

# **PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TERHADAP TINGKAT KESADARAN MASYARAKAT**

Analisis Iklan“ Yuk Pahami Lokasi Vaksinasi Covid 19” Pada Mahasiswa Ilmu  
Komunikasi Kampus Palembang Angkatan 2019

## **PROPOSAL PENELITIAN**

Mata Kuliah Metode Penelitian Komunikasi



Disusun Oleh:

Sri Melani Safitri  
07031381924155

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2021**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Masyarakat pada abad ke-20, merupakan masyarakat informasi atau *information society* menurut Alvin Toffler. Masyarakat pada abad ini menjadikan informasi sebagai salah satu aspek terpenting dalam kehidupan. Dapat diartikan bahwa masyarakat pada abad ini tidak bisa hidup tanpa informasi. Dalam kehidupan manusia masing-masing individual yang memiliki latar belakang beraneka ragam akan melakukan suatu interaksi. Yang mana setiap individual akan saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Komunikasi merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh manusia untuk mencari informasi. Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam proses inilah akan terjadi tukar menukar informasi oleh manusia. Dalam kehidupan sehari-hari proses komunikasi merupakan penunjang adanya proses pertukaran dalam penyampaian informasi agar mendapatkan hubungan timbal balik terhadap apa yang di komunikasikan. Pada praktiknya akan banyak cara komunikasi yang dilakukan oleh manusia guna mendapatkan suatu informasi.

Pada tanggal 2 Maret 2020, secara resmi Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mengumumkan kasus pasien positif Covid-19 pertama di Indonesia. Terhitung sejak tanggal tersebut jumlah kasus Covid-19 terus meningkat dan menyebar hampir keseluruhan wilayah di Indonesia. Hal ini membuat pemerintah harus menerapkan beberapa kebijakan untuk menanggulangi permasalahan wabah Covid-19. Salah satu kebijakan yang diambil adalah kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB di beberapa wilayah yang memiliki

angka positif Covid-19 dengan jumlah tinggi. Kebijakan PSBB ini tentunya banyak merubah kehidupan masyarakat dan aspek sosial lainnya. Interaksi dan komunikasi antar masyarakat secara langsung ataupun tatap muka juga dibatasi, dan tentunya hal ini akan berdampak pada pola masyarakat dalam mencari informasi. Diakibatkan banyaknya kebijakan yang dibuat secara mendadak. Maka pemerintah memerlukan suatu media yang dapat menyebarluaskan informasi terkait kebijakan agar dapat merubah perilaku masyarakat di masa pandemi.

Televisi (TV) merupakan salah satu media massa yang dapat menyampaikan pesan informasi dalam bentuk suara dan gambar sekaligus. Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang tidak asing lagi bagi masyarakat dengan fungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam- putih) maupun berwarna. Kata "televisi" merupakan suatu bentuk gabungan dari dua buah kata, yaitu kata tele ( $\tau\eta\lambda\epsilon$ , "jauh") dari bahasa Yunani dan visio ("penglihatan") dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai "alat yang mampu menyajikan gambar dari tempat berbeda dan jauh". Penemuan televisi mampu mengubah peradaban dunia, karena penyebaran informasi berkembang pesat dengan adanya penemuan televisi. Di Indonesia 'televisi' secara tidak formal sering disebut oleh masyarakat dengan sebutan TV (dibaca: tivi, teve ataupun tipi).

Penelitian ini merupakan bentuk verifikasi serta pengaplikasian dari *Teori Uses and Effect* yang merupakan sintesis antara pendekatan *Uses and Gratifications* dengan teori tradisional mengenai efek mengasumsikan media mempunyai keperkasaan luar biasa terhadap khalayak, dimana khalayak dengan serta merta dipengaruhi oleh media. Dalam hal ini khalayak dianggap pasif, tidak berdaya melawan kuasa media untuk mempengaruhinya. Sedangkan teori *Uses and Gratifications*, mengasumsikan media tidak mempunyai keperkasaan mempengaruhi khalayak, media digunakan oleh khalayak sesuai dengan

kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan pada diri mereka masing-masing. Dalam teori ini khalayak dianggap aktif menjaring informasi maupun dalam menggunakan media. *Teori Uses and Effect* pertama kali dipikirkan oleh Sven Windahl pada tahun 1979. Adanya teori ini merupakan sintesis dari teori sebelumnya, yaitu teori uses and gratifications dan teori tradisional mengenai efek. Asumsi dasar dari teori ini lebih menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Hasil dari sebuah proses komunikasi massa dan beberapa kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bagian penting berikutnya dari teori ini. Dengan adanya uraian yang telah dijelaskan sebelumnya. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh terpaan iklan terhadap perilaku masyarakat menggunakan teori *uses and effect* . Oleh karena itu penelitian ini berjudul **“Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat** (Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Yuk Pahami Lokasi Vaksinasi Covid 19” terhadap Tingkat Kesadaran Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kampus Palembang Angkatan 2019?”)

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan salah satu bagian penting di dalam sebuah penelitian, sebab dengan adanya rumusan masalah penyusun akan lebih mudah menetapkan batasan masalah serta pembahasan akan searah dengan tujuan yang diterapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

**“Bagaimanakah Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Yuk Pahami Lokasi Vaksinasi Covid 19” terhadap Tingkat Kesadaran Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kampus Palembang Angkatan 2019?”**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian Ini Adalah Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat Analisis Iklan “Yuk Pahami Lokasi Vaksinasi Covid 19” Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kampus Palembang Angkatan 2019

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Manfaat Akademis**

Dalam bidang akademik, penelitian ini dilakukan sebagai bentuk verifikasi dan aplikasi dari teori *Uses and Effect* terutama dalam penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan teori *Uses and Effect*.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan referensi bacaan bagi publik. Tak hanya itu penelitian ini diharapkan dapat menambah varian penelitian skripsi mengenai penelitian kuantitatif di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

