikom, M.Si yang juga telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, saran, masukan, dan waktu yang senantiasa diberikan kepada peneliti sehingga proses penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan benar dan terarah.
4. Dr. R. Dudy Heryadi sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memfasilitasi dengan segala kebijakan-kebijakan yang telah dibuat mengenai sarana dan prasarana dengan baik.
5. Lurah Kelurahan Pisangan yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian ini kepada warga kelurahan Pisangan.



6. Seluruh warga Kelurahan Pisangan yang menjadi responden dalam penelitian ini yang telah membantu peneliti dalam melakukan riset.

Penyelesaian skripsi ini tidak luput dari berbagai kesalahan dan kekurangan. Namun demikian, peneliti berharap semoga skripsi ini bisa berguna bagi siapa saja yang membacanya di kemudian hari.

Jakarta, 27 Mei 2021



Sherina Riznufirdine Alfariz

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Konsep Penelitian.....	24
2.3 Teori Penelitian.....	35
2.4 Kerangka Berfikir.....	39
2.5 Hipotesis.....	40

<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	41
3.1 Metodologi Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4 Uji Instrumen.....	49
3.4 Metode Analisis Data.....	53
3.5 Tahapan Kegiatan dan Waktu Penelitian.....	57
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	58
4.1 Deskripsi objek penelitian.....	58
4.1.1 Sejarah Lembaga KPCPEN.....	58
4.1.2 Profil KPCPEN.....	59
4.1.3 Anggota Komite.....	60
4.2 Deskripsi Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal Lawan, dan Kebal” .....	62
4.3 Hasil Penelitian.....	66
4.3.1 karakteristik responden.....	66
4.3.2 Analisis Pernyataan Koresponden... ..	70
4.3.2.1 Analisis Pernyataan Variabel X( Terpaan Iklan) .....	70
4.3.2.2 Analisis Pernyataan Variabel Y (Sikap Masyarakat) .....	76
4.3.3 Analisis Variabel.....	91
4.3.3.1 Analisis Variabel X (Terpaan Iklan).....	91
4.3.3.2 Analisis Variabel y (Sikap Masyarakat).....	92
4.4 Hasil Analisis Data.....	94
4.4.1 Uji Korelasi.....	94
4.4.2 Uji Regresi linier sederhana.....	95

4.4.3 Koefisien Determinasi.....	96
4.4.4 Uji Hipotesis.....	97
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian .....	97
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Angka Kasus Covid-19 Di Benua Di Dunia .....	2
Gambar 2. Peta Sebaran Covid-19 Di Indonesia .....	2
Gambar.3 Data Jumlah Covid-19 Di Indonesia.....	3
Gambar 4. Data Vaksinasi Covid-19 Di Indonesia.....	6
Gambar 5. Hasil Survei Lapor covid-19.....	7
Gambar 6. Hasil survei Kemenkes,Who,UNICEF.....	8
Gambar 7.Hasil Survei SMRC.....	9
Gambar 8.Hoax Vaksin covid-19.....	10
Gambar 9. Hoax Vaksin covid-19 kedua.....	10
Gambar 10.Logo KPCPEN.....	59
Gambar 11.Anggota KPCPEN .....	61
Gambar 12. Scene 1 Iklan Layanan Masyarakat .....	63
Gambar 13. Scene 2 Iklan Layanan Masyarakat .....	63
Gambar 14. Scene 3 Iklan Layanan Masyarakat.....	63
Gambar 15. Scene 4 Iklan Layanan Masyarakat .....	64
Gambar 16. Scene 5 Iklan Layanan Masyarakat .....	64
Gambar 17. Scene 6 Iklan Layanan Masyarakat.....	65
Gambar 18. Scene 7 Iklan Layanan Masyarakat.....	65
Gambar 19. Scene 8 Iklan Layanan Masyarakat.....	68

## DAFTAR TABEL

Data JUmlah Kasus Covid-19 Tertinggi Di Tangerang Selatan .....	14
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. Tahapan <i>Hierarchy Effect Models</i> .....	39
Tabel 4. Kerangka Berfikir.....	42
Tabel 5. Skor Skala Likert.....	47
Tabel 6. Operasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 7. Uji Validitas Variable X (Terpaan Iklan) .....	53
Tabel 8. Uji Validitas Variabel Y.....	54
Tabel 9. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Alpha Cornbach.....	56
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X(Terpaan Iklan) .....	56
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y(Sikap Masyarakat) .....	56
Tabel 12. Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungan.....	58
Tabel 13. Interpretasi Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 14. Tahapan Dan Waktu Penelitian.....	60
Tabel 15. Jenis Kelamin Responden.....	69
Tabel 16. Rentang Usia Responden.....	70
Tabel 17. Pekerjaan Responden.....	70
Tabel 18. Pendidikan Terakhir Responden.....	71
Tabel 17. Responden Yang Menonton Iklan.....	72
Tabel 18. Pernyataan 1 (X1) .....	73
Tabel 19. Pernyataan 2(X2) .....	74
Tabel 20. Pernyataan 3(X3) .....	74
Tabel 21. Pernyataan 4(X4) .....	75
Tabel 22. Pernyataan 5(X5) .....	76
Tabel 23. Pernyataan 6(X6) .....	76
Tabel 24. Pernyataan 7(X7) .....	77
Tabel 25. Pernyataan 8 (X8) .....	78
Tabel 26. Pernyataan 9(Y1) .....	79
Tabel 27. Pernyataan 10(Y2) .....	80
Tabel 28. Pernyataan 11 (Y3) .....	81

Tabel 29. Pernyataan 12(Y4) .....	81
Tabel 30. Pernyataan 13(Y5) .....	82
Tabel 31. Pernyataan 14 Y(6) .....	83
Tabel 32. Pernyataan 15 (Y7) .....	84
Tabel 33. Pernyataan 16(Y8) .....	85
Tabel 34. Pernyataan 17 (Y9) .....	85
Tabel 35. Pernyataan 18 (Y10) .....	86
Tabel 36. Pernyataan 19(Y11) .....	87
Tabel 37. Pernyataan 20(Y12) .....	87
Tabel 38. Pernyataan 21 (Y13) .....	88
Tabel 39. Pernyataan 22(Y14) .....	89
Tabel 39. Pernyataan 23(Y15) .....	90
Tabel 40. Pernyataan 24(Y16) .....	91
Tabel 41. Pernyataan 25(Y17) .....	92
Tabel 42. Pernyataan 26(Y18) .....	92
Tabel 43. Analisis Variabel X(Terpaan Iklan) .....	93
Tabel 44. Tabel Rata-Rata Variabel Y.....	95
Tabel 45. Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungan.....	96
Tabel 46. Hasil Uji Korelasi Spearman.....	97
Tabel 47. Hasil Uji REGRESI.....	98
Tabel 48. Interpretasi Koefisien Determinasi.....	99
Tabel 49. Hasil Uji T.....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Skoring Variabel X & Y .....	120
Lampiran B. Hasil Uji Validitas.....	126
Lampiran C Hasil Uji Reliabilitas Variable X&Y .....	127
Lampiran D Hasil Uji Regresi Liner Sederhana.....	128
Lampiran E Surat Permohonan Riset.....	129
Lampiran E. Surat Balasan Kelurahan.....	130
Lampiran G. Kuesioner Penelitian.....	131
Lampiran H. Kuesioner Penelitian <i>Google Form</i> .....	137
LAMPIRAN I. Hasil Cek <i>Similiarity</i> .....	154