

**TINGKAT PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP  
PENERIMAAN PESAN “INGAT COVID, INGAT MASKER” PADA  
POSTER COVID-19**

(Studi Kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan  
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

OLEH

**SATRA OLESTI**  
NIM: 1705905030015



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
MEULABOH – ACEH BARAT  
TAHUN 2021**



Meulaboh, 08 Juli 2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1 (Strata 1)

### LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan Skripsi Saudari:

Nama : SATRA OLESTI  
Nim : 1705905030015

Dengan Judul: **TINGKAT PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP PENERIMAAN PESAN “INGAT COVID, INGAT MASKER” PADA POSTER COVID-19 (Studi Kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue)**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.

Mengesahkan :

Pembimbing  
Utama

  
**Fiandy Mauliansyah. MA**  
NIP. 198910242018031001

Mengetahui :

  
Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
**Basri, S.H., M.H**  
NIP. 19630713991021002

  
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi  
  
**Putri Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 199010072019032024



Meulaboh, 08 Juli 2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1 (Strata 1)

### LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan Skripsi Saudari:

Nama : SATRA OLESTI  
Nim : 1705905030015

Dengan Judul: **TINGKAT PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP PENERIMAAN PESAN “INGAT COVID, INGAT MASKER” PADA POSTER COVID-19 (Studi Kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue)**

Yang telah dipertahankan di depan Komisi Ujian pada tanggal 02 Juli 2021 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Menyetujui  
Komisi Ujian

Ketua : Fiandy Mauliansyah, MA  
Anggota : Putri Maulina, S.I.Kom.,M.I.Kom  
Anggota : Reni Juliani, S.I.Kom.,M.I.Kom

Tanda Tangan

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi  
  
Putri Maulina, S.I.Kom.,M.I.Kom  
NIP. 199010072019032024

## LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SATRA OLESTI

Nim : 1705905030015

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan penelitian yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas dalam daftar tulisan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam skripsi ini semua atau sebagian isinya terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya akan bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dapat dicabut/dibatalkan serta dapat diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian lembar pernyataan orisinilitas skripsi ini dibuat dan ditanda tangani dalam keadaan sadar tanpa tekanan/paksaan oleh siapapun.



Meulaboh, 08 Juli 2021

*Satra Olesti*  
**SATRA OLESTI**

**Nim : 1705905030015**



## LEMBARAN PERSEMBAHAN

*Ya Allah*

*Sujud syukurku kusembahkan kepadamu ya Allah, Tuhan yang Maha Agung dan Maha Esa, atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku dalam menggapai cita-citaku.*

*Jangan pernah engkau padamkan semangatku, Walaupun tertatih, namun karena ridhamu, Kuberhasil mencapai gerbang keberhasilan.*

*Ayahanda dan Ibunda Tercinta*

*Bermula dari kasih sayang dan pengorbananmu, Aku terlahir ke dunia, hingga dewasa seperti sekarang ini, Betapa perih perjalanan ini, namun ku coba bertahan dengan keyakinan, Doa dan tetesan keringat mu akan mengantarkanku Kemasa depan yang cerah, apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu terbayarkan semua kebaikan, keringat, dan juga air matamu. Terima kasih atas segala dukungan serta doa kalian. Harapanku telah kugapai, Sambutlah aku anakmu didepan pintu,*

*Tempat dimana dulu anakmu mencium tanganmu. Allahummafirli walirwalidaiyya Warhamhuma kamarabbayani saghira*

*Antara perjuangan dan doa ku persembahkan Skripsi ini kepada ayahanda (Sukrahidin) dan ibunda (Tisawinun) tersayang. Tak lupa juga kepada keluarga besarku (Aivo, Jeki, Inel, Ella, Gion, Milda, Topan, Radit, dan Jihan)*

*Dosen ku*

*Kepada Bapak Fiandy Mauliansyah, MA yang telah membimbing saya selama penyelesaian tugas akhir ini. Saya ucapkan terima kasih atas ilmu, nasehat, cerita yang telah Bapak beri pada saya.*

*Terima kasih atas kesabaran Bapak selama masa bimbingan saya walau saya banyak kekurangan dan kelalaian*

*Terima kasih juga kepada dosen penguji I Ibu Putri Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom, Dosen penguji II Reni Juliani, S.I.Kom., M.I.Kom atas masukan nya untuk perbaikan skripsi saya, dan terima kasih juga atas kesediaan waktunya dalam seminar proposal dan juga uji skripsi.*

*Para Pejuang*

*Terima kasih untul sahabat pejuang skripsi yang telah memberi semangat serta dorongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini (Elfi Sarosa, M, Feronika Muliani, Yuli Sarbena, Mejita Sari, Refita, Julia Sara, Novita Sari, Nelisma, Munawarah, Jalimah. S.I.Kom), serta seluruh pejuang Sarjana Ilmu Komunikasi.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas kuasa-Nya yang telah memberikan nikmat sehat dan lapang kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat beriring salam penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi yang berjudul **“Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19 (Studi kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue)”**, ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.

Dalam kesempatan ini pula, penulis dengan kerendahan hati yang teramat dalam ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih terutama kepada:

1. Ayahanda (Sukrahidin), Ibunda (Tisa Winun) serta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik melalui doa restu, dukungan serta nasihat yang tidak terhingga kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.
2. Bapak Prof. Dr. Jasman S. Ma'ruf, SE. MBA, selaku Rektor Universitas Teuku Umar Meulaboh.

3. Bapak Fiandy Mauliansyah, Ma, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, arahan, nasihat, kritik, saran serta motivasi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Basri, SH,.MH, selaku dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas teuku umar meulaboh.
5. Ibu Putri Maulina, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikas Universitas Teuku Umar Meulaboh yang kebetulan juga selaku dosen penguji 1 yang telah menguji dan memberikan dorongan serta masukan sekaligus pengarahan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Reni Juliani, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku dosen penguji 2 yang telah menguji dan memberikan dorongan serta masukan sekaligus pengarahan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Saiful, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.
8. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar.
9. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar Meulaboh dan teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan saran dan motivasinya kepada penulis untuk kelancaran penyusunan skripsi ini. Semua pihak yang telah membantu penyusunan proposal skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun. Penulis mohon maaf bila terdapat kekeliruan dan kekurangan dalam skripsi ini. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Meulaboh, 08 Juli 2021

**Satra Olesti**  
**NIM: 1705905030015**



### *Abstrak*

The positive number of Corona Virus Disease (Covid-19) is increasing in Indonesia, especially in Simeulue Regency. Various efforts have been made by the local government and the task force tasked with breaking the chain of transmission of the Corona Virus. One of the efforts made is to disseminate posters as educational materials to the public with the message content that is easy to understand for anyone who reads it. So that by understanding the message conveyed on the poster, people are aware of and comply with the Covid-19 protocol to protect themselves from the dangers of Corona Virus disease. Data collection techniques used in this study were questionnaires and documentation. This research is located in Ujung Salang Village, Salang District, Simeulue Regency and the sample in this study amounted to 100 people who had seen a poster with the message "Ingat Covid, Ingat Masker". This research uses quantitative research methods with product moment correlation coefficient data analysis. The results showed that the calculation turned out to be a positive correlation between variable X and variable Y, this is by taking into account the amount of  $r_{xy}$  obtained, which is 0.73. This means that there is a positive correlation between the public's high level of understanding of the message "Ingat Covid, Ingat Masker" on the Covid-19 poster. Furthermore, when viewed from the validity and reliability tests, both the X and Y variables indicate that the two variables are both valid and reliable. Thus the alternative hypothesis ( $H_a$ ) is accepted and the null hypothesis ( $H_0$ ) is rejected. This means that there is a level of public understanding of the message "Ingat Covid, Ingat Masker" on the Covid-19 poster in Ujung Salang village, Salang District, Simeulue Regency.

**Keywords: level of understanding, community, Poster message "Ingat Covid, Ingat Masker".**

## ABSTRAK

Angka positif penyakit Virus Korona (Covid-19) semakin meningkat di Indonesia terkhususnya di Kabupaten Simeulue. Berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah setempat dan pihak satgas yang bertugas untuk memutus mata rantai penularan penyakit Virus Korona. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menyebarluaskan poster-poster sebagai bahan edukasi kepada masyarakat dengan isi pesan yang mudah dipahami bagi siapa saja yang membacanya. Sehingga dengan memahami pesan yang disampaikan pada poster tersebut membuat masyarakat sadar dan patuh terhadap protokol Covid-19 guna melindungi diri dari bahaya penyakit Virus Korona. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang sudah pernah melihat poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis data koefisien korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan ternyata angka korelasi antara variabel X dan variabel Y bertanda positif, hal tersebut dengan memperhatikan besarnya  $r_{xy}$  yang diperoleh yaitu sebesar 0,73. Ini berarti terdapat korelasi positif antara tingkat pemahaman tinggi masyarakat terhadap Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19. Selanjutnya jika dilihat pada uji validitas dan uji reabilitas baik variabel X dan variabel Y menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut sama-sama valid dan reliabel. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Artinya ada tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 di desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue.

**Kata Kunci:** tingkat pemahaman, masyarakat, Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>COVER .....</b>                             | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                     | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                           | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                         | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                      | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                   | <b>xi</b>   |
| <br>   |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                        | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                       | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                    | 6           |
| 1.4 Signifikansi Penelitian .....              | 6           |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                | 7           |
| <br>   |             |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>            | <b>9</b>    |
| 2.1 Paradigma Penelitian .....                 | 9           |
| 2.2 <i>State Of The Art</i> .....              | 9           |
| 2.3 Landasan Teori .....                       | 15          |
| 2.3.1. Teori Cognitive Response.....           | 15          |
| 2.3.2. Pemahaman.....                          | 20          |
| 2.3.3. Pengertian Masyarakat.....              | 24          |
| 2.3.4. Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” ..... | 24          |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                 | 29          |
| 2.5 Kerangka Pemikiran .....                   | 30          |
| <br>   |             |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>         | <b>32</b>   |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                     | 32          |
| 3.2 Lokasi Penelitian .....                    | 32          |
| 3.3 Jadwal Penelitian .....                    | 32          |
| 3.4 Subjek Dan Objek Penelitian.....           | 33          |
| 3.5 Sumber Data Penelitian .....               | 33          |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data .....              | 34          |
| 3.7 Populasi Dan Sampel.....                   | 36          |
| 3.8 Definisi Operasional .....                 | 38          |
| 3.9 Data Penelitian.....                       | 41          |
| 3.10 Teknik Penentuan Informan .....           | 41          |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 3.11                                    | Teknik Pengolahan Data.....                            | 42        |
| 3.12                                    | Teknik Analisis Data .....                             | 43        |
| 3.13                                    | Uji Validitas Data .....                               | 46        |
|   | 3.13.1 Uji Validitas .....                             | 46        |
|   | 3.13.2. Uji Reliabilitas .....                         | 46        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>     |  | <b>49</b> |
| 4.1                                     | Deskripsi Lokasi Penelitian .....                      | 49        |
|   | 4.1.1 Visi Dan Misi Desa Ujung Salang.....             | 50        |
| 4.2                                     | Hasil Penelitian.....                                  | 51        |
|   | 4.2.1 Karakteristik Responden.....                     | 51        |
|   | 4.2.2 Variabel Tingkat Pemahaman (X) .....             | 56        |
|   | 4.2.3 Variabel Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.....  | 60        |
|   | 4.2.4 Wawancara Bersama Masyarakat .....               | 65        |
| 4.3                                     | Pengujian Hipotesis .....                              | 65        |
|   | 4.3.1 Uji Validitas .....                              | 69        |
|   | 4.3.2 Uji Realibilitas .....                           | 71        |
| <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>           |  | <b>74</b> |
| 5.1                                     | Pembahasan Hasil Penelitian.....                       | 74        |
| 5.2                                     | Keterkaitan Dengan Teori Model Kognitif Response ..... | 75        |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b> |  | <b>83</b> |
| 6.1                                     | Kesimpulan.....  | 83        |
| 6.2                                     | Saran .....  | 84        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             |  | <b>85</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                    |  | <b>88</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel : 2.1 <i>State Of The Art</i> .....                | 12 |
| Tabel : 3.1 Jadwal Penelitian .....                      | 33 |
| Tabel : 3.2 Alternatif Jawaban .....                     | 35 |
| Tabel : 4.1 Jumlah Dusun Dalam Desa.....                 | 50 |
| Tabel : 4.2 Responden Tingkat Umur.....                  | 51 |
| Tabel : 4.3 Responden Tingkat Pendidikan Terakhir.....   | 54 |
| Tabel : 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....     | 55 |
| Tabel : 4.5 Dimensi Pengetahuan.....                     | 56 |
| Tabel : 4.6 Dimensi Penilaian .....                      | 58 |
| Tabel : 4.7 Dimensi Tanggapan .....                      | 59 |
| Tabel : 4.8 Dimensi Dapat Menimbulkan Perhatian.....     | 61 |
| Tabel : 4.9 Dimensi Menarik .....                        | 62 |
| Tabel : 4.10 Dimensi Menghasilkan Suatu Tindakan .....   | 64 |
| Tabel : 4.11 Uji t Pada Variabel Tingkat Pemahaman ..... | 69 |
| Tabel : 4.12 Uji Validitas Pada Variabel (X) .....       | 70 |
| Tabel : 4.13 Uji Validitas Pada Variabel (Y) .....       | 70 |
| Tabel : 4.14 Uji Reabilitas Pada Variabel (X) .....      | 72 |
| Tabel : 4.15 Uji Reabilitas Pada Variabel (Y).....       | 72 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar : 1.1 Poster Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”..... | 4  |
| Gambar : 2.1 Kerangka Pemikiran.....                       | 31 |
| Gambar : 4.1 Peta Desa Ujung Salang.....                   | 49 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 : Dokumentasi Penelitian.....               | 88  |
| Lampiran 2 : Kuesioner.....                            | 90  |
| Lampiran 3 : Nilai Skor Kuesioner .....                | 96  |
| Lampiran 4 : Master Tabel Variabel X .....             | 102 |
| Lampiran 5 : Master Tabel Variabel Y .....             | 106 |
| Lampiran 6 : Nilai Variabel X Dan Y .....              | 110 |
| Lampiran 7 : Nilai T Tabel.....                        | 113 |
| Lampiran 8 : Uji Validitas Dengan SPSS Variabel X..... | 114 |
| Lampiran 9 : Uji Validitas Dengan SPSS Variabel Y..... | 118 |
| Lampiran 10 : Nilai R Tabel .....                      | 122 |
| Lampiran 11 : Nama Responden Penelitian.....           | 124 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Corona virus disease 2019 atau disingkat dengan Covid-19 adalah penyakit yang pertama kali dilaporkan dari Wuhan Tiongkok pada 31 Desember 2019, sedangkan di Indonesia pada 2 Maret 2020. Penyakit ini disebabkan oleh jenis corona virus baru yaitu Sars-CoV-2. Berbagai upaya yang dilakukan untuk memutus mata rantai penularan Covid-19, diantaranya memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, kebijakan pembatasan sosial (*social distancing*), menjaga jarak fisik (*physical distancing*) hingga *lockdown*. Selain itu pemerintah juga menghimbau agar masyarakat dapat mematuhi dan menjalankan protokol Covid-19.

Organisasi kesehatan dunia (WHO) menyatakan bahwa wabah penyakit akibat virus corona atau Covid-19 adalah sebagai pandemi global. Secara umum pengertian dari “pandemi” menurut WHO (*World Health Organization*) adalah penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia (*World Health Organization, 2020*). Pandemi global Covid-19 telah melahirkan berbagai problematika yang baru khususnya bagi bangsa dan negara, terkhususnya tentang bagaimana upaya yang dilakukan negara dalam mencegah dan menghentikan penyebaran virus ini supaya tidak semakin meluas. Selain sebagai sebuah pandemi, Covid-19 juga telah menguji ketahanan baik manusia maupun negara dalam mengatasi berbagai situasi yang krisis. Komunikasi merupakan sebuah hal yang sangat penting bagi



masyarakat dalam mendapatkan berbagai informasi khususnya di tengah pandemi Covid-19 ini.

Secara sederhana pendefinisian tentang komunikasi menurut Harold D. Lasswell adalah cara paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini: siapa yang menyampaikan?, apa yang di sampaikan?, melalui saluran apa?, kepada siapa?, dan apa pengaruhnya?”. Aktivitas dasar manusia adalah berkomunikasi, sehingga dengan adanya komunikasi baik antar individu dengan individu maupun dengan kelompok massa dapat saling berinteraksi dengan baik. Selain itu komunikasi menjadi bagian yang sangat melekat atau penting dalam tatanan sosial manusia dimanapun keberadaannya, seperti di rumah, pasar, tempat kerja, dan tempat lainnya. Sehingga dengan demikian manusia tidak akan pernah dapat menghindari proses komunikasi dikarenakan telah menjadi kebutuhan dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya.

Komunikasi dilakukan untuk memberi dan menerima informasi guna memberikan pengaruh serta untuk memberikan bantuan kepada orang lain. Komunikasi berperan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan, serta mempengaruhi keputusan seseorang. Menanggapi berbagai persoalan yang timbul akibat pandemi Covid-19 ini, maka perlu adanya media komunikasi yang digunakan untuk penyampaian informasi kepada publik serta dalam proses interaksi sosial di tengah pandemi yang harus tetap berjalan.

Media menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dapat diartikan sebagai: (1) alat, (2) alat atau sarana komunikasi seperti majalah, koran, radio, televisi, film, spanduk dan poster. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

media komunikasi adalah alat atau saluran yang dijadikan sebagai wadah dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Media visual atau media pandang adalah salah satu jenis media komunikasi berdasarkan bentuknya. Media visual merupakan penerimaan pesan yang tersampaikan dengan menggunakan indra penglihatan saja. Media grafis yaitu termasuk dalam kategori media visual karena menyalurkan pesan-pesan visual. Media grafis merupakan media visual yang menyajikan gagasan dan fakta ide melalui kata-kata, angka-angka, kalimat, dan berbagai simbol atau gambar. Salah satu jenis media grafis adalah poster.

Di tengah pandemi Covid-19 ini, poster banyak digunakan sebagai media komunikasi yang mendorong jarak sosial pada masyarakat saat epidemi Covid-19. Poster didefinisikan sebagai format dua dimensi, penawaran untuk meyakinkan orang, halaman tunggal untuk menginformasikan informasi tampilan, jadwal, data, tempat, acara, penyebab, produk, layanan, perusahaan, organisasi atau kelompok. Selain itu poster diproduksi secara masif dan biasanya mudah dilihat di berbagai tempat-tempat umum, seperti di kios, warung kopi, kantor desa, dan lain sebagainya. Sangat penting untuk merancang poster dengan mempertimbangkan elemen kunci di dalam poster desain untuk hasil yang berdampak (Hess,2013). Pesan-pesan yang terdapat pada poster memiliki pengaruh yang cukup kuat jika pembacanya dapat memahami sepenuhnya makna pesan yang disampaikan. Poster yang baik harus singkat dan jelas agar pesan yang disampaikan kepada khalayak dapat berdampak. Salah satunya poster dengan berisi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 khususnya di Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue.

Desa Ujung Salang merupakan salah satu desa yang berada pada kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue. Dengan mayoritas penduduk berlatar belakang pekerjaan sebagai petani dan nelayan. Meskipun di tengah pandemi Covid-19, sebahagian masyarakat tetap menjalankan aktivitasnya guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Seperti yang telah kita ketahui bahwasanya Kabupaten Simeulue kembali berada pada posisi zona merah sehingga hal ini membuat masyarakat semakin waspada dalam melindungi diri dari penularan penyakit virus korona dengan menjalankan anjuran pemerintah seperti *social distancing* (jaga jarak) dan hingga diwajibkan memakai masker saat keluar rumah. Berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah setempat baik dari pusat hingga ke desa untuk memutus mata rantai penyakit ini hingga salah satu tindakan yang dilakukan ialah dengan menyebarkan poster-poster tentang covid-19 yang dijadikan sebagai media pembelajaran dan informasi kepada masyarakat setempat. Salah satu poster tentang Covid-19 yang disebarluaskan yaitu poster yang berisi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19. Berikut adalah gambar dari poster yang dimaksud dalam penelitian ini:



Gambar 1.1 Poster Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”

Kepekaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui media komunikasi khususnya poster merupakan poin penting bagi pengirim informasi atau pesan. Karena mengingat karakter masyarakat yang berbeda-beda dalam menanggapi pesan yang diperoleh. Jika dilihat dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat desa Ujung Salang dapat dikatakan jarang menggunakan media komunikasi dalam hal ini poster sebagai media edukasi berdasarkan fungsinya. Hal ini dikarenakan masyarakat selalu menerima informasi secara langsung dari pemberi atau pengirim informasi. Namun, di tengah pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat agar selalu menjaga jarak dan menghindari kerumunan, secara tidak langsung membuat masyarakat mulai membiasakan diri dengan menggunakan media komunikasi sebagai bahan pembelajaran atau sumber informasi khususnya tentang Covid-19.

Dengan tingkat pemahaman atau kepekaan yang berbeda-beda dari khalayak sehingga sebagian pesan atau bahasa yang ringan tidak terealisasi dengan sepenuhnya. Dalam memahami pesan yang disampaikan tentu ada tingkatannya, baik sepenuhnya memahami sampai tidak memahami sama sekali. Sehingga perlu adanya penelitian ini agar dapat mengetahui bagaimana masyarakat atau khalayak memahami hingga menerima pesan yang disampaikan pada poster covid-19.

Peneliti ini merupakan kajian tentang proses pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19, pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan tersebut secara umum sangatlah penting di tengah pandemi ini. Dengan demikian berbagai himbuan untuk memutus mata rantai Covid-19 dapat terlaksana dengan baik.

Oleh sebab itu maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana “Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada Poster Covid-19 (Studi Kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka yang akan menjadi rumusan masalah yaitu apakah ada hubungan tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster covid-19 di Desa Ujung Salang?.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada Poster Covid-19 (Studi Kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue)”.

## **1.4 Signifikansi Penelitian**

### **1) Signifikansi Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumber pemikiran guna menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan “Pesan Ingat Covid, Ingat Masker” pada Poster Covid-19 (Studi Kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue)”.

### **2) Signifikansi Praktis**

- a. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau informasi kepada masyarakat khususnya Desa Ujung Salang untuk lebih meningkatkan pemahaman terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan Tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 (Studi Kasus Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue).

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini yang berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini yang berisikan tentang teori-teori yang mendukung penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini yang berisikan tentang metodologi penelitian sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknis analisis data, dan pengujian keabsahan data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Hasil penelitian yang berisikan tentang hasil-hasil yang diperoleh baik dalam bentuk fakta maupun sebagai hasil penelitian.

**BAB V : PEMBAHASAN**

Pembahasan yang berisikan tentang bagian yang mendiskusikan hasil-hasil atau fakta-fakta yang diperoleh dan kemudian mengonfirmasikannya dengan temuan-temuan atau pendapat-pendapat terdahulu dari studi kepustakaan.

**BAB VI : PENUTUP**

Kesimpulan dan saran yang berisikan kesimpulan-kesimpulan dari masalah yang dibahas.

## **BAB II**

### **TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

#### **2.1. Paradigma Penelitian**

Guba dan Lincoln (2009: 123) mendefinisikan paradigma adalah serangkaian keyakinan dasar yang membimbing tindakan. Selain itu, menurut keduanya, setiap paradigma apapun hanya mewakili pandangan yang matang dan cangguh dari para pengikutnya untuk menjawab tiga pertanyaan pokok, yaitu epistemologi, ontologi, dan metodologi. Epistemologi adalah menanyakan bagaimana hal tersebut bisa diketahui, ontologi membahas apa yang ingin diketahui dalam penelitian, dan metodologi adalah mencari cara untuk mengetahui sesuatu.

Menurut Sarantakos (1995: 33-36), mendeskripsikan bahwa asumsi dasar paradigma positivitis adalah berbagai persepsi paradigma dalam memandang suatu realitas sosial, keberadaan manusia, ilmu pengetahuan, dan penelitian sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivistik. Paradigma ini menganggap realitas sosial yang terjadi sebagai suatu yang bersifat empirik dan dapat diobservasi secara nyata serta dapat dibuktikan secara ilmiah. Untuk melihat fenomena masyarakat, paradigma ini memberikan sumbangan yang besar terhadap fenomena sosial yang terjadi.

#### **2.2. State Of The Art**

Dalam pembuatan laporan penelitian ini, ada dua jurnal lokal terdahulu dan satu untuk skripsi yang peneliti jadikan sebagai acuan dalam penelitian ini:



1. Latief Syaipudin (2020), dengan jurnal penelitian berjudul Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulung Agung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama menanyakan bahwa komunikasi massa memiliki peranan sentral dalam menanggapi pandemi Covid-19 ini. Kedua bahwasanya persoalan yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 ini yang menjadi permasalahan global berpotensi memicu adanya tatanan atau rekonstruksi sosial yang baru, dengan demikian diperlukan adanya komunikasi yang erat antara *stakeholder* dengan masyarakat dalam menanggapi permasalahan ini.
2. Arsa Widitiarsa Utoyo (2020), dengan jurnal penelitian berjudul Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidemii Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain poster lokal dan nasional memiliki perbedaan warna, font, judul, spasi kosong, ukuran dan alat peraga hasil desain yang mempengaruhi poster yang berbeda.
3. Nurmawan (2019), dengan skripsi penelitian berjudul Persepsi Masyarakat Terhadap Spanduk Pesan Unik Lalu Lintas Dengan Tingkat Kesadaran Berlalu Lintas Di Jalan Simpang Peut (Studi Kasus Gampong Simpeng Peut). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan ternyata angka korelasi antara variabel X dan variabel Y bertanda positif, hal tersebut dengan memperhatikan besarnya  $r_{xy}$  yang diperoleh yaitu sebesar 0,68. Ini berarti terdapat korelasi positif antara persepsi terhadap spanduk lalu lintas dengan tingkat kesadaran. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ )

diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Artinya ada persepsi masyarakat terhadap spanduk pesan unik lalu lintas dengan tingkat kesadaran belalu lintas di jalan Simpang Peut.

Tabel 2.1 *State Of The Art*

| No | Aspek Penelitian                  | Keterangan   |
|----|-----------------------------------|--|
| 1  | Topik riset dan penelitian        | Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulung Agung). Penelitian oleh Latief Syaipudin, program studi islam program doktoral (S3) IAIN Tulung Agung, dalam jurnal Kalijaga jurnal of communication, volume 2 nomor 1 tahun 2020.   |
|    | Tujuan penelitian                 | Untuk mengetahui pentingnya peran komunikasi massa di tengah pandemi Covid-19.   |
|    | Teori yang digunakan              | Tidak dijelaskan secara signifikan.  |
|    | Metode penelitian                 | Pendekatan kualitatif.   |
|    | Hasil penelitian                  | Hasil dari penelitian itu yaitu, pertama menanyakan bahwa komunikasi massa memiliki peranan sentral dalam menanggapi pandemi Covid-19 ini. Kedua bahwasanya persoalan yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 ini yang menjadi permasalahan global berpotensi memicu adanya tatanan atau rekonstruksi sosial yang baru, dengan demikian diperlukan adanya komunikasi yang erat antara <i>stakeholder</i> dengan masyarakat dalam menanggapi permasalahan ini. |
|    | Persamaan dengan rencana          | Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada media massa yang digunakan dalam hal ini adalah poster.  |
|    | Perbedaan dengan rencana Peneliti | Perbedaan dalam penelitian ini adalah metode dan konsep dalam hal ini yang menjadi objek penelitiannya adalah Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan (Ingat Covid, Ingat Masker) Pada Poster Covid-19 (Studi Kasus, Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue.   |
| 2  | Topik riset dan penelitian        | Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidem Covid-19. Penelitian oleh Arsa Widitiarsa Utoyo, Visual Communication Design Department, School Of Design, Bina Nusantara University, dalam Jurnal Lugas, Volume 4 Nomor 1 Tahun 2020.   |
|    | Tujuan penelitian                 | Untuk mengetahui secara lebih rinci mengenai analisis komunikasi visual pada poster sebagai media komunikasi mendorong jarak sosial di jakarta saat epidem Covid-  |

|   |                                   |  |
|---|-----------------------------------|--|
|   |                                   | 19.  |
|   | Teori yang digunakan              | Tidak dijelaskan secara signifikan.  |
|   | Metode penelitian                 | Pendekatan kualitatif.   |
|   | Hasil penelitian                  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain poster lokal dan nasional memiliki perbedaan warna, font, judul, spasi kosong, ukuran dan alat peraga hasil desain yang mempengaruhi poster yang berbeda.  |
|   | Persamaan dengan rencana Peneliti | Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah media yang digunakan dalam hal ini adalah poster.   |
|   | Perbedaan dengan rencana Peneliti | Perbedaan dalam penelitian ini adalah metode dan konsep dalam hal ini yang menjadi objek penelitiannya adalah Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan (Ingat Covid, Ingat Masker) Pada Poster Covid-19 (Studi Kasus, Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue).  |
| 3 | Topik riset dan penelitian        | Persepsi Masyarakat Terhadap Spanduk Pesan Unik Lalu Lintas Dengan Tingkat Kesadaran Berlalu Lintas Di Jalan Simpang Peut (Studi Kasus Gampong Simpeng Peut), penelitian skripsi oleh Nurmawan, program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada tahun 2019.  |
|   | Tujuan penelitian                 | Untuk mengetahui mengetahui persepsi masyarakat terhadap spanduk pesan unik lalu lintas dengan tingkat kesadaran berlalu lintas.   |
|   | Teori yang digunakan              | Teori persepsi.  |
|   | Metode penelitian                 | Deskriptif Kuantitatif.  |
|   | Hasil penelitian                  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan ternyata angka korelasi antara variabel X dan variabel Y bertanda positif, hal tersebut dengan memperhatikan besarnya $r_{xy}$ yang diperoleh yaitu sebesar 0,68. Ini berarti terdapat korelasi positif antara persepsi kuat terhadap spanduk lalu lintas dengan tingkat kesadaran. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Artinya ada persepsi masyarakat terhadap spanduk pesan unik lalu lintas dengan tingkat kesadaran berlalu lintas di jalan |

|  |                                   |  |
|--|-----------------------------------|--|
|  |                                   | Simpang Peut.  |
|  | Persamaan dengan rencana Peneliti | Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, kemudian sama-sama menggunakan media komunikasi massa yaitu spanduk sedangkan dalam penelitian ini adalah poster serta sama-sama meneliti tentang pesan yang ditampilkan pada media massa yang digunakan. |
|  | Perbedaan dengan rencana Peneliti | Perbedaan dalam penelitian ini adalah teori yang digunakan. Pada penelitian sebelumnya menggunakan teori persepsi sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori cognitive response.   |

## **2.3. Landasan Teori**

### **2.3.1. Teori Cognitive Response**

Teori yang digunakan peneliti, dalam penelitian ini adalah teori Respon Kognitif dari David Aaker dan Jhon G. Myers sebagai dasar penelitian kuantitatif. Teori ini memiliki asumsi dasar bahwa khalayak secara aktif terlibat dalam proses penerimaan informasi dengan cara mengevaluasi informasi yang diterima berdasarkan pengetahuan dan sikap yang dimiliki sebelumnya, yang akhirnya mengarah pada perubahan sikap (Aaker & Myers, 19992,H.189).

Teori ini mengansumsikan bahwa ketika informasi mengubah tingkah laku konsumen/khalayak secara kuat, hal ini disebabkan khalayak mempelajari pesan yang dilihatnya yang kemudian akan mengarah ke perubahan tingkah laku terhadap suatu brand. Oleh karena itu, pemasar perlu mendesain sedemikian mungkin pesannya secara tepat, agar konsumen dapat mempelajari isi pesannya secara maksimal. Proses perubahan sikap komunikasi dimulai ketika informasi (*Ad Exposuer*) menyentuh kesadaran, pemahaman dan pengetahuan komunikasi (*Cognitive Response*) yang selanjutnya menimbulkan perubahan perilaku pada konsumen atau khalayak. Aaker menjelaskan bahwa yang paling menentukan dalam menentukan tingkah laku adalah adanya pengetahuan dan sikap yang sebelumnya telah dimiliki oleh khalayak ketika dirinya diterpa iklan (Ardisa Winiratih, 2016: 17).

Menurut George E. Blech Dan Michael A. Blech dalam buku *Advertising and Promotion* (2007, h. 157-158), salah satu metode yang paling banyak digunakan untuk melihat respon kognitif konsumen mengenai pesan iklan adalah penilaian tanggapan kognitif mereka, seperti: pikiran yang terjadi pada

mereka ketika membaca, melihat dan/atau mendengar pesan yang dikomunikasikan. Pikiran yang terjadi pada konsumen tersebut umumnya diukur dengan pernyataan konsumen secara lisan atau tertulis mengenai reaksi mereka terhadap sebuah pesan. Asumsinya adalah bahwa untuk mengenali proses kognisi pada iklan, melalui tahap pengolahan informasi (kognisi), perubahan sikap terhadap suatu merek (afeksi), yang pada akhirnya menuju pada pengingatan (konasi):

a) Tahap kognitif

Aspek kognitif merupakan proses komunikasi yang pertama kali dialami ketika menghadapi suatu objek sikap, yaitu ketika individu menerima informasi atau pengetahuan akan sesuatu merek atau pesan. Aspek kognitif yang meliputi tahap *Awareness* yaitu tahap sadar kenal akan sesuatu mereka atau pesan tertentu. Kemudian dilanjutkan dengan tahap *Knowledge* yaitu dimana khalayak menerima informasi mengenal suatu merek atau pesan, sehingga ia memiliki pengetahuan terhadap pesan. Selanjutnya ada tahap *opinion* yaitu dimana khalayak sudah merasa yakin terhadap pesan berdasarkan klaim tertentu dari poster tersebut; selanjutnya ada tahap *value* dimana khalayak sudah dapat memahami nilai-nilai yang terkandung dalam poster untuk kebaikan dirinya masing-masing.

b) Tahap afektif

Aspek afektif merupakan proses komunikasi yang berkaitan dengan perasaan manusia, yaitu reaksi atau perasaan positif atau negatif individu mengenai suatu objek sikap (*feeling of like or dislike*). Hal ini terjadi setelah khalayak mengevaluasi dan memberikan penilaian terhadap

objek sikap berdasarkan tahap kognitif. Aspek ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu: *liking* (menyukai) dimana pada tahap ini adalah perasaan suka atau tidak suka khalayak akan sebuah poster, *preference* (memilih) selanjutnya pada tahap ini adalah ketika khalayak lebih dari sekedar suka tetapi cenderung sudah memiliki ketertarikan yang lebih akan suatu jenis media komunikasi lainnya jika dibandingkan dengan poster yang dimaksud, kemudian yang terakhir adalah *conviction* (meyakini), dimana pada tahap ini adalah pilihan khalayak terhadap suatu produk dibandingkan dengan produk lainnya atau sama halnya dengan poster jika dibandingkan dengan poster yang lainnya, biasanya dihasilkan dari pengalaman yang menyenangkan terhadap hal tersebut jika menghasilkan ketidaksukaan maka khalayak akan beralih dengan media komunikasi lainnya.

c) Tahap konatif

Aspek ini merupakan tindakan dimana khalayak telah mengetahui kelebihan dari poster itu sendiri, khalayak merasa yakin bahwa pesan yang tertera di dalam poster tersebut dapat memenuhi kebutuhannya dan dapat memberikan solusi bagi masalah yang dihadapinya.

Menurut Benyamin S. Bloom dalam bukunya yang berjudul "*Taxonomy of Educational Objective, Handbook I Cognitive Domain* (1956) , secara garis besar membagi indikator model kognitif respon menjadi tiga ranah, yakni ranah kognitif, afektif dan konatif. Adapun yang menjadi indikator pemahaman konsep adalah sebagai berikut:



1. Pengetahuan (kognitif)

Pengetahuan hasil dari tahu dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang. Dari pengalaman dan penelitian terbukti bahwa perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng daripada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan.

2. Penilaian (afektif)

Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman pada diri individu maka terjadilah penilaian. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama.

3. Tanggapan (konatif)

Tanggapan merupakan sebagai suatu pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menggunakan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan kata lain tanggapan atau persepsi adalah proses yang menyangkut dengan masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia.

Ketiga ranah baik kognitif, afektif dan konatif inilah yang menjadi objek penilaian hasil belajar. Di antara ketiga ranah tersebut, ranah kognitiflah yang menjadi penilaian dalam penelitian ini.

Sikap khalayak adalah responsive yaitu khalayak akan bersikap dan menilai suatu produk/pesan sesuai dengan pengalamannya lalu akan mencari informasi lebih lanjut atau bahkan memilih satu dari berbagai alternatif pesan yang ditawarkan. Sikap dinilai dari skala positif, negatif atau netral, suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju. Exposure (terpaan) dari media massa juga menjadi salah satu dari tiga sumber utama yang mempengaruhi manusia untuk menciptakan sikap (Hanna & Wozniak, 2001;176). Saat ini semua orang sudah terkena terpaan begitu banyak informasi. Dengan ketersediaannya akses informasi yang beragam, pengaruh media massa terhadap perubahan formasi sikap sangat besar. Hal inilah yang kemudian akan diteliti, apakah dengan pengalaman pribadi dengan objek dalam hal ini poster dengan tagline (Ingat Covid, Ingat Masker).

Sebagaimana yang sudah dipaparkan di atas maka dapat di persempit lagi bahwa: Kognitif (pengetahuan), mencakup kepercayaan khalayak terhadap suatu objek. Untuk semua objek dari sikap terdapat sejumlah kepercayaan. Pentingnya yang harus diingat bahwa kepercayaan itu bukan untuk dibenarkan akan tetapi kepercayaan itu hanya perlu eksis. Afektif (perasaan), perasaan kita atau reaksi emosional terhadap suatu objek mewakili komponen afektif dari suatu sikap. Konatif (perilaku), komponen perilaku dari sikap adalah kecenderungan seseorang untuk merespon sikap tertentu terhadap suatu objek atau aktifitas. Perilaku kita yang sesungguhnya mencerminkan niat tertentu sebagaimana perilaku tadi telah dimodifikasikan oleh situasi dimana perilaku tersebut akan muncul (Hawkins et. Al, 2004: 391).

Dari ketiga pendapat tersebut, yaitu David Aeker dan Jhon G. Myers, George E. Blech dan Michael A. Blech dan Benyamin S. Bloom, dapat disimpulkan bahwa indikator dalam teori model cognitive response dapat disajikan sebagai berikut:

Menurut David Aeker dan Jhon G. Myers : kognitif, afektif dan konatif

Menurut George E. Blech : kognitif, afektif dan konatif

Menurut Benyamin S. Bloom : pengetahuan (kognitif), penilaian (afektif), dan tanggapan (konatif).

Setelah peneliti membandingkan ketiga pendapat tersebut, berdasarkan kebutuhan peneliti dalam penelitian ini maka peneliti sependapat dengan Benyamin S. Bloom bahwa indikator pada model tersebut adalah pengetahuan (kognitif), penilaian (afektif), dan tanggapan (konatif), hal ini dikarenakan lebih berguna untuk pengembangan instrument pada tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19.

### **2.3.2. Pemahaman**

#### **a. Pengertian Pemahaman**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemahaman adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu dipahami dan diingat. Sehingga dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi dan pemahaman itu sendiri merupakan jenjang kemampuan berfikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan. (Anas Sudijono, 2011: 50).

Pengertian lain tentang pemahaman menurut Ngalim Purwanto (2013: 44), pemahaman (*comprehension*) adalah tingkat kemampuan yang mengharapkan seseorang untuk memahami arti atau konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa seseorang atau khalayak dapat dikatakan memahami sesuatu apabila khalayak tersebut dapat memberikan respon terhadap pesan yang telah ia peroleh serta dapat mempengaruhi khalayak lainnya.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pemahaman adalah tingkat kemampuan seseorang untuk lebih mengerti dengan apa yang telah diingat dan telah memahami arti dan konsep. Masyarakat atau khalayak akan memahami setelah sesuatu itu diketahui dan diingat dari pesan atau kata-kata yang memiliki makna tersendiri. Masyarakat dituntut untuk memahami atau mengerti tentang pesan yang telah disampaikan melalui media massa khususnya poster, mengetahui apa yang dikomunikasikan, dan dapat memanfaatkan isi pesan poster tersebut.

## b. Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman

### 1. Usia

Usia mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambahnya usia maka semakin daya tangkap dan pola pikirnya meningkat sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik. Semakin tua usia seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada usia tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak seperti umur belasan tahun, Singgih (1998;273). Sedangkan menurut Sarewono (2010;35), pada usia 25-29

adalah usia yang paling produktif, dimana pada usia ini pemikiran yang lebih kritis, sehingga cenderung mencari tahu.

## 2. Jenis Kelamin

Menurut Michael (2003) dalam bukunya "*What Could He Be Thinking*" menjelaskan bahwa otak laki-laki dan perempuan secara garis besar berbeda. Perbedaan yang dikatakan dalam buku tersebut adalah pusat memori pada otak perempuan lebih besar dari pada otak laki-laki dalam menerima dan mendapatkan informasi dari orang lain, sehingga mempunyai pemahaman yang cepat dibandingkan laki-laki.

## 3. Pendidikan

Menurut Notoadmojo (2007) pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian, kemampuan di dalam ataupun di luar sekolah berlangsung seumur hidup, pendidikan mempengaruhi proses belajar, semakin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah orang tersebut menerima informasi. Oleh karena itu dengan pendidikan yang tinggi seseorang dapat mudah memahami sesuatu dengan baik dari orang lain maupun media yang ada.

## 4. Pekerjaan

Menurut Notoadmojo (2007) secara tidak langsung pekerjaan turut andil dalam mempengaruhi tingkat pemahaman seseorang, hal ini dikarenakan pekerjaan berhubungan erat dengan faktor interaksi sosial kebudayaan. Sedangkan interaksi sosial budaya berhubungan dengan proses pertukaran informasi, dan hal ini akan mempengaruhi tingkat pemahaman seseorang.

### c. Tingkatan-Tingkatan dalam Pemahaman

Pemahaman merupakan salah satu kemampuan yang dapat dicapai setelah khalayak atau masyarakat menerima pesan dari media komunikasi khususnya poster. Setiap masyarakat memiliki kemampuan yang berbeda, ada yang mampu memahami isi pesan yang disampaikan secara menyeluruh dan ada juga yang sama sekali tidak dapat mengambil inti dari apa yang telah dibaca atau dilihat, sehingga yang didapat hanyalah sebatas mengetahuinya saja. Dengan demikian, terdapatnya tingkatan-tingkatan dalam pemahaman.

Menurut Daryanto (2012: 106), kemampuan pemahaman berdasarkan tingkat kepekaan dan derajat penyerapan materi dapat dijabarkan ke dalam tiga tingkatan, yaitu:

1. Tingkat terendah adalah pemahaman terjemahan (*Translation*), dalam hal ini pengertian menerjemahkan bukan hanya berarti pengalihan arti dari bahasa yang satu ke bahasa yang lainnya. Selain itu dapat juga dikonsepsi abstrak menjadi suatu model, yaitu model simbolik untuk mempermudah seseorang dalam memahaminya atau mempelajarinya. Pengalihan konsep yang dirumuskan dengan kata-kata ke dalam gambar grafik dapat di masukkan dalam kategori menerjemahkan.
2. Tingkat kedua adalah pemahaman penafsiran (*Interpretation*), jika dibandingkan dengan menerjemahkan, kemampuan ini lebih luas. Hal ini merupakan kemampuan untuk mengenal dan memahami. Menafsirkan dapat dilakukan dengan cara menghubungkan pengetahuan yang lalu dengan pengetahuan yang diperoleh berikutnya, menghubungkan antara grafik dengan kondisi yang dijabarkan sebenarnya, serta membedakan yang pokok dan tidak pokok dalam pembahasan.

3. Tingkat tertinggi ekstrapolasi (*Extrapolation*), pada tingkat ini tentu berbeda dari kedua tingkatan yang telah dijelaskan baik itu menerjemahkan maupun menafsirkan. Pada tingkatan ini memiliki sifat yang lebih tinggi sehingga seseorang dituntut untuk bisa melihat sesuatu yang tertulis dan memahami masalahnya.

### **2.3.3. Pengertian Masyarakat**

Masyarakat dalam bahasa Inggris disebut “*Society*” asal kata “*Socius*” yang berarti kawan. Arti yang lebih khusus masyarakat disebut pula kesatuan sosial maupun ikatan-ikatan kasih sayang yang erat. Dalam pengertian lain masyarakat disebut *community* (masyarakat setempat) adalah warga sebuah desa, sebuah kota, suku, atau suatu negara. Masyarakat adalah manusia yang senantiasa berhubungan (berinteraksi) dengan manusia yang lain dalam satu kelompok (Setiadi, 2013: 5).

Dalam istilah ilmu komunikasi, masyarakat juga disebut sebagai khalayak atau penerima pesan (komunikan). Fokus utama peneliti ialah kelompok masyarakat khususnya yang berada di dalam Desa Ujung Salang.

### **2.3.4. Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”**

#### **1. Pengertian Pesan**

Pesan adalah berita atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi. Selain itu pengertian pesan dalam buku yang ditulis oleh Cangara (2004: 14) dengan judul “Pengantar Ilmu Komunikasi”, bahwa pesan adalah serangkaian isyarat/symbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dan dengan harapan bahwa penyampaian

isyarat/symbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu. Pesan dapat di mengerti dalam tiga unsur yaitu:

- a. Kode pesan merupakan sederetan symbol yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat bermakna bagi orang lain. Kode pesan mencakup unsur bunyi, suara, huruf, dan kata yang memiliki arti tersendiri.
- b. Isi pesan adalah bahan atau materi yang dipilih dan telah ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.
- c. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan yang di dalamnya (Siahaan, 19991: 62).

## 2. Janis-Jenis Pesan

Secara umum, jenis symbol dan kode pesan dibagi menjadi dua, yaitu:

### a. Pesan verbal

Pesan verbal adalah pesan yang menggunakan kata-kata atau lisan maupun tulisan. Melalui kata-kata manusia dapat mengungkapkan perasaan emosi, fikiran, gagasan, atau menyampaikan fakta, data dan informasi serta menjelaskannya dengan saling bertukar perasaan dan pemikiran saling berdebat, dan bertengkar (Hardjana, 2003: 22). Pesan verbal paling banyak dipakai dalam hubungan sosial antar manusia.

### b. Pesan non-verbal

Pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampainnya tidak menggunakan kata- kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh



penerima berdasarkan gerak- gerak, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan (Cangara, 2006: penangkap stimulus yang timbul dan bukan mengandalkan kata-kata.

### 3. Hakikat Poster Covid-19

#### a. Pengertian Poster

Poster didefinisikan sebagai format dua dimensi, halaman tunggal untuk menginformasikan informasi tampilan, atau penawaran dan untuk meyakinkan orang, kelompok, organisasi, acara, jadwal, data, tempat, penyebab, perusahaan, produk, dan layanan. Poster diproduksi secara masif dan dapat ditemukan atau dilihat di berbagai media di Desa Ujung Salang, seperti papan pengumuman, warung, dan di tempat-tempat umum lainnya. Poster adalah bentuk seni publik yang kuat dan berpengaruh dan mereka menarik memperhatikan serta mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas, beragam dan selalu berubah (Cartee, 2008). Poster adalah media publikasi untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum. Poster adalah media gambar yang memiliki sifat persuasif tinggi karena menampilkan suatu persoalan atau tema yang kemudian menimbulkan perasaan yang sangat kuat terhadap khalayak. Tujuan utama poster adalah mendorong adanya tanggapan (respon) dari khalayak dan akan lebih baik jika poster kemudian digunakan sebagai media diskusi. Selain itu juga, tujuan lain dari poster adalah berupa ajakan sehingga poster dapat dijumpai di tempat-tempat umum. Poster biasanya dibuat semenarik mungkin agar dapat mencuri perhatian khalayak.

Apabila dikelompokkan dalam kelompok media, poster termasuk ke dalam kelompok media grafis. Yakni media visual yang menyajikan gambar, gagasan, atau

ide melalui penyajian kata-kata, kalimat, angka-angka, dan gambar/symbol. Grafis biasanya digunakan untuk menarik perhatian, memperjelas kajian ide, dan mengilustrasikan fakta-fakta sehingga menarik dan diingat orang.

b. Jenis-Jenis Poster Berdasarkan Tujuannya

- Informational Poster (Untuk Memberikan Informasi)
- Educational Poster (Untuk Mempromosikan Suatu Produk)
- Propaganda Poster (Untuk Membujuk, Seperti Politik)
- Teaser Poster (Untuk Membuat Penasaran)

c. Aturan Penyampaian Visual

- 1) Mudah dilihat seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa poster merupakan kombinasi visual yang ditunjukan untuk menarik perhatian, sehingga posisi atau letak poster haruslah mudah di jangkau oleh indera penglihatan khalayak yang akan dituju.
- 2) Menarik dan berwarna jika dilihat dari tujuannya, poster digunakan untuk menyampaikan ide atau gagasan. Sehingga dengan demikian poster harus dibuat semenarik mungkin agar khalayak dapat tertarik dan pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami.
- 3) Terstruktur, poster diharuskan memiliki komposisi yang sesuai karena didalamnya terdapat dua unsur utama yaitu teks dan gambar. Maka penempatan kedua unsur itu haruslah terstruktur dan mengikuti kaidah yang ada.
- 4) Komunikatif dan informatif, poster merupakan salah satu sarana komunikasi, sehingga haruslah komunikatif serta informatif. Maksud dari komunikatif di sini adalah dapat dilihat dari sisi bahasa penyampaian.

Sedangkan informatif maksudnya adalah ide dan gagasan yang akan disampaikan dapat tertuang di dalam poster tersebut setepat mungkin dan tidak berbelit-belit.

- 5) Mudah dipahami, unsur poster baik teks maupun gambar harus jelas agar tidak terjadi kesalahan penafsiran atau ambigu.
- 6) Mengikuti persyaratan, dalam pembuatan poster diharuskan untuk mengikuti elemen-elemen komunikasi visual dan menjadikannya sebagai sebuah dasar dalam perancangan.

Dapat dikatakan bahwa poster berhasil memberikan efek atau pengaruh kepada khalayaknya terhadap pesan yang disampaikan adalah tujuan poster. Apabila seseorang merasakan perubahan (baik penambahan pengetahuan maupun perubahan pandangann) maka komunikasi visual yang disajikan oleh poster dinyatakan telah berhasil.

Di tengah pandemi yang melanda dunia akibat penyebaran penyakit ini. Komunikasi memiliki peran yang sangat penting terutama pada media yang digunakan oleh masyarakat. Salah satunya media komunikasi visual yaitu poster. Poster kerap digunakan sebagai alat pembelajaran bagi masyarakat untuk memutus mata rantai penyakit ini. Berbagai jenis kata-kata yang dituliskan dalam sebuah poster diantaranya pesan “Ingat covid, Ingat masker” dalam poster yang dapat ditemukan di tempat-tempat umum khususnya di Desa Ujung Salang.

Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” merupakan upaya pemerintah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat agar tetap mematuhi protokol Covid-19 dengan cara selalu memakai masker. Diketahui bahwa dengan

memakai masker setidaknya dapat membantu mengurangi serta memutus mata rantai peuularan Covid-19.

#### 4. Indikator Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”

Menurut Wibisono dalam Tanoni (2012:73), suatu iklan dalam hal ini poster dapat dikatakan ideal apabila iklan/poster tersebut:

##### a. Dapat menimbulkan perhatian

Iklan/poster yang ditampilkan hendaknya menarik perhatian pemirsa atau masyarakat, oleh karena itu iklan harus dibuat dengan gambar yang menarik, tulisan dengan kombinasi warna yang serasi dan mencolok, serta kata-kata yang mengandung janji, jaminan, serta menunjukkan kualitas produk/pesan yang ditampilkan.

##### b. Menarik

Iklan atau poster yang ditampilkan kepada pemirsa/masyarakat harus dapat menimbulkan perasaan ingin tahu dari masyarakat untuk mengetahui atau memahami pesan yang disampaikan pada poster tersebut, dan biasanya dilakukan dengan menggunakan figur iklan/poster yang terkenal dengan alur cerita yang menarik perhatian dan pesan yang disampaikan dapat di pahami makna di dalamnya.

##### c. Menghasilkan suatu tindakan

Setelah timbul perhatian, ketertarikan serta keinginan yang kuat, maka masyarakat akan mengambil tindakan untuk menerima atau tidak pesan yang disampaikan pada poster yang disebarluaskan. Dan jika masyarakat merasa puas dengan pesan yang ditampilkan pada poster tersebut, maka

pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh setiap masyarakat yang melihatnya.

#### **2.4. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis atau anggapan adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga kerana masih harus dibuktikan keberadaanya. Dugaan tersebut masih bersifat sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Menurut Erwin Agus dan Diah Ratih Sulistyasti (2007: 137), hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha : Terdapat hubungan tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19.
- Ho : Tidak terdapat hubungan tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19.

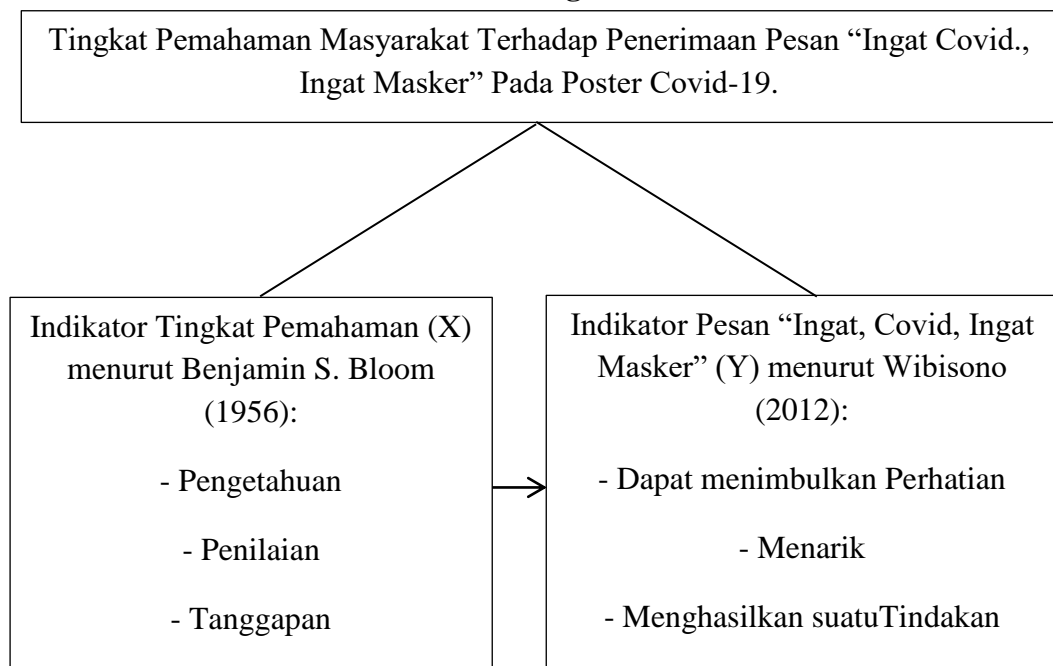
**Adapun untuk tahap pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:**

1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat hubungan
2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat hubungan

## 2.5. Kerangka Penelitian

Bila disederhanakan dalam sebuah bentuk bagan, maka yang akan menjadi kerangka pemikiran yang dimaksudkan oleh penulis secara singkat dapat dilihat pada gambar berikut ini:

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah suvey dan teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner).

#### **3.2. Lokasi Penelitian**

Dalam penulisan proposal penelitian skripsi ini, peneliti akan melakukan penelitian di Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue.

#### **3.3. Jadwal Penelitian**

Penelitian ini direncanakan berlangsung dalam beberapa tahapan. Tahap pertama, suvey lokasi penelitian, tahap kedua, penyusunan proposal, tahap ketiga, seminar proposal, tahap keempat, pelaksanaan penelitian, tahap kelima, pengolahan data, keenam, seminar hasil, ketujuh, sidang komprehensif, dan kedelapan sidang skripsi.

Secara rinci, jadwal penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

| No. | Kegiatan                   | Bulan |     |     |     |     |     |
|-----|----------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|
|     |                            | Des   | Jan | Feb | Apr | Jun | Jul |
| 1.  | Suvey lokasi<br>Penelitian |       |     |     |     |     |     |
| 2.  | Penyusunan<br>Proposal     |       |     |     |     |     |     |
| 3.  | Seminar proposal           |       |     |     |     |     |     |
| 4.  | Pelaksanaan<br>Penelitian  |       |     |     |     |     |     |
| 5.  | Pengolahan data            |       |     |     |     |     |     |
| 6.  | Seminar hasil              |       |     |     |     |     |     |
| 8.  | Sidang Skripsi             |       |     |     |     |     |     |

#### 3.4. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Desa Ujung Salang dan yang sudah pernah melihat poster yang berisikan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” yang di sebarluaskan pada tempat-tempat umum di desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah tingkat pemahaman masyarakat terhadap isi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” yang terdapat di poster Covid-19 di Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue.



### **3.5. Sumber Data Penelitian**

Menurut Suharsimi Arikunto, sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Sehingga sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

#### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan yang berupa angket, observasi, maupun penggunaan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya (Azwar, 2013: 11). Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya adalah hasil dari jawaban angket masyarakat Desa Ujung Salang yang melihat poster dengan berisikan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster covid-19.

#### **2. Data sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari responden di lapangan, seperti dokumen dan sebagainya. Dokumen-dokumen grafis seperti table, foto, jurnal dan lain sebagainya yang berkaitan dengan masalah yang akan di teliti.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan

sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument berupa pertanyaan maupun pernyataan. Adapun yang menjadi alternatif jawaban dari responden dengan menggunakan skala likert masing-masing diberikan nilai sebagai berikut ini:

Tabel 3.2 Alternatif jawaban

| No | Alternatif Jawaban        | Bobot Nilai |
|----|---------------------------|-------------|
| 1  | Sangat Setuju (SS)        | 5           |
| 2  | Setuju (S)                | 4           |
| 3  | Netral (N)                | 3           |
| 4  | Tidak Setuju (TS)         | 2           |
| 5  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1           |

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Survey dengan menggunakan insrtumen kuesioner (angket).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015: 142). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data tentang Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19. Untuk mengumpulkan data tersebut digunakan angket dan responden diminta memilih jawaban yang tersedia.

2. Observasi Margono (2005:h.158).

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan suatu teknik untuk mengamati secara langsung maupun tidak langsung terhadap Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19 di Desa Ujung Salang. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, dengan maksud memperoleh gambaran empirik pada hasil temuan. Hasil dari observasi ini dapat mempermudah dalam menjelaskan keterkaitan dari fenomena-fenomena yang ada.

### 3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, untuk memperkuat dari hasil kuisisioner (angket) dan observasi. Peneliti melakukan dokumentasi. Adapun dokumen tersebut berupa data-data baik di jurnal, buku, foto dan internet yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti ambil apabila data tidak bisa diperoleh dari hasil angket.

## **3.7. Populasi Dan Sampel**

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Keseluruhan populasi dalam penelitian ini akan dijadikan sampel yaitu seluruh masyarakat Desa Ujung Salang dalam tiga Dusun: Dusun Leule Putih, Dusun Detimon, dan Dusun Karya Ihsan, dengan total berjumlah sebanyak 590 orang.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya di ambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2010).

Dari populasi di atas, maka peneliti menentukan sampel yang akan diteliti sebagai responden penelitian dengan menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlah harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana, rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel/Jumlah Responden

N : Ukuran Populasi

e : Presentase Isi Yang Ditetapkan

$$n = \frac{590}{1 + 590(0,1)^2}$$

$$n = \frac{590}{1 + 590(0,01)}$$

$$n = \frac{590}{1 + 5.9}$$

$$n = \frac{590}{6,9}$$

$n = 86$ ; disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden

Berdasarkan rumus di atas, maka dalam menentukan sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik *Probability Sampling* (teknik yang memberikan peluang sama bagi populasi untuk dipilih sebagai sampel) dengan menggunakan Teknik *Random Sampling* (memilih secara acak). Sehingga setiap populasi memiliki peluang untuk dijadikan sebagai sampel. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang, yang diteliti seluruh masyarakat dalam Desa Ujung Salang yang sudah pernah melihat poster yang berisikan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster covid-19 yang di sebarluaskan di daerah tersebut.

### **3.8. Definisi Operasional**

Menurut Sugiyono (2015: 38), definisi variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain) yang di tandai dengan symbol (X) dan variabel terikat (variabel penelitian yang diukur untuk mempengaruhi besarnya efek atau pengaruh variabel lainnya) bisa ditandai dengan simbol (Y). adapun untuk variabel-variabel yang hendak diteliti itu adalah sebagai berikut:

- Variabel X sebagai variabel bebas: tingkat pemahaman

- Variabel Y sebagai variabel terikat: pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”).

Variabel penelitian harus didefinisikan secara operasional. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya kesalah pahaman data yang dikumpulkan. Selain itu juga agar variabel yang digunakan dapat dimengerti secara praktis. Adapun devinisi operasional variabel dalam penelitian yang hendak diteliti adalah:

1. Tingkat pemahaman (X)

Tingkat pemahaman merupakan salah satu kemampuan yang dicapai setelah khalayak atau masyarakat menerima pesan dari media komunikasi dalam hal ini adalah poster. Setiap orang orang masyarakat memiliki kempuan yang berbeda, ada yang mampu memahami isi pesan yang di sampaikan secara menyeluruh dan ada juga yang sama sekali tidak dapat mengambil inti dari apa yang telah dibaca atau dilihat, sehingga yang didapat hanyalah sebatas mengetahuinya saja. Dengan demikian, terdapatnya tingkatan-tingkatan dalam pemahaman.

Adapun yang menjadi indikator pada variabel ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan (dimensi)

Pengetahuan hasil dari tahu dan terjadi setelah masyarakat melakukan penginderaan terhadap objek tertentu dalam hal ini poster Covid-19 dengan isi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.

- b. Penilaian

Penilaian dari responden terhadap penyampaian informasi melalui pesan pada poster Covid-19 “Ingat Covid, Ingat Masker” yang di sebarluaskan di tempat-tempat umum.

c. Tanggapan

Tanggapan adalah hasil hasil tahu dan terjadi setelah masyarakat melakukan penginderaan terhadap objek tertentu dalam hal ini poster Covid-19 dengan isi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.

2. Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” (Y) terdiri dari beberapa bagian utama diantaranya peneliti akan menjabarkannya secara satu persatu.
  - a. Pesan merupakan berita atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui media komunikasi. Selain itu pengertian lain dari poster itu sendiri adalah serangkaian isyarat atau symbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dan dengan harapan bahwa penyampaian isyarat atau symbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu.
  - b. Covid (corona virus diseases) merupakan penyakit yang disebabkan oleh jenis corona virus baru yaitu Sars-Cov-2. Penyakit ini dikategorikan sebagai penyakit yang sangat membahayakan sebab sangat mudah menyebar meskipun hanya dengan percikan air liur orang yang sakit ketika ia bersin dan lain sebagainya.
  - c. Masker, jenis masker sangat beragam sehingga beberapa diantaranya hanya berguna untuk menagkal polusi tetapi tidak dapat menangkal penularan virus corona. Adapun dalam penelitian ini terdapat tiga jenis masker yang di maksud untuk membantu mencegah penularan virus

corona adalah: 1. Masker kain; tetap dapat menghalau sebagian percikan air liur yang keluar saat berbicara, menghela napas, ataupun batuk dan bersin. 2. Masker bedah; efektif pilihan untuk mencegah penyebaran virus corona karena memiliki lapisan yang mampu menghalau percikan air liur. Dan 3. Masker N95; masker ini dikategorikan dapat melindungi dengan secara ketat jika dibandingkan dengan masker yang telah disebutkan di atas karena masker ini didesain dengan sangat baik sehingga aman untuk melindungi diri. Hanya saja, masker ini tergolong dalam harga yang lebih mahal dari masker kain atau masker bedah, selain itu juga meskipun masker ini dikategorikan aman akan tetapi tidak dianjurkan untuk dipakai dalam sehari-hari terkecuali hanya untuk petugas medis yang bekerja.

Adapun yang menjadi indikator-indikatornya adalah sebagai berikut:

a. Dapat menimbulkan perhatian

Perhatian masyarakat terhadap pesan pada poster yang dimaksud yang ditampilkan hendaknya menarik perhatian pemirsa/masyarakat, oleh karena itu iklan harus dibuat dengan gambar yang menarik, tulisan dengan kombinasi warna yang serasi dan mencolok, serta kata-kata yang mengandung janji, jaminan, serta menunjukkan kualitas prosuk/pesan yang di tampilkan.

b. Menarik

Ketertarikan masyarakat terhadap pesan pada poster yang ditampilkan sehingga dapat menimbulkan perasaan baik suka maupun tidak atau baik dapat memahami pesan yang disampaikan maupun tidak memahami isi pesan yang di sampaikan.



- c. Menghasilkan suatu tindakan

Tindakan adalah segala perbuatan yang dilaksanakan untuk mendapatkan sesuatu.

### **3.9. Data Penelitian**

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, baik yang berupa informasi ataupun penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan yaitu: jumlah masyarakat yang berdomisili di desa Ujung Salang, kemudian hasil angket dari responden yang telah ditentukan, dan hasil observasi dan dokumentasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini.

### **3.10. Teknik Penentuan Informan**

Informan merupakan sumber data untuk mendapatkan data atau informasi yang berkaitan dengan masalah yang menjadi fokus penelitian. Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di dalam desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue. Sehingga informan yang telah ditentukan itu dapat dijadikan sebagai sumber untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

### **3.11. Teknik Pengolahan Data**

Data merupakan hasil pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel. Variabel yang diukur merupakan gejala yang menjadi sasaran pengamatan penelitian. Pengolahan data adalah suatu proses untuk mendapatkan data dari setiap variabel penelitian yang siap untuk dianalisis. Pengolahan data meliputi

kegiatan pengeditan data, transformasi data, dan penyajian data sehingga diperoleh data yang lengkap dari masing-masing obyek untuk setiap variabel yang diteliti.

1. Pengeditan data (Editing)

Pengeditan merupakan proses pemeriksaan data atau koreksi data yang telah dikumpulkan. Pengeditan dilakukan untuk melengkapi kekurangan atau menghilangkan kesalahan yang terdapat pada data mentah. Pengeditan juga dilakukan karena kemungkinan data yang masuk (raw data) tidak memenuhi syarat atau tidak memenuhi kebutuhan. Pada penelitian ini, pengeditan dilakukan untuk pemeriksaan kuesioner yang telah di isi oleh responden. Aspek-aspek yang perlu diperiksa antara lain kelengkapan responden awal mengisi setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Jika belum lengkap maka peneliti akan meminta kembali responden untuk mengisi ulang.

2. Coding dan Transformasi Data

Coding (pengkodean) data adalah pemberian kode-kode tertentu pada tiap-tiap data termasuk memberikan kategori untuk jenis data yang sama. Kode adalah simbol tertentu dalam bentuk huruf atau angka sebagai pembeda dalam data. Transformasi data menjadi data kuantitatif dapat dilakukan dengan memberikann skor terhadap setiap jenis data dengan mengikuti kaidah- kaidah dalam skala pengukuran.

3. Penyajian data

Teknik yang digunakan peneliti adalah teknik statistik. Untuk memudahkan peneliti dalam proses penyajian data menggunakan tabel

klasifikasi satu arah. Tabel ini digunakan untuk mengelompokkan data berdasarkan kriteria tertentu. Seperti mengelompokkan responden dalam komposisi penelitian berdasarkan umur, tingkatan pendidikan, serta tingkat pemahaman terhadap pesan yang disampaikan melalui poster.

### 3.12. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 yang telah didapat dari responden.

#### 1. Verifikasi data

Yaitu memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden.

#### 2. Menghitung nilai jawaban

Menghitung frekuensi jawaban yang diberikan responden atas setiap item pertanyaan yang diajukan. Kemudian dihitung persentasenya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f \text{ (frekuensi)}}{N \text{ (jumlah responden)}} \times 100\%$$

Keterangan:

|     |   |
|-----|---|
| P   | : Presentase hasil yang diperoleh             |
| f   | : Frekuensi hasil yang diperoleh              |
| N   | : Jumlah responden yang akan dijadikan sampel |
| 10% | : Angka tetap presentase (Umar, 2014:102).    |

Dalam penelitian uji hipotesis yang digunakan adalah melalui korelasi *Product Moment*. Selanjutnya karena penelitian ini merupakan korelasi, maka

dalam menganalisa hasil penelitian berupa Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19, sebelumnya penulis mencari  $r_{xy}$  terlebih dahulu, kemudian mencari  $r_{xy}$  digunakan teknik korelasi analisa statistik dengan menggunakan rumus *pearson product moment correlation*:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi variabel X dan Y  
 X : Variabel bebas  
 Y : Variabel terikat  
 N : Jumlah (Sugiyono, 2013: 170).

Nilai “r” berkisar antara 0.0 yang berarti tidak ada korelasi, sampai dengan 1.0 yang berarti adanya korelasi yang sempurna. Semakin kecil nilai “r” semakin lemah korelasi, sebaliknya semakin besar nilai “r” semakin kuat korelasi. Berikut pembagian kekuatan korelasi menurut Colton dalam Sugiyono (2013: 173):

- $r = 0,00 - 0,25$  : Tingkat pemahaman rendah  
 $r = 0,26 - 0,50$  : Tingkat pemahaman sedang  
 $r = 0,51 - 0,75$  : Tingkat pemahaman tinggi  
 $r = 0,76 - 1,00$  : Tingkat pemahaman sangat tinggi/sempurna

Interprestasi terhadap angka indeks korelasi “r” product moment dengan jalan berkonsultasi pada tabel “r” product moment. Apabila cara ini ditempuh, maka prosedur yang harus dilalui adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis alternative ( $H_a$ ) dan hipotesis nihil ( $H_0$ ).
2. Menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan dengan jalan membandingkan besarnya “ $r$ ” product moment dengan “ $r$ ” yang telah tercantum dalam tabel nilai, terlebih dahulu mencari derajat nilai bebasnya (db) atau degrees of freedomnya (df) yang rumus sebagai berikut:

$$Df = N - nr$$

Keterangan:

Df : *Degrees of freedom*

N : *Number of cases*

nr : Banyaknya variabel yang dikorelasikan

Setelah memberikan interpretasi secara kasar atau secara sederhana maka langkah selanjutnya yaitu adalah mencari seberapa besar kontribusi variabel X terhadap variabel Y, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi (kontribusi variabel X terhadap variabel Y)

R = Koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

(Sugiyono, 2013: 174).

### 3.13. Uji Validitas Data

#### 3.13.1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang bermakna adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006).

Selain itu validitas adalah arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986).

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS statistic versi 25. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dengan rumus. Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap valid. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

### **3.13.2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil

yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r_{xy}$  mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $\geq 0.700$ .

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = reliabilitas yang dicari
- $n$  = Jumlah item pertanyaan yang di uji
- $\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- $\sigma_t^2$  = varians total

Jika nilai alpha  $> 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika alpha  $> 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknainya sebagai berikut:

Jika alpha  $> 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika alpha antara  $0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi. Jika alpha  $0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat. Jika alpha  $< 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di desa Ujung Salang. Desa Ujung Salang merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Salang, kabupaten Simeulue, provinsi Aceh dengan luas wilayah secara keseluruhan  $\pm 1.744$  Ha. Selain itu, desa Ujung Salang merupakan desa pemekaran dari desa Ujung Salang pada tahun 1937 berdasarkan qanun kabupaten nomor 48 tahun 1999 tentang pembentukan desa Ujung Salang. Perekonomian desa Ujung Salang secara umum didominasi pada sektor nelayan, Pegawai Negeri Sipil, pedagang sembako, serta petani sawah dan kebun.

Adapun batas-batas wilayah Desa Ujung Salang adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Lafakha dan Lautan Hindia
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Along
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Lautan Hindia
- Sebelah Barat berbatasan dengan Lautan Hindia



Gambar 4.1 Peta Desa Ujung Salang



Terkait dengan administrasi pemerintahan, wilayah Desa Ujung Salang terbagi ke dalam wilayah Dusun. Adapun jumlah dusun adalah Sebagai berikut :

Tabel 4.1. Jumlah Dusun dalam Desa Ujung Salang

| No            | Dusun             | Kepala Keluarga |          |            | Jumlah Penduduk |            |            |
|---------------|-------------------|-----------------|----------|------------|-----------------|------------|------------|
|               |                   | LK              | PR       | LK + PR    | LK              | PR         | LK + PR    |
| 1             | Dusun Detimon     | 47              | 2        | 49         | 105             | 102        | 207        |
| 2             | Dusun Leule Puti  | 63              | 4        | 67         | 147             | 136        | 283        |
| 3             | Dusun Karya Ihsan | 24              | 1        | 25         | 40              | 40         | 80         |
| <b>Jumlah</b> |                   | <b>137</b>      | <b>7</b> | <b>144</b> | <b>296</b>      | <b>294</b> | <b>590</b> |

Sumber : Sekretariat Desa Ujung Salang, 2020

#### 4.1.1. Visi Dan Misi Desa Ujung Salang

Visi : “Mewujudkan Perkembangan Ekonomi Masyarakat Desa Ujung Salang

Melalui Sector Pembangunan, Pertanian, Perkebunan, Perikanan, Peternakan, Wisata dan Lain-lain, Sehingga Terwujudnya Masyarakat yang madani, makmur, sejahtera, dengan dukungan Pemerintah yang Profesional dalam Pranata yang beradap, dan Berkeadilan.”

Misi :

1. Bidang Penyelenggara Pemerintah Desa;
  - a. Menyediakan Fasilitas Sarana dan Prasarana/Infrastruktur Kantor Desa serta Penghasilan Tetap Aparatur Desa.
  - b. Meningkatkan Kinerja Aparatur Pemerintahan Desa Ujung Salang
2. Bidang Pelaksanaan Pembangunan Desa;
 

Menyediakan Fasilitas Sarana dan Prasarana/Infrastruktur untuk Menunjang Perekonomian Masyarakat Desa Ujung Salang
3. Bidang Pembinaan;

Meningkatkan Tingkat Pendidikan Masyarakat dan Penguatan Lembaga/Kelompok di Desa Untuk Meningkatkan Peran Masyarakat Dalam Pembangunan Desa, Menyediakan Fasilitas Kesehatan yang Memadai, Dan Menciptakan Lingkungan Hidup yang Bersih, Aman dan Nyaman.

4. Bidang Pemberdayaan;

Meningkatkan Sumber Pendapatan Asli Desa (PAD) Dan Sumber Pendapatan Hasil Masyarakat Untuk Meningkatkan Perekonomian Melalui, Pertanian, Peternakan, Perikanan, Wisata dan Lain-lain untuk Menunjang Pembangunan Desa Secara Berkelanjutan.

## 4.2. Hasil Penelitian

### 4.2.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Desa Ujung Salang. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yaitu perwakilan dari masyarakat Desa Ujung Salang yang sudah pernah melihat poster Covid-19 dengan isi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan karakteristik responden dalam bentuk tabel sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan tingkat umur

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik menurut tingkat umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Responden Tingkat Umur

| No | Umur | Jumlah | Responden |
|----|------|--------|-----------|
| 1  | 19   | 4      | 4%        |
| 2  | 20   | 6      | 6%        |
| 3  | 21   | 5      | 5%        |

|               |    |            |             |
|---------------|----|------------|-------------|
| 4             | 22 | 8          | 8%          |
| 5             | 23 | 8          | 8%          |
| 6             | 24 | 2          | 2%          |
| 7             | 25 | 5          | 5%          |
| 8             | 26 | 4          | 4%          |
| 9             | 27 | 2          | 2%          |
| 10            | 28 | 5          | 5%          |
| 11            | 29 | 2          | 2%          |
| 12            | 30 | 2          | 2%          |
| 13            | 31 | 2          | 2%          |
| 14            | 32 | 5          | 5%          |
| 15            | 33 | 2          | 2%          |
| 16            | 34 | 2          | 2%          |
| 17            | 35 | 3          | 3%          |
| 18            | 37 | 2          | 2%          |
| 19            | 38 | 2          | 2%          |
| 20            | 39 | 3          | 3%          |
| 21            | 40 | 2          | 2%          |
| 22            | 41 | 2          | 2%          |
| 23            | 42 | 3          | 3%          |
| 24            | 43 | 2          | 2%          |
| 25            | 44 | 2          | 2%          |
| 26            | 45 | 1          | 1%          |
| 27            | 46 | 3          | 3%          |
| 28            | 47 | 1          | 1%          |
| 29            | 49 | 3          | 3%          |
| 30            | 50 | 1          | 1%          |
| 33            | 51 | 2          | 2%          |
| 34            | 52 | 2          | 2%          |
| 35            | 53 | 4          | 4%          |
| <b>Jumlah</b> |    | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, 2021

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 orang yang dijadikan sebagai sampel dalam jumlah terbanyak pada penelitian ini, responden yang tingkat usia 22 sebanyak 8 orang atau 8%, responden yang berusia 23 sebanyak 8 orang atau 8%, responden yang berusia 20 sebanyak 6 orang atau 6%, responden yang berusia 21 sebanyak 5 orang atau 5%, responden yang berusia 25 sebanyak 5 orang atau 5%, responden yang berusia 28 sebanyak 5 orang atau 5%, responden yang berusia 32 sebanyak 5 orang atau 5%, responden yang berusia 19 sebanyak 4

orang atau 4%, responden yang berusia 26 sebanyak 4 orang atau 4%, responden yang berusia 53 sebanyak 4 orang atau 4%, responden yang berusia 35 sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang berusia 39 sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang berusia 42 sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang berusia 42 sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang berusia 45 sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang berusia 24 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 27 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 29 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 30 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 31 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 33 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 34 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 37 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 38 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 38 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 40 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 41 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 43 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 49 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 51 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 52 sebanyak 2 orang atau 2%, responden yang berusia 44 sebanyak 1 orang atau 1%, responden yang berusia 46 sebanyak 1 orang atau 1%, responden yang berusia 47 sebanyak 1 orang atau 1%, dan responden yang berusia 50 sebanyak 2 orang atau 2%.

Berdasarkan pada tabel di atas, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dengan jumlah terbanyak terdapat pada responden dengan umur 22-23 masing-masing 8 orang 8 %, kemudian responden dengan umur 20 sebanyak 6 orang atau 6%, kemudian responden dengan umur 21, 25, 28, 32 masing-masing sebanyak 5 orang atau 5%, kemudian responden dengan umur 19, 26, 53 masing-

masing sebanyak 4 orang atau 4%, kemudian responden dengan umur 35, 39, 42, 46, 49 masing-masing sebanyak 3 orang atau 3%, kemudian responden dengan umur 24, 27, 29, 30, 31, 33, 34, 37, 38, 40, 41, 43, 51, 52 masing-masing sebanyak 2 orang atau 2%, kemudian responden dengan umur 45, 47, 50 masing-masing sebanyak 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa pada umur 22-30 tahun memiliki pengaruh yang kuat dalam memahami pesan yang disampaikan pada poster tentang Covid-19 karena pada tingkat usia tersebutlah yang paling produktif dan lebih kritis sehingga cenderung mencari tahu.

## 2. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik menurut tingkat pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Responden Tingkat Pendidikan Terakhir

| No.    | Pendidikan | Jumlah | Responden |
|--------|------------|--------|-----------|
| 1.     | S1         | 24     | 24        |
| 2.     | SMA        | 76     | 76        |
| Jumlah |            | 100    | 100%      |

Sumber : data diolah 2021

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 orang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, responden yang tingkat pendidikan S1 sebanyak 24 orang atau 24% sedangkan untuk responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 76 orang atau 76%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh tingkat pemahaman ada sebagian besar pada tingkat pendidikan terakhir SMA, karena pada tingkat ini lebih jeli dalam membaca apalagi kata-kata yang dituangkan dalam poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” lebih menarik dan mudah dipahami, akan tetapi yang lebih memaknai isi pesan yang disampaikan dalam poster tersebut ditinjau dari segi tingkat pendidikan S1 karena tingkat pendidikan

mempengaruhi proses belajar, semakin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah menerima informasi. Oleh karena itu, dengan pendidikan yang tinggi seseorang dapat mudah memahami sesuatu dengan baik dari orang lain atau media yang ada.

### 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Responden Menurut Jenis Kelamin

| No.           | Jenis kelamin | Jumlah     | Responden   |
|---------------|---------------|------------|-------------|
| 1.            | Laki-laki     | 45         | 45%         |
| 2.            | Perempuan     | 55         | 55%         |
| <b>Jumlah</b> |               | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, 2021

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 masyarakat yang menjadi sampel pada penelitian ini khususnya masyarakat yang sudah pernah melihat poster covid-19 dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” di Desa Ujung Salang, jumlah responden yang mendominasi dalam memahami bahwa poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat memberikan pemahaman sebagai bahan untuk melindungi diri dari penularan penyakit virus korona dan dapat menjadi bahan dengan tujuan untuk memutus mata rantai penularan penyakit tersebut adalah dari jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 55 orang atau 55%, selanjutnya responden yang dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang atau 45%. Berdasarkan dari data di atas, maka dapat diketahui bahwa masyarakat yang mendominasi berdasarkan jenis kelamin yaitu jenis kelamin perempuan. Dengan alasan bahwa yang sering melihat dan membaca poster covid-19 dengan isi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” yang disebarluaskan di tempat-tempat umum saat

keluar rumah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dipengaruhi oleh jenis kelamin perempuan karena pusat memori pada otak perempuan lebih besar daripada laki-laki dalam menerima informasi dari orang lain, sehingga mempunyai pemahaman yang cepat dibandingkan laki-laki.

Untuk melihat tabulasi data dengan analisis secara analisis deskriptif frekuensi karakteristik responden berdasarkan tingkat umur, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan terakhir dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.

**Umur**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 19=28 | 47        | 47.0    | 47.0          | 47.0               |
|       | 29=38 | 22        | 22.0    | 22.0          | 69.0               |
|       | 39=48 | 19        | 19.0    | 19.0          | 88.0               |
|       | 49=58 | 12        | 12.0    | 12.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Jenis\_Kelamin**

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Perempuan | 45        | 45.0    | 45.0          | 45.0               |
|       | Laki-laki | 55        | 55.0    | 55.0          | 100.0              |
|       | Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Pendidikan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SMA   | 76        | 76.0    | 76.0          | 76.0               |
|       | S1    | 24        | 24.0    | 24.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

#### 4.2.2. Variabel Tingkat Pemahaman (X)

Dalam penelitian ini, variabel tingkat pemahaman ini terdapat 15 butir pertanyaan, yang terdiri dari 3 tingkat pemahaman yang dinilai yaitu pengetahuan ada 5 butir pertanyaan, penilaian ada 5 butir pertanyaan, dan tanggapan ada 5 butir pertanyaan.

##### 1. Tingkat pemahaman pengetahuan

Tabel 4.5 Dimensi Pengetahuan

| Jawaban      | SOAL 1     |             | SOAL 2     |             | SOAL 3     |             | SOAL 4     |             | SOAL 5     |             |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
|              | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           |
| <b>SS</b>    | 52         | 52,0        | 55         | 55,0        | 29         | 29,0        | 35         | 35,0        | 17         | 17,0        |
| <b>S</b>     | 35         | 35,0        | 36         | 36,0        | 48         | 48,0        | 45         | 45,0        | 16         | 16,0        |
| <b>N</b>     | 12         | 12,0        | 8          | 8,0         | 23         | 23,0        | 11         | 11,0        | 20         | 20,0        |
| <b>TS</b>    | 1          | 1,0         | 1          | 1,0         | -          | -           | 9          | 9,0         | 18         | 18,0        |
| <b>STS</b>   | -          | -           | -          | -           | -          | -           | -          | -           | 29         | 29,0        |
| <b>Total</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada soal nomor 1, yaitu Poster Covid-19 merupakan sebuah media komunikasi mengenai pencegahan penularan penyakit virus korona dengan cepat menyampaikan informasi kepada masyarakat, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 52 orang atau 52%, yang menyatakan Setuju sebanyak 35 orang atau 35%, yang menyatakan Netral sebanyak 12 orang atau 12%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Pada soal nomor 2, yaitu Ketika saya melihat isi pesan yang ada pada poster covid-19, saya lebih mengetahui bahwa pentingnya melindungi diri, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 55 orang atau 55%, yang menyatakan Setuju sebanyak 36 orang atau 36%, yang menyatakan Netral sebanyak 8 orang atau 8%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.



Pada soal nomor 3, yaitu Saya sangat menyukai kata-kata yang di sampaikan dalam poster tersebut, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 29 orang atau 29%, yang menyatakan Setuju sebanyak 48 orang atau 48%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 23 orang atau 23%.

Pada soal nomor 4, yaitu Memberikan sosialisasi secara tidak langsung membuat masyarakat mudah mengerti, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 35 orang atau 35%, yang menyatakan Setuju sebanyak 45 orang atau 45%, yang menyatakan Netral sebanyak 11 orang atau 11%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 9 orang atau 9%.

Pada soal nomor 5, yaitu Saya melihat himbaun pesan pada poster tersebut kurang efektif sebagai bahan peringatan dalam melindungi diri dari penularan penyakit virus korona, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 17 orang atau 17%, yang menyatakan Setuju sebanyak 16 orang atau 16%, yang menyatakan Netral sebanyak 20 orang atau 20%, yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 18 orang atau 18%, dan yang menyatakan Sangat Tidak Setuju sebanyak 29 orang atau 29%.

## 2. Tingkat pemahaman penilaian

Tabel 4.6 Dimensi Penilaian

| Jawaban      | SOAL 1     |             | SOAL 2     |             | SOAL 3     |             | SOAL 4     |             | SOAL 5     |             |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
|              | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           |
| <b>SS</b>    | 40         | 40,0        | 27         | 27,0        | 40         | 40,0        | 29         | 29,0        | 34         | 34,0        |
| <b>S</b>     | 45         | 45,0        | 47         | 47,0        | 54         | 54,0        | 57         | 57,0        | 51         | 51,0        |
| <b>N</b>     | 14         | 14,0        | 26         | 26,0        | 6          | 6,0         | 13         | 13,0        | 15         | 15,0        |
| <b>TS</b>    | -          | -           | -          | -           | -          | -           | 1          | 1,0         | -          | -           |
| <b>STS</b>   | 1          | 1,0         | -          | -           | -          | -           | -          | -           | -          | -           |
| <b>TOTAL</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada soal nomor 1, yaitu Saya menilai poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat untuk memberikan pemahaman keselamatan untuk melindungi diri atas penularan penyakit virus korona kepada masyarakat, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 40 orang atau 40%, yang menyatakan Setuju sebanyak 45 orang atau 45%, yang menyatakan Netral sebanyak 14 orang atau 14%, dan yang menyatakan Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Pada soal nomor 2, yaitu Pemerintahan setempat/Satgas Covid-19 sangat tepat memberikan imbauan kepada masyarakat dengan cara menyebarluaskan poster khususnya poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 27 orang atau 27%, yang menyatakan Setuju sebanyak 47 orang atau 47%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 26 orang atau 26%.

Pada soal nomor 3, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sesuai dengan protokol covid-19 dalam meningkatkan sosialisasi dan arahan untuk menekan angka penularan penyakit virus korona, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 40 orang atau 40%, yang menyatakan Setuju sebanyak 54 orang atau 54%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 6 orang atau 6%.

Pada soal nomor 4, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat memberikan penekanan untuk mengatasi tingginya tingkat penularan penyakit virus korona, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 29 orang atau 29%, yang menyatakan Setuju sebanyak 57 orang atau 57%, yang menyatakan Netral sebanyak 13 orang atau 13%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Pada soal nomor 5, yaitu Menurut saya isi pesan poster “Ingat Covid, Ingat Masker” mengajak masyarakat untuk mentaati protokol covid-19, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 34 orang atau 34%, yang menyatakan Setuju sebanyak 51 orang atau 51%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 15 orang atau 15%.

### 3. Tingkat pemahaman pengetahuan

Tabel 4.7 Dimensi Pengetahuan

| Jawaban      | SOAL 1     |             | SOAL 2     |             | SOAL 3     |             | SOAL 4     |             | SOAL 5     |             |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
|              | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           |
| <b>SS</b>    | 47         | 47,0        | 35         | 35,0        | 34         | 34,0        | 31         | 31,0        | 52         | 52,0        |
| <b>S</b>     | 40         | 40,0        | 52         | 52,0        | 48         | 48,0        | 52         | 52,0        | 34         | 34,0        |
| <b>N</b>     | 12         | 12,0        | 13         | 13,0        | 18         | 18,0        | 15         | 15,0        | 13         | 13,0        |
| <b>TS</b>    | 1          | 1,0         | -          | -           | -          | -           | 2          | 2,0         | 1          | 1,0         |
| <b>STS</b>   | -          | -           | -          | -           | -          | -           | -          | -           | -          | -           |
| <b>TOTAL</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada soal nomor 1, yaitu Saya selalu memakai masker saat keluar rumah karena saya tahu bahwa peraturan wajib memakai masker saat keluar rumah telah diberlakukan, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 47 orang atau 47%, yang menyatakan Setuju sebanyak 40 orang atau 40%, yang menyatakan Netral sebanyak 12 orang atau 12%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Pada soal nomor 2, yaitu Saya selalu menyadari bahwa pengetahuan mengenai penyakit virus korona tidak hanya didapatkan melalui sosialisasi akan tetapi melalui pesan-pesan di dalam poster, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 35 orang atau 35%, yang menyatakan Setuju sebanyak 52 orang atau 52%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 13 orang atau 13%.

Pada soal nomor 3, yaitu Saya melihat bahasa yang ada dalam poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tersebut sangat bermanfaat, yang menyatakan bahwa

Sangat Setuju ada 34 orang atau 34%, yang menyatakan Setuju sebanyak 48 orang atau 48%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 18 orang atau 18%.

Pada soal nomor 4, Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat memberikan pengetahuan kepada masyarakat walaupun hanya dengan menggunakan kata-kata secara singkat, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 31 orang atau 31%, yang menyatakan Setuju sebanyak 52 orang atau 52%, yang menyatakan Netral sebanyak 15 orang atau 15%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2%.

Pada soal nomor 5, yaitu Pemerintahan setempat/ Satgas Covid-19 memberikan pengetahuan tentang penyakit virus korona kepada masyarakat dengan cara yang unik agar pesan yang disampaikan melekat di hati pembaca, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 52 orang atau 52%, yang menyatakan Setuju sebanyak 34 orang atau 34%, yang menyatakan Netral sebanyak 13 orang atau 13%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

#### 4.2.3. Variabel Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”

Dalam penelitian ini, variabel pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” ini menggunakan 15 butir pertanyaan, yang terdiri dari 3 tingkat pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” yang dinilai yaitu dapat menimbulkan perhatian sebanyak 5 butir pertanyaan, menarik sebanyak 5 butir pertanyaan, dan menghasilkan sebuah tindakan sebanyak 5 butir pertanyaan.

##### 1. Dapat Menimbulkan Perhatian

Tabel 4.8 Dimensi Dapat Menimbulkan Perhatian

| Jawaban | SOAL 1 |      | SOAL 2 |      | SOAL 3 |      | SOAL 4 |      | SOAL 5 |      |
|---------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|
|         | f      | %    | f      | %    | f      | %    | f      | %    | f      | %    |
| SS      | 38     | 38,0 | 42     | 42,0 | 23     | 23,0 | 43     | 43,0 | 34     | 34,0 |
| S       | 47     | 47,0 | 39     | 39,0 | 52     | 52,0 | 41     | 41,0 | 46     | 46,0 |

|              |            |             |            |             |            |             |            |             |            |             |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| <b>N</b>     | 15         | 15,0        | 19         | 19,0        | 20         | 20,0        | 10         | 10,0        | 18         | 18,0        |
| <b>TS</b>    | -          | -           | -          | -           | -          | -           | 5          | 5,0         | 2          | 2,0         |
| <b>STS</b>   | -          | -           | -          | -           | 5          | 5,0         | 1          | 1,0         | -          | -           |
| <b>TOTAL</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada soal nomor 1, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mengajak saya untuk menggunakan masker saat keluar rumah, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 38 orang atau 38%, yang menyatakan Setuju sebanyak 47 orang atau 47%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 15 orang atau 15%.

Pada soal nomor 2, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mengingatkan kepada saya untuk selalu menggunakan masker, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 42 orang atau 42%, yang menyatakan Setuju sebanyak 39 orang atau 39%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 19 orang atau 19%.

Pada soal nomor 3, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan kualitas gambar yang sangat bagus, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 23 orang atau 23%, yang menyatakan Setuju sebanyak 52 orang atau 52%, yang menyatakan Netral sebanyak 20 orang atau 20%, dan yang menyatakan Sangat Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau 5%.

Pada soal nomor 4, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” disebar di tempat-tempat umum sehingga masyarakat dapat melihatnya dimana saja, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 43 orang atau 43%, yang menyatakan Setuju sebanyak 41 orang atau 41%, yang menyatakan Netral sebanyak 10 orang atau 10%, yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 5 orang atau 5%, dan yang menyatakan Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Pada soal nomor 5, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat memberikan pemahaman kepada saya tentang arti keselamatan, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 34 orang atau 34%, yang menyatakan Setuju sebanyak 46 orang atau 46%, yang menyatakan Netral sebanyak 18 orang atau 18%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2%.

## 2. Menarik

Tabel 4.9 Dimensi Menarik

| Jawaban      | SOAL 1     |             | SOAL 2     |             | SOAL 3     |             | SOAL 4     |             | SOAL 5     |             |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
|              | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           |
| <b>SS</b>    | 29         | 29          | 26         | 26          | 46         | 46          | 36         | 36          | 41         | 41          |
| <b>S</b>     | 50         | 50          | 45         | 45          | 28         | 28          | 41         | 41          | 42         | 42          |
| <b>N</b>     | 21         | 21          | 27         | 27          | 20         | 20          | 22         | 22          | 16         | 16          |
| <b>TS</b>    | -          | -           | 2          | 2           | 6          | 6           | 1          | 1           | 1          | 1           |
| <b>STS</b>   | -          | -           | -          | -           | -          | -           | -          | -           | -          | -           |
| <b>TOTAL</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada soal nomor 1, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan model iklan yang keren dan rapi untuk dilihat, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 29 orang atau 29%, yang menyatakan Setuju sebanyak 50 orang atau 50%, dan yang menyatakan Netral sebanyak 21 orang atau 21%.

Pada soal nomor 2, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan warna yang sangat menarik, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 26 orang atau 26%, yang menyatakan Setuju sebanyak 45 orang atau 45%, yang menyatakan Netral sebanyak 27 orang atau 27%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2%.

Pada soal nomor 3, yaitu Pesan yang disampaikan dalam poster “Ingat Covid, Ingat Masker” yang sudah di sebar di berbagai tempat, menarik untuk

dilihat, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 46 orang atau 46%, yang menyatakan Setuju sebanyak 28 orang atau 28%, yang menyatakan Netral sebanyak 20 orang atau 20%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 6 orang atau 6%.

Pada soal nomor 4, yaitu Desain poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tidak monoton, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 36 orang atau 36%, yang menyatakan Setuju sebanyak 41 orang atau 41%, yang menyatakan Netral sebanyak 22 orang atau 22%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Pada soal nomor 5, yaitu Pesan yang di sampaikan pada poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat mudah diingat dan dimengerti, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 41 orang atau 41%, yang menyatakan Setuju sebanyak 42 orang atau 42%, yang menyatakan Netral sebanyak 16 orang atau 16%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

### 3. Menghasilkan Suatu Tindakan

Tabel 4.10 Dimensi Tindakan

| Jawaban      | SOAL 1     |             | SOAL 2     |             | SOAL 3     |             | SOAL 4     |             | SOAL 5     |             |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
|              | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           | f          | %           |
| <b>SS</b>    | 45         | 45,0        | 41         | 41,0        | 31         | 31,0        | 16         | 16,0        | 37         | 37,0        |
| <b>S</b>     | 40         | 40,0        | 36         | 36,0        | 37         | 37,0        | 10         | 10,0        | 34         | 34,0        |
| <b>N</b>     | 11         | 11,0        | 20         | 20,0        | 21         | 21,0        | 14         | 14,0        | 15         | 15,0        |
| <b>TS</b>    | 4          | 4,0         | 3          | 3,0         | 10         | 10,0        | 28         | 28,0        | 14         | 14,0        |
| <b>STS</b>   | -          | -           | -          | -           | -          | -           | 32         | 32,0        | -          | -           |
| <b>TOTAL</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada soal nomor 1, yaitu Saya selalu memakai masker saat keluar rumah, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 45 orang atau 45%, yang menyatakan Setuju sebanyak 40 orang atau

40%, yang menyatakan Netral sebanyak 11 orang atau 11%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 4 orang atau 4%.

Pada soal nomor 2, yaitu Saya selalu membaca poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tersebut dan saya mematuhi protokol covid-19, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 41 orang atau 41%, yang menyatakan Setuju sebanyak 36 orang atau 36%, yang menyatakan Netral sebanyak 20 orang atau 20%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau 3%.

Pada soal nomor 3, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat menarik simpati bagi setiap orang yang melihatnya, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 31 orang atau 31%, yang menyatakan Setuju sebanyak 37 orang atau 37%, yang menyatakan Netral sebanyak 21 orang atau 21%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 10 orang atau 10%.

Pada soal nomor 4, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” kurang tepat memberikan wawasan untuk melindungi diri dari pencegahan penularan covid-19, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 16 orang atau 16%, yang menyatakan Setuju sebanyak 10 orang atau 10%, yang menyatakan Netral sebanyak 14 orang atau 14%, yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 28 orang atau 28%, dan yang menyatakan Sangat Tidak Setuju sebanyak 32 orang atau 32%.

Pada soal nomor 5, yaitu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mampu membuat masyarakat taat memakai masker saat keluar rumah atau taat mematuhi protokol covid-19, yang menyatakan bahwa Sangat Setuju ada 37 orang atau 37%, yang menyatakan Setuju sebanyak 34 orang atau 34%, yang



menyatakan Netral sebanyak 15 orang atau 15%, dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 14 orang atau 14%.

#### 4.2.4. Wawancara Bersama Masyarakat

Untuk memperdalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan salah satu masyarakat selaku responden yang sudah pernah melihat poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” yang telah disebarluaskan di tengah-tengah masyarakat.

*“Poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” ini merupakan sebuah seruan atau ajakan kepada siapa saja yang membacanya. Dengan pesan yang singkat, namun memiliki pengaruh yang cukup kuat serta pesan yang disampaikan mudah untuk dimengerti, bahkan saat pertama kali poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” ini disebarluaskan kepada masyarakat telah berhasil memberikan pengaruh yang besar sehingga saat keluar rumah masyarakat selalu menggunakan masker. Hanya saja, seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai merasa jenuh akan bahaya penyakit virus korona, sehingga kadang kalah saat keluar rumah masyarakat mulai tidak memakai masker dengan jarak yang lumayan dekat terkecuali telah diberlakukan sanksi atau denda jika tidak memakai masker”.* (Wawancara Feronika Muliani).

#### 4.3. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas, maka untuk mengetahui Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penerimaan Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19 di Desa Ujung Salang, peneliti menggunakan rumus *Product moment*, hal ini untuk mengetahui apakah ada hubungan positif yang signifikan atau tidak diantara kedua variabel tersebut. Adapun untuk mencari angka indeks “r” *product moment* tersebut, maka langkah yang ditempuh adalah:

1. Menghitung berdasarkan skor aslinya untuk variabel (X) tingkat pemahaman.

2. Menghitung berdasarkan skor aslinya untuk variabel (Y) Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.
3. *Scoring*, diteliti jumlahnya kemudian dimasukkan kedalam tabel kerja atau tabel perhitungan yang terdiri dari enam kolom (Lampiran 6). Setelah diketahui nilai:

|                |          |
|----------------|----------|
| N              | : 100    |
| X              | : 6180   |
| Y              | : 5989   |
| X <sup>2</sup> | : 386562 |
| Y <sup>2</sup> | : 364693 |
| XY             | : 373977 |

Maka dapatlah dicari indeks korelasinya, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{(100)373977 - (6180)(5989)}{\sqrt{\{(100)(386562) - (6180)^2\} \{(100)(364693) - (5989)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{37397700 - 37012020}{\sqrt{\{(38656200) - (38192400)\} \{(36469300) - (35868121)\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{385680}{\sqrt{\{(463800) - (601179)\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{385680}{\sqrt{\{(52804054787887)\}}}$$

$$r_{xy} = 0,73$$

Dari perhitungan di atas ternyata angka korelasi antara variabel X dan variabel Y bertanda positif, hal tersebut dengan memperhatikan besarnya  $r_{xy}$  yang diperoleh yaitu sebesar 0,73, yang bermakna nilai korelasi antara 0,51-0,75 (tingkat pemahaman tinggi). Ini berarti terdapat korelasi positif dimana masyarakat sangat menerima dengan hadirnya poster covid-19 sehingga telah berpengaruh terhadap tingkat pemahaman masyarakat atas pesan yang disampaikan dalam poster tersebut dalam diri masing-masing sehingga dengan memakai masker saat keluar rumah dapat melindungi diri dari penularan penyakit virus korona dan juga dapat mamutus mata rantai penularan penyakit tersebut terutama di Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue.

Untuk memberikan interprestasi terhadap  $r_{xy}$  dapat di tempuh dengan dua macam cara, yaitu:

Apabila hasil tersebut diinterpretasikan secara kasar atau sederhana dengan mecocokkan hasil perhitungan dengan angka indeks korelasi “*r*” *product moment*”. Ternyata besarnya  $r_{xy}$  0,73 yang berarti korelasi positif antara variabel X dan variabel Y terdapat korelasi kuat, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

1. Menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan dengan jalan membandingkan besarnya “*r*” *product moment*, namun terlebih dahulu mencari drajat bebasnya (db) atau *dregrees of freedom* (df) dengan menggunakan rumus:

Df : *Dregrees of Freedom*

N : *Number of Cases*

nr : banyaknya variabel yang dikorelasikan

Df = N – nr

$$= 100 - 2$$

$$= 98$$

Maka dengan *degrees of freedom* (df) sebesar 98 diperoleh nilai “r” dan  $r_{xy}$  yang besarnya = 0,73 adalah *lebih besar* daripada “r” tabel. *Degrees of freedom* adalah untuk menentukan batas nilai penentuan berdasarkan dari daftar nilai T tabel.  $r_{xy}$  lebih besar dari “r” tabel, dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak karena terdapat pengaruh yang positif yang signifikan antara tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster covid-19. Hal ini dapat diartikan bahwasanya semakin tinggi tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster covid-19 maka semakin baik pengaruh pesan pada poster tersebut kepada masyarakat dalam melindungi diri dari penularan penyakit virus korona dengan memakai masker saat keluar rumah sehingga dapat memutus mata rantai penularan penyakit tersebut terutama dalam Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue.

Untuk mempertajam hasil pengujian hipotesis, maka peneliti menghitung nilai signifikansi dan  $t_{tabel}$  dengan menggunakan program SPSS Statistic versi 25 yang dapat dilihat pada (Lampiran 7):

Tahap pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh

Tabel 4.11 Uji t

| Coefficients <sup>a</sup> |                   |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant)        | 8.499                       | 4.884      |                           | 1.740  | .085 |
|                           | Tingkat Pemahaman | .832                        | .079       | .730                      | 10.586 | .000 |

a. Dependent Variable: Pesan "Ingat Covid, Ingat Masker"

Berdasarkan tabel di atas besarnya nilai signifikansi variabel bebas Tingkat Pemahaman pada uji T adalah 0,000 yang bertanda bahwa  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Sedangkan untuk melihat nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada lampiran (4). nilai  $t_{hitung}$  adalah 10,586 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1.98447 dengan taraf signifikansi 5% atau 0,025 karena menggunakan dua sisi ( $10,586 > 0,198447$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  di terima dan  $H_o$  di tolak.

#### 4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrument, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian. Berikut ini adalah pengujian kevalidan antara dua variabel yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan program SPSS Statistic versi 25 yang dapat dilihat pada (Lampiran 8 dan Lampiran 9):

Tabel 4.12 Uji validitas pada variabel Tingkat Pemahaman (X)

| Indikator          | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|--------------------|--------------|-------------|------------|
| <b>PENGETAHUAN</b> |              |             |            |
| X1                 | 0,563        | 0,1966      | VALID      |
| X2                 | 0,666        | 0,1966      | VALID      |
| X3                 | 0,632        | 0,1966      | VALID      |
| X4                 | 0,489        | 0,1966      | VALID      |
| X5                 | 0,306        | 0,1966      | VALID      |
| <b>PENILAIAN</b>   |              |             |            |
| X6                 | 0,683        | 0,1966      | VALID      |
| X7                 | 0,725        | 0,1966      | VALID      |
| X8                 | 0,567        | 0,1966      | VALID      |
| X9                 | 0,739        | 0,1966      | VALID      |
| X10                | 0,673        | 0,1966      | VALID      |
| <b>TANGGAPAN</b>   |              |             |            |
| X11                | 0,540        | 0,1966      | VALID      |
| X12                | 0,656        | 0,1966      | VALID      |
| X13                | 0,713        | 0,1966      | VALID      |
| X14                | 0,712        | 0,1966      | VALID      |
| X15                | 0,583        | 0,1966      | VALID      |

Sumber: data primer diolah, 2021

Hasil pengamatan pada  $r_{tabel}$  didapatkan nilai dari sampel ( $N$ ) = 98 sebesar, 0,1966. Merujuk pada hasil dari uji validitas dihasilkan bahwa semua instrument dalam variabel Tingkat Pemahaman (X) yang terdiri dari X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10, X11, X12, X13, X14, X15 menunjukkan bahwa semuanya menghasilkan nilai ( $r_{hitung}$ ) > daripada ( $r_{tabel}$ ) yang dapat dilihat pada lampiran (10) dengan kesimpulan bahwa pada variabel ini dengan hasil nilai valid.

Tabel 4.13 Uji validitas pada variabel Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”

| Indikator        | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------------|--------------|-------------|------------|
| <b>PERHATIAN</b> |              |             |            |
| Y1               | 0,655        | 0,1966      | VALID      |
| Y2               | 0,747        | 0,1966      | VALID      |
| Y3               | 0,458        | 0,1966      | VALID      |
| Y4               | 0,525        | 0,1966      | VALID      |

|          |       |        |       |
|----------|-------|--------|-------|
| Y5       | 0,629 | 0,1966 | VALID |
| MENARIK  |       |        |       |
| Y6       | 0,640 | 0,1966 | VALID |
| Y7       | 0,680 | 0,1966 | VALID |
| Y8       | 0,622 | 0,1966 | VALID |
| Y9       | 0,400 | 0,1966 | VALID |
| Y10      | 0,762 | 0,1966 | VALID |
| TINDAKAN |       |        |       |
| Y11      | 0,608 | 0,1966 | VALID |
| Y12      | 0,771 | 0,1966 | VALID |
| Y13      | 0,784 | 0,1966 | VALID |
| Y14      | 0,293 | 0,1966 | VALID |
| Y15      | 0,638 | 0,1966 | VALID |

Sumber: data primer diolah, 2021

Hasil pengamatan pada  $r_{\text{tabel}}$  didapatkan nilai dari sampel ( $N$ ) = 98 sebesar, 0,1966. Merujuk pada hasil dari uji validitas dihasilkan bahwa semua instrument dalam variabel Tingkat Pemahaman ( $X$ ) yang terdiri dari Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, Y10, Y11, Y12, Y13, Y14, Y15 menunjukkan bahwa semuanya menghasilkan nilai ( $r_{\text{hitung}}$ ) > daripada ( $r_{\text{tabel}}$ ) yang dapat dilihat pada lampiran (10) dengan kesimpulan bahwa pada variabel ini dengan hasil nilai valid.

#### 4.3.2. Uji Reliabilitas

Jika nilai  $\alpha > 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika  $\alpha > 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakananya sebagai berikut:

Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha$  antara 0.70-0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$  0.50-0.70 maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Berikut ini adalah pengujian reliabilitas antara dua variabel yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan program SPSS Statistic versi 25.

Tabel 4.14 Uji reliabilitas pada variabel Tingkat Pemahaman (X)

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| .862                          | 15         |

Tabel 4.15 Uji realibilitas pada variabel Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” (Y)

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| .856                          | 15         |

Hasil pengamatan baik pada variabel Tingkat Pemahaman (X) dan variabel Pesan ‘Ingat Covid, Ingat Masker’ menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut sama-sama reliabel.

Adapun untuk perhitungan *Koefisien Determinasi* (KD) yang digunakan untuk mengetahui kontribusi (sumbangan) yang diberikan variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan rumus:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD : koefisiensi determinasi (kontribusi variabel X terhadap variabel Y)

R : koefisiensi korelasi antara variabel X dengan variabel Y

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$= 0,73^2 \times 100\%$$



$$= 0,5329 \times 100\%$$

$$= 53,29\%$$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh KD 53,29% dengan demikian telah diketahui bahwa adanya tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster covid-19 sebesar 53,29% yang artinya ada tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster covid-19.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **5.1. Pembahasan Hasil Penelitian**

Satuan gugus tugas percepatan penanganan Corona Virus Disease 2019 atau disingkat dengan Satgas Covid-19 adalah sebuah gugus tugas yang dibentuk pemerintah Indonesia untuk mengkoordinasikan kegiatan antar lembaga dalam upaya pencegahan dan menanggulangi dampak penyakit Korona Virus baru di Indonesia. Gugus tugas ini dibentuk pada 13 Maret 2020 berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 dan berada di bawah serta bertanggung jawab langsung pada Presiden Indonesia. Gugus tugas ini dibentuk tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di tingkat provinsi dan kabupaten/kota.

Satuan gugus tugas percepatan penanganan Corona Virus Disease 2019 atau disingkat dengan Satgas Covid-19 telah mengeluarkan Surat Edaran Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).

Pada bagian F poin pertama tertulis bahwa individu yang melaksanakan perjalanan wajib menerapkan dan mematuhi protokol kesehatan 3M, yakni mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak.

Berdasarkan peraturan Gubernur Aceh nomor 51 tahun 2020 tentang peningkatan penanganan Corona Virus Disease 20019, penerapan disiplin dan penegakan hukum protokol kesehatan di Aceh pada BAB II tentang pelaksanaan

protokol kesehatan Corona Virus Disease 2019 bagian kedua yaitu kewajiban pada pasal 6 poin 1 menetapkan bahwa:

- 1) Perorangan sebagai mana yang dimaksud dalam Pasal 5 huruf a, wajib melaksanakan dan mematuhi protokol kesehatan antara lain:
  - a. Menggunakan alat pelindung diri berupa Masker yang menutupi hidung dan mulut hingga dagu, jika harus keluar rumah atau berinteraksi dengan orang lain yang tidak diketahui status kesehatannya;
  - b. Mencuci tangan secara teratur menggunakan sabun dengan air mengalir;
  - c. Pembatasan interaksi fisik (*Physical Distancing*); dan
  - d. Meningkatkan daya tahan tubuh dengan menerapkan PHBS/

Berdasarkan surat edaran dan Peraturan Gubernur yang sudah dituliskan di atas, baik pemerintah kabupaten maupun kecamatan hingga desa beserta satgasnya menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk tetap mentaati protokol kesehatan guna memutus mata rantai penularan penyakit virus korona di daerah masing-masing, dalam hal ini adalah desa Ujung Salang, kecamatan Salang, kabupaten Simeulue. Pemerintah kabupaten beserta satgas Covid-19 yang bertugas kemudian mengajak masyarakat dengan program tiga M yaitu mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak, tidak hanya itu, upaya yang dilakukan oleh pemerintah setempat dengan menyebarluaskan poster-poster tentang Covid-19 guna memberikan pemahaman yang lebih kepada masyarakat agar dapat menjaga diri masing-masing dari bahaya penyakit virus korona ini. Salah satu poster yang disebarluaskan kepada masyarakat baik di tempat-tempat umum maupun lainnya adalah poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.

## **5.2. Keterkaitan Dengan Teori Model Cognitive Response**

Teori ini mengansumsikan bahwa ketika informasi mengubah tingkah laku konsumen/khalayak secara kuat, hal ini disebabkan khalayak mempelajari pesan yang dilihatnya yang kemudian akan mengarah ke perubahan tingkah laku terhadap suatu brand. Oleh karena itu, pemasar perlu mendesain sedemikian mungkin pesannya secara tepat, agar konsumen dapat mempelajari isi pesannya secara maksimal. Proses perubahan sikap komunikasi dimulai ketika informasi (Ad Exposer) menyentuh kesadaran, pemahaman dan pengetahuan komunikasi (Cognitive Response) yang selanjutnya menimbulkan perubahan perilaku pada konsumen atau khalayak. Aaker menjelaskan bahwa yang paling menentukan dalam menentukan tingkah laku adalah adanya pengetahuan dan sikap yang sebelumnya telah dimiliki oleh khalayak ketika dirinya diterpa iklan (Ardisa Winiratih, 2016: 17).

Menurut George E. Blech dan Michael A. Blech dalam buku *Advertising And Promotion* (2007, h. 157-158), salah satu metode yang paling banyak digunakan untuk melihat respon kognitif konsumen mengenai pesan iklan adalah penilaian tanggapan kognitif mereka, seperti: pikiran yang terjadi pada mereka ketika membaca, melihat dan/atau mendengar pesan yang dikomunikasikan. Pikiran yang terjadi pada konsumen tersebut umumnya diukur dengan pernyataan konsumen secara lisan atau tertulis mengenai reaksi mereka terhadap sebuah pesan. Asumsinya adalah bahwa untuk mengenali proses kognisi pada iklan, melalui tahap pengolahan informasi (kognisi), perubahan sikap terhadap suatu merek (afeksi), yang pada akhirnya menuju pada penguatan (konasi). Selanjutnya menurut Benyamin S. Bloom, secara garis

besar membagi indikator model kognitif respon menjadi tiga ranah, yakni ranah kognitif, afektif dan konatif.

Exposure (terpaan) dari media massa menjadi salah satu dari tiga sumber utama yang mempengaruhi manusia untuk menciptakan sikap (Hanna & Wozniak, 2001;176). Saat ini semua orang sudah terkena terpaan begitu banyak informasi. Dengan ketersediaannya akses informasi yang beragam, pengaruh media massa terhadap perubahan formasi sikap sangat besar. Hal inilah yang kemudian akan diteliti, apakah dengan pengalaman pribadi dengan objek dalam hal ini poster dengan tagline (Ingat Covid, Ingat Masker).

Dilihat dari segi kenyataannya ketika penyakit virus korona mulai menyebar di Indonesia bahkan di Aceh, masyarakat cenderung tidak memakai masker saat keluar rumah. Sehingga masyarakat itu sendiri dianggap kurang peka dan tidak sadar akan protokol Covid-19, dengan demikian pemerintah setempat menghadirkan poster-poster tentang Covid-19 untuk memberikan wawasan kepada masyarakat dengan bahasa yang mudah dipahami dalam hal ini pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”. Dengan tingkat pemahaman masyarakat yang berbeda-beda dalam memahami pesan yang disampaikan pada poster inilah yang dinilai, baik masyarakat dapat memahami pesan tersebut dengan sepenuhnya atau sedikit memahami bahkan kepada tingkat terendah yaitu tidak memahami sama sekali makna pesan tersebut. Sehingga poster tersebut lebih mudah mengedukasikan dan juga lebih mudah masuk ke dalam pemikiran sampai dapat mengubah perilaku, sikap dan mengaplikasikannya dalam kehidupan masing-masing. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa poster Covid-19

dengan isi pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat dipahami oleh masyarakat setempat dengan tingkat pemahaman tinggi.

Keterkaitan antara hasil penelitian dengan teori model cognitive respon ini dapat dilihat pada indikator-indikator kognitif, afektif, dan konatif, yaitu sebagai berikut:

1. Kognitif

Aspek kognitif merupakan proses komunikasi yang pertama kali dialami ketika menghadapi suatu objek sikap, yaitu ketika individu menerima informasi atau pengetahuan akan sesuatu merek atau pesan. Pada aspek Tingkat Pemahaman, yang menjadi tahap kognitif ini adalah dimensi pengetahuan yang dimana masyarakat mengetahui bahwa poster Covid-19 merupakan sebuah media komunikasi mengenai pencegahan penularan penyakit virus korona yang dengan cepat menyampaikan informasi kepada masyarakat, selanjutnya masyarakat juga mengetahui bahwa isi pesan pada poster tersebut sangat penting untuk diingat dan dimengerti guna melindungi diri. Masyarakat juga menyukai kata-kata yang ada di dalam poster tersebut karena mudah dipahami serta secara langsung memberikan sosialisasi kepada masyarakat sehingga membuat masyarakat mudah mengerti. Tidak hanya itu, masyarakat juga menilai bahwa poster “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat efektif sebagai bahan peringatan dalam melindungi diri dari penularan penyakit virus korona. Sedangkan pada aspek pesan “Ingat COvid, Ingat Masker” pada dimensi perhatian, dimana poster tersebut dapat mengajak masyarakat untuk memakai masker saat keluar rumah serta dengan melihat poster tersebut dapat mengingatkan bagi siapa saja yang membacanya agar selalu memakai masker. Masyarakat juga menyukai gambar yang ada pada poster

tersebut yang sudah disebarluaskan di tempat-tempat umum dan memberikan sebuah makna yang melekat pada diri individu tentang arti keselamatan diri.

## 2. Afektif

Aspek afektif merupakan proses komunikasi yang berkaitan dengan perasaan manusia, yaitu reaksi atau perasaan positif atau negatif individu mengenai suatu objek sikap. Hal ini terjadi setelah khalayak mengevaluasi dan memberikan penilaian terhadap objek sikap berdasarkan tahap afektif. Pada aspek Tingkat Pemahaman, yang menjadi tahap afektif ini adalah dimensi penilaian. Pada tahap ini dimana masyarakat menilai poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat untuk memberikan pemahaman keselamatan untuk melindungi diri atas penularan penyakit virus korona, tidak hanya itu masyarakat juga menilai bahwa Pemerintahan setempat/Satgas Covid-19 sangat tepat memberikan imbauan kepada masyarakat dengan cara menyebarkan poster khususnya poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”. Masyarakat juga menilai bahwa poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sesuai dengan protokol Covid-19 dalam meningkatkan sosialisasi dan arahan untuk menekan angka penularan penyakit virus korona serta poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat memberikan penekanan untuk mengatasi tingginya tingkat penularan penyakit virus korona. Dengan demikian poster “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat mengajak masyarakat untuk mentaati protokol Covid-19. Sedangkan pada objek Poster “Ingat Covid, Ingat Masker”, dari dimensi ketertarikannya yaitu bersikap tertarik karena Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan model iklan yang keren dan rapi untuk dilihat. Selain itu Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan warna yang sangat menarik karena Pesan

yang disampaikan dalam poster “Ingat Covid, Ingat Masker” yang sudah di sebar di berbagai tempat, menarik untuk dilihat. Tidak hanya itu Desain poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tidak monoton dan Pesan yang di sampaikan pada poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat mudah diingat dan dimengerti.

### 3. Konatif

Aspek ini merupakan tindakan dimana khalayak telah mengetahui kelebihan dari poster itu sendiri, khalayak merasa yakin bahwa pesan yang tertera di dalam poster tersebut dapat memenuhi kebutuhannya dan dapat memberikan solusi bagi masalah yang dihadapinya. Pada aspek Tingkat Pemahaman, yang menjadi tahap konatif ini adalah dimensi persepsi atau tanggapan dimana masyarakat selalu memakai masker saat keluar rumah sejak diberlakukannya peraturan wajib memakai masker saat keluar rumah, selain itu masyarakat juga menyadari bahwa pengetahuan mengenai penyakit virus korona tidak hanya didapatkan melalui sosialisasi akan tetapi melalui pesan-pesan di dalam poster. Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat memberikan pengetahuan kepada masyarakat walaupun hanya dengan menggunakan kata-kata secara singkat. Masyarakat juga berpendapat bahwa pemerintahan setempat/ Satgas Covid-19 memberikan pengetahuan tentang penyakit virus korona kepada masyarakat dengan cara yang unik agar pesan yang disampaikan melekat di hati pembaca. Sedangkan pada aspek Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dimana pada dimensi tindakan masyarakat selalu memakai masker saat keluar rumah, selalu membaca poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tersebut sehingga dapat mematuhi protokol covid-19. Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat



menarik simpati bagi setiap orang yang melihatnya. Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tepat memberikan wawasan untuk melindungi diri dari pencegahan penularan covid-19. Kemudian Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mampu membuat masyarakat taat memakai masker saat keluar rumah atau taat mematuhi protokol covid-19.

Berdasarkan pemaparan dari indikator-indikator di atas yang dapat mengetahui seberapa tinggi tingkat pemahaman masyarakat terhadap pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” berada pada tingkat tinggi baik yang dapat dilihat dari pengetahuan masyarakat tentang poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”, kemudian dinilai dan dianggap menarik karena pesan yang ditampilkan sangat menarik dan bahasa yang digunakan sangat mudah untuk dipahami, selanjutnya dengan pengetahuan dan penilaian itulah melahirkan tindakan yaitu masyarakat memakai masker saat keluar rumah.

Pada penelitian ini, indikator kognitif merupakan dasar atau hal yang utama sebagai hasil penelitian sedangkan indikator afektif dan konatif adalah indikator pendukung pada penelitian ini. Sehingga untuk peneliti selanjutnya lebih mengembangkan kepada aspek yang tidak dijabarkan pada penelitian ini.

Pada penelitian ini juga terdapat beberapa indikator variabel pendukung yang dapat dilihat pada karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terakhir. Dapat peneliti simpulkan bahwa karakteristik responden pada jenis kelamin dalam hal ini jenis kelamin perempuanlah yang memiliki jumlah yang cukup tinggi sebagai responden dalam penelitian tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19, dengan jumlah dilihat pada jumlah terbanyak diantara

ketiga karakteristik sebagai variabel pendukung sebanyak 55 orang atau 55%. Selanjutnya pada karakteristik responden tingkat pendidikan terakhir yang memiliki pengaruh dalam memahami pesan yang disampaikan ialah pada tingkat pendidikan terakhir S1, karena jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 24 orang atau 24%, selain itu juga tingkat pendidikan sangat mempengaruhi seseorang dalam memahami pesan dalam hal ini pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 karena semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang maka semakin mudah memahami sesuatu dengan baik dari orang lain atau media yang ada. Untuk tingkat pengaruh dalam memahami pesan yaitu dari ini pada tingkat usia ke 22-25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 8 orang atau 8%, pada tingkat usia ini cenderung produktif, kritis dan cenderung mencari tahu.

Ketiga indikator ini merupakan indikator pendukung pada penelitian ini, Sehingga dengan melihat karakteristik responden dari beberapa jenis seperti yang telah dijelaskan di atas diharapkan dapat memenuhi dan mendukung hasil penelitian ini.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian tentang tingkat pemahaman masyarakat terhadap pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue, peneliti dapat menyimpulkan bahwa masyarakat memahami pesan yang disampaikan pada poster tersebut dengan tingkat pemahaman yang tinggi bukan pada tingkat pemahaman sedang, rendah maupun sangat tinggi. Dengan adanya poster tersebut masyarakat lebih sadar dan patuh terhadap protokol Covid-19 dengan baik, walaupun poster tersebut berukuran kecil namun pesan yang disampaikan sangatlah berpengaruh besar bagi siapa saja yang membacanya. Selain itu, masyarakat juga setuju dengan cara Satgas Covid-19 bersama pemerintah setempat untuk memperingati melalui pesan yang singkat dalam poster tersebut.

Angka korelasi antara variabel X dan variabel Y bertanda positif, hal tersebut dengan memperhatikan besarnya  $r_{xy}$  yang diperoleh yaitu sebesar 0,73. Ini berarti terdapat korelasi positif antara tingkat pemahaman yang tinggi terhadap pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dalam poster tentang Covid-19. Dari perhitungan tersebut diperoleh KD 53,29% maka dapat diketahui bahwa adanya tingkat pemahaman masyarakat terhadap pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 di desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue sebesar 53,29% yang artinya terdapat tingkat pemahaman dalam memahami makna pesan tersebut. Selanjutnya jika dilihat pada uji validitas dan uji reabilitas baik variabel X dan variabel Y menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut

sama-sama valid dan reliabel. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak.

## **6.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian tentang tingkat pemahaman masyarakat terhadap penerimaan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” pada poster Covid-19 di Desa Ujung Salang, Kecamatan Salang, Kabupaten Simeulue, dengan hasil penelitian berada pada tingkat pemahaman tinggi yang sudah diperoleh, maka penulis ingin menyampaikan saran bahwa penelitian ini hanya terbatas pada aspek pemahaman (Kognitif), dengan demikian masih diperlukan adanya penelitian lanjutan bagi peneliti yang lain untuk meneliti aspek lainnya yaitu aspek afektif dan aspek konatif sehingga tidak terbatas pada aspek kognitifnya saja. Selanjutnya kepada masyarakat diharapkan agar lebih waspada dan tetap melaksanakan protokol Covid-19 dan kepada pemerintah setempat lebih lebih tegas untuk memberikan penekanan bagi masyarakat yang tidak mematuhi protokol Covid-19 khususnya yang tidak memakai masker saat keluar rumah serta tidak hanya menggunakan poster sebagai bahan memberikan informasi tetapi melalui tatap muka juga diutamakan demi mencegah meningkatnya jumlah positif penyakit virus korona.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Aekar, David dan Biel, Alexander L. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. United States: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Azwar, 2013. *Analisi Data Penelitian Dengan Statistic*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Belch, George. E dan Belch, Michael. A. 2004. *Advertising And Promotion-6/E*. New York: Mcdraw Hill.
- Benjamin S. Bloom, 1956. *Taxonomy of Educational Objective, Hanbook I: Cognitive Domain*. New York: David McKay.
- Departmen Pendidikan dan Kebudayaan. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- H. Asnawir dan M.Basyiruddin Usman. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Ciputat Pers.
- Koentjaraningrat. 1997. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.
- Kriyanto, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group.
- Mc Quail, Denis, 1994. *Teori Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*, Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga
- Nuruddin, 2011. *Pengantar Komunikasi Masa*, Jakarta; Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### JURNAL

Syaipudin, Latief. 2020. *Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulung Agung)*. Jurnal Kalijaga jurnal of communication, volume 2 nomor 1 tahun 2020.

Widitiarsa Utoyo, Arsa. 2020. *Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidem Covid-19*. Jurnal Lugas, Volume 4 Nomor 1 Tahun 2020.

### **SKRIPSI**

Meilia Sari, Dwinita. 2018. *Pengaruh Penggunaan Media Poster Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas VIII Pada Mata Pelajaran IPS Di SMP 17 Bandar Lampung Tahun Ajaran 2017-2018*. Program Studi Pendidikan Sejarah Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pengetahuan Universitas Lampung.

Nurmawan. 2019. *Persepsi Masyarakat Terhadap Spanduk Pesan Unik Lalu Lintas Dengan Tingkat Kesadaran Berlalu Lintas Di Jalan Simpang Peut (Studi kasus gampong simpang peut)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Aceh Barat: Universitas Teuku Umar.

Sholihin, Ibnu. 2017. *Tingkat Pemahaman Siswa Kelas XI Terhadap Permainan Bola Voli Di SMK Muhammadiyah 2 Muntilan Tahun Ajaran 2016, 2017*. Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Jurusan Pendidikan Olahraga, Fakultas Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta.

Winiratih, Ardisa. 2016. *Pengaruh Iklan Televisi dan Event Sponsorship Terhadap Brand Image Bakmi Mewah*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

### **WEB**

Hestanto. Web. Id. 2020. Teori Media Grafis. Di akses pada tanggal 09 November. <https://www.hestanto.web.id/media-grafis/>

Pakarkomunikasi. Com. 2020. Teori kognitif dalam komunikasi visual serta pendekatannya.

Di akses pada tanggal 02 November. <https://pakarkomunikasi.com/teori-kognitif-dalam-komunikasi-visual/amp>.

Di akses pada tanggal 02 Februari. <https://covi19.go.id/Surat-Edaran-Satuan-Tugas-Penangann-Covid-19-Nomor-12-Tahun-2021>.

Statistik Kabupaten Simeulue 2020.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1.

#### DOKUMENTASI PENELITIAN

Gambar: Poster Yang Disebarluaskan Di desa Ujung Salang Kec. Salang, Kab Simeulue



Gambar: Pengisian Kuesioner Bersama Responden







## Lampiran 2

### KUESIONER PENELITIAN

Peneliti : Satra Olesti

Nim : 1705905030015

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian yang berjudul Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Anda, saya memohon dengan hormat kesediaan Anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih.

#### Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Mohon berikan tanda ceklis (  ) pada setiap pertanyaan yang mewakili jawaban Anda.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**Sebelum menjawab pertanyaan, apakah Anda sudah pernah melihat poster berikut?**



Jawaban :  Ya  Tidak

**Jika Ya, silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya!**

1. Variabel Tingkat Pemahaman.

| No                 | Aspek  | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|--------------------|--|--------------------|---|---|----|-----|
|                    |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| <b>Pengetahuan</b> |  |                    |   |   |    |     |
| 1.                 | Poster Covid-19 merupakan sebuah media komunikasi mengenai pencegahan penularan penyakit virus korona dengan cepat menyampaikan informasi kepada masyarakat.                                   |                    |   |   |    |     |
| 2.                 | Ketika saya melihat isi pesan yang ada pada poster covid-19, saya lebih mengetahui bahwa pentingnya melindungi diri.   |                    |   |   |    |     |
| 3.                 | Saya sangat menyukai kata-kata yang di sampaikan dalam poster tersebut.  |                    |   |   |    |     |
| 4.                 | Memberikan sosialisasi secara tidak langsung membuat masyarakat mudah mengerti.  |                    |   |   |    |     |
| 5.                 | Saya melihat himbaun pesan pada poster tersebut kurang efektif sebagai bahan peringatan dalam melindungi diri dari penularan penyakit virus korona.  |                    |   |   |    |     |
| <b>Penilaian</b>   |  |                    |   |   |    |     |
| 6.                 | Saya menilai poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat untuk memberikan pemahaman keselamatan untuk melindungi diri atas penularan penyakit virus korona kepada masyarakat. |                    |   |   |    |     |
| 7.                 | Pemerintahan setempat/Satgas Covid-19 sangat tepat memberikan imbauan  |                    |   |   |    |     |

|                  |   |  |  |  |  |  |
|------------------|---|--|--|--|--|--|
|                  | kepada masyarakat dengan cara menyebarkan poster khususnya poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.   |  |  |  |  |  |
| 8.               | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sesuai dengan protokol covid-19 dalam meningkatkan sosialisasi dan arahan untuk menekan angka penularan penyakit virus korona. |  |  |  |  |  |
| 9.               | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat memberikan penekanan untuk mengatasi tingginya tingkat penularan penyakit vorus korona.                                  |  |  |  |  |  |
| 10.              | Menurut saya isi pesan poster “Ingat Covid, Ingat Masker” mengajak masyarakat untuk mentaati protokol covid-19.   |  |  |  |  |  |
| <b>Tanggapan</b> |   |  |  |  |  |  |
| 11.              | Saya selalu memakai masker saat keluar rumah karena saya tahu bahwa peraturan wajib memakai masker saat keluar rumah telah diberlakukan.                                |  |  |  |  |  |
| 12.              | Saya selalu menyadari bahwa pengetahuan mengenai penyakit virus korona tidak hanya didapatkan melalui sosialisasi akan tetapi melalui pesan-pesan di dalam poster.      |  |  |  |  |  |
| 13.              | Saya melihat bahasa yang ada dalam poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tersebut sangat bermanfaat.   |  |  |  |  |  |
| 14.              | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat memberikan  |  |  |  |  |  |

|     |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|
|     | pengetahuan kepada masyarakat walaupun hanya dengan menggunakan kata-kata secara singkat.  |  |  |  |  |  |
| 15. | Pemerintahan setempat/ Satgas Covid-19 memberikan pengetahuan tentang penyakit virus korona kepada masyarakat dengan cara yang unik agar pesan yang disampaikan melekat di hati pembaca. |  |  |  |  |  |

2. Variabel Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.

| No | Aspek  | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----|--|--------------------|---|---|----|-----|
|    |  | SS                 | S | N | TS | STS |
|    | <b>Dapat Menimbulkan Perhatian</b>   |                    |   |   |    |     |
| 1. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mengajak saya untuk menggunakan masker saat keluar rumah.                       |                    |   |   |    |     |
| 2. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mengingatkan kepada saya untuk selalu menggunakan masker.                       |                    |   |   |    |     |
| 3. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan kualitas gambar yang sangat bagus.                                  |                    |   |   |    |     |
| 4. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” disebar di tempat-tempat umum sehingga masyarakat dapat melihatnya dimana saja. |                    |   |   |    |     |
| 5. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat memberikan pemahaman  |                    |   |   |    |     |

|                                    |   |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|---|--|--|--|--|--|
|                                    | kepada saya tentang arti keselamatan.   |  |  |  |  |  |
| <b>Menarik</b>                     |   |  |  |  |  |  |
| 6.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan model iklan yang keren dan rapi untuk dilihat.                               |  |  |  |  |  |
| 7.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan warna yang sangat menarik.   |  |  |  |  |  |
| 8.                                 | Pesan yang disampaikan dalam poster “Ingat Covid, Ingat Masker” yang sudah di sebarkan di berbagai tempat, menarik untuk dilihat. |  |  |  |  |  |
| 9.                                 | Desain poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tidak monoton.  |  |  |  |  |  |
| 10.                                | Pesan yang di sampaikan pada poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat mudah diingat dan dimengerti.                        |  |  |  |  |  |
| <b>Menghasilkan Suatu Tindakan</b> |   |  |  |  |  |  |
| 11.                                | Saya selalu memakai masker saat keluar rumah.   |  |  |  |  |  |
| 12.                                | Saya selalu membaca poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tersebut dan saya mematuhi protokol covid-19.                        |  |  |  |  |  |
| 13.                                | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat menarik simpati bagi setiap orang yang melihatnya.                                |  |  |  |  |  |

|     |   |  |  |  |  |  |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| 14. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” kurang tepat memberikan wawasan untuk melindungi diri dari pencegahan penularan covid-19.            |  |  |  |  |  |
| 15. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mampu membuat masyarakat taat memakai masker saat keluar rumah atau taat mematuhi protokol covid-19. |  |  |  |  |  |

### Lampiran 3

#### SKOR JAWABAN KUESIONER PENELITIAN

Peneliti : Satra Olesti

Nim : 1705905030015

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian yang berjudul Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” Pada Poster Covid-19. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Anda, saya memohon dengan hormat kesediaan Anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih.

#### Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Mohon berikan tanda ceklis (  $\checkmark$  ) pada setiap pertanyaan yang mewakili jawaban Anda.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**Sebelum menjawab pertanyaan, apakah Anda sudah pernah melihat poster berikut?**



Jawaban :  Ya  Tidak

**Jika Ya, silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya!**



### 3. Variabel Tingkat Pemahaman.

| No                 | Aspek  | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|--------------------|--|--------------------|---|---|----|-----|
|                    |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| <b>Pengetahuan</b> |  |                    |   |   |    |     |
| 1.                 | Poster Covid-19 merupakan sebuah media komunikasi mengenai pencegahan penularan penyakit virus korona dengan cepat menyampaikan informasi kepada masyarakat.                                   | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 2.                 | Ketika saya melihat isi pesan yang ada pada poster covid-19, saya lebih mengetahui bahwa pentingnya melindungi diri.   | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 3.                 | Saya sangat menyukai kata-kata yang disampaikan dalam poster tersebut.   | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 4.                 | Memberikan sosialisasi secara tidak langsung membuat masyarakat mudah mengerti.  | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 5.                 | Saya melihat himbaun pesan pada poster tersebut kurang efektif sebagai bahan peringatan dalam melindungi diri dari penularan penyakit virus korona.  | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| <b>Penilaian</b>   |  |                    |   |   |    |     |
| 6.                 | Saya menilai poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat untuk memberikan pemahaman keselamatan untuk melindungi diri atas penularan penyakit virus korona kepada masyarakat. | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 7.                 | Pemerintahan setempat/Satgas Covid-19 sangat tepat memberikan imbauan  | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |

|                  |   |   |   |   |   |   |
|------------------|---|---|---|---|---|---|
|                  | kepada masyarakat dengan cara menyebarkan poster khususnya poster dengan pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.   |   |   |   |   |   |
| 8.               | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sesuai dengan protokol covid-19 dalam meningkatkan sosialisasi dan arahan untuk menekan angka penularan penyakit virus korona. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 9.               | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat memberikan penekanan untuk mengatasi tingginya tingkat penularan penyakit vorus korona.                                  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 10.              | Menurut saya isi pesan poster “Ingat Covid, Ingat Masker” mengajak masyarakat untuk mentaati protokol covid-19.   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <b>Tanggapan</b> |   |   |   |   |   |   |
| 11.              | Saya selalu memakai masker saat keluar rumah karena saya tahu bahwa peraturan wajib memakai masker saat keluar rumah telah diberlakukan.                                | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 12.              | Saya selalu menyadari bahwa pengetahuan mengenai penyakit virus korona tidak hanya didapatkan melalui sosialisasi akan tetapi melalui pesan-pesan di dalam poster.      | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 13.              | Saya melihat bahasa yang ada dalam poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tersebut sangat bermanfaat.   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 14.              | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat tepat memberikan  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

|     |  |   |   |   |   |   |
|-----|--|---|---|---|---|---|
|     | pengetahuan kepada masyarakat walaupun hanya dengan menggunakan kata-kata secara singkat.  |   |   |   |   |   |
| 15. | Pemerintahan setempat/ Satgas Covid-19 memberikan pengetahuan tentang penyakit virus korona kepada masyarakat dengan cara yang unik agar pesan yang disampaikan melekat di hati pembaca. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

4. Variabel Pesan “Ingat Covid, Ingat Masker”.

| No                                 | Aspek  | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|------------------------------------|--|--------------------|---|---|----|-----|
|                                    |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| <b>Dapat Menimbulkan Perhatian</b> |  |                    |   |   |    |     |
| 1.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mengajak saya untuk menggunakan masker saat keluar rumah.                       | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 2.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mengingatkan kepada saya untuk selalu menggunakan masker.                       | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 3.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan kualitas gambar yang sangat bagus.                                  | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 4.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” disebar di tempat-tempat umum sehingga masyarakat dapat melihatnya dimana saja. | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |
| 5.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” dapat memberikan pemahaman  | 5                  | 4 | 3 | 2  | 1   |

|                                    |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
|                                    | kepada saya tentang arti keselamatan.   |   |   |   |   |   |
| <b>Menarik</b>                     |   |   |   |   |   |   |
| 6.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan model iklan yang keren dan rapi untuk dilihat.                               | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 7.                                 | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” menampilkan warna yang sangat menarik.   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 8.                                 | Pesan yang disampaikan dalam poster “Ingat Covid, Ingat Masker” yang sudah di sebarkan di berbagai tempat, menarik untuk dilihat. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 9.                                 | Desain poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tidak monoton.  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 10.                                | Pesan yang di sampaikan pada poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat mudah diingat dan dimengerti.                        | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <b>Menghasilkan Suatu Tindakan</b> |   |   |   |   |   |   |
| 11.                                | Saya selalu memakai masker saat keluar rumah.   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 12.                                | Saya selalu membaca poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” tersebut dan saya mematuhi protokol covid-19.                        | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 13.                                | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” sangat menarik simpati bagi setiap orang yang melihatnya.                                | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

|     |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|
| 14. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” kurang tepat memberikan wawasan untuk melindungi diri dari pencegahan penularan covid-19.            | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 15. | Poster pesan “Ingat Covid, Ingat Masker” mampu membuat masyarakat taat memakai masker saat keluar rumah atau taat mematuhi protokol covid-19. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

Lampiran 4

MASTER TABEL

| NO | RESPONDEN | HASIL JAWABAN PADA VARIABEL TINGKAT PEMAHAMAN (X) |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     | JUMLAH |
|----|-----------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
|    |           | P1  | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 |        |
| 1  | R-1       | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 1   | 5   | 65     |
| 2  | R-2       | 3   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 4   | 1   | 4   | 62     |
| 3  | R-3       | 4   | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 2   | 5   | 66     |
| 4  | R-4       | 4   | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 4   | 5   |     | 2   | 4   | 60     |
| 5  | R-5       | 4   | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 4   | 5   | 2   | 5   | 64     |
| 6  | R-6       | 5   | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 1   | 5   | 67     |
| 7  | R-7       | 5   | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 5  | 4   | 3   | 3   | 3   | 1   | 3   | 51     |
| 8  | R-8       | 3   | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 3  | 5  | 4  | 4   | 5   | 4   | 3   | 1   | 4   | 57     |
| 9  | R-9       | 5   | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 4   | 1   | 4   | 62     |
| 10 | R-10      | 4   | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 3   | 1   | 4   | 62     |
| 11 | R-11      | 5   | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 4   | 1   | 5   | 69     |
| 12 | R-12      | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 65     |
| 13 | R-13      | 5   | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 5  | 5  | 4  | 5   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 60     |
| 14 | R-14      | 5   | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 3   | 4   | 5   | 2   | 4   | 66     |
| 15 | R-15      | 5   | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75     |
| 16 | R-16      | 5   | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 1   | 5   | 62     |
| 17 | R-17      | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4   | 5   | 5   | 4   | 3   | 4   | 63     |
| 18 | R-18      | 3   | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 2   | 41     |
| 19 | R-19      | 4   | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 5   | 5   | 2   | 1   | 2   | 55     |
| 20 | R-20      | 5   | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 48     |
| 21 | R-21      | 5   | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 2  | 5  | 4  | 5   | 5   | 4   | 4   | 1   | 2   | 60     |
| 22 | R-22      | 4   | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5  | 3   | 5   | 4   | 4   | 2   | 3   | 59     |

|    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 23 | R-23 | 4 | 5 | 3 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 57 |
| 24 | R-24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 64 |
| 25 | R-25 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 69 |
| 26 | R-26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 72 |
| 27 | R-27 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 63 |
| 28 | R-28 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 64 |
| 29 | R-29 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 66 |
| 30 | R-30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 70 |
| 31 | R-31 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 66 |
| 32 | R-32 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 67 |
| 33 | R-33 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 52 |
| 34 | R-34 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 53 |
| 35 | R-35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 57 |
| 36 | R-36 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 66 |
| 37 | R-37 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 62 |
| 38 | R-38 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 54 |
| 39 | R-39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 43 |
| 40 | R-40 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 60 |
| 41 | R-41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 68 |
| 42 | R-42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 45 |
| 43 | R-43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 75 |
| 44 | R-44 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 68 |
| 45 | R-45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 60 |
| 46 | R-46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 |
| 47 | R-47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 58 |
| 48 | R-48 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 68 |
| 49 | R-49 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 57 |

|    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 50 | R-50 | 3 | 5 | 1 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |    |
| 51 | R-51 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2  | 55 |
| 52 | R-52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5  | 67 |
| 53 | R-53 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2  | 65 |
| 54 | R-54 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 74 |
| 55 | R-55 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3  | 65 |
| 56 | R-56 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 2  | 54 |
| 57 | R-57 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2  | 52 |
| 58 | R-58 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4  | 48 |
| 59 | R-59 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3  | 51 |
| 60 | R-60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4  | 60 |
| 61 | R-61 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 72 |
| 62 | R-62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4  | 57 |
| 63 | R-63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 75 |
| 64 | R-64 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4  | 49 |
| 65 | R-65 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 56 |
| 66 | R-66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4  | 55 |
| 67 | R-67 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5  | 55 |
| 68 | R-68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4  | 58 |
| 69 | R-69 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4  | 61 |
| 70 | R-70 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3  | 52 |
| 71 | R-71 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5  | 64 |
| 72 | R-72 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3  | 51 |
| 73 | R-73 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 60 |
| 74 | R-74 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3  | 48 |
| 75 | R-75 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3  | 48 |
| 76 | R-76 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4  | 56 |



|              |       |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
|--------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 77           | R-77  | 4   | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 59   |
| 78           | R-78  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 62   |
| 79           | R-79  | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 60   |
| 80           | R-80  | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 72   |
| 81           | R-81  | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 72   |
| 82           | R-82  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 3   | 2   | 4   | 57   |
| 83           | R-83  | 5   | 4   | 4   | 2   | 4   | 4   | 4   | 2   | 5   | 4   | 4   | 5   | 3   | 4   | 5   | 59   |
| 84           | R-84  | 4   | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 1   | 4   | 59   |
| 85           | R-85  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 2   | 3   | 4   | 5   | 4   | 61   |
| 86           | R-86  | 4   | 3   | 1   | 2   | 3   | 5   | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 5   | 52   |
| 87           | R-87  | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 1   | 2   | 53   |
| 88           | R-88  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75   |
| 89           | R-89  | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 68   |
| 90           | R-90  | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 3   | 57   |
| 91           | R-91  | 3   | 5   | 1   | 3   | 2   | 4   | 5   | 2   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 60   |
| 92           | R-92  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 1   | 5   | 66   |
| 93           | R-93  | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 1   | 4   | 62   |
| 94           | R-94  | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 3   | 1   | 3   | 54   |
| 95           | R-95  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 43   |
| 96           | R-96  | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 1   | 5   | 60   |
| 97           | R-97  | 4   | 3   | 1   | 2   | 3   | 5   | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 2   | 5   | 52   |
| 98           | R-98  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 3   | 4   | 63   |
| 99           | R-99  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 2   | 41   |
| 100          | R-100 | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 5   | 5   | 2   | 1   | 2   | 55   |
| <b>TOTAL</b> |       | 423 | 423 | 388 | 420 | 412 | 408 | 395 | 414 | 412 | 423 | 426 | 415 | 386 | 250 | 394 | 5989 |

Lampiran 5

MASTER TABEL

| NO | RESPONDEN | HASIL JAWABAN PADA VARIABEL PESAN “INGAT COVID, INGAT MASKER” (Y) |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     | JUMLAH |
|----|-----------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
|    |           | P1  | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 |        |
| 1  | R-1       | 4   | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 70     |
| 2  | R-2       | 5   | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 72     |
| 3  | R-3       | 5   | 5  | 5  | 5  | 1  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 68     |
| 4  | R-4       | 5   | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 69     |
| 5  | R-5       | 5   | 4  | 4  | 5  | 1  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 64     |
| 6  | R-6       | 5   | 4  | 5  | 5  | 1  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 68     |
| 7  | R-7       | 5   | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 5   | 61     |
| 8  | R-8       | 4   | 4  | 3  | 4  | 1  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 50     |
| 9  | R-9       | 5   | 5  | 5  | 5  | 1  | 4  | 4  | 5  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 60     |
| 10 | R-10      | 5   | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 70     |
| 11 | R-11      | 5   | 4  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 5  | 4  | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 60     |
| 12 | R-12      | 5   | 5  | 3  | 2  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 67     |
| 13 | R-13      | 5   | 4  | 4  | 4  | 1  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 5   | 51     |
| 14 | R-14      | 5   | 5  | 4  | 5  | 2  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 71     |
| 15 | R-15      | 5   | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 75     |
| 16 | R-16      | 5   | 5  | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 73     |
| 17 | R-17      | 3   | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 67     |
| 18 | R-18      | 5   | 5  | 4  | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 57     |
| 19 | R-19      | 3   | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 5  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 58     |
| 20 | R-20      | 5   | 4  | 4  | 4  | 2  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 66     |

|    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 21 | R-21 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 54 |
| 22 | R-22 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 47 |
| 23 | R-23 | 3 | 4 | 3 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 24 | R-24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 65 |
| 25 | R-25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 65 |
| 26 | R-26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 71 |
| 27 | R-27 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 63 |
| 28 | R-28 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 65 |
| 29 | R-29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 64 |
| 30 | R-30 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 66 |
| 31 | R-31 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 59 |
| 32 | R-32 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 62 |
| 33 | R-33 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 56 |
| 34 | R-34 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 57 |
| 35 | R-35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 57 |
| 36 | R-36 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 65 |
| 37 | R-37 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 64 |
| 38 | R-38 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 57 |
| 39 | R-39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 44 |
| 40 | R-40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 60 |
| 41 | R-41 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 70 |
| 42 | R-42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 47 |
| 43 | R-43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 73 |
| 44 | R-44 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 67 |
| 45 | R-45 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 61 |
| 46 | R-46 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 61 |
| 47 | R-47 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 61 |

|    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 48 | R-48 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 65 |
| 49 | R-49 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 57 |
| 50 | R-50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 69 |
| 51 | R-51 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 57 |
| 52 | R-52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 70 |
| 53 | R-53 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 64 |
| 54 | R-54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 72 |
| 55 | R-55 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 64 |
| 56 | R-56 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 |
| 57 | R-57 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 51 |
| 58 | R-58 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 53 |
| 59 | R-59 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 51 |
| 60 | R-60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 63 |
| 61 | R-61 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 66 |
| 62 | R-62 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 61 |
| 63 | R-63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 75 |
| 64 | R-64 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| 65 | R-65 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 52 |
| 66 | R-66 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 63 |
| 67 | R-67 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 59 |
| 68 | R-68 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 63 |
| 69 | R-69 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 64 |
| 70 | R-70 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 62 |
| 71 | R-71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 59 |
| 72 | R-72 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 48 |
| 73 | R-73 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 61 |
| 74 | R-74 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 57 |

|              |       |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
|--------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 75           | R-75  | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 65   |
| 76           | R-76  | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 66   |
| 77           | R-77  | 4   | 5   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 59   |
| 78           | R-78  | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 66   |
| 79           | R-79  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 63   |
| 80           | R-80  | 5   | 5   | 5   | 4   | 1   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 66   |
| 81           | R-81  | 5   | 5   | 5   | 4   | 1   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 66   |
| 82           | R-82  | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 61   |
| 83           | R-83  | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 66   |
| 84           | R-84  | 4   | 5   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 59   |
| 85           | R-85  | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 66   |
| 86           | R-86  | 4   | 4   | 5   | 4   | 1   | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 3   | 3   | 3   | 4   | 56   |
| 87           | R-87  | 5   | 4   | 3   | 4   | 1   | 4   | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 57   |
| 88           | R-88  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 73   |
| 89           | R-89  | 4   | 5   | 4   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 67   |
| 90           | R-90  | 4   | 4   | 4   | 2   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 57   |
| 91           | R-91  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 69   |
| 92           | R-92  | 5   | 4   | 4   | 5   | 1   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 65   |
| 93           | R-93  | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 65   |
| 94           | R-94  | 4   | 5   | 4   | 4   | 1   | 3   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 3   | 3   | 4   | 56   |
| 95           | R-95  | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 44   |
| 96           | R-96  | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 60   |
| 97           | R-97  | 4   | 4   | 5   | 4   | 1   | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 5   | 3   | 3   | 3   | 4   | 56   |
| 98           | R-98  | 3   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 67   |
| 99           | R-99  | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 57   |
| 100          | R-100 | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 58   |
| <b>TOTAL</b> |       | 438 | 445 | 406 | 406 | 274 | 423 | 401 | 434 | 414 | 419 | 433 | 422 | 416 | 412 | 437 | 6180 |

## Lampiran 6

### Nilai Variabel X Dan Variabel Y

| NO | X  | Y  | X <sup>2</sup> | X <sup>2</sup> | XY   |
|----|----|----|----------------|----------------|------|
| 1  | 70 | 65 | 4900           | 4225           | 4550 |
| 2  | 72 | 62 | 5184           | 3844           | 4464 |
| 3  | 68 | 66 | 4624           | 4356           | 4488 |
| 4  | 69 | 60 | 4761           | 3600           | 4140 |
| 5  | 64 | 64 | 4096           | 4096           | 4096 |
| 6  | 68 | 67 | 4624           | 4489           | 4556 |
| 7  | 61 | 51 | 3721           | 2601           | 3111 |
| 8  | 50 | 57 | 2500           | 3249           | 2850 |
| 9  | 60 | 62 | 3600           | 3844           | 3720 |
| 10 | 70 | 62 | 4900           | 3844           | 4340 |
| 11 | 60 | 69 | 3600           | 4761           | 4140 |
| 12 | 67 | 65 | 4489           | 4225           | 4355 |
| 13 | 51 | 60 | 2601           | 3600           | 3060 |
| 14 | 71 | 66 | 5041           | 4356           | 4686 |
| 15 | 75 | 75 | 5625           | 5625           | 5625 |
| 16 | 73 | 62 | 5329           | 3844           | 4526 |
| 17 | 67 | 63 | 4489           | 3969           | 4221 |
| 18 | 57 | 41 | 3249           | 1681           | 2337 |
| 19 | 58 | 55 | 3364           | 3025           | 3190 |
| 20 | 66 | 48 | 4356           | 2304           | 3168 |
| 21 | 54 | 60 | 2916           | 3600           | 3240 |
| 22 | 47 | 59 | 2209           | 3481           | 2773 |
| 23 | 59 | 57 | 3481           | 3249           | 3363 |
| 24 | 65 | 64 | 4225           | 4096           | 4160 |
| 25 | 65 | 69 | 4225           | 4761           | 4485 |
| 26 | 71 | 72 | 5041           | 5184           | 5112 |
| 27 | 63 | 63 | 3969           | 3969           | 3969 |
| 28 | 65 | 64 | 4225           | 4096           | 4160 |
| 29 | 64 | 66 | 4096           | 4356           | 4224 |
| 30 | 66 | 70 | 4356           | 4900           | 4620 |
| 31 | 59 | 66 | 3481           | 4356           | 3894 |
| 32 | 62 | 67 | 3844           | 4489           | 4154 |
| 33 | 56 | 52 | 3136           | 2704           | 2912 |
| 34 | 57 | 53 | 3249           | 2809           | 3021 |

|    |    |    |      |      |      |
|----|----|----|------|------|------|
| 35 | 57 | 57 | 3249 | 3249 | 3249 |
| 36 | 65 | 66 | 4225 | 4356 | 4290 |
| 37 | 64 | 62 | 4096 | 3844 | 3968 |
| 38 | 57 | 54 | 3249 | 2916 | 3078 |
| 39 | 44 | 43 | 1936 | 1849 | 1892 |
| 40 | 60 | 60 | 3600 | 3600 | 3600 |
| 41 | 70 | 68 | 4900 | 4624 | 4760 |
| 42 | 47 | 45 | 2209 | 2025 | 2115 |
| 43 | 73 | 75 | 5329 | 5625 | 5475 |
| 44 | 67 | 68 | 4489 | 4624 | 4556 |
| 45 | 61 | 60 | 3721 | 3600 | 3660 |
| 46 | 61 | 56 | 3721 | 3136 | 3416 |
| 47 | 61 | 58 | 3721 | 3364 | 3538 |
| 48 | 65 | 68 | 4225 | 4624 | 4420 |
| 49 | 57 | 57 | 3249 | 3249 | 3249 |
| 50 | 69 | 60 | 4761 | 3600 | 4140 |
| 51 | 57 | 55 | 3249 | 3025 | 3135 |
| 52 | 70 | 67 | 4900 | 4489 | 4690 |
| 53 | 64 | 65 | 4096 | 4225 | 4160 |
| 54 | 72 | 74 | 5184 | 5476 | 5328 |
| 55 | 64 | 65 | 4096 | 4225 | 4160 |
| 56 | 58 | 54 | 3364 | 2916 | 3132 |
| 57 | 51 | 52 | 2601 | 2704 | 2652 |
| 58 | 53 | 48 | 2809 | 2304 | 2544 |
| 59 | 51 | 51 | 2601 | 2601 | 2601 |
| 60 | 63 | 60 | 3969 | 3600 | 3780 |
| 61 | 66 | 72 | 4356 | 5184 | 4752 |
| 62 | 61 | 57 | 3721 | 3249 | 3477 |
| 63 | 75 | 75 | 5625 | 5625 | 5625 |
| 64 | 49 | 49 | 2401 | 2401 | 2401 |
| 65 | 52 | 56 | 2704 | 3136 | 2912 |
| 66 | 63 | 55 | 3969 | 3025 | 3465 |
| 67 | 59 | 55 | 3481 | 3025 | 3245 |
| 68 | 63 | 58 | 3969 | 3364 | 3654 |
| 69 | 64 | 61 | 4096 | 3721 | 3904 |
| 70 | 62 | 52 | 3844 | 2704 | 3224 |
| 71 | 59 | 64 | 3481 | 4096 | 3776 |
| 72 | 48 | 51 | 2304 | 2601 | 2448 |

|               |             |             |               |               |               |
|---------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|
| 73            | 61          | 60          | 3721          | 3600          | 3660          |
| 74            | 57          | 48          | 3249          | 2304          | 2736          |
| 75            | 65          | 48          | 4225          | 2304          | 3120          |
| 76            | 66          | 56          | 4356          | 3136          | 3696          |
| 77            | 59          | 59          | 3481          | 3481          | 3481          |
| 78            | 66          | 62          | 4356          | 3844          | 4092          |
| 79            | 63          | 60          | 3969          | 3600          | 3780          |
| 80            | 66          | 72          | 4356          | 5184          | 4752          |
| 81            | 66          | 72          | 4356          | 5184          | 4752          |
| 82            | 61          | 57          | 3721          | 3249          | 3477          |
| 83            | 66          | 59          | 4356          | 3481          | 3894          |
| 84            | 59          | 59          | 3481          | 3481          | 3481          |
| 85            | 66          | 61          | 4356          | 3721          | 4026          |
| 86            | 56          | 52          | 3136          | 2704          | 2912          |
| 87            | 57          | 53          | 3249          | 2809          | 3021          |
| 88            | 73          | 75          | 5329          | 5625          | 5475          |
| 89            | 67          | 68          | 4489          | 4624          | 4556          |
| 90            | 57          | 57          | 3249          | 3249          | 3249          |
| 91            | 69          | 60          | 4761          | 3600          | 4140          |
| 92            | 65          | 66          | 4225          | 4356          | 4290          |
| 93            | 65          | 62          | 4225          | 3844          | 4030          |
| 94            | 56          | 54          | 3136          | 2916          | 3024          |
| 95            | 44          | 43          | 1936          | 1849          | 1892          |
| 96            | 60          | 60          | 3600          | 3600          | 3600          |
| 97            | 56          | 52          | 3136          | 2704          | 2912          |
| 98            | 67          | 63          | 4489          | 3969          | 4221          |
| 99            | 57          | 41          | 3249          | 1681          | 2337          |
| 100           | 58          | 55          | 3364          | 3025          | 3190          |
| <b>JUMLAH</b> | <b>6180</b> | <b>5989</b> | <b>386562</b> | <b>364693</b> | <b>373977</b> |



Lampiran 7

**DAFTAR T TABEL**

Titik presentase distribusi t (df = 81 – 120)

| <b>Pr</b>  | <b>0.25</b> | <b>0.10</b> | <b>0.05</b> | <b>0.025</b> | <b>0.01</b> | <b>0.005</b> | <b>0.001</b> |
|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| <b>Df</b>  | <b>0.50</b> | <b>0.20</b> | <b>0.10</b> | <b>0.050</b> | <b>0.02</b> | <b>0.010</b> | <b>0.002</b> |
| <b>81</b>  | 0.67753     | 1.29209     | 1.66388     | 1.98969      | 2.37327     | 2.63790      | 3.19392      |
| <b>82</b>  | 0.67749     | 1.29196     | 1.66365     | 1.98932      | 2.37269     | 2.63712      | 3.19262      |
| <b>83</b>  | 0.67746     | 1.29183     | 1.66342     | 1.98896      | 2.37212     | 2.63637      | 3.19135      |
| <b>84</b>  | 0.67742     | 1.29171     | 1.66320     | 1.98861      | 2.37156     | 2.63563      | 3.19011      |
| <b>85</b>  | 0.67739     | 1.29159     | 1.66298     | 1.98827      | 2.37102     | 2.63491      | 3.18890      |
| <b>86</b>  | 0.67735     | 1.29147     | 1.66277     | 1.98793      | 2.37049     | 2.63421      | 3.18772      |
| <b>87</b>  | 0.67732     | 1.29136     | 1.66256     | 1.98761      | 2.36998     | 2.63353      | 3.18657      |
| <b>88</b>  | 0.67729     | 1.29125     | 1.66235     | 1.98729      | 2.36947     | 2.63286      | 3.18544      |
| <b>89</b>  | 0.67726     | 1.29114     | 1.66216     | 1.98698      | 2.36898     | 2.63220      | 3.18434      |
| <b>90</b>  | 0.67723     | 1.29103     | 1.66196     | 1.98667      | 2.36850     | 2.63157      | 3.18327      |
| <b>91</b>  | 0.67720     | 1.29092     | 1.66177     | 1.98638      | 2.36803     | 2.63094      | 3.18222      |
| <b>92</b>  | 0.67717     | 1.29082     | 1.66159     | 1.98609      | 2.36757     | 2.63033      | 3.18119      |
| <b>93</b>  | 0.67714     | 1.29072     | 1.66140     | 1.98580      | 2.36712     | 2.62973      | 3.18019      |
| <b>94</b>  | 0.67711     | 1.29062     | 1.66123     | 1.98552      | 2.36667     | 2.62915      | 3.17921      |
| <b>95</b>  | 0.67708     | 1.29053     | 1.66105     | 1.98525      | 2.36624     | 2.62858      | 3.17825      |
| <b>96</b>  | 0.67705     | 1.29043     | 1.66088     | 1.98498      | 2.36582     | 2.62802      | 3.17731      |
| <b>97</b>  | 0.67703     | 1.29034     | 1.66071     | 1.98472      | 2.36541     | 2.62747      | 3.17639      |
| <b>98</b>  | 0.67700     | 1.29025     | 1.66055     | 1.98447      | 2.36500     | 2.62693      | 3.17549      |
| <b>99</b>  | 0.67698     | 1.29016     | 1.66039     | 1.98422      | 2.36461     | 2.62641      | 3.17460      |
| <b>100</b> | 0.67695     | 1.29007     | 1.66023     | 1.98397      | 2.36422     | 2.62589      | 3.17374      |
| <b>101</b> | 0.67693     | 1.28999     | 1.66008     | 1.98373      | 2.36384     | 2.62539      | 3.17289      |
| <b>102</b> | 0.67690     | 1.28991     | 1.65993     | 1.98350      | 2.36346     | 2.62489      | 3.17206      |
| <b>103</b> | 0.67688     | 1.28982     | 1.65978     | 1.98326      | 2.36310     | 2.62441      | 3.17125      |
| <b>104</b> | 0.67686     | 1.28974     | 1.65964     | 1.98304      | 2.36274     | 2.62393      | 3.17045      |
| <b>105</b> | 0.67683     | 1.28967     | 1.65950     | 1.98282      | 2.36239     | 2.62347      | 3.16967      |
| <b>106</b> | 0.67681     | 1.28959     | 1.65936     | 1.98260      | 2.36204     | 2.62301      | 3.16890      |
| <b>107</b> | 0.67679     | 1.28951     | 1.65922     | 1.98238      | 2.36170     | 2.62256      | 3.16815      |
| <b>108</b> | 0.67677     | 1.28944     | 1.65909     | 1.98217      | 2.36137     | 2.62212      | 3.16741      |
| <b>109</b> | 0.67675     | 1.28937     | 1.65895     | 1.98197      | 2.36105     | 2.62169      | 3.16669      |
| <b>110</b> | 0.67673     | 1.28930     | 1.65882     | 1.98177      | 2.36073     | 2.62126      | 3.16598      |
| <b>111</b> | 0.67671     | 1.28922     | 1.65870     | 1.98157      | 2.36041     | 2.62085      | 3.16528      |
| <b>112</b> | 0.67669     | 1.28916     | 1.65857     | 1.98137      | 2.36010     | 2.62044      | 3.16460      |
| <b>113</b> | 0.67667     | 1.28909     | 1.65845     | 1.98118      | 2.35980     | 2.62004      | 3.16392      |
| <b>114</b> | 0.67665     | 1.28902     | 1.65833     | 1.98099      | 2.35950     | 2.61964      | 3.16326      |
| <b>115</b> | 0.67663     | 1.28896     | 1.65821     | 1.98081      | 2.35921     | 2.61926      | 3.16262      |
| <b>116</b> | 0.67661     | 1.28889     | 1.65810     | 1.98063      | 2.35892     | 2.61888      | 3.16198      |
| <b>117</b> | 0.67659     | 1.28883     | 1.65798     | 1.98045      | 2.35864     | 2.61850      | 3.16135      |
| <b>118</b> | 0.67657     | 1.28877     | 1.65787     | 1.98027      | 2.35837     | 2.61814      | 3.16074      |
| <b>119</b> | 0.67656     | 1.28871     | 1.65776     | 1.98010      | 2.35809     | 2.61778      | 3.16013      |
| <b>120</b> | 0.67654     | 1.28865     | 1.65765     | 1.97993      | 2.35782     | 2.61742      | 3.15954      |



|     |                 |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-----|-----------------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X5  | Pearson         | -.067  | .158   | .015   | .027   | 1     | .154   | .201*  | -.049  | .048   | .020   | -.033  | .175   | .139   | .191   | -.096  | .306** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .508   | .116   | .883   | .789   |       | .127   | .045   | .630   | .635   | .845   | .747   | .081   | .169   | .057   | .342   | .002   |
| N   | 100             | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X6  | Pearson         | .310** | .340** | .469** | .402** | .154  | 1      | .593** | .318** | .432** | .423** | .245*  | .380** | .511** | .422** | .398** | .693** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .002   | .001   | .000   | .000   | .127  |        | .000   | .001   | .000   | .000   | .014   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
| N   | 100             | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X7  | Pearson         | .256*  | .413** | .400** | .318** | .201* | .593** | 1      | .367** | .577** | .465** | .279** | .518** | .505** | .471** | .363** | .725** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .010   | .000   | .000   | .001   | .045  | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .005   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
| N   | 100             | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X8  | Pearson         | .188   | .292** | .307** | .282** | -.049 | .318** | .367** | 1      | .597** | .545** | .491** | .403** | .256*  | .304** | .330** | .567** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .061   | .003   | .002   | .004   | .630  | .001   | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .010   | .002   | .001   | .000   |
| N   | 100             | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X9  | Pearson         | .405** | .434** | .381** | .320** | .048  | .432** | .577** | .597** | 1      | .544** | .342** | .434** | .509** | .630** | .442** | .739** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .000   | .001   | .635  | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
| N   | 100             | 100    | 100    | 100    | 100    | 100   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X10 | Pearson         | .279** | .379** | .286** | .162   | .020  | .423** | .465** | .545** | .544** | 1      | .570** | .516** | .485** | .445** | .419** | .673** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .005   | .000   | .004   | .107   | .845  | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |

|     |                 |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-----|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X11 | Pearson         | .425** | .449** | .444** | .123   | -.033  | .245*  | .279** | .491** | .342** | .570** | 1      | .332** | .191   | .173   | .257** | .540** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .000   | .223   | .747   | .014   | .005   | .000   | .000   | .000   |        | .001   | .056   | .086   | .010   | .000   |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X12 | Pearson         | .263** | .381** | .184   | .146   | .175   | .380** | .518** | .403** | .434** | .516** | .332** | 1      | .595** | .469** | .406** | .656** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .008   | .000   | .067   | .147   | .081   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .001   |        | .000   | .000   | .000   | .000   |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X13 | Pearson         | .368** | .391** | .337** | .205*  | .139   | .511** | .505** | .256*  | .509** | .485** | .191   | .595** | 1      | .767** | .441** | .713** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .001   | .041   | .169   | .000   | .000   | .010   | .000   | .000   | .056   | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X14 | Pearson         | .366** | .395** | .332** | .218*  | .191   | .422** | .471** | .304** | .630** | .445** | .173   | .469** | .767** | 1      | .456** | .712** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .001   | .029   | .057   | .000   | .000   | .002   | .000   | .000   | .086   | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X15 | Pearson         | .311** | .223*  | .426** | .279** | -.096  | .398** | .363** | .330** | .442** | .419** | .257** | .406** | .441** | .456** | 1      | .583** |
|     | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|     | Sig. (2-tailed) | .002   | .026   | .000   | .005   | .342   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   | .010   | .000   | .000   | .000   |        | .000   |
|     | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| TOT | Pearson         | .563** | .666** | .632** | .489** | .306** | .693** | .725** | .567** | .739** | .673** | .540** | .656** | .713** | .712** | .583** | 1      |
| AL  | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |

|                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .002 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |     |
| N               | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 9**

**Uji Validitas Variabel “Pesan Ingat Covid, Ingat Masker”**

**Correlations**

|    |                        | Y1     | Y2     | Y3     | Y4     | Y5     | Y6     | Y7     | Y8     | Y9     | Y10    | Y11    | Y12    | Y13    | Y14   | Y15    | TOTA<br>L |
|----|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|-----------|
| Y1 | Pearson<br>Correlation | 1      | .537** | .448** | .367** | .648** | .498** | .337** | .382** | .302** | .382** | .269** | .405** | .491** | -.096 | .340** | .655**    |
|    | Sig. (2-tailed)        |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .001   | .000   | .002   | .000   | .007   | .000   | .000   | .342  | .001   | .000      |
|    | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100   | 100    | 100       |
| Y2 | Pearson<br>Correlation | .537** | 1      | .472** | .355** | .529** | .518** | .587** | .282** | .142   | .426** | .382** | .582** | .539** | .164  | .431** | .747**    |
|    | Sig. (2-tailed)        | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .004   | .159   | .000   | .000   | .000   | .000   | .104  | .000   | .000      |
|    | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100   | 100    | 100       |
| Y3 | Pearson<br>Correlation | .448** | .472** | 1      | .601** | .638** | .259** | .199*  | .237*  | .130   | .141   | .135   | .304** | .076   | -.165 | .024   | .458**    |
|    | Sig. (2-tailed)        | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .009   | .048   | .018   | .196   | .163   | .182   | .002   | .455   | .101  | .816   | .000      |
|    | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100   | 100    | 100       |
| Y4 | Pearson<br>Correlation | .367** | .355** | .601** | 1      | .556** | .248*  | .203*  | .316** | .052   | .279** | .264** | .310** | .237*  | .032  | .089   | .525**    |
|    | Sig. (2-tailed)        | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .013   | .042   | .001   | .605   | .005   | .008   | .002   | .018   | .755  | .376   | .000      |
|    | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100   | 100    | 100       |

|     |                     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y5  | Pearson Correlation | .648** | .529** | .638** | .556** | 1      | .503** | .345** | .353** | .026   | .249*  | .370** | .469** | .359** | -.110  | .135   | .629** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .796   | .012   | .000   | .000   | .000   | .278   | .180   | .000   |
|     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    |
| Y6  | Pearson Correlation | .498** | .518** | .259** | .248*  | .503** | 1      | .500** | .423** | .275** | .384** | .245*  | .369** | .430** | .070   | .363** | .640** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .009   | .013   | .000   |        | .000   | .000   | .006   | .000   | .014   | .000   | .000   | .491   | .000   | .000   |
|     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    |
| Y7  | Pearson Correlation | .337** | .587** | .199*  | .203*  | .345** | .500** | 1      | .379** | .257** | .432** | .259** | .561** | .531** | .318** | .343** | .684** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .001   | .000   | .048   | .042   | .000   | .000   |        | .000   | .010   | .000   | .009   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   |
|     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    |
| Y8  | Pearson Correlation | .382** | .282** | .237*  | .316** | .353** | .423** | .379** | 1      | .251*  | .497** | .361** | .430** | .497** | .037   | .327** | .622** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .000   | .004   | .018   | .001   | .000   | .000   | .000   |        | .012   | .000   | .000   | .000   | .000   | .713   | .001   | .000   |
|     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    |
| Y9  | Pearson Correlation | .302** | .142   | .130   | .052   | .026   | .275** | .257** | .251*  | 1      | .400** | .221*  | .293** | .286** | -.072  | .331** | .400** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .002   | .159   | .196   | .605   | .796   | .006   | .010   | .012   |        | .000   | .027   | .003   | .004   | .478   | .001   | .000   |
|     | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    |
| Y10 | Pearson Correlation | .382** | .426** | .141   | .279** | .249*  | .384** | .432** | .497** | .400** | 1      | .498** | .550** | .653** | .192   | .431** | .702** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .163   | .005   | .012   | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .056   | .000   | .000   |

|           |                 |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|-----------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|           | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    | 100    |
| Y11       | Pearson         | .269** | .382** | .135   | .264** | .370** | .245*  | .259** | .361** | .221*  | .498** | 1      | .708** | .515** | .035   | .377** | .608** |
|           | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|           | Sig. (2-tailed) | .007   | .000   | .182   | .008   | .000   | .014   | .009   | .000   | .027   | .000   |        | .000   | .000   | .733   | .000   | .000   |
|           | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    | 100    |
| Y12       | Pearson         | .405** | .582** | .304** | .310** | .469** | .369** | .561** | .430** | .293** | .550** | .708** | 1      | .632** | .104   | .469** | .771** |
|           | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|           | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .002   | .002   | .000   | .000   | .000   | .000   | .003   | .000   | .000   |        | .000   | .304   | .000   | .000   |
|           | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    | 100    |
| Y13       | Pearson         | .491** | .539** | .076   | .237*  | .359** | .430** | .531** | .497** | .286** | .653** | .515** | .632** | 1      | .184   | .711** | .784** |
|           | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|           | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .455   | .018   | .000   | .000   | .000   | .000   | .004   | .000   | .000   | .000   |        | .069   | .000   | .000   |
|           | N               | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     | 99     |
| Y14       | Pearson         | -.096  | .164   | -.165  | .032   | -.110  | .070   | .318** | .037   | -.072  | .192   | .035   | .104   | .184   | 1      | .263** | .293** |
|           | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|           | Sig. (2-tailed) | .342   | .104   | .101   | .755   | .278   | .491   | .001   | .713   | .478   | .056   | .733   | .304   | .069   |        | .008   | .003   |
|           | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    | 100    |
| Y15       | Pearson         | .340** | .431** | .024   | .089   | .135   | .363** | .343** | .327** | .331** | .431** | .377** | .469** | .711** | .263** | 1      | .639** |
|           | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|           | Sig. (2-tailed) | .001   | .000   | .816   | .376   | .180   | .000   | .000   | .001   | .001   | .000   | .000   | .000   | .000   | .008   |        | .000   |
|           | N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 99     | 100    | 100    | 100    |
| TOT<br>AL | Pearson         | .655** | .747** | .458** | .525** | .629** | .640** | .684** | .622** | .400** | .702** | .608** | .771** | .784** | .293** | .639** | 1      |
|           | Correlation     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |



|                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .003 | .000 |     |
| N               | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 99   | 100  | 100  | 100 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 10

**DAFTAR R TABEL**

Tabel r untuk df = 51-100

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 51         | 0.2284                                   | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52         | 0.2262                                   | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53         | 0.2241                                   | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54         | 0.2221                                   | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55         | 0.2201                                   | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56         | 0.2181                                   | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57         | 0.2162                                   | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58         | 0.2144                                   | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59         | 0.2126                                   | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60         | 0.2108                                   | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61         | 0.2091                                   | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62         | 0.2075                                   | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63         | 0.2058                                   | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64         | 0.2042                                   | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65         | 0.2027                                   | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66         | 0.2012                                   | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67         | 0.1997                                   | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68         | 0.1982                                   | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69         | 0.1968                                   | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70         | 0.1954                                   | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71         | 0.1940                                   | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72         | 0.1927                                   | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73         | 0.1914                                   | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74         | 0.1901                                   | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75         | 0.1888                                   | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76         | 0.1876                                   | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77         | 0.1864                                   | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78         | 0.1852                                   | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79         | 0.1841                                   | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80         | 0.1829                                   | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81         | 0.1818                                   | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82         | 0.1807                                   | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83         | 0.1796                                   | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |

|            |        |        |        |        |        |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>84</b>  | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| <b>85</b>  | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| <b>86</b>  | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| <b>87</b>  | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| <b>88</b>  | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| <b>89</b>  | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| <b>90</b>  | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| <b>91</b>  | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| <b>92</b>  | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| <b>93</b>  | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| <b>94</b>  | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| <b>95</b>  | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| <b>96</b>  | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| <b>97</b>  | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| <b>98</b>  | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| <b>99</b>  | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| <b>100</b> | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

**Lampiran 11****NAMA-NAMA RESPONDEN PENELITIAN**

| <b>NO</b> | <b>NAMA</b>      | <b>UMUR</b> | <b>JENIS<br/>KELAMIN</b> |
|-----------|------------------|-------------|--------------------------|
| 1         | NURLIS           | 45          | LAKI-LAKI                |
| 2         | SUHARDIN         | 51          | LAKI-LAKI                |
| 3         | MARWIDIN         | 35          | LAKI-LAKI                |
| 4         | M. YALDI         | 21          | LAKI-LAKI                |
| 5         | YANDI            | 22          | LAKI-LAKI                |
| 6         | SUDIRMAN         | 53          | LAKI-LAKI                |
| 7         | TISA WINUN       | 50          | PEREMPUAN                |
| 8         | SARMAWANI        | 52          | PEREMPUAN                |
| 9         | AIVO ITI SALMASU | 32          | PEREMPUAN                |
| 10        | ELLA DAYA SARI   | 23          | PEREMPUAN                |
| 11        | ROSDIANA         | 42          | PEREMPUAN                |
| 12        | ROSA IAM         | 37          | PEREMPUAN                |
| 13        | ALMINAWATI       | 41          | PEREMPUAN                |
| 14        | TIASANA          | 40          | PEREMPUAN                |
| 15        | SUKRAHIDIN       | 53          | LAKI-LAKI                |
| 16        | RISADAYANTI      | 19          | PEREMPUAN                |
| 17        | ARSIMANTO        | 33          | LAKI-LAKI                |
| 18        | SAYOANI          | 49          | PEREMPUAN                |
| 19        | MISI             | 35          | LAKI-LAKI                |
| 20        | RAMA YANTI       | 27          | PEREMPUAN                |
| 21        | JEKI SUTAWAN     | 28          | LAKI-LAKI                |
| 22        | ALIROSMA         | 53          | LAKI-LAKI                |
| 23        | MASRAIDI AMAN    | 31          | LAKI-LAKI                |
| 24        | FERDIMET GIONTA  | 20          | LAKI-LAKI                |
| 25        | RAHMA YULIS      | 38          | PEREMPUAN                |
| 26        | ASMAWATI         | 49          | PEREMPUAN                |
| 27        | ILITA            | 25          | PEREMPUAN                |
| 28        | MADRI RAHMANTO   | 28          | LAKI-LAKI                |
| 29        | EKA SASTRIA      | 28          | PEREMPUAN                |
| 30        | ARDIKA YUNELSI   | 26          | PEREMPUAN                |
| 31        | NURFIANI         | 26          | PEREMPUAN                |
| 32        | MASDAYANI        | 25          | PEREMPUAN                |
| 33        | AHLIRUDIN        | 21          | LAKI-LAKI                |
| 34        | DEFRIANI         | 29          | PEREMPUAN                |
| 35        | ANTO LIGAT GAGA  | 32          | LAKI-LAKI                |

|    |                 |    |           |
|----|-----------------|----|-----------|
| 36 | ALIM RAHMAN     | 20 | LAKI-LAKI |
| 37 | HERMAN HASAN    | 30 | LAKI-LAKI |
| 38 | TOPAN DARMAWAN  | 52 | LAKI-LAKI |
| 39 | SAMIDIN         | 20 | LAKI-LAKI |
| 40 | MASNI WATI      | 50 | PEREMPUAN |
| 41 | NURSILAINI      | 22 | PEREMPUAN |
| 42 | BOBY FIRWANDI   | 22 | LAKI-LAKI |
| 43 | AGUS PUTRA      | 19 | LAKI-LAKI |
| 44 | ROGIAN HATRI    | 30 | LAKI-LAKI |
| 45 | DONAL IHSAN     | 29 | LAKI-LAKI |
| 46 | WAWAN           | 34 | LAKI-LAKI |
| 47 | WINA SUSANTI    | 25 | PEREMPUAN |
| 48 | GUSMAYARDI      | 39 | LAKI-LAKI |
| 49 | ROSNAWI         | 32 | PEREMPUAN |
| 50 | KASIM JUNAIDI   | 20 | LAKI-LAKI |
| 51 | ILHAMI SAPUTRA  | 23 | LAKI-LAKI |
| 52 | RIDI KARDIAT    | 39 | LAKI-LAKI |
| 53 | ROSMAIL         | 42 | LAKI-LAKI |
| 54 | SULALAINI       | 41 | PEREMPUAN |
| 55 | ALMUSTAWADIN    | 46 | LAKI-LAKI |
| 56 | OKI OKTARIANI   | 23 | PEREMPUAN |
| 57 | ALFIAN          | 42 | LAKI-LAKI |
| 58 | ICAN RAHMAN     | 40 | LAKI-LAKI |
| 59 | FUNI GUNARTI    | 25 | PEREMPUAN |
| 60 | AKJARUDIN       | 22 | LAKI-LAKI |
| 61 | RASNUDIN        | 53 | LAKI-LAKI |
| 62 | ILIAN HIKMAH    | 45 | LAKI-LAKI |
| 63 | NADIA ISFI      | 19 | PEREMPUAN |
| 64 | DARWAN AMIN     | 32 | LAKI-LAKI |
| 65 | IFAN MULIADI    | 20 | LAKI-LAKI |
| 66 | SAHADI          | 38 | LAKI-LAKI |
| 67 | MEG JASADI MUAF | 23 | LAKI-LAKI |
| 68 | WARMA NITA      | 24 | PEREMPUAN |
| 69 | ASMILI          | 22 | LAKI-LAKI |
| 70 | AINUL SULASTRI  | 26 | LAKI-LAKI |
| 71 | CICI HERLIANI   | 23 | PEREMPUAN |

|     |                     |    |           |
|-----|---------------------|----|-----------|
| 72  | NONI PURWANTI       | 28 | PEREMPUAN |
| 73  | SAPTRI GUSMAN       | 27 | LAKI-LAKI |
| 74  | SAFRI JUANDA        | 33 | LAKI-LAKI |
| 75  | USMUL HASAN         | 43 | LAKI-LAKI |
| 76  | RIFA SARI           | 19 | PEREMPUAN |
| 77  | SITI MUSLIANI       | 35 | PEREMPUAN |
| 78  | EFRA DIANA          | 23 | PEREMPUAN |
| 79  | ROSI MELLANI        | 25 | PEREMPUAN |
| 80  | SANTI ROMITA        | 23 | PEREMPUAN |
| 81  | TIKA ENDIS LIANI    | 21 | PEREMPUAN |
| 82  | MEGA SILVIANI       | 21 | PEREMPUAN |
| 83  | WINDA SARI          | 22 | PEREMPUAN |
| 84  | MEJITA SARI         | 20 | PEREMPUAN |
| 85  | YUMI SAPUTRI        | 43 | PEREMPUAN |
| 86  | EVA ROSLINA         | 47 | PEREMPUAN |
| 87  | KHUSNUL KHOTIMAH    | 34 | PEREMPUAN |
| 88  | HALIMATON SAKDIAH   | 32 | PEREMPUAN |
| 89  | RIVI ASMAWATI       | 44 | PEREMPUAN |
| 90  | ARINOVA SUSILA      | 22 | PEREMPUAN |
| 91  | AGUSTINA WATI       | 24 | PEREMPUAN |
| 92  | LIDIA LENI MARLIANA | 39 | PEREMPUAN |
| 93  | MIRI SUSANTI        | 37 | PEREMPUAN |
| 94  | FERONIKA MULIANI    | 21 | PEREMPUAN |
| 95  | ELFI SAROSA. M      | 22 | PEREMPUAN |
| 96  | YULI SARBENA        | 28 | PEREMPUAN |
| 97  | IIN SARTIKA         | 31 | PEREMPUAN |
| 98  | INTUS LESTARI       | 45 | PEREMPUAN |
| 99  | NUR KARIZA          | 26 | PEREMPUAN |
| 100 | ALMINA WATI         | 23 | PEREMPUAN |

## **BIODATA PENULIS**

### **A . Data Pribadi**

Nama : SATRA OLESTI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir : Ujung Salang, 24 Juni 1999  
Agama : Islam  
Alamat Rumah : Desa Ujung Salang, Kec. Salang, Kab. Simeulue  
Anak ke : 5 (Lima)

### **Orang Tua/Wali**

Ayah : Sukrahidin  
Ibu : Tisawinun

### **B. Pendidikan Formal**

2011 : SD Negeri 4 Salang  
2014 : SMP Negeri 3 Salang  
2017 : SMA Negeri 2 Salang  
2021 : Universitas Teuku Umar