PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF PENYULUHAN PENCEGAHAN COVID-19 DINAS KESEHATAN KOTA METRO TERHADAP SIKAP MASYARAKAT DALAM MEMATUHI PROTOKOL KESEHATAN

(Studi Pada Masyarakat di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat Kota Metro)

(Skripsi)

Oleh

MURNIADI

NPM 1716031008

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022

ABSTRAK

PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF PENYULUHAN PENCEGAHAN COVID-19 DINAS KESEHATAN KOTA METRO TERHADAP SIKAP MASYARAKAT DALAM MEMATUHI PROTOKOL KESEHATAN
(Studi Pada Masyarakat di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat Kota Metro)

Oleh:

Murniadi

Covid-19 merupakan penyakit yang ditetapkan World Health Organization (WHO) sebagai pandemi yang mematikan dan cepat menular. Hal tersebut membuat pemerintah bergerak cepat menentukan dan membuat kebijakan baru yaitu protokol kesehatan yang disosialisasikan kepada masyarakat terkait dengan penanganan dan pencegahan penyebaran Covid-19. Kota Metro merupakan salah satu kota di Provinsi Lampung yang turut mengadakan penyuluhan pencegahan Covid-19, salah satunya di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat dikarenakan wilayah tersebut menempati urutan 3 teratas kasus terkonfirmasi Covid-19. Kegiatan penyuluhan bertujuan untuk memberikan pemahaman agar waspada dan mematuhi protokol kesehatan sehingga tercipta masyarakat yang sehat dan aman dari virus Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Metro terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan di Kelurahan Mulyojati, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R dan teori kredibiltas sumber. Penelitian ini menggunakan metode survei dan sampel berjumlah 90 responden. Berdasarkan perhitungan uji T, menyatakan variabel X komunikasi persuasif berpengaruh sebesar 56% terhadap variabel Y sikap, dimana komunikasi persuasif tersebut disampaikan oleh komunikator yang kredibel dan memiliki daya tarik serta kedekatan dengan masyarakat. Hipotesis yang diajukan diterima dengan dibuktikan nilai T hitung = 10.578 > T tabel = 1,662. Indikator dalam komunikasi persuasif yaitu kredibilitas, daya tarik, kemampuan berbahasa, pesan dan media/saluran, tetapi yang paling berpengaruh adalah indikator pesan, sedangkan indikator pada sikap yaitu kognitif, afektif, dan konatif, tetapi yang paling besar terpengaruhi dari sikap masyarakat adalah sisi afektifnya yang disebabkan pentingnya protokol kesehatan karena berkaitan dengan masalah kesehatan yang sedang dihadapi baik diri sendiri, keluarga maupun masyarakat.

Kata Kunci: covid-19, komunikasi persuasif, sikap masyarakat, protokol kesehatan

ABSTRACT

PERSUASIVE COMMUNICATION'S EFFECT ON COVID-19 PREVENTION EDUCATION ON METRO CITY HEALTH SERVICES ON COMMUNITY ATTITUDE IN COMPLIANCE WITH HEALTH PROTOCOL (Community Research in Mulyojati Village, West Metro District, Metro City)

By:

Murniadi

The World Health Organization (WHO) has declared Covid-19 to be a lethal and rapidly contagious pandemic. This prompted the government to act fast to develop and implement new regulations, specifically health procedures that were distributed to the public in relation to dealing with and preventing the spread of Covid-19. Metro City is one of the cities in Lampung Province that has also hosted Covid-19 preventative counselling, one of which is in Mulyojati Village, West Metro District, because the area is among the top three confirmed Covid-19 instances. The counselling activity seeks to convey a knowledge of the importance of being vigilant and following health standards in order to establish a healthy and safe community free of the Covid-19 virus. The purpose of this study is to see how much influence the Metro City Health Service's persuasive communication has on people's attitudes on adhering to health protocols in Mulyojati Village, West Metro District, Metro City. S-O-R theory and source credibility theory are employed. This study employed a survey method and a sample size of 90 people. According to the T test calculation, the persuasive communication variable X has a 56 percent effect on the Y attitude variable, provided that the persuasive communication is presented by a credible communicator and has attractiveness and connectedness to the community. With demonstrated T count = 10,578 > T table = 1.662, the offered hypothesis is accepted. Credibility, attractiveness, language skills, messages, and media/channels are indicators in persuasive communication, but the most influential are message indicators, while indicators for attitudes are cognitive, affective, and conative, but the most affected by people's attitudes are the affective side due to the importance of health protocols because they are related to the health problems that you and your family are facing.

Keywords : covid-19, persuasive communication, public attitude, health protocol

PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF PENYULUHAN PENCEGAHAN COVID-19 DINAS KESEHATAN KOTA METRO TERHADAP SIKAP MASYARAKAT DALAM MEMATUHI PROTOKOL KESEHATAN

(Studi Pada Masyarakat di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat Kota Metro)

Oleh

MURNIADI

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022

Judul Skripsi	: **PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF PENYULUHAN PENCEGAHAN COVID-19 DINAS KESEHATAN KOTA METRO TERHADAP SIKAP MASYARAKAT DALAM MEMATUHI PROTOKOL KESEHATAN (STUDI PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT KOTA METRO)**
Nama Mahasiswa	: *Murniadi*
Nomor Pokok Mahasiswa	: 1716031008
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dra. Ida Nurhaida, M.Si.** .....

Penguji Utama : **Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.** .....

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **26 April 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Murniadi
NPM	:	1716031008
Jurusan	:	Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah	:	Jl. Temulawak RT/015 RW/003 Kelurahan Hadimulyo Barat Kecamatan Metro Pusat Kota Metro.
Nomor Telpon	:	089605429535

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul "**Pengaruh Komunikasi Persuasif Penyuluhan Pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro Terhadap Sikap Masyarakat Dalam Mematuhi Protokol Kesehatan (Studi Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat Kota Metro)**" adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandarlampung, 26 April 2022

Yang membuat pernyataan,

SEPULUH RIBU RUPIAH 10000 METERAI TEMPEL 17F32AJX630023427

Murniadi

NPM. 1716031008

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Murniadi. Penulis dilahirkan di Kota Metro, 29 September 1999. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Setiawan dan Ibu Markiyah. Penulis mengawali pendidikan di SD Negeri 5 Metro Pusat yang diselesaikan pada tahun 2011, SMP Negeri 6 Metro Utara diselesaikan pada tahun 2014, dan menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 2 Metro Barat pada tahun 2017. Serta pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dengan jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif diberbagai organisasi kampus seperti menjadi anggota Bidang *Photography* di Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi FISIP Universtitas Lampung Periode 2018 dan 2019, menjadi Kepala Divisi (Kadiv) Informasi dan Komunikasi di Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung Periode 2019 - 2020. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pada periode Januari - Feburari 2020 di Desa Sukaraja, Kecamatan Cukuh Balak, Kabupaten Tanggamus selama 40 hari. Penulis juga menerapkan hasil pembelajaran dari bangku kuliah pada praktik kerja lapangan (PKL) di Biro Administrasi Piminanan Sekretariat Daerah Provinsi Lampung periode Oktober - November 2020.

MOTTO

DO NOT COMPARE YOURSELF TO OTHER PEOPLE.

DREAM IT, WISH IT, DO IT!!!

“SESUNGGUHNYA SETELAH KESULITAN
TERDAPAT KEMUDAHAN”
(QS. Al-Insyirah : 5)

“DAN BERBUAT BAIKLAH, KARENA
SESUNGGUHNYA ALLAH MENYUKAI ORANG -
ORANG YANG BERBUAT BAIK”
(QS. Al-Baqarah: 195)

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, berkat ridho-Nya dan atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan hasil maksimal.

Kupersembahkan karya ini kepada orang yang sangat kusayangi dan kucintai.
Teruntuk kedua Orangtua ku Ayah Setiawan dan Ibu Markiyah
Ibu dan Ayah Terimakasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, dan keikhlasannya yang telah diberikan baik secara langsung dan tidak langsung sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih juga penulis sampaikan kepada diri sendiri, kakak-adik, dan teman-teman serta pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi.
Semoga kedepannya, skripsi ini dapat bermanfaat.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penelitian dengan judul **Pengaruh Komunikasi Persuasif Penyuluhan Pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro Terhadap Sikap Masyarakat Dalam Mematuhi Protokol Kesehatan (Studi Pada Masyarakat di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat Kota Metro)** ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Namun, penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, serta berkat bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung dan selaku Dosen Pembimbing skripsi atas kesediaan, kesabaran, dan keikhlasan nya dalam memberikan bimbingan, kritik, saran, motivasi serta ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat kepada penulis.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.

5. Ibu Hestin Oktiani, S. Sos., M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah bersedia menjadi dosen penguji serta membantu memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun terhadap skripsi ini.
6. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih yang setulus-tulusnya atas segala ilmu bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
7. Kedua orang tua penulis: Ibunda (Markiyah) dan Ayahanda (Setiawan) terimakasih telah memberikan semangat moral dan bekerja keras untuk selalu memenuhi segala kebutuhan penulis dari bangku sekolah hingga perkuliahan serta yang tiada hentinya mendoakan penulis agar selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan studi. Tiada kata lain yang dapat penulis sampaikan untuk ayah dan ibu : maaf dan banyak terimakasih.
8. Kepada kakak dan adik penulis, Siti Masruroh dan Fani Marlina Sari terimakasih telah memberikan dukungan demi kelancaran menyelesaikan studi.
9. Kepada Grup “MENUJU WISUDA” (Zaki, Yogi, Klara, Kikay, Emje, Rara, Nurul) terimakasih telah menemani masa-masa kuliah di Ilmu Komunikasi jadi menyenangkan, terimakasih telah berjuang hingga akhir.
10. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2017, terimakasih telah menemani masa-masa perkuliahan dan menjadikan hari-hari perkuliahan yang menyenangkan.

    Teman-teman KKN desa SUKARAJA (Kevin, Suci, Retno, Virda, Puput, dan Halimah) Terimakasih telah menjadi teman selama 40 hari di sukaraja dan semoga pertemanan tetap berlanjut.
11. Teman – teman “Kopma Unila”, Kak Iqbal, Deni, Ipul, Pandu, Ariwijaya, Yongki,Adi, Desvita, Anjel, Reni, Tri, Ocit, Sari, Latifa, Pendi, dan Dea yang telah berjuang bersama – sama dalam mengemban amanat dan tanggung jawab untuk memberikan yang terbaik bagi Kopma Unila.
12. Semua informan yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk memenuhi data yang diperlukan oleh penulis dalam penelitian ini. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

13. Serta untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih banyak.
14. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for... for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times*

Bandarlampung, 26 April 2022
Penulis

Murniadi

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **vi**

I. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.5 Kerangka Pikir 10
1.6 Hipotesis 12

II. TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Penelitian Terdahulu 13
2.2 Gambaran Umum 18
2.3 Komunikasi 19
2.4 Komunikasi Persuasif 22
2.5 Penyuluhan 26
2.6 Sikap 28
2.7 Perubahan Sikap 31
2.8 Kesadaran 32
2.9 Protokol Kesehatan 32
2.10 Landasan Teori 34

III. METODE PENELITIAN
3.1 Tipe Penelitian 36
3.2 Metode Penelitian 36
3.3 Variabel Penelitian 37

3.4 Definisi Konseptual 37
3.5 Definisi Operasional 38
3.6 Populasi dan Sampel 46
3.7 Sumber Data 47
3.8 Teknik Pengumpulan Data 47
3.9 Teknik Pengolahan Data 49
3.10 Teknik Pengujian Instrumen 50
3.11 Teknik Analisis Data 52
3.12 Pengujian Hipotesis 55

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas 56
4.2 Uji Reabilitas 58
4.3 Karakteristik Responden 59
4.4 Hasil Penelitian 61
4.4.1 Deskripsi Variabel X Komunikasi Persuasif Penyuluhan Pencegahan Covid-19 61
4.4.2 Deskripsi Variabel Y Sikap Masyarakat 80
4.4.3 Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y 88
4.4.4 Rata – rata Persentase Skala *Likert* (Dimensi) 90
4.5 Analisis Data 91
4.5.1 Uji Korelasi 91
4.5.2 Uji Regresi Linier Sederhana 93
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi 94
4.6 Uji Hipotesis 95
4.7 Pembahasan Penelitian 97
4.7.1 Pembahasan Variabel X 98
4.7.2 Pembahasan Variabel Y 105
4.7.3 Hubungan Variabel X dan Variabel Y 108
4.7.4 Kaitan Penelitian Dengan Teori 110

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 114

5.2 Saran 115

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Data Penyuluhan Pencegahan Covid-19 di Kelurahan Mulyojati 6
2. Penelitian Terdahulu 16
3. Definisi Operasional 41
4. Skor Skala *Likert*..... 48
5. Hasil Uji Validitas Komunikasi Persuasif (Variabel X)..... 57
6. Hasil Uji Validitas Sikap Masyarakat (Variabel Y) 57
7. Uji Reliabilitas Variabel X..... 58
8. Uji Reliabilitas Variabel Y..... 58
9. Kriteria Reabilitas 59
10. Karakteristik Responden.....60
11. Dimensi Instrumen Komunikasi Persuasif.....62
12. Pertanyaan nomor 1 62
13. Pertanyaan nomor 2 63
14. Pertanyaan nomor 3 63
15. Pertanyaan nomor 4 64
16. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kredibilitas 64
17. Pertanyaan nomor 5.....66
18. Pertanyaan nomor 6.....66
19. Pertanyaan nomor 7.....67
20. Pertanyaan nomor 8.....67
21. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Daya Tarik.....68
22. Pertanyaan nomor 9 69
23. Pertanyaan nomor 10.....70
24. Pertanyaan nomor 11.....70
25. Pertanyaan nomor 12.....71
26. Pertanyaan nomor 13.....71
27. Pertanyaan nomor 14.....72

28. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kemampuan Berbahasa.....73
29. Pertanyaan nomor 15.....75
30. Pertanyaan nomor 16.....75
31. Pertanyaan nomor 17.....76
32. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Pesan 76
33. Pertanyaan nomor 18.....78
34. Pertanyaan nomor 19.....78
35. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Media/Saluran 79
36. Dimensi Instrumen Sikap Masyarakat 80
37. Pertanyaan nomor 20.....80
38. Pertanyaan nomor 21.....81
39. Pertanyaan nomor 22.....81
40. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kognitif 82
41. Pertanyaan nomor 23.....83
42. Pertanyaan nomor 24.....84
43. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Afektif 85
44. Pertanyaan nomor 25.....86
45. Pertanyaan nomor 26.....86
46. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Afektif 87
47. Kategori Persentase Nilai Setiap Pertanyaan 88
48. Kategori Item Pada Variabel X 89
49. Kategori Item Pada Variabel Y 90
50. Rata-rata persentase skala likert.....91
51. Hasil Uji Korelasi.....92
52. Derajat Hubungan.....92
53. Hasil Uji Regresi Linier 93
54. Koefisien Determinasi.....94
55. Hasil Uji T.....96

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Data Perkembangan Kasus Covid-19 Di Indonesia 1
2. Data Covid-19 Provinsi Lampung 4
3. Data Covid-19 Kota Metro..... 4
4. Kerangka Pikir 11

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada awal tahun 2020, dunia di gemparkan oleh penyakit Coronavirus Disease 2019 atau Covid-19 yang disebabkan oleh coronavirus jenis baru yaitu SARS- CoV-2. Covid-19 pertama kali muncul di Wuhan China pada akhir tahun 2019, kemudian berkembang serta menyebar luas dengan cepat dan tidak terkontrol ke seluruh dunia. Hingga akhirnya *World Health Organization* (WHO) menetapkan virus ini sebagai pandemi global karena tercatat sudah lebih 216 negara yang terkonfirmasi terinfeksi pandemi Covid-19 termasuk Indonesia dengan jumlah korban terinfeksi sampai dengan April 2021 sebanyak 141.300.538 orang dan jumlah korban meninggal sebanyak 3.023.538 orang.(https://covid19.who.int diakses pada tanggal 18 April 2021, pukul 13.02 WIB).

Gambar 1. Data jumlah perkembangan kasus Covid-19 di Indonesia April 2021.
(Sumber: Covid19.go.id diakses pada 18 April 2021 pukul 20.30 WIB)

Menurut data dari satuan tugas penangan Covid-19 nasional, menunjukan bahwa jumlah kasus Covid-19 sampai tanggal 18 April 2021 jumlah korban yang terinfeksi telah mencapai 1.604.348 orang dengan 43.424 orang meninggal dan 1.455.065 sembuh. Dibandingkan tahun 2020, angka ini meningkat sebanyak 861.150 ribu kasus (55.6%) dari jumlah korban terinfeksi atau positif Covid-19 tersebut. DKI Jakarta merupakan daerah dengan kasus positif Covid-19 tertinggi dan diikuti beberapa provinsi lainnya, seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan Timur, dan daerah lainnya di Indonesia. Provinsi Lampung sendiri menempati urutan ke-18 di Indonesia dengan jumlah korban terinfeksi Covid-19 sebanyak 15.337 orang dengan 836 orang meninggal dan 13.747 sembuh. (https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19 diakses pada tanggal 18 April 2021, pukul 20.30 WIB)

Hal tersebut membuktikan bahwa kasus terinfeksi Covid-19 di Indonesia masih belum terkendali. Angka kasus terinfeksi masih cenderung naik dan masih terjadi penularan. Maka pemerintah menentukan dan membuat kebijakan baru yaitu, protokol kesehatan (Prokes), yang disosialisasikan kepada masyarakat yang terkait dengan penanganan dan pencegahan penyebaran Covid-19. Sebelumnya, pemerintah Indonesia mengkampanyekan gerakan 3M yakni menjaga jarak, memakai masker, mencuci tangan. Namun 3M saja tidak cukup menurut Dicky Budiman, Epidemiolog Universitas Griffith Australia sebaiknya kini pencegahan ditingkatkan menjadi penerapan 5M. Maka dari itu, menerapkan protokol kesehatan masih menjadi cara paling ampuh untuk melindungi diri dari virus. (https://katadata.co.id/gerakan-5m-menyempurnakan-protokol-kesehatan-3m diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 pukul 08:15 WIB)

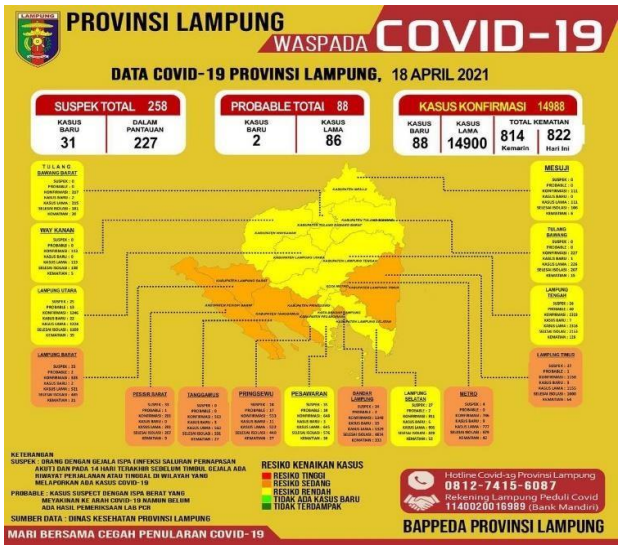
Kementerian Kesehatan Republik Indonesia sebagai bagian dari satuan tugas percepatan penanganan Covid-19 menerbitkan Keputusan Menteri No. HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam rangka Pencegahan Pengendalian Covid-19 pada 19 Juni 2020. Hal ini sangat penting, sehubung dengan protokol kesehatan yang telah lebih dulu disosialisasikan oleh WHO serta menandai dimulainya era baru (*New Normal*) dalam memerangi penyebaran Covid-19. (Arry, 2020:111)

Protokol kesehatan yang dimaksud meliputi, 1).Pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), 2). Gerakan 5M (memakai masker, mencuci tangan pakai sabun dengan air mengalir, menjaga jarak fisik dan sosial), 3). Pemberian status suatu wilayah atau zona dengan simbol warna (merah, oranye, kuning, hijau) 4). Pemahaman mengenai kondisi *New Normal* di tengah wabah pandemi Covid-19; serta 5). Penerapan karantina mandiri. Jadi, Gerakan 5M ini ada untuk mendukung serta menyempurnakan Gerakan 3M untuk membantu mencegah penularan dan penyebaran virus corona di masyarakat. (https://katadata.co.id/gerakan-5m-menyempurnakan-protokol-kesehatan-3m diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 pukul 09:00 WIB)

Harus kita akui bersama bahwa kondisi *new normal* menyebabkan perubahan sosial, termasuk pola perilaku dan proses interaksi sosial masyarakat. Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa *new normal* menekankan pada perubahan sikap untuk tetap menjalankan aktivitas secara normal, namun tetap merujuk pada protokol kesehatan yang kemudian harus dibiasakan.

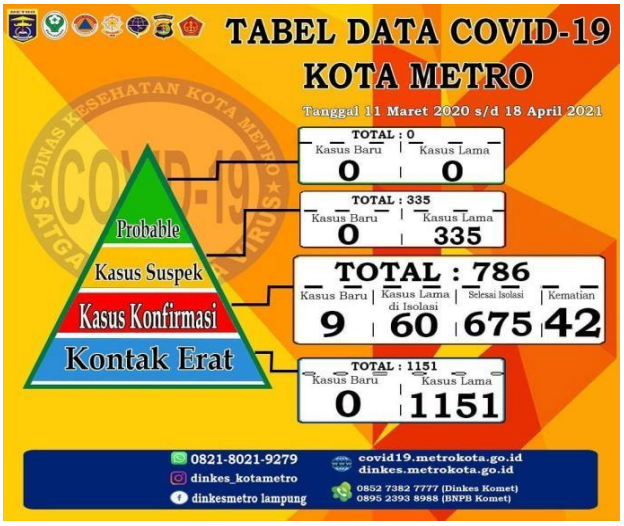
Menurut Ngalim Purwanto (2014: 141), sikap merupakan reaksi dari suatu perangsang atau situasi yang dihadapi individu. Salah satu aspek psikologis individu yang sangat penting karena sikap merupakan kecenderungan untuk berperilaku. Sehingga banyak mewarnai perilaku seseorang. Sikap setiap orang bervariasi, baik kualitas maupun jenisnya sehingga perilaku individu menjadi bervariasi. Perwujudan atau terjadinya sikap seseorang itu dapat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, kebiasaan, dan keyakinan. Karena itu untuk membentuk dan membangkitkan suatu sikap yang positif untuk menghilangkan sikap negatif yang dapat dilakukan dengan memberitahukan atau menginformasikan faedah serta kegunaan protokol kesehatan tersebut.

Dani dan Metha (2021: 28) dalam penelitiannya menunjukan terdapat pengaruh antara pengetahuan dan pemahaman terhadap kesadaran dalam menerapkan protokol kesehatan. Penelitian tersebut juga menunjukan kurangnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap ketentuan pencegahan dan penerapan protokol kesehatan Covid-19. Ketidakpatuhan penerapan protokol kesehatan sangat berpotensi memperluas penyebaran Covid-19 di masyarakat.



Gambar 2. Data Covid-19 Provinsi Lampung.
(Sumber: covid19.lampungprov.go.id diakses pada 18 April 2021 pukul 22.05 WIB)

Kota Metro merupakan salah satu kota di Provinsi Lampung. Berdasarkan data Covid-19 Provinsi Lampung tanggal 18 april 2021, Kota Metro berada pada zona orange dengan penambahan jumlah kasus baru sebanyak 9 kasus terkonfirmasi. Erla Andrianti selaku kepala Dinas Kesehatan Kota Metro mengungkapkan sejak 24 Januari 2021 hingga kini, Kota Metro termasuk wilayah risiko "Zona Orange" dengan risiko tinggi penyebaran dan potensi virus tidak terkendali. Ada hari libur panjang paskah pada tanggal 2 April 2021 (info.metrokota.go.id/tim-gugus-tugas-adakan-rapat-evaluasi-percepatan-penangan-covid-19-di-kota-metro diakses pada tanggal 19 April 2021, pukul 07.25 WIB)



Gambar 3. Tabel data Covid-19 Kota Metro.
(Sumber: https://www.instagram.com/dinaskesehatan/kotametro diakses pada 19 April 2021, pukul 01.05 WIB)

Berdasarkan data yang dimiliki Dinas Kesehatan Kota Metro, saat ini jumlah kasus terkonfirmasi di Kota Metro tanggal 18 April 2021 Sebanyak 786 orang dengan 42 orang meninggal, 60 kasus lama dan 675 selesai isolasi serta 9 kasus baru. Kasus konfirmasi terbanyak di Metro Pusat (32,8%) dari total kasus, diikuti Metro Timur (29,3%) dan Kecamatan Metro Barat (20,4%), serta kasus terendah di Metro Selatan (8,8%) (info.metrokota.go.id). Dari semua kasus terkonfirmasi Covid-19 menurut survei dari Dinas Kesehatan berdasarkan tanpa gejala sebanyak 84%, tanpa riwayat perjalanan 73%, dan tanpa riwayat kontak 60%. Gugus tugas di tingkat pusat mencatat Kota Metro merupakan salah satu wilayah di Lampung yang berisiko. (http://www.jejamo.com/kapolres-metro-diminta-lebih-aktif-gandeng-wartawan-sosialisasi-3m-1t.html diakses pada 5 Juni 2021, pukul 16.20 WIB)

Pemerintah Kota Metro melalui Dinas Kesehatan Kota Metro dalam hal ini sudah melakukan upaya khusus secara rutin untuk sosialisasi protokol kesehatan dengan berbagai cara baik melalui media cetak seperti banner/poster dan media sosial melalui akun instagram ataupun melalui mobil keliling. Kemudian cara lain yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Metro yaitu melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan memberikan penyuluhan pencegahan Covid-19 secara langsung ke tempat yang berpotensi menimbulkan keramaian seperti terminal, pasar, kafe ataupun disisipkan melalui kegiatan seperti posyandu dan posbindu. Dari kondisi yang berkembang saat ini, ibu Erla Andrianti selaku Kepala Dinas Kesehatan Kota Metro mengatakan penyebaran kasus Covid-19 terbagi dalam beberapa klaster diantaranya, klaster keluarga, kantor, pesta/hajatan, takziah, pasar, dan kafe. (info.metrokota.go.id/tim-gugus-tugas-adakan-rapat-evaluasi- percepatanpenangan -covid-19-di-kota-metro diakses pada 5 Juni 2021, pukul 18.00 WIB)

Salah satu daerah yang menjadi fokus penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro yakni di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat. Dikarenakan Kecamatan Metro Barat sendiri menempati urutan 3 teratas kasus terkonfirmasi Covid-19 di bawah Kecamatan Metro Pusat dan Metro Timut. Epi Sulistiyawati selaku kepala seksi pemerintahan Kelurahan Mulyotati menuturkan, Kelurahan Mulyojati merupakan gerbang keluar masuknya masyarakat dari dalam dan luar Kota Metro seperti Bandar Lampung dan Lampung Tengah. Selain itu pada

Kecamatan Metro Barat pusat keramaian sendiri terpusat pada Kelurahan Mulyojati. Dimana terdapat tempat – tempat seperti terminal induk, café/restoran, pasar tradisional, dan pasar swalayan serta pusat olahraga yang berpotensi menimbulkan keramaian dan dapat menjadi sumber penyebaran virus Covid-19. (Pra Riset, Wawancara Kepala Seksi Pemerintahan Kelurahan Mulyojati)

Pola kesadaran ini harus dibentuk dengan memberikan pengetahuan, wawasan, serta edukasi pencegahan Covid-19 kepada masyarakat dengan menerapkan protokol kesehatan. Salah satunya dengan penyuluhan yang telah dilakukan Dinas Kesehatan Kota Metro di Kelurahan Mulyojati.

Tabel 1. Data Penyuluhan Pencegahan Covid-19 di Kelurahan Mulyojati Bulan Maret 2021

No	Nama Tempat	Tanggal	Jumlah Peserta
1.	Posyandu Arimbi	8 Maret 2021	15
2.	Posyandu Dwi Shinta	15 Maret 2021	19
3.	Posyandu Dewi Kunti	19 Maret 2021	18
4.	Posyandu Larasati	22 Maret 2021	18
5.	Posbindu Sembodro	26 Maret 2021	20

Sumber: Pra Riset. Data Seksi Promosi dan Pemberdayaan Masyarakat Dinas Kesehatan Kota Metro 2021

Menurut data seksi promosi dan pemberdayaan masyarakat, menunjukan bahwa kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 tahun 2021 Dinas Kesehatan Kota Metro dimulai di Kelurahan Mulyojati pada bulan maret yang dilakukan sebanyak 5 (lima) kali pada tempat yang berbeda. Kegiatan penyuluhan Dinas Kesehatan Kota Metro dilaksanakan dengan disisipkan pada kegiatan posyandu dan posbindu di Kelurahan Mulyojati tetapi dengan sesi waktu yang berbeda yaitu setelah kegiatan yang sudah dijadwalkan seperti kegiatan pemberian vitamin A pada balita dan senam sehat bersama. Jumlah peserta kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 pada bulan maret 2021 ini sebanyak 90 orang peserta. Kegiatan penyuluhan ini

pada tahun 2021 akan diadakan secara rutin setiap 2 bulan sekali agar masyarakat semakin memahami dan sadar akan pentingya protokol kesehatan bagi diri, keluarga dan masyarakat lainnya. (Pra Riset. Data seksi promosi dan pemberdayaan masyarakat Dinas Kesehatan Kota Metro, 2021)

Kegiatan penyuluhan Dinas Kesehatan Kota Metro ini termasuk kedalam komunikasi persuasif dikarenakan pesan yang disampaikan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat agar tetap waspada dan mematuhi protokol kesehatan sehingga terciptanya masyarakat yang sehat dan aman dari virus Covid-19. (Pra Riset. seksi promosi dan pemberdayaan masyarakat Dinas Kesehatan Kota Metro, 2021).

Hamidi (2010: 87) menyebutkan kunci dari kegiatan persuasi yakni melengkapi informasi yang meyakinkan, yang mendukung perubahan yang dikehendaki. Berdasarkan pernyataan di atas, perlu sebuah upaya komunikasi yang bersifat persuasif untuk menyampaikan informasi dan kebijakan yang berkaitan dengan pencegahan Covid-19.

Samsudin (2004:11) menyebutkan penyuluhan sebagai suatu usaha pendidikan nonformal yang dimaksud untuk mengajak oarang sadar dan mau melaksanakan ide-ide baru. Penyuluhan sendiri sangat berkaitan erat dengan komunikasi, dalam kegiatan penyuluhan terjadi proses interaksi yang dituangkan dalam komunikasi yang baik. Sebab itu dalam penyuluhan komunikasi sangatlah penting sebagai penentu tersampaikannya suatu pesan melalui proses interaksi sosial.

Definisi diatas menjelaskan bahwa dalam suatu kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19, komunikasi persuasif merupakan teknik komunikasi yang penting untuk memberikan informasi yang meyakinkan dan mendukung terjadinya perubahan sikap dari komunikan. Kurangnya pengetahuan tentang pentingnya menerapkan protokol kesehatan menyebabkan masih banyak masyarakat Kota Metro khususnya di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat yang tidak menerapkan protokol kesehatan, seperti tidak menggunakan masker, tidak menjaga jarak, dan tidak menjaga kebersihan tangan. Novi dan Rahmiati (2021:121) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kepatuhan dapat ditingkatkan melalui peningkatkan pengetahuan, sikap, dan motivasi masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat.

Dengan melakukan penyuluhan pencegahan Covid-19 menunjukan keseriusan Dinas Kesehatan Kota Metro dalam memberikan pengetahuan dan keyakinan kepada masyarakat Kota Metro khususnya di Kelurahan Mulyojati, Kecamatan Metro Barat. Kemudian melihat besarnya potensi penularan Covid-19 di Kelurahan Mulyojati, Kecamatan Metro Barat ini. Maka diperlukan teknik komunikasi persuasif yang baik dalam kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19. Sehingga isi pesan yang akan disampaikan terkait dengan protokol kesehatan sesuai dengan kebijakan pemerintah dapat tersampaikan dengan baik dan tercipta kesamaan persepsi, pengertian dan kesadaran dalam mematuhi protokol kesehatan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan mengingat pentingnya protokol kesehatan guna pencegahan virus Covid-19 bagi masyarakat. Dimana belum ada pengobatan yang teruji dan masih terus diteliti oleh para ahli. Sehingga terdapat langkah pencegahan yang dilakukan pemerintah untuk menyadarkan masyarakat tentang bagaimana cara untuk melindungi dan mencegah penyebaran virus Covid-19 yang salah satunya dengan penyuluhan protokol kesehatan. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Persuasif Penyuluhan Pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro Terhadap Sikap Masyarakat Dalam Mematuhi Protokol Kesehatan. (Studi Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Metro terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan di Kelurahan Mulyojati, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk:

Mengetahui pengaruh komunikasi persuasif dalam kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan di Kelurahan Mulyojati, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi khususnya di bidang manajemen komunikasi dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan pokok permasalahan yang sama di masa yang akan datang. Serta bagi Instansi atau Lembaga Pemerintah hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi setiap Instansi Pemerintah yang ingin mempersuasi masyarakat baik yang terkait dengan Covid-19 ataupun kegiatan lainnya.
2. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

1.5 Kerangka Pikir

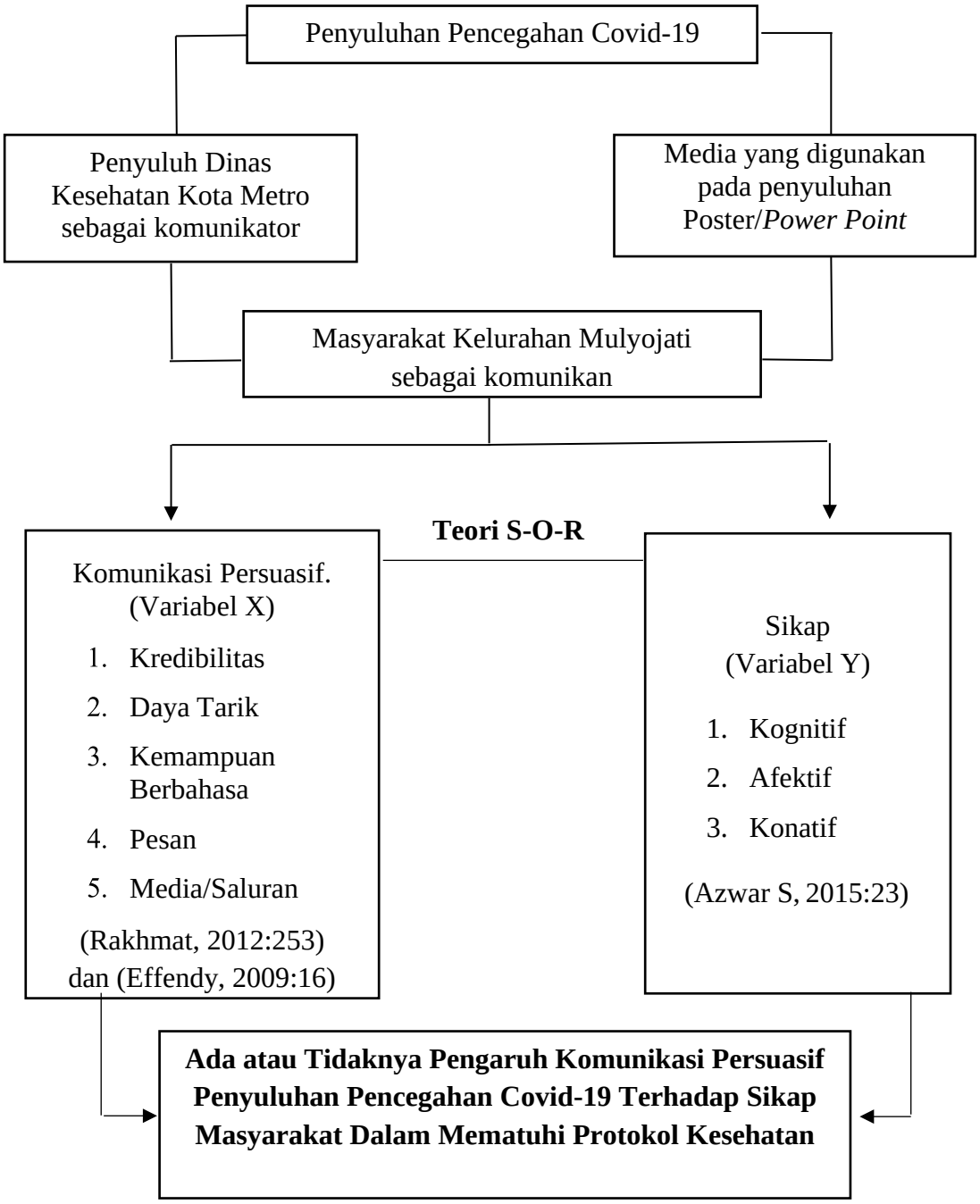
Komunikasi persuasif merupakan sebuah proses komunikasi didalam kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, pengetahuan dan keterampilan seseorang yang menjadi sasaran komunikasi. Penyuluh dari Dinas Kesehatan Kota Metro sebagai komunikator dalam penyuluhan Pencegahan Covid-19 adalah orang yang tugasnya menyampaikan pesan baik secara langsung maupun menggunakan media atau perantara dalam penyuluhan seperti media poster atau *power poin*t (PPT) dengan tujuan untuk mengubah sikap peserta atau masyarakat yang hendak disuluh.

Keterampilan berkomunikasi merupakan salah satu faktor yang melekat pada diri seorang penyuluh. Selain itu, komunikasi persuasif yang berisi pesan penyuluhan yang disampaikan kepada masyarakat yang datang pada kegiatan posyandu dengan menggunakan media atau perantara seperti poster dan *power point* juga di perlukan sebuah kualitas dari sumber komunikasi yaitu kredibilitas, daya tarik serta kemampuan berbahasa yang sangat menentukan keberhasilan perubahan sikap seseorang, kelompok atau masyarakat.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori Stimulus Organism Respon (S-O-R). Prinsip teori ini sebenarnya merupakan perinsip yang sederhana, yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Selanjutnya dalam mengukur sikap peserta penyuluhan pencegahan dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Sikap adalah respon perasaan seseorang (suka, tidak suka, setuju, tidak setuju, mendukung, tidak mendukung) terhadap suatu objek tertentu ataupun stimuli sosial di lingkungan sekitarnya. Komponen sikap meliputi: komponen kognitif berupa pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek.

Komponen afektif menunjuk pada perasaan yang menyangkut dimensi emosional dari sikap, yaitu emosi yang berhubungan dengan objek, dan komponen konatif yang berhubungan dengan kecendrungan untuk berprilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki seseorang atau kecendrungan bertindak seseorang terhadap objek (Ahmadi, 2007:151-152).

Berikut merupakan kerangka pikir untuk penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 4. Kerangka Pikir (diolah oleh peneliti, 2021)

1.6 Hipotesis

Sugiyono (2009:64) menyebutkan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Jawaban itu dinyatakan dalam bentuk hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Nurdin dan Hartati, 2019:133). Dari pengertian hipotesis diatas, hipotesis penelitian ini adalah:

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan di Kelurahan Mulyojati Metro Barat.

Ha: Terdapat pengaruh antara komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan di Kelurahan Mulyojati Metro Barat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Kajian mengenai komunikasi persuasif telah banyak dilakukan oleh peneliti – peneliti lain. Akan tetapi, dalam penelitian ini menggunakan pengamatan yang berbeda dimana obyek yang diamati oleh peneliti adalah komunikasi persuasif yang dilakukan dalam penyuluhan pencegahan Covid-19 dan subyek yang peneliti amati yaitu sikap masyarakat yang mengalami perubahan dalam mematuhi protokol kesehatan. Melihat kondisi yang tidak biasa pada saat ini karena sedang berada dalam keadaan pandemi Covid-19 serta banyaknya kasus penularan yang terjadi di masyarakat. Sehingga diperlukan kajian lebih lanjut mengenai komunikasi persuasif apabila diterapkan dalam latar keadaan dan permasalahan seperti pandemi Covid-19 yang tentu saja berbeda dengan latar keadaan serta permasalahan yang terjadi pada penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian ini, penelitian terdahulu digunakan sebagai titik acuan dalam menyelesaikan penelitian serta memberikan gambaran kepada peneliti mengenai alur penelitian yang sistematis baik dari segi metode maupun teori yang digunakan. Berikut, merupakan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini:

Penelitian Pertama yakni merupakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Komunkasi Persuasif dalam Penyuluhan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga terhadap Perubahan Sikap Para Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Bogor” oleh Maria Fitriah dan Ike Atikah Ratnamulyani mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda tahun 2015. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi persuasif dalam penyuluhan produksi pangan industri rumah tangga Dinas Kesehatan Kota Bogor

terhadap perubahan sikap para Usaha Kecil Menengah (UKM). Hasil penelitian dengan jumlah responden 30 orang ini menunjukan bahwa komunikasi persuasif dalam penyuluhan Dinas Kesehatan Kota Bogor berpengaruh terhadap perubahan sikap pada Usaha Kecil Menegah (UKM) dengan nilai korelasi sebesar 0,494 dan interpretasi koefisien korelasi sedang.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sama – sama meneliti mengenai komunikasi persuasif dalam mempengaruhi sikap. Pada penelitian milik Maria Fitriah dan Ike Atikah Ratnamulyani komunikasi persuasif dilakukan dalam penyuluhan produksi pangan industri rumah tangga, sedangkan komunikasi persuasif yang peneliti amati dalam penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro yang dimana penyuluhan tersebut sebagai upaya dari pemerintah guna menurunkan kasus penularan Covid-19 yang sedang terjadi saat ini di masyarakat. Sementara itu, untuk perbedaan penelitian ini adalah terletak pada sampel penelitian. Pada penelitian ini sampel penelitian adalah para Usaha Kecil Menengah (UKM) dikota bogor sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah masyarakat dikelurahan mulyojati kota metro. Kemudian dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teori aidda.

Penelitian kedua adalah penelitian yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Penyuluhan Anti Narkoba Badan Narkotika Nasional Kota Depok Terhadap Sikap Remaja (Studi Kasus Siswa-Siswi SMP Negeri 4 Depok” oleh Rizka Fatihanah mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2019. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi persuasif dalam kegiatan penyuluhan anti narkoba badan narkotika nasional kota depok terhadap sikap siswa-siswi SMP Negeri 4 Depok. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penyuluhan anti narkoba berpengaruh cukup positif terhadap sikap siswa/I di SMP Negeri 4 Depok dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,450 dan nilai signifikansinya sebesar 0,001.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu pengaruh komunikasi persuasif terhadap sikap dan juga menggunakan metode penelitian kuantitatif. Tetapi dengan pengamatan serta latar belakang permasalahan yang berebeda. Pada penelitian Rizka Fatihanah mengamati sikap yang terjadi pada siswa/I SMP. Sedangkan peneliti mengamati sikap yang terjadi di masyarakat yang sedang terdampak pandemi covid-19 saat ini. Sementara itu perbedaan pada penelitian ini adalah terletak pada metode yang digunakan.

Penelitian ketiga yang menjadi rujukan adalah penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif *Volunteer Earth Hour* Tanggerang dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tanggerang)" oleh Bustomi Aripin mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2016. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi komunikasi persuasif *volunteer earth hour* dalam mempengaruhi masyarakat tanggerang dalam hemat energi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan *Volunteer Earth Hour* Tanggerang belum maksimal sebagai upaya mempersuasi masyarakat dalam berhemat menggunakan energi.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama – sama menggunakan komunikasi persuasif, tetapi dengan konteks dan permasalahan penelitian yang berbeda. Pada penelitian milik Bustomi Aripin komunikasi persuasif digunakan sebagai strategi agar masyarakat sadar akan pentingnya hemat energi tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti komunikasi persuasif digunakan dalam penyuluhan pencegahan covid-19 yang sedang masyarakat alami secara langsung dan sangat membutuhkan peran aktif dari semua pihak. Perbedaan pada penelitian ini adalah teori yang digunakan yaitu teori strategi komunikasi persuasif Melvin L, Defleur dan Sandra J. Ball- Roceach sedangkan peneliti menggunakan teori aidda sebagai dasar dalam melakukan penelitian ini. Serta metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif berbeda dengan peneliti yang menggunakan metode kuantitatif.

Tabel 2. Kajian Penelitian Terdahulu

Peneliti	**Judul Penelitian**	**Kontribusi**	**Persamaan**	**Perbedaan**
Maria Fitriah dan Ike Atikah Ratna Mulyani mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda. Tahun 2015	Pengaruh Komunikasi Persuasif dalam Penyuluhan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga terhadap Perubahan Sikap Para Usaha Kecil Menengah(UKM) di Kota Bogor.	Penelitian ini memberikan kontribusi pada peneliti dalam memahami komunikasi persuasif.	Pada penelitian ini sama – sama meneliti tentang komunikasi persuasif dalam mempengaruhi sikap. Dengan menggunakan metode kuantitatif.	Dalam penelitian ini memiliki latar belakang permasalahan serta pengamatan yang berbeda dimana variabel yang dipengaruhi adalah perubahan sikap para UKM dalam meningkatkan standar mutu produk olahan pangan, sedangkan penelitian milik peneliti variabel yang dipengaruhi adalah sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan.
Rizka Fatihanah mahasiswi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2019	Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Penyuluhan Anti Narkoba Badan Narkotika Nasional Kota Depok Terhadap Sikap Remaja (Studi Kasus Siswa-Siswi SMP Negeri 4 Depok	Penelitian ini memberikan kontribusi pada peneliti dalam memahami konsep komunikasi persuasif dan sikap.	Pada penelitian ini variabel yang dipengaruhi yaitu sama - sama sikap. Juga dengan menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan pada penilitian ini meliputi subjek penelitian yaitu siswa/I sedangkan peneliti yaitu masyrakat dan serta permasalahan pada penelitian peneliti berada saat keadaan pandemi Covid- 19 saat ini

Bustomi Aripin mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Tahun 2016	Strategi Komunikasi Persuasif *Volunteer Earth Hour* Tanggerang dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tanggerang)	Penelitian ini memberikan kontibusi pada peneliti dalam memahami penelitian komunikasi persuasif.	Pada penelitian ini sama – sama menggunakan komunikasi persuasif, tetapi dengan konteks dan permasalahan penelitian yang berbeda. Pada penelitian milik Bustomi Aripin komunikasi persuasif digunakan sebagai strategi agar masyarakat sadar akan pentingnya hemat energi. Tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti komunikasi persuasif digunakan dalam penyuluhan pencegahan covid-19 yang sedang masyarakat alami secara langsung.	Perbedaan pada penelitian ini adalah teori yang digunakan yaitu teori strategi komunikasi persuasif Melvin L, Defleur dan Sandra J. Ball-Roceach sedangkan peneliti menggunakan teori aidda sebagai dasar dalam melakukan penelitian ini. Serta metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif berbeda dengan peneliti yang menggunakan metode kuantitatif.

2.2 Gambaran Umum

2.2.1 Komunikasi Penyuluhan Pencegahan Covid-19

Mengingat penyebaran wabah Covid-19 yang akhir-akhir ini menimbulkan keresahan seluruh lapisan masyarakat. Kemudian banyak berkembanganya isu-isu yang kurang bertanggung jawab dapat menjadi permasalahan penting dalam program pengendalian wabah Covid-19 di Kota Metro pada khususnya.

Upaya pencegahan yang dilakukan salah satunya adalah melalui komunikasi persuasif pada kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 yang dilakukan oleh tenaga kesehatan yang ada di Puskesmas Kelurahan Mulyojati dibawah arahan dari Dinas Kesehatan Kota Metro. Dimana penyuluhan tersebut dilaksanakan pada lokasi kegiatan posyandu melalui program pemberian vitamin A pada balita dan kegiatan posbindu melalui program senam sehat bersama. Durasi kegiatan penyuluhan yakni selama ± 30 - 40 menit dan dilakukan dengan menyampaikan pesan penyuluhan secara lisan untuk mengajak masyarakat patuh dan taat pada protokol kesehatan dengan menggunakan media yang ada seperti poster, *power point* ataupun video. Pada tahun 2021 kegiatan penyuluhan dimulai pada bulan maret dan selanjutnya diadakan setiap 2 bulan sekali.

2.2.2 Dinas Kesehatan Kota Metro

Dinas Kesehatan adalah unsur pelaksana teknis daerah dibawah dan bertanggung jawab langsung kepada Walikota Metro. Berdasarkan Keputusan Walikota Metro Nomor 03 tahun 2004, tentang Penjabaran Tugas Pokok dan Fungsi Perangkat Daerah Dinas Kesehatan Kota Metro adalah melaksanakan sebagian kewenangan daerah di bidang peningkatan kesehatan masyarakat, pelayanan kesehatan, pencegahan, pemberantasan penyakit dan penyehatan lingkungan serta kesehatan keluarga dan gizi. (http://dinkes.metrokota.go.id/tentang-kami.html diakses pada 30 Oktober 2021, pukul 17.10 WIB)

2.3 Komunikasi

Harold Lasswell mengatakan bahwa untuk menjelaskan komunikasi secara tepat yakni dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *who says what in which channel to whom with what effec*t (Effendy, 2009:9). Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi bisa diartikan sebagai proses ketika komunikator menyampaikan informasi kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu. Paradigma Laswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi terdiri dari 5 unsur (Effendy, 2009:16), yakni:

a. Komunikator *(source)*, dikenal juga sebagai *source* (sumber pesan), sender (pengirim pesan), atau encoder (penyampai pesan), adalah orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan.
b. Pesan *(message)*, kumpulan simbol verbal maupun non-verbal yang dapat mengungkapkan maksud komunikator.
c. Media atau saluran *(channel)*, merupakan sebuah media/perantara yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.
d. Komunikan *(receiver)*, berperan sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.
e. Efek *(effect)*, merupakan sebuah hasil dari proses komunikasi yang terjadi.

Komunikasi juga merupakan sarana yang esensial bagi interaksi manusia dalam kehidupan (Nurhaida dan Sugiarto, 2006:98). Komunikasi dikatakan berhasil jika komunikasi tersebut tidak sebatas dalam penyampaian pesan tetapi juga harus bersifat terbuka. Komunikasi yang demikian ini bisa menghapus prasangka buruk ataupun kecurigaan yang mungkin terjadi dan dapat membangun rasa saling pengertian antara fihak yang satu terhadap fihak lainnya sehingga pesan yang disampaikan dapat difahami, dipikirkan, dan akhirnya dapat dilaksanakan sesuai dengan isi pesan (Ruslan, 1998 dalam Nurhaida dan Sugiarto, 2006:99).

2.3.1 Jenis Komunikasi

a. Komunikasi Intrapersonal

   yaitu komunikasi yang dilakukan oleh satu orang saja atau pada diri sendiri. Merupakan komunikasi yang dilakukan seseorang kepada

dirinya sendiri seperti, saat kita sedang menghayal, melamun dan bertanya kepada diri sendiri.

b. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi yang dilakukan oleh lebih dari satu orang. Biasanya komunikasi jenis ini dilakukan dua orang secara tatap muka walaupun terkadang tidak dilakukan secara tatap muka, komunikasi seperti ini merupakan komunikasi yang lebih efektif karena pesan dan informasi dapat tersampaikan antara orang yang satu kepada yang lainnya.

c. Komunikasi dalam Kelompok Kecil

Adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan padasuatu kelompok kecil. Seperti halnya dalam sebuah organisasi yang beranggotakan sedikit. Komunikasi seperti ini dilakukan lebih dari dua orang dimana setiap individunya memiliki pandangan dari setiap pesan yang disampaikan.

d. Komunikasi Publik

Komunikasi yang dilakukan dalam ruang lingkup yang lebih besar, komunikasi yang terjadi pun terlihat lebih kompleks. Hal ini dikarenakan setiap individu mempunyai pandangan dan pemikiran yang berbeda dalam sebuah kelompok atau organisasi.

e. Komunikasi Massa

Merupakan komunikasi yang bersifat masif. Efek dari komunikasi ini dapat menjangkau banyak komunikan. Komunikasi jenis ini bisa sangat efektif dalam menyampaikan sebuah pesan, namun bisa pula tidak efektif karena antara komunikator dengan komunikan tidak saling mengenal sehingga bisa menimbulkan banyak makna dari banyak komunikan yang terlibat didalamnya.

2.3.2 Aspek – Aspek Keterampilan Komunikasi

Aspek-aspek Keterampilan Komunikasi Komunikasi digunakan untuk menciptaka atau meningkatkan aktivitas hubungan antara manusia. Oleh karena itu seorang komunikator harus mempunyai keterampilan dalam sebuah

a. Aspek Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal yaitu komunikasi yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, bahasa dan audio. Komunikasi verbal dapat berlangsung menggunakan lambang atau kode. Kode yang digunakan dalam komunikasi verbal adalah kode yang diucapkan atau ditulis yaitu kode yang berhubungan dengan kata-kata (Sugiyo, 2005: 117). Aktivitas komunikasi verbal tidak akan terlepas dari kata, oleh karena itu agar komunikasi berjalan lancar harus menggunakan kata-kata dengan bahasa yang baik.

Hidayat (2012: 13) menyebutkan beberapa indikator dalam komunikasi verbal antara lain:

1. *Vocabulary* (perbendaharaan kata), komunikasi tidak akan efektif bila pesan disampaikan dengan kata-kata yang tidak dimengerti. Oleh karena itu, olah kata menjadi penting dalam berkomunikasi.

2. *Racing* (kecepatan), komunikasi akan lebih efektif dan sukses apabila kecepatan bicara dapat diatur dengan baik, tidak terlalu cepat atau terlalu lambat.

3. Intonasi suara, akan memengaruhi arti pesan secara dramatik sehingga pesan akan menjadi lain artinya bila diucapkan dengan intonasi suara yang berbeda. Intonasi suara yang tidak proporsional merupakan hambatan dalam berkomunikasi.

4. Humor dapat meningkatkan kehidupan yang bahagia, memberikan catatan bahwa dengan tertawa dapat membantu menghilangkan stress dan nyeri. Tertawa mempunyai hubungan fisik dan psikis, harus diingat bahwa humor adalah satu-satunya selingan dalam berkomunikasi.

5. Singkat dan jelas, komunikasi akan efektif bila disampaikan secara singkat dan jelas, langsung pada pokok permasalahannya sehingga lebih mudah dimengerti.

6. *Timing* (waktu yang tepat) adalah hal kritis yang perlu diperhatikan karena berkomunikasi akan berarti bila seseorang bersedia berkomunikasi, artinya dapat menyediakan waktu untuk mendengar atau memperhatikan apa yang disampaikan.

b. Aspek Komunikasi Non Verbal

Komunikasi nonverbal menurut Argyle dalam Hidayat (2012: 14) adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal yaitu pesan-pesan yang diekspresikan dengan sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan- gerakan, tindakan-tindakan, perilaku atau suara-suara atau vokal yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa verbal. Jadi komunikasi nonverbal merupakan penyampaian pesan tanpa kata-kata dan komunikasi nonverbal juga memberikan arti pada komunikasi verbal.

2.4 Komunikasi Persuasif

A.W. Widjaja (1986: 66) mendefinisikan komunikasi persuasif tidak lain dari pada suatu usaha untuk meyakinkan agar komunikannya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya dan tanpa menggunakan kekerasan. Selanjutnya, dapat dipahami bahwa pada dasarnya komunikasi persuasif dibangun oleh tiga unsur yang fundamental, yakni orang yang berbicara, materi pembicaraan yang dihasilkannya, dan orang yang mendengarkannya. Aspek yang pertama disebut komunikator atau persuader, yang merupakan sumber komunikasi, aspek yang kedua adalah pesan, dan aspek yang ketiga disebut komunikan atau *persuade*, yang merupakan penerima komunikasi. Menurut Miller dalam Dheanda (2020: 40), komunikasi memiliki 3 efek persuasif yang berbeda yakni:

a. *Shaping*, membentuk pola pikir atau nilai-nilai.
b. *Reinforcing*, memperkuat posisi yang sudah dipilih.
c. Changing, mengubah sikap dan perilaku sosial.

Dari beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, tampak bahwa persuasi adalah proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan

pendapat serta perilaku seseorang, baik secara verbal maupun non verbal. Komponen-komponen dalam persuasi meliputi bentuk dari proses komunikasi yang dapat menimbulkan perubahan, dilakukan secara sadar ataupun tidak sadar, dilakukan secara verbal maupun non verbal.

Dalam proses komunikasi persuasif, komunikator tidak dapat menyuruh komunikannya untuk mendengar apa yang ia katakan, sebab komunikan juga memperhatikan siapa yang mengatakan.

> Aristoteles (195 :45) menulis :
> *Persuasi tercapai karena karakteristik personal pembicara, yang ketika ia menyampaikan pembicaraannya kita menganggapnya dapat dipercaya. Kita lebih penuh dan lebih cepat percaya pada orang-orang baik daripada orang lain : Ini berlaku umumnya pada masalah apa saja dan secara mutlak berlaku ketika tidak mungkin ada kepastian dan pendapat terbagi. Tidak benar, anggapan sementara penulis retorika bahwa kebaikan personal yang diungkapkan pembicara tidak berpengaruh apa-apa pada kekuatan persuasinya; sebaliknya, karakternya hampir bisa disebut sebagai alat persuasi yang paling efektif yang dimilikinya* (Rakhmat, 2012:252).

Aristoteles menyebut karakter komunikator ini sebagai *ethous*. *Ethous* terdiri atas pikiran baik, akhlak yang baik dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*). Pada tahun 1951, Carl Hovland dan Wlater Weiss menyebut *ethous* ini dengan sebutan *credibility* (kredibilitas) yang terdiri dari dua unsur : *Expertise* (keahlian) dan *Trustworthiness* (dapat dipercaya) (Rakhmat, 2012:253).

a. Kredibilitas

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate (komunikan) tentang sifat-sifat komunikator (Rakhmat, 2012: 254). Dalam defenisi ini terkandung dua hal, yaitu : kredibilitas adalah persepsi komunikan; jadi tidak inheren dalam diri komunikator dan kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang disebut dengan komponen-komponen kredibilitas. Kredibilitas berhubungan dengan persepsi sehingga dapat berubah bergantung pada pelaku persepsi dalam hal

Ini (komunikan), topik yang dibahas, dan situasi. Faktor pelaku persepsi dapat dikarenakan bahwa sebelumya sudah mengenal integritas kepribadian komunikator. Faktor topik berkaitan dengan cara penyampaian, bahasa digunakan, dan organisasi pesan.

1. Keahlian, adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dengan hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang tinggi pada keahliannya dianggap cerdas, mampu, ahli, berpengalaman, dan terlatih.

2. Kepercayaan, adalah kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya (Jujur atau tidak jujur, tulus atau lancung, dan sebagainya).

b. Daya Tarik

Daya tarik fisik menyebabkan komunikator menarik, dan karena menarik ia memiliki daya persuasif. Komunikator yang lebih menarik dipandang mata secara fisik akan lebih besar kemungkinannya untuk menjadi komunikator yanng efektif (Rakhmat, 2012:258). Namun, komunikan juga dapat tertarik kepada komunikator jika adanya beberapa kesamaan antara mereka. Beberapa alasan mengapa komunikator yang dipersepsi memilliki kesamaan dengan komunikan cenderung berkomunikasi lebih efektif, yaitu (Rakhmat, 2012:260).

1. Kesamaan dapat mempermudah proses mengubah komunikasi menjadi pemikiran (*decoding*), yakni proses menerjemahkan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan - gagasan.

2. Kesamaan dapat membangun premis yang sama. Premis yang sama mempermudah proses deduktif. Ini berarti bila kesamaan disposisional relevan dengan topik persuasi, orang akan terpengaruh oleh komunikator.

3. Kesamaan menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator. Ketika memiliki kesamaan disposisional dengan komunikator, komunikan menjadi cenderung lebih menyukainya. Karena tertarik pada komunikator, komunikan akan cenderung menerima gagasan - gagasannya.

4. Kesamaan menumbukan rasa hormat dan percaya pada komunikator.

2.4.1 Perencanaan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif menimbulkan dampak yang lebih tinggi kadarnya dibandingkan komunikasi informatif, yakni dampak kognitif, afektif dan dampak behavioral. Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuannya dan sasarannya, maka diperlukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi sebagaimana diutarakan dimuka. Komponen komunikasi adalah komunikator, pesan, media, dan komunikan.

Bagi seorang komunikator, sebuah pesan yang akan disampaikan sudah jelas isinya, yang perlu dipikirkan adalah bagaimana pengeleloaan pesan tersebut agar dimengerti oleh komunikan. Pesan harus dikemas dan ditata sedemikian rupa sesuai dengan karakteristik dari si komunikan.

Dalam hal ini, seorang komunikator harus bertanya terhadap diri sendiri. Siapa komunikan yang akan dijadikan sasaran? Apakah seorang atau sekelompok orang? Apakah homogen atau heterogen? Dan sebagainya.Jawaban atas pertanyaan diatas bersangkutan atas penentuan media yang harus dipilih dari sekian banyak jenis media, media nirmassa terdiri dari telepon, surat, papan pengumuman, poster, spanduk, pamflet, dan lain-lain atau media massa yang terdiri dari surat kabar, radio, televisi.

Apabila komunikan yang dijadikan sasaran sudah jelas dan media yang digunakan memadai juga telah ditetapkan, maka kini telah tiba giliran untuk menata pesan. Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif berikut ini adalah teknik - teknik yang dapat dipilih:

a. Teknik Asosiasi

   Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau khalayak. Teknik ini sering dilakukan oleh kalangan bisnis atau politik.

b. Teknik Integrasi

   Yang dimaksud dengan teknik integrasi disini adalah kemampuan yang

dimiliki komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Melalui kata-kata verbal atau non verbal komunikator menggambarkan bahwa ia menjadi satu dengan komunikan.

c. Teknik ganjaran

Teknik ganjaran adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.

d. Teknik tataan

Yang dimaksud dengan tataan disini adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca secara termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut. Teknik tataan dalam komunikasi persuasi ialah seni menata pesan dengan imbauan emosional sehingga komunikan menjadi tertarik.

2.5 Penyuluhan

Penyuluhan berasal dari kata suluh yang berarti “obor”, dalam artian mampu memberikan penerangan dalam keadaan gelap menjadi terang. Samsuddin menyebut penyuluhan sebagai usaha pendidikan non formal yang mengajak orang lain melaksankan ide- ide baru (Mulyana, 2007 :11). Penyuluhan juga merupakan kegitan mendidik sesuatu kepada masyarakat, memberi mereka pengetahuan, informasi-informasi, dan kemampuan-kemampuan baru, agar mereka dapat membentuk sikap dan berprilaku hidup menurut apa yang seharusnya.

Penyuluhan sebagai suatu usaha pendidikan non- formal yang dimaksudkan untuk mengajak orang sadar dan mau melaksanakan ide-ide baru. Dari rumusan tersebut dapat diambil tiga hal yang terpenting, yaitu: pendidikan, mengajak orang sadar, dan ide-ide baru (Abdul Jadid, 2017:33). Ketiga hal itu memang senantiasa melekat dalam setiap kegiatan penyuluhan, karena penyuluhan pada hakekatnya merupakan suatu langkah dalam usaha mengubah masyarakat menuju keadaan yang lebih baik seperti yang dicita-citakan.

Maka dari itu penyuluhan diartikan sebagai suatu proses perubahan sosial, ekonomi dan politik untuk memberdayakan dan memperkuat kemampuan masyarakat melalui proses belajar bersama yang partisipasif, agar terjadi perubahan prilaku pada diri dan semua stakekholder (induvidu, kelompok, dan kelembagaan) yang terlibat dalam proses pembangunan, demi terwujudnya kehidupan yang semakain berdaya, mandiri, dan partisipasif yang semakin sejatera secara berkelanjutan.

2.5.1 Metode Penyuluhan

Metode penyuluhan dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Metode individual

   Metode Individual merupakan sebuah penyuluhan yang disampaikan pada individu, misalnya melakukan kunjungan rumah.

2. Metode kelompok

   a . Kelompok besar

   Apabila jumlah peserta penyuluhan lebih dari 20 orang, maka metode yang digunakan adalah ceramah dan seminar. Ceramah dapat disampaikan untuk sasaran dengan tingkat pendidikan tinggi maupun rendah. Seminar merupakan penyampaian informasi oleh seorang ahli di bidang tertentu.

   b. Kelompok kecil

   Apabila jumlah peserta penyuluhan kurang dari 20 orang, maka disebut kelompok kecil. Metode yang dapat digunakan untuk kelompok kecil antara lain, diskusi kelompok, curah pendapat *(brain storming)*, bola salju *(snow balling)*, kelompok kecil-kecil *(bruzz group)*, *role play* (memainkan peran), permainan simulasi *(simulation game).*

3. Metode penyuluhan massa *(public)*

   Penyuluhan masa dapat dilakukan pada saat pesta rakyat atau acara kesenian tradisional, penyuluhan ini juga dapat dilakukan dengan salah satu cara pemasangan spanduk atau poster di tempat yang ramai atau biasa dikunjungi banyak orang.

2.6 Sikap

Menurut Notoatmodjo dalam (Tutyan, 2013:4), Sikap merupakan kecenderungan bertindak dari individu, berupa respon tertutup terhadap stimulus ataupun objek tertentu. Jadi, sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Dijelaskan bahwa sikap, pendapat, keyakinan, tindakan perbuatan manusia merupakan suatu hal penting dalam kehidupan psikologis manusia.

Sikap merupakan organisasi pendapat, keyakinan atau tidakan seseorang mengenai objek atau situasi yang relatif, disertai oleh adanya suatu perasaan tertentu, yang pada akhirnya memberikan dasar kepada orang tersebut untuk membuat respon atau perilaku dalam cara yang tertentu yang dipilihnya. Sikap yang ada pada diri manusia akan memberikan corak pada tingkah laku atau perbuatan manusia tersebut.

Penerimaan atau penolakan yang dilakukan oleh seseorang dalam menanggapi suatu masalah dapat juga ditentukan oleh faktor-faktor yang berasal dari luar dirinya. Dengan mengetahui sikap seseorang akan dapat memprediksi reaksi atau tindakan yang akan diambil oleh seseorang.

Menurut Gerungan (2000: 149) Manusia tidak dilahirkan dengan sikap-sikap tertentu, akan tetapi sikap tersebut dibentuk oleh seorang individu sepanjang perkembangan hidupnya. Sikap inilah yang berperan besar dalam kehidupan manusia karena sikap yang telah terbentuk dalam diri manusia turut menentukan cara-cara manusia itu memunculkan tingkah laku terhadap suatu obyek atau dengan kata lain sikap menyebabkan manusia bertindak secara khas terhadap objeknya.

2.6.1 Ciri – Ciri Sikap

Menurut Gerungan (2000: 162) adapun beberapa ciri-ciri sikap yang mempengarui sesorang dalam berbuat suatu tindakan yang menjadikan sutu reaksi induvidu tersebut diantaranya adalah:

Sikap selalu terdapat hubungan subjek-objek, tidak ada sikap yang tanpa objek, objek ini bisa berupa benda, orang, kelompok orang, nilai-nilai sosial, pandangan hidup, hukum, lembaga masyarakat dan sebagainya :

1. Sikap tidak dibawak sejak lahir, melainkan dipelajarin dan dibentuk melalui pengalaman-pengalaman.
2. Karna sikap dipelajari, maka sikapa dapat berubah-rubah sesai dengan keadaan lingkungan disekitar induvidu yang bersangkutan pada saat-saat yang berbeda.
3. Dalam sikap tersangkut juga faktor motivasi atau dorongan yang mempengaruinya.
4. Sikap juga dipenuhi dengan perasaan yang senang atau tidak senang dalam diri induvidu

2.6.2 Faktor Memperngaruhi Sikap

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap menurut Middlebrook (Gerungan, 2000: 167) dibagi menjdi dua fase yaitu faktor internal adalah faktor yang terdapat dalam diri pribadi manusia itu sendiri sedangkan eksternal adalah pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting, media massa, tingkat pendidikan, serta faktor-faktor emosi dalam individu:

1. Pengalaman pribadi Pengalaman pribadi dapat menjadikan dasar pembentukan sikap apabila pengalaman tersebut meninggalkan kesan yang kuat. Sikap akan lebih mudah terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut terjadi dalam situasi yang melibatkan faktor emosional.

2. Pengaruh kebudayaan Kebudayaan yang ada dimana seseorang itu tinggal dan dibesarkan memiliki arti yang mendalam pada pembentukan sikap orang tersebut. Disadari atau tidak kebudayaan telah menanamkan arah sikap seseorang terhadap berbagai masalah yang sedang dihadapinya.

3. Pengaruh orang yang dianggap penting Orang lain yang hidup dan berada disekitar kita merupakan membuat bagian dari komponen sosial yang sedikit banyak dapat mempengaruhi sikap individu dalam bersikap.

4. Media massa sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain mempunyai pengaruh dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Media massa

membawa perilaku pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengartikan opini individu. Adanya informasi baru mengenai suatu hal akan memberikan landasan kognitif bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

5. Tingkat pendidikan prestasi belajar yang didapatkan oleh seorang individu bisa digunakan untuk mengetahui taraf kemampuannya, dari individu tersebut masuk sekolah, hingga tingkat pendidikan terakhir yang dia capai. Dengan pendidikan memungkinkan seseorang mendapatkan pengalaman, pengetahuan, baik secara teoritis maupun praktis mengenai obyek sikap yang mengenai individu tersebut.

6. Pengaruh emosional suatu bentuk sikap yang merupakan bentuk pernyataan yang disadari emosi yang berfungsi sebagai bagian penyaluran atau bentuk mekanisme pertahanan ego.

Dapat disimpulkan bahwa sikap dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor external, yaitu faktor yang ada dalam diri induvidu itu sendiri, serta dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti: pengalaman, situasi, norma-norma, budaya, dan pendorong yang mempengaruhi bagaimana sikap mereka terjadi.

2.6.3 Komponen Sikap

Menurut Azwar S (2015: 23), sikap terdiri dari 3 komponen yang saling menunjang yaitu:

a. Komponen kognitif

   Merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap, komponen kognitif berisi kepercayaan stereotipe yang dimiliki individu mengenai sesuatu dapat disamakan penanganan (opini) terutama apabila menyangkut masalah isu atau yang kontroversial.

b. Komponen afektif

   Merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional. Aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan

merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin adalah mengubah sikap seseorang. Komponen afektif disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

c. Komponen konatif

Merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai sikap yang dimiliki oleh seseorang. Aspek ini berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu.

2.7 Perubahan Sikap

Perubahan sikap berlangsung dalam interaksi manusia dan berkenaan dengan obyek tertentu. Interaksi sosial yang terjadi didalam dan diluar kelompok dapat mengubah sikap bahkan dapat membentuk sikap baru. Faktor-faktor lain yang turut memegang peranannya ialah faktor-faktor internal didalam diri manusia, yaitu selektivitas sendiri, daya pilihannya sendiri, atau minat perhatiannya untuk menerima dan mengolah pengaruh-pengaruh yang datang dari luar dirinya.

Faktor–faktor internal sendiri masih ditentukan oleh faktor-faktor eksternal, yaitu motif-motif dan sikap lainnya yang sudah terdapat dalam diri pribadi itu.Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap adalah perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek baik yang terdapat di dalam maupun di luar dirinya.

Dalam banyak hal, terutama yang berkaitan dengan dengan kepercayaan atau ideologi, orang bisa berubah sikap karena melihat bahwa apa yang tadinya dipercaya tidak benar. Karena itu ia berubah sikap untuk mengganti dengan kepercayaan yang lain (Gerungan, 2000: 179).

Mengenai faktor eksternal dalam perubahan sikap, perubahan sikap dapat berlangsung dalam interaksi di mana terdapat hubungan timbal balik yang langsung antar manusia itu sendiri dan karena komunikasi, dimana terdapat pengaruh-pengaruh (hubungan) langsung dari satu pihak saja (Gerungan, 2000: 182).

2.8 Kesadaran

Menurut Hasibuan dalam (Febriyanti, 2014: 13), kesadaran adalah sikap seseorang yang secara sukarela menaati semua peraturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesadaran adalah keinsafan, keadaan mengerti, hal yang dirasakan atau dialami oleh seseoran. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan kesadaran adalah kondisi dimana seseorang mengerti akan hak dan kewajiban yang harus di jalankannya.

Terdapat empat indikator kesadaran yang masing – masing merupakan suatu tahapan demi tahapan berikutnya dan menuju pada tingkat kesadaran tertentu, antara lain : pengetahuan, pemahaman, sikap, dan tindakan.

1. Pengetahuan merupakan seseorang berkenan dengan perilaku tertentu yang diatur oleh hukum tertulis yakni tentang apa yang dilarang dan apa yang diperbolehkan.
2. Pemahaman adalah sejumlah informasi yang dimiliki oleh seseorang mengenai isi dari aturan (tertulis), yakni mengenai isi, tujuan, dan manfaat dari peraturan tersebut.
3. Sikap adalah suatu kecenderungan untuk menerima atau menolak karena adanya penghargaan atau keinsyafan bahwa hukum tersebut bermanfaat bagi kehidupan manusia dalam hal ini sudah ada elemen apresiasi terhadap aturan hukum.
4. Tindakan adalah tentang berlaku atau tidaknya suatu aturan dalam masyarakat, jika berlaku suatu aturan, sejauh mana berlakunya itu dan sejauh mana masyarakat mematuhinya.

2.9 Protokol Kesehatan

Protokol kesehatan adalah serangkaian aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui kementrian kesehatan dalam mengatur keamanan beraktivitas selama masa pandemi Covid-19. Dalam rangka terlaksananya rencana pembangunan jangka panjang nasional, sumber daya manusia merupakan subjek penting dalam pembangunan.

Saat ini bangsa Indonesia sedang menghadapi tantangan yang mengharuskan sumber daya manusia beradaptasi dengan situasi pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19). Aspek kesehatan, sosial, dan ekonomi harus berjalan beriringan dan saling mendukung agar tercapai tujuan yang diharapkan. Untuk itu berbagai kebijakan percepatan penanganan Covid-19 harus tetap mendukung keberlangsungan perekonomian dan aspek sosial masyarakat.

Tempat dan fasilitas umum merupakan area dimana masyarakat melakukan aktifitas kehidupan sosial dan berkegiatan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Risiko pergerakan orang dan berkumpulnya masyarakat pada tempat dan fasilitas umum, memiliki potensi penularan Covid-19 yang cukup besar.

Agar roda perekonomian tetap dapat berjalan, maka perlu dilakukan mitigasi dampak pandemi Covid-19 khususnya di tempat dan fasilitas umum. Masyarakat harus melakukan perubahan pola hidup dengan tatanan dan adaptasi kebiasaan yang baru *(new normal)* agar dapat hidup produktif dan terhindar dari penularan Covid-19. Kedisiplinan dalam menerapkan prinsip pola hidup yang lebih bersih dan sehat merupakan kunci dalam menekan penularan Covid-19 pada masyarakat, sehingga diharapkan wabah Covid-19 dapat segera berakhir.

Masyarakat memiliki peran penting dalam memutus mata rantai penularan Covid-19 agar tidak menimbulkan sumber penularan baru/*cluster* pada tempat - tempat dimana terjadinya pergerakan orang, interaksi antar manusia dan berkumpulnya banyak orang.

Masyarakat harus dapat beraktivitas kembali dalam situasi pandemi Covid-19 dengan beradaptasi pada kebiasaan baru yang lebih sehat, lebih bersih, dan lebih taat, yang dilaksanakan oleh seluruh komponen yang ada di masyarakat serta memberdayakan semua sumber daya yang ada. Peran masyarakat untuk dapat memutus mata rantai penularan Covid-19 risiko tertular dan menularkan harus dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan.

2.10 Landasan Teori

a. Teori *Stimulus Organism Respon* (S-O-R)

Teori *Stimulus Organism Respon* beranggapan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Teori S-O-R yaitu singkatan dari stimulus-organism-respons. teori ini berasal dari psikologi. Objek material dari psikolog dan ilmu komunikasi sama-sama manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, prilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting yang menunjang proses belajar tersebut yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan (Effendy, 2009:225).

Teori *Stimulus Organisme Response* (S-O-R) menjelaskan pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus (Effendy, 2009:255)

Teori ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Teori S-O-R mendasarkan pada asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan sikap tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan *organisme*. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*source*) yaitu kredibilitas, daya tarik, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan sikap seseorang, kelompok atau masyarakat.

Adapun keterkaitan teori S-O-R dalam penelitian ini adalah :

1) *Stimulus* yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan dalam kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro

2) *Organisme* yang dimaksud adalah peserta penyuluhan yang hadir, dalam hal ini adalah masyarakat kelurahan mulyojati.

3) *Respon* yang dimaksud adalah opini dan efek dari sikap peserta yang telah menghadiri kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19.

b. Teori Kredibilitas Sumber

Teori kredibilitas sumber dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelly. Teori kredibilitas sumber ini memiliki asumsi dasar bahwasanya seseorang akan lebih mudah dipersuasi apabila memiliki sumber yang kredibel (Rakhmat, 2018: 322). Teori ini memberikan penjelasan bahwa semakin kredibel sumbernya maka semakin mudah mempengaruhi cara pandang audiens. Dengan kata lain kredibilitas komunikator berperan penting dalam memersuasi audiens untuk menentukan pandangannya. Peranan kredibilitas sumber dapat digambarkan dengan seseorang yang ahli dan yang bukan ahli memberikan dampak yang berbeda ketika memberikan informasi.

Komunikator akan dinilai berhasil dalam suatu proses komunikasi ketika komunikator memperoleh kepercayaan dari komunikan dengan menunjukkan *source credibility* nya. Semakin tinggi kredibilitas yang dimiliki oleh sumber (komunikator) akan memberikan dampak yang lebih besar daripada yang sumber yang memiliki kredibilitas yang rendah. Jalaludin Rakhmat (2018:324) mengatakan bahwa keahlian dan kepercayaan yang dimiliki sumber atau komunikator merupakan komponen utama dari kredibilitas dalam *source credibility theory*, sedangkan daya tarik merupakan komponen pendukungnya. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator berkaitan dengan topik yang dibicarakan (Rakhmat, 2018:324).

Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai sosok yang profesional, mampu, cerdas, berpengalaman, berpengetahuan luas, atau terlatih sehingga komunikan cenderung mudah untuk percaya dan meyakini apa yang disampaikan. Kemudian Daya tarik juga merupakan komponen pendukung dalam pembentukan kredibilitas komunikator. Faktor situasional yang mempengaruhi daya tarik interpersonal adalah daya tarik fisik, kesamaan, kesukaan dan keakraban atau kedekatan. Orang menjadi lebih mudah berempati dan merasakan perasaan orang lain yang mereka anggap sama. Penelitian Scotland dan Patchan menunjukkan bahwa kesamaan antara komunikator dan komunikan memudahkan terjadinya perubahan pendapat (Rakhmat, 2018:327).

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menjelaskan realitas atau gejala dan fenomena serta hubungan fenomena yang bersifat sebab akibat pada populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan melakukan analisis data secara statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009:8).

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai metode pengumpulan data. Survei adalah penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil dengan menggunakan kuesioner, test, wawancara terstruktur sebagai alat pengumpulan data pokok. Melalui survei dapat menghimpun data dari populasi yang cukup besar dari sampel yang relatif kecil sehingga dapat menggeneralisasi populasi yang besar dan dapat diketahui kejadian-kejadian relatif, distribusi serta hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2009:12).

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksplanatif. Penelitian eksplanatif adalah penelitian yang menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lain. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat. Tujuan dari penelitian eksplanatif adalah:

a. Menghubungkan pola-pola yang berbeda namun memiliki keterkaitan.
b. Menghasilkan pola sebab akibat.

Penelitian yang bersifat eksplanatif memiliki kredibilitas untuk mengukur, menguji hubungan sebab-akibat dari dua atau lebih variabel dengan menggunakan analisis

statistik inferensial. Artinya penelitian ini mengukur seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif terhadap sikap masyarakat.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel pada umumnya adalah objek yang akan dijadikan objek penelitian baik yang berbentuk abstrak maupun riil. Adapun dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian (Nurdin dan Hartati, 2019:114), yakni:

a. Variabel Bebas *(independent variable)*

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor* dan *antecedent*. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, menjelaskan dan menerangkan variabel yang lain atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas biasanya ditandai dengan simbol X. Variabel bebas pada penelitian ini adalah komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19.

b. Variabel Terikat *(dependent variable)*

Variabel terikat atau yang sering disebut variabel *output, kriteria* dan konsekuen adalah variabel yang dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain tetapi tidak dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat biasanya ditandai dengan simbol Y. Variabel terikat pada penelitian ini adalah sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan.

3.4 Definisi Konseptual

Definisi konsep merupakan pemaknaan secara jelas dari konsep yang digunakan dalam penelitian, sehingga akan memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Berdasarkan definisi tersebut maka definisi konsep dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah suatu usaha untuk meyakinkan agar komunikan berbuat seperti apa yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya dan tanpa menggunakan kekerasan. Dalam

sebuah komunikasi persuasif, pesan dan media memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan untuk mempersuasi komunikan. Selain itu, terdapat karakteristik yang harus dimiliki oleh komunikator yaitu kredibilitas dan daya tarik. Kemudian seorang komunikator juga harus memiliki kemampuan berbahasa/berbicara yang baik sehingga terampil dalam mengemas pesan menggunakan bahasa yang efisien serta mudah dimengerti oleh komunikan. Adapun indikator komunikasi persuasif yaitu pesan, media/saluran, kredibilitas, daya tarik, dan kemampuan berbahasa.

b. Sikap

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Dalam hal ini, sikap yang ditunjukan oleh komunikan mempunyai struktur yang terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang yakni kognitif, afektif, dan konatif.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi dari suatu variabel yang dilakukan dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan sifat operasional variabel, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan dapat diukur *(measurable).* Definisi operasional ditentukan berdasarkan parameter yang dijadikan ukuran dalam penelitian (Nurdin dan Hartati, 2019:122).

Variabel Komunikasi persuasif (X) diukur dengan dimensi variabel:

1. Kredibilitas

   Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan yang dimiliki penyuluh dari Dinas Kesehatan Kota Metro sehingga diterima atau diikuti oleh masyarakat. Kredibilitas ialah kualitas, kapabilitas, atau kekuatan.

   untuk menimbulkan kepercayaan. Kredibilitas seorang komunikator berasal dari yaitu:

   a. Keahlian *(Expertise)*, kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Keahlian mengacu pada pengetahuan yang dirasakan, pengalaman, atau keterampilan yang dimiliki oleh suatu sumber yang berkaitan dengan topik komunikasi.

b. Kepercayaan *(trustworthiness)*, merupakan kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Kepercayaan mengacu pada kejujuran dan integritas, serta dapat dipercayainya suatu sumber.

2. Daya Tarik

   Daya Tarik adalah sesuatu hal yang memberi nilai lebih dan ketertarikan pada komunikator. Hal ini merupakan komponen pendukung dalam pembentukan kredibilitas komunikator. Faktor yang mempengaruhi atraksi interpersonal adalah daya tarik fisik dan kesamaan.

   a. Fisik, adalah tampilan secara visual yang ditampilkan oleh seorang yang mana akan diterima dengan baik apabila memiliki fisik yang baik dihadapah khalayak.
   b. Kesamaan adalah ketertarikan kepada komunikator karna adanya kesamaan/keserupaan demografis seperti agama, suku, daerah asal dan sebagainya.

3. Kemampuan Berbicara

   a. *Vocabulary* : komunikasi efektif bila pesan disampaikan dengan kata-kata yang tidak dimengerti. Oleh karena itu, sebaiknya menggunakan kata – kata yang mudah di mengerti serta olah kata menjadi penting dalam berkomunikasi.
   b. *Racing* : komunikasi akan lebih efektif dan sukses apabila kecepatan bicara dapat diatur dengan baik, tidak terlalu cepat atau terlalu lambat.
   c. Intonasi suara : memengaruhi arti pesan secara dramatik sehingga pesan akan menjadi lain artinya bila diucapkan dengan intonasi suara yang berbeda.
   d. Humor : dapat meningkatkan kehidupan yang bahagia, memberikan catatan bahwa dengan tertawa dapat membantu menghilangkan stress dan nyeri. Tertawa mempunyai hubungan fisik dan psikis, harus diingat bahwa humor adalah satu-satunya selingan dalam berkomunikasi.

e. Singkat Jelas : komunikasi akan efektif bila disampaikan secara singkat dan jelas, langsung pada pokok permasalahannya sehingga lebih mudah dimengerti.
f. Timing : hal kritis yang perlu diperhatikan karena berkomunikasi akan berarti bila seseorang bersedia berkomunikasi, artinya dapat menyediakan waktu untuk mendengar atau memperhatikan apa yang disampaikan.

4. Pesan Penyuluhan

   Merupakan kumpulan simbol verbal maupun non-verbal yang dapat mengungkapkan maksud komunikator. Dalam hal ini, berkaitan dengan paparan informasi yang diberikan oleh penyuluh kepada masyarakat. Isi pesan yang disampaikan berupa informasi tentang pencegahan Covid-19.

5. Media/ Saluran

   Merupakan sebuah media/perantara yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

Variabel Sikap (Y) diukur dengan dimensi variabel:

1. Kognitif, merupakan kepercayaan seseorang yang terbentuk melalui pengetahuan, pemahaman dan informasi dari orang lain. Dari pengetahuan yang sedikit hingga mengetahui secara menyuluruh mengenai suatu obyek.

2. Afektif, merupakan suatu keadaan yang bersifat emosional dalam hubungannya dengan objek/situasi tertentu. Komponen ini melibatkan peranan perasaan serta kesan yang diwarnai dengan adanya rasa senang atau tidak senang. Simpati atau antipati,cemas, takut dan sebagainya terhadap suatu objek yang dihadapi.

3. Konatif, merupakan bagaimana kecenderungan bertindak dari masyarakat setelah kegiatan penyuluhan pencegahan covid-19 berlangsung apakah mengubah tindakan ke arah positif ataupun sebaliknya.

Tabel 3. Definisi Operasional

Variabel	**Indikator**	**Sub Indikator**	**Skala**
Komunikasi persuasif (Variabel X)	Kredibilitas	*a.* Keahlian *(Expertise)* 1. Penguasaan materi yang akan disampaikan. 2. Pengetahuan terkait kasus covid-19 dan pencegahannya. 3. Pemahaman terkait pesan yang disampaikan. 4. Pengalaman dalam melakukan penyuluhan kepada masyarakat. b. Kepercayaan *(trustworthiness)* 1. Berkaitan dengan pesan yang disampaikan sebuah kejujuran atau tidak. 2. Kepercayaan terhadap penyuluh yang berasal dari Dinas Kesehatan Kota Metro.	*Likert*
	Daya Tarik	a. Fisik 1. Ketertarikan terhadap gaya berpakaian penyuluh sopan dan rapih. 2. Ketertarikan terhadap gaya berbicara, ekspresi, gestur tubuh penyuluh sebagai komunikator dalam penyuluhan pencegahan Covid-19.	

		b. Kesamaan 1. Ketertarikan karena adanya kesamaan latar belakang. 2. Ketertarikan karena adanya kesamaan pola pikir, kedekatan ataupun nilai – nilai dengan penyuluh dari Dinas Kesehatan Kota Metro.	
	Kemampuan Berbicara	*a. Vocabulary* 1. Pesan yang disampaikan pada saat penyuluhan pencegahan Covid-19 menggunakan kata -kata yang mudah dimengerti atau tidak. *b. Racing* 2. Apakah kata – kata yang diucapkan saat penyuluhan pencegahan Covid-19 cukup jelas dengan komunikasi yang tidak terlalu cepat atau lambat. c. Intonasi Suara 3. Saat penyuluhan berlangsung dalam penyampaian pesan terdapat penekanan atau nada bicara pada kata tertentu sehingga menimbulkan makna yang berbeda. d. Humor 4. Apakah terdapat humor yang diselipkan saat penyuluhan pencegahan Covid-19.	

		e. Singkat dan jelas 5. Apakah penyuluh dari Dinas Kesehatan Kota Metro menyampaikan pesan penyuluhan pencegahan Covid-19 dengan singkat dan jelas. f. *Timing* 6. Komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro dilakukan pada waktu yang tepat.	
	Pesan Penyuluhan	a. Memberikan informasi terkait pencegahan Covid-19. 1. Memberikan Informasi yang akurat mengenai Covid-19 dan pecegahannya. 2. Pesan penyuluhan yang disampaikan mengikuti perkembangan kasus Covid-19 yang telah berkembang sekarang ini.	
	Media/Saluran	a. Menggunakan media pendukung berupa Poster atau Power Point (PPT) saat penyuluhan. 1. Dalam menyampaikan pesan, penyuluh menggunakan media berupa poster atau *Power Point* (PPT) 2. Dengan menggunakan media poster atau *power point* pesan yang disampaikan menjadi menarik .	

Sikap (Variabel Y)	Kognitif (pengetahuan)	a. Mengetahui adanya peraturan mengenai protokol kesehatan. 1. Peraturan tentang protokol kesehatan dibuat untuk meningkatkan upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 bagi masyarakat ditempat dan fasilitas umum. 2. Mengetahui bahwa mematuhi protokol kesehatan sesuai ketentuan merupakan kewajiban bagi setiap masyarakat tanpa terkecuali. 3. Mengetahui isi dari peraturan tentang protokol kesehatan. b. Memahami fungsi protokol kesehatan untuk menekan angka penularan Covid-19. 1. Pelanggaran protokol kesehatan dapat merugikan diri sendiri dan juga orang lain karena dapat menimbulkan resiko tertular dan menularkan virus Covid-19. 2. Fungsi Protokol kesehatan adalah untuk meningkatkan upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 bagi masyarakat.	*Likert*

	Afektif (perasaan)	a. Penyuluhan Pencegahan Covid -19 penting bagi masyarakat dalam menerapkan protokol kesehatan. 1. Merasa perlu diadakan penyuluhan pencegahan Covid-19 secara rutin bagi masyarakat. 2. Tertarik dengan penyuluhan pencegahan Covid-19 yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Metro karena membangun kesadaran masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan. 3. Adanya perasaan simpati terhadap korban – korban Covid-19 yang terus bertambah.	*Likert*
	Konatif (kecenderungan)	a. Kecenderungan untuk mematuhi protokol kesehatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. 1. Setelah kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 oleh Dinas Kesehatan Kota Metro, masyarakat memiliki kecenderungan untuk mematuhi protokol kesehatan.	*Likert*

Tabel 3. Definisi Operasional (diolah oleh peneliti.2021)

3.6 Populasi dan Sampel

4.7.1 Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Sabar (2007) dalam (Nurdin dan Hartati, 2019:91) mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2009:80) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang berkualitas dan memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan. Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Mulyojati yang telah mendapat penyuluhan pencegahan Covid-19 dari Dinas Kesehatan Kota Metro yang dilaksanakan pada bulan maret 2021 dengan jumlah sebanyak 90 orang.

4.7.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari subjek dalam populasi yang diteliti, yang sudah tentu mampu secara representatif dapat mewakili populasinya (Nurdin dan Hartati, 2019:95). Sedangkan Sugiyono (2009:81) menyebutkan sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang dijadikan sumber data dan dapat mewakili populasi.

Berdasarkan hasil pra riset bahwa masyarakat yang mendapat peyuluhan pencegahan Covid-19 pada bulan maret 2021 mencapai 90 orang. Peneliti menetapkan mengambil jumlah sampel 90 orang karena jumlah populasi tidak mencapai lebih dari 100 orang. Arikunto dalam (Jefri Hendri, 2015:1731), apabila jumlah anggota populasi kurang dari 100, lebih baik seluruhnya diambil sebagai sampel sehingga penelitian merupakan penelitian populasi atau sensus. Dengan demikian, maka peneliti mengambil sampel dari seluruh masyarakat Kelurahan Mulyojati yang mendapat penyuluhan pencegahan Covid-19 yang dilaksanakan Dinas Kesehatan

Kota Metro di posyandu dan posbindu pada bulan maret 2021, yaitu sebanyak 90 orang.

3.7 Sumber Data

Data penelitian adalah segala angka dan fakta dan yang dapat diolah, dibuat, dikirimkan dan dianalisis serta dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi (Nurdin dan Hartati, 2019:171). Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data terbagi menjadi dua (Nurdin dan Hartati, 2019:172), yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil penyebaran kuesioner secara langsung kepada masyarakat di Kelurahan Mulyojati yang mendapat penyuluhan pencegahan Covid-19.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber yang sudah ada. Data sekunder ini dapat berupa buku-buku atau hasil penelitian yang berkaitan dengan judul peneliti.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh data – data yang diinginkan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

   Kuesioner adalah rangkaian pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, yang disebarkan secara langsung dibawah pengawasan peneliti maupun melalui perantara (Nurdin dan Hartati, 2019:187). Kuesioner dapat dibedakan atas beberapa jenis, dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup, yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya dan responden hanya tinggal memilih (Nurdin dan Hartati, 2019:189).

Setiap item pertanyaan akan menggambarkan bagaimana individu dalam menanggapi suatu pertanyaan dengan lima alternatif jawaban, dan tidak ada jawaban yang dianggap salah. Setiap pilihan jawaban memiliki nilai yang berbeda, dan jawaban responden dijumlahkan berdasarkan nilainya untuk menghasilkan skor tunggal pada topik tertentu (Morrisan, 2012:88).

Pada penelitian ini peneliti memberikan sejumlah pertanyaan melalui kuesioner kepada responden yang dijawab dengan menggunakan model skala *likert* sebagai skala pengukuran. skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena atau peristiwa sosial. Peneliti membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang tinggal di kelurahan mulyojati dan sudah pernah mendapatkan penyuluhan pencegahan Covid-19 oleh Dinas Kesehatan Kota Metro melalui kegiatan posyandu pada bulan maret 2021.

Tabel 4. Skor skala *likert*

Pilihan Jawaban	**Skor**
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu/Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Morrisan, 2012: 88)

2. Dokumentasi

Menurut Nurdin dan Hartati (2019:201) dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan data penelitian, antara lain melalui laporan kegiatan, buku-buku yang terkait, film dokumenter, regulasi, foto, maupun data yang berkaitan dengan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mencari dan mengumpulkan bukujurnal, penelitian terdahulu, artikel yang terkait dengan

judul peneliti serta foto dan data terkait kegiatan penyuluhan pencegahan Covid-19 oleh Dinas Kesehatan Kota Metro.

3.9 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah cara-cara atau rumus-rumus tertentu yang digunakan untuk memperoleh data atau angka ringkasan penelitian. Tahapan pengolahan data meliputi (Nurdin dan Hartati, 2019:205):

a. Penyuntingan, dilakukan untuk mendeteksi kesalahan yang ada dan untuk menjaga akurasi dan konsistensi data,
b. Memberikan kode atau klasifikasi data, Memberikan skor jawaban responden sesuai dengan skor skala likert yang akan dikelompokkan ke kategori tertentu,
c. Melakukan pengujian kualitas data, dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen pertanyaan,
d. Mendeskripsikan data, proses penyajian data dalam bentuk tabel frekuensi juga persentase untuk item pertanyaan dan dalam bentuk diagram untuk karakteristik responden. Kemudian membuat tabulasi sederhana berbentuk persentase pada setiap dimensi variabel.
e. Membuat tabel persentase kumulatif jawaban skala likert pada setiap item (pertanyaan) dengan menggunakan rumus (Sudjana, 2005:50) sebagai berikut:

$$\%\text{X } in = \frac{\sum s}{Smaks} \text{ X } 100\%$$

Keterangan:

%X i*n* = Persentase jawaban skala *likert*

$\sum s$ = Jumlah skor jawaban

S*maks* = skor maksimum yang diharapkan

(Sumber : Sudjana, 2005:50)

f. Membuat tabel rata-rata persentase skala likert pada setiap dimensi variabel, dengan menggunakan rumus berikut (Sudjana,2005:51):

$$\% \text{ Xi} = \frac{\sum \% \text{ Xi}n}{n} \text{ X } 100\%$$

Keterangan:

%Xi = Rata-rata persentase skala *likert* (dimensi)

$\sum$ % Xin = Jumlah persentase skala *likert* (dimensi)

n = jumlah item pertanyaan

g. Menafsirkan persentase kriteria setiap item pertanyaan sesuai dengan kategori sebagai berikut:
   1. Jika persentase sebesar 0% - 20%, maka sangat rendah
   2. Jika persentase sebesar 20,1% - 40%, maka rendah
   3. Jika persentase sebesar 40,1% - 60%, maka sedang
   4. Jika persentase sebesar 60,1% - 80%, maka tinggi
   5. Jika persentase sebesar 80,1% - 100%, maka sangat tinggi

h. Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana.

3.10 Teknik Pengujian Instrumen

Untuk mendapatkan data yang tepat dan berkualitas, maka instrumen penelitian harus memenuhi persyaratan, yakni valid dan reliabel, instrumen harus melalui tahap uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

3.10.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2009:121). Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar mengukur aspek segi yang akan diukur.

Sugiyono (2009:126) untuk menguji validitas instrumen menggunakan analisis faktor, dengan cara mengorelasikan antara skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengorelasikan skor faktor dengan skor total. Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut:

a. Jika r hitung > r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
b. Jika r hitung < r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Rumus korelasi Parson Product Moment (Sugiyono, 2007:356).

$$\boldsymbol{r_{xy}} = \frac{\mathrm{N} \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{A = \pi r^2 \{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$\boldsymbol{r_{xy}}$: Koefisien Korelasi antara x dan y X : Skor Item

N : Jumlah Subjek Y : Skor Total

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji tingkat keandalan kuesioner. Menurut Sugiyono (2009: 132), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, apabila instrumen tersebut digunakan mengukur aspek yang diukur beberapa kali hasilnya sama atau relatif sama.

Untuk menguji reliabilitas instrument, peneliti menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Apabila koefisien *Cronbach Alpha* (r11) ≥R Tabel (0,60) maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Sugiyono, 2007:365). Rumus untuk menghitung reliabilitas instrumen dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R11 = Nilai Reliabilitas ∑ = Nilai Varian Masing – Masing Item

σt2 = Nilai Varian Total sk = Jumlah item pertanyaa.

Dalam teknik formula Cronbach Alpha, tingkat reliabilitas diukur berdasarkan skala dari 0-1 dengan pembagian tingkatan reliabel menurut Sugiyono (2007:366) sebagai berikut:

1) Jika Alpha 0.00 s/d 0.20 maka reliabel sangat rendah
2) Jika Alpha > 0.20 s/d 0.40 maka reliabel rendah
3) Jika Alpha > 0.40 s/d 0.60 maka reliabel cukup
4) Jika Alpha > 0.60 s/d 0.80 maka reliabel tinggi
5) Jika Alpha > 0.80 s/d 1.00 maka reliabel sangat tinggi.

3.11 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah seluruh responden atau sumber data lain telah dikumpulkan dan diartikan sebagai proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data menjadi mudah untuk dipahami dan digunakan untuk menjawab rumusan dan hipotesis penelitian yang kemudian menjadi dasar untuk membuat kesimpulan (Nurdin dan Hartati, 2019:203).

3.11.1 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen selain mengukur kekuatan asosiasi (hubungan). Analisis korelasi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar variabel. Arah dinyatakan dalam positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi dapat dinyatakan $-1 \leq R \leq 1$ apabila:

1) Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.

2) Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif

3.11.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui besarnya pengaruh komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 terhadap minat perubahan sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan, maka dalam penelitian ini digunakan rumus statistik regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2007:261) sebagai berikut:

$$\boxed{\mathbf{Y = a+bX}}$$

Keterangan:

Y: nilai variabel bebas yang diprediksi
a: konstanta
b: koefisien regresi dari x
X: nilai variabel terikat yang diprediksi

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b menggunakan rumus (Sugiyono, 2007:262) sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - \left((\sum x)(xy)\right)}{n\,(\sum x^2)\,(\sum x)^2}$$

$$b = \frac{\mathrm{n}[\sum xy - (\sum x)(\sum xy)]}{n\,(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan:

y = Jumlah skor variabel terikat

x = Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n = Jumlah sampel

3.11.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\boxed{Kd = r2 \times 100\%}$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r2 = Koefisien Korelasi

(Sumber: Ridwan dan Sunarto, 2017:81)

Tujuan koefisien determinasi berbeda dengan koefisien korelasi berganda. Pada metode koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan di Kelurahan Mulyojati Metro Barat Kota Metro.

3.12 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikansi dari koefisien korelasi, maka peneliti menggunakan statistik uji "t" dengan rumus sebagai berikut (Morrisan, 2012:349):

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:
t = hasil uji tingkat signifikan
r = nilai korelasi
n = besarnya sampel

Setelah itu dalam pengujian hipotesis yaitu dibandingkan nilai t hitung (t_{hit}) dengan t tabel (t_{tab}) pada taraf signifikansi 0,1% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hit} > t_{tab}$ pada taraf signifikansi 0,1% maka koefisien regresi nya signifikan, yang berarti Ha diterima. Artinya komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 berpengaruh terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan.

2. Jika $t_{hit} < t_{tab}$ pada taraf signifikansi 0,1% maka koefisien regresi tidak signifikan, yang berarti Ha ditolak. Artinya komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 tidak berpengaruh terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini yaitu mengenai seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa T hitung lebih besar dari T tabel (10,578>1,662), dengan demikian Ha diterima dan H0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh antara komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan. dan variabel X memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap variabel Y.

2. Nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,560. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 56% yang dikategorikan berpengaruh pada level sedang. Untuk dapat mempengaruhi masyarakat dalam penyuluhan khususnya pencegahan Covid-19 dengan nilai sebesar 56% harus memperhatikan indikator – indikator yang ada dalam komunikasi persuasif itu sendiri seperti kredibilitas seorang penyuluh atau komunikator meliputi pengetahuan dan keahlian. Kemudian daya tarik secara fisik juga perlu diperhatikan seperti bernampilan rapih dan berparas cantik atau tampan. Adapun indikator lain yaitu kemampuan berbahasa meliputi komunikasi verbal disampaikan menggunakan bahasa yang dapat disesuaikan dengan

keadaan audiens, lalu pesan yang disampaikan harus sesuai dengan kebutuhan serta memberikan solusi, dan yang terakhir yaitu media sebagai indikator pendukung seperti *power point* ataupun video untuk memudahkan dalam menyampaikan sebuah pesan penyuluhan. Nilai tersebut menentukan bahwa komunikasi persuasif penyuluhan pencegahan Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Metro memberikan pengaruh terhadap sikap masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan. Sedangkan 44% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Pengaruh komunikasi persuasif dalam penyuluhan pencegahan Covid-19 dengan nilai yang diperoleh oleh peneliti memberikan gambaran bahwa penyuluhan yang dilakukan Dinas Kesehatan Kota Metro berperan sebagai strategi penyampaian pesan persuasif mengenai pencegahan Covid19 yang dapat menimbulkan dampak secara kognitif, afektif dan konasi. Bentuk perubahan kognitif akibat penyampaian pesan tersebut mencakup bidang pemikiran dan gagasan serta pengetahuan mengenai Covid-19 dan pencegahannya. Sedangkan secara afektif merupakan kondisi pesan dan informasi yang disampaikan melalui penyuluhan memberikan perasaan suka, tertarik dan menibulkan kesadaran pentingnya protokol kesahatan bagi diri sendiri dan orang lain, selanjutnya menimbulkan kecenderungan bertindak untuk mematuhi protokol kesehatan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat diperhatikan, antara lain:

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya, dapat lebih mengembangkan variabel terikat. Tidak hanya sampai pada sikap kecenderungan bertindak saja, tetapi sampai pada tahap tindakan melakukan atau melaksanakan protokol kesehatan dan dapat menggunakan variabel bebas lainnya sebagai perbandingan.

2. Peneliti menyarankan kepada Dinas Kesehatan Kota Metro diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan persuasi khususnya dalam penyuluhan pencegahan Covid-19 ataupun penyuluhan lainnya yang akan diadakan kedepannya. Dimana terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan saat akan melaksanakan kegiatan persuasif diantaranya kredibilitas dari komunikator atau penyuluh yang tinggi meliputi pengetahuan dan keahlian, kemudian daya tarik yang dimiliki komunikator itu sendiri seperti berpenampilan baik atau rapih serta memiliki paras yang cantik/tampan sehingga dapat membangun kedekatan dengan audiensnya. Adapun indikator lainnya yaitu kemampuan berbahasa dimana komunikator harus menggunakan bahasa yang sesuai dengan kondisi audiens seperti kata – kata yang mudah dimengerti dan jika terdapat kesamaan suku dapat disisipkan menggunakan bahasa daerah yang sesuai dengan sukunya. Selanjutnya pesan yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan memberikan solusi bagi masyarakat. Indikator terakhir yang perlu di perhatikan yaitu media pendukung pada saat penyampaian pesan seperti power point ataupun video serta alat bantu peraga disesuaikan dengan topik penyuluhan agar dapat memperkuat pesan yang disampaikan oleh komunikator.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

A.W. Widjaja. (1986). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat.* Jakarta: Bina Aksara.

Ahmadi, A. (2007). *Psikologi Sosial.* Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Gerungan, W. A. (2000). *Psikologi Sosial.* Bandung: Refika Aditama.

Hamidi. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi.* Malang: UMM Press.

Hidayat, D. (2012). *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Malik, D. (1994). *Komunikasi Persuasif.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Morrisan. (2012). *Metode Penelitian Survei.* Jakarta : Kencana Prenada Media.

Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nurdin. I. dan Hartati. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial.* Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Purwanto, N. (2014). *Psikologi Pendidikan.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya .

Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi.* Bandung: Remaja Rosdakarya .

Samsudin, U. (2004). *Dasar-Dasar Penyuluhan dan Modernisasi Pertanian.* Bandung: Bina Cipta.

Setiana, L. (2005). *Teknik Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat.* Bogor: Graha Indonesia.

Sudjana. (2005). *Metoda Statistika.* Bandung: Tarsito.

Sugiyo. (2005). *Komunikasi Antar Pribadi.* Semarang: Universitas Negeri Semarang Press.

Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sunarjo. (1983). *Komunikasi, Persuasi dan Retorika.* Yogyakarta: Liberty.

Jurnal dan Skripsi:

A. YudoTriartanto, Adhi Dharma Suriyanto, Tuti Mutiah. (2021). Dekonstruksi Makna Teks Protokol Kesehatan Covid-19 Pada Kampanye Lagu “Ingat Pesan Ibu” Di Media Youtube (Analisis Hermeneutika Radikal Derrida). *Jurnal Mitra Pendidikan (JMP Online), Vol. 5, No. 1,* 25-44.

Arifin. B. (2016). *Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tanggerang Dalam Hemat Eenergi (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Tanggerang*). Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta

Arry, B., & Rachman, J. B. (2020). Pandemi Penyakit Menular (COVID-19) Hubungan Internasional. *Journal of International Studies*. 111 - 123

Dani. P. dan Anindhita. M. A. (2021). Edukasi Protokol Kesehatan Pencegahan Covid-19 Di Era New Normal Pada Karangtaruna Pemuda Pahlawan Di Kabupaten Batang. *Jurnal ABDIMAS. Vol.2*

No.1

Dheanda C. B. (2020). *Proses Komunikasi Persuasif Forum Komunikasi Winongo Asri Mengenai Manajemen Sampah Dan Ruang Terbuka Hijau Melalui Pelatihan Kepada Warga Desa Kricak*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya: Yogyakarta.

Febriyanti, A. (2014). Disiplin Kerja Guru Yang Telah Disertifikasi Dalam Melaksanakan Tugasnya Di Sekolah Menengah Atas Negeri Kecamatan Pauh Padang. *Jurnal Adminitrasi Pendidikan, Vol. 2 No.1*, 10-24.

Hermansyah. (2016). Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Bp3tki Medan Dalam Program Sosialisasi Penempatan Tenaga Kerja Luar Negeri Terhadap Sikap Calon TKI. *Jurnal Komunikologi. Vol.13, No.2*

Hatmoko. J. H. (2015). Survei Minat Dan Motivasi Siswa Putri Terhadap Mata Pelajaran Penjasorkes di Smk Se-Kota Salatiga Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi. Vol.4, No.4*

I Made T. S., dan Lestari. D. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi Pandemi Covid-19 Terhadap Loyalitas Wisatawan Berwisata Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal IPTA. Vol.9, No.2*

Jadid. A (2017). *Peran Dan Strategi Pusat Informasi Konseling Remaja (Pik R) Dalam Upaya Mensosialisasikan Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Bahaya Narkoba Dikalangan Siswa Man 1 Kota Medan*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan

Made. N. M. Wirta, W. dan Putu. K. (2019). Komunikasi Persuasif Penyuluh Agama Hindu di Banjar Cemenggon Desa Penarungan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya. Vol.14, No.2*

Maria. F. dan Ike. A. (2015). Pengaruh Komunikasi Persuasif dalam

Penyuluhan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga terhadap Perubahan Sikap Para Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Bogor. *Jurnal Komunikasi Pembangunan. Vol.13, No.2*

Mansyur. E. M. (2018). *Komunikasi Penyuluhan Dalam Sosialisasi Aplikasi E-Dokter Terhadap Sikap Aparatur Pemerintahan Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai*. Tesis. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara: Medan

Miranti, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Pesan Kampanye Pendewasaan Usia Perkawinan Terhadap Tingkat Preferensi Usia Kawin Pertama Yang Dimediasi Oleh Tingkat Pengetahuan Remaja Di Kabupaten Banjarnegara*. Tesis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Ilmu Komunikasi. Universitas Diponegoro: Semarang.

Nurhaida. I., dan C. E. Sugiarto.(2006). Komunikasi Secara Terbuka, Penghargaan Pimpinan Dan Partisipasi Pegawai: Penerapan Human Relations Dalam Kaitannya Dengan Kinerja Pegawai. *Jurnal Sosiohumaniora*. *Vol. 8, No. 1*, 92 - 101

Novi. A. dan Cut. R (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Masyarakat Terhadap Protokol Kesehtan Covid-19. *Jurnal Ilmiah Permas. Vol. 11, No. 1*

Rakhmat. A. (2017). *Penyuluhan Generasi Berencana (GenRe) dan Perubahan Sikap (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Penyuluhan Program Generasi Berencana Oleh Pusat informasi dan Konseling Remaja/Mahasiswa (PIK R/M) Terhadap Perubahan Sikap Siswa/I di Madrasah Aliyah Negeri 1 Medan).* Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Departemen Ilmu Komunikasi. Universitas Sumatera Utara: Medan.

Rizka. F. (2014). *Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Penyuluhan Anti Narkoba Badan Narkotika Nasional Kota Depok Terhadap Sikap Remaja (Studi Kasus Siswa-Siswi SMP Negeri 4*

Depok. Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Komunikasi Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.

Saefudin, Nazar. K. (2016). *Efektivitas Komunikasi Penyuluh Pertanian Di Tingkat Kelompok Tani Desa Margahayu, Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat*. Skripsi. Fakultas Ekologi Manusia. Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Institut Pertanian Bogor: Bogor

Subaidah. (2014). *Pengaruh Keterampilan Komunikasi Rohaniawan Terhadap Minat Pasien Rawat Inap Dalam Mengikuti Bimbingan Rohani Islam Di Rumah Sakit Muhammadiyah Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Bimbingan Penyuluhan Islam. Institut Agama Islam Negeri Walisongo: Semarang.

Sugiharto, S.A. dan M. R. Ramadhana. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer terhadap Sikap pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Vol 8, No. 2,* 1 - 9

Tutyan M. S. (2013*). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Deteksi Dini Kanker Payudara Pada Wanita Pasangan Usia Subur Di Desa Dawung Kebakkramat Karanganyar*. Skripsi. Fakultas Ilmu Kesehatan. Program Studi Kesehatan Mayarakat. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Internet:

https://covid19.who.int diakses pada tanggal 18 April 2021, pukul 13.02 WIB.

https://Covid19.go.id diakses pada 18 April 2021 pukul 20.30 WIB.

https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19 diakses pada tanggal 18 April 2021, pukul 20.30 WIB.

https://katadata.co.id/gerakan-5m-menyempurnakan-protokol-kesehatan-3m diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 pukul 08:15 WIB.

https://katadata.co.id/gerakan-5m-menyempurnakan-protokol-kesehatan-3m diakses pada tanggal 29 Oktober 2021 pukul 09:00 WIB.

https://covid19.lampungprov.go.id diakses pada 18 April 2021 pukul 22.05 WIB.

info.metrokota.go.id/tim-gugus-tugas-adakan-rapat-evaluasi-percepatan-penangan-covid-19-di-kota-metro diakses pada tanggal 19 April 2021, pukul 07.25 WIB.

https://www.instagram.com/dinaskesehatan/kotametro diakses pada 19 April 2021, pukul 01.05 WIB.

http://www.jejamo.com/kapolres-metro-diminta-lebih-aktif-gandeng-wartawan-sosialisasi-3m-1t.html diakses pada 5 Juni 2021, pukul 16.20 WIB.

info.metrokota.go.id/tim-gugus-tugas-adakan-rapat-evaluasi-percepatanpenangan -covid-19-di-kota-metro diakses pada 5 Juni 2021, pukul 18.00 WIB.

Febriana Early. 2014. Komunikasi Persuasif Dalam Penyuluhan Sosial.https://kemsos.go.id/modules.php?name=News&file=article&sid=18098. Diakses pada tanggal 1 februari 2022 pukul 13:06 WIB. .