

**PERSEPSI MASYARAKAT KABUPATEN BOGOR  
TERHADAP PEMBERITAAN “TIDAK PAKAI MASKER DI  
JAWA BARAT BISA KENA DENDA HINGGA SANKSI  
KURUNGAN” PADA *WEBSITE* KOMPAS.COM**

**SKRIPSI**

**YUDITH MELATI AMBARNINGRUM**

**044116111**



**ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JANUARI 2021**

**PERSEPSI MASYARAKAT KABUPATEN BOGOR  
TERHADAP PEMBERITAAN “TIDAK PAKAI MASKER DI  
JAWA BARAT BISA KENA DENDA HINGGA SANKSI  
KURUNGAN” PADA *WEBSITE* KOMPAS.COM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya  
Universitas Pakuan

**YUDITH MELATI AMBARNINGRUM  
044116111**



**ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JANUARI 2021**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Yudith Melati Ambarningrum**  
**NPM : 044116111**  
**Tanda Tangan :**  
**Tanggal :**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Nama: Yudith Melati Ambarningrum**

**NPM: 044116111**

**Judul: Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi**

**Kurungan” Pada *Website* Kompas.Com**

**Telah berhasil dipertahankan dihadapkan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Muslim, M.Si  
NIP/NIK : 1.0909 048 513

\_\_\_\_\_

Pembimbing II: Ismail Taufik Rusfien, M.Si.  
NIP/NIK : 1.1215 047 681

\_\_\_\_\_

Pembaca :  
NIP/NIK : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal :  
Oleh

Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dr. Henny Surharyanti, M.Si  
NIP/NIK: 19600691990092001

Dr. Dwi Rini Sovia F., M. Comn  
NIP/NIK: 1.0113 001607

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena peneliti diberi kesempatan untuk membuat dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada *Website Kompas.Com*”**

Penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan. Demikian penelitian ini dibuat, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan maupun kesalahan yang terdapat di dalamnya. Namun, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk penulis dan semua pembaca.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” pada *website Kompas.com* edisi 13 Juli 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif dan non parametrik (*Rank Spearman*). Penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden dengan cara membagikannya langsung kepada responden.

Bogor, 24 Desember 2020

Yudith Melati Ambarningrum

## UCAPAN TERIMA KASIH

Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya kepada penulis, kepada :

- (1) Bapak Muslim, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
- (2) Bapak Ismail Taufik Rusfien, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
- (3) Ibu Dr. Henny Surharyanti, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya yang telah mendukung setiap kelancaran dalam mengembangkan kemampuan akademik mahasiswa.
- (4) Ibu Dr. Dwi Rini Sovia F., M. Comn, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- (5) Ibu Ratih Siti Aminah, M.Si, selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan dan dukungan selama perwalian.
- (6) Responden penelitian yang bersedia dengan senang hati untuk membantu kelancaran penelitian ini.
- (7) Orang tua peneliti Bapak Santosa Achmad, Ibu Tuti Alam Sunarti, selaku keluarga yang selalu mendukung baik secara biaya maupun doa untuk keberlangsungan kuliah penulis. Teman SANTUY, Teman terdekat peneliti, Dan seluruh pihak yang telah membantu dalam kelancaran penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, namun tidak mengurangi rasa terima kasih dalam terselesaikannya pelaksanaan dan terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bogor, 24 Desember 2020

Yudith Melati Ambarningrum

## **BIODATA**

Nama : Yudith Melati Ambarningrum  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat & Tanggal Lahir : Sukabumi, 13 Desember 1998  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Status Pernikahan : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Siliwangi No.45 RT10/RW04 Kp.  
Leuwiorok, Desa Sunda wenang Kec.  
Parungkuda, Kab. Sukabumi  
Email : [udithmelati1225@gmail.com](mailto:udithmelati1225@gmail.com)

### **Pendidikan Formal**

Sekolah Dasar : SD Negeri 1 Leuwiorok (2004-2010)  
Sekolah Menengah Pertama : SMP Negeri 1 Parungkuda (2010-2013)  
Sekolah Menengah Atas : SMA Negeri 1 Cibadak (2013-2016)  
Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan Bogor (2016-2021)

## ABSTRAK

Yudith Melati Ambarningrum, 044116111, 2020, **Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.Com.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan **Muslim dan Ismail Taufik Rusfien.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” dengan menguraikan indikator-indikator yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan satu variabel bebas yaitu karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor (X) dan variabel terikat, yaitu persepsi terhadap pemberitaan (Y). Adapun indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor adalah asal, jenis kelamin, usia, Tingkat Pendidikan, Perkerjaan. Sedangkan indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel kebutuhan informasi adalah pengetahuan, perhatian, penafsiran. Penelitian ini dilakukan pada media *online/website* Kompas.com pada 10 Juli 2020. Penelitian ini menggunakan teknik sensus, artinya seluruh masyarakat Kabupaten Bogor adalah populasi dalam penelitian ini. Kemudian dari populasi tersebut, diambil sampel berjumlah 100, maka total responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan Kompas.com

**Kata Kunci : berita, Kompas.com, Masyarakat Kabupaten Bogor, persepsi.**



## ABSTRACT

*Yudith Melati Ambarningrum, 044116111, 2020, **Bogor Regency Community Perceptions of the News "Not Wearing Masks in West Java Can be Fines and Sanctions Imprisonment" on the Kompas.Com Website.** Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Science Study Program, Pakuan University, Bogor. Under the guidance of **Muslim and Ismail Taufik Rusfien.***

*This study aims to determine the perception of the Bogor Regency community on the news "Not Using Masks in West Java Can be Fines and Imprisonment Sanctions" by describing the indicators related to the research conducted. This study uses one independent variable, namely the characteristics of the people of Bogor Regency (X) and the dependent variable, namely the perception of the news (Y). The indicators used to describe the variable characteristics of the people of Bogor Regency are origin, gender, age, education level, occupation. While the indicators used to describe the information needs variable are knowledge, attention, interpretation. This research was conducted on the online media / website Kompas.com on July 10, 2020. This study used census techniques, meaning that all people in Bogor Regency were the population in this study. Then from this population, a sample of 100 was taken, so the total respondents in this study were 100 respondents. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis technique used in this research is quantitative. The results of this study indicate that there is a significant relationship between the perceptions of the people of Bogor Regency on Kompas.com news*

**Keywords: Bogor Regency Society, Kompas.com, perceptions, news.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vi</b>
<b>BIODATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Komunikasi .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Komunikasi Massa.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Media Massa .....</b>	<b>12</b>
<b>2.4 Media Online .....</b>	<b>13</b>
<b>2.5 Jurnalistik .....</b>	<b>13</b>
<b>2.6 Berita.....</b>	<b>14</b>
<b>2.7 Teori S-O-R (<i>Stimulus Organism Respons</i>) .....</b>	<b>14</b>

2.8	Persepsi .....	15
2.9	Penelitian Terdahulu .....	16
2.10	Karakteristik Individu.....	17
2.11	Variabel.....	17
2.12	Kerangka Berpikir.....	18
2.13	Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>		<b>19</b>
3.1	Desain Penelitian.....	19
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	19
3.3	Populasi dan Sampel.....	19
3.4	Data penelitian .....	21
3.5	Teknik pengumpulan data.....	22
3.6	Validitas Dan Reliabilitas .....	22
3.7	Teknik Analisis Data.....	26
3.8	Definisi Operasional.....	26
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
4.1	Gambaran Umum kompas.com .....	27
4.2	Struktur Organisasi Kompas.com .....	28
4.3	Visi Dan Misi Kompas.com .....	29
4.4	Gambaran Umum Masyarakat Kabupaten Bogor .....	30
4.5	Jumlah Masyarakat Kabupaten Bogor.....	32
4.6	Hasil Dan Pembahasan .....	32
4.7	Karakteristik Masyarakat (X).....	33
4.8	Persepsi Masyarakat (Y) .....	38
4.9	Hubungan Karakteristik Masyarakat (X) Dengan Persepsi Masyarakat (Y) Terhadap Artikel.....	42

4.10 Hubungan Teori S-O-R Dengan Hasil Penelitian.....	48
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.6.1 Hasil Uji Validitas.....	24
Tabel 3.6.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	25
Tabel 3.7 Skala Likert.....	26
Tabel 4.2 Struktur Organisasi Kompas.com.....	28
Tabel 4.5 Jumlah berdasarkan usia dan jenis kelami.....	32
Tabel 4.7.1 Karakteristik Masyarakat Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.7.2 Karakteristik Masyarakat Kabupaten Bogor Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.7.3 Karakteristik Masyarakat berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
Tabel 4.7.4 Karakteristik Masyarakat berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	36
Tabel 4.7.5 Karakteristik Masyarakat berdasarkan Jumlah Penduduk.....	37
Tabel 4.8.1 Indikator Pengetahuan.....	38
Tabel 4.8.2 Indikator Perhatian.....	39
Tabel 4.8.3 Indikator Penafsiran.....	41
Tabel 4.9 Perolehan hasil data responden terhadap nilai hubungan karakteristik masyarakat (X) dengan persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com edisi 13 Juli 2020 (Y).....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2).....	3
Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia 2019-2020 (Q2).....	4
Gambar 1.3 Artikel Kompas.com Edisi Senin, 13 Juli 2020.....	6
Gambar 2 Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 3 Teknik <i>Cluster Sampling/ Area Sampling</i> .....	20
Gambar 4 Peta Kabupaten Bogor.....	30
Gambar 4.1 Kecamatan Kabupaten Bogor.....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Kuesioner.....	56
Lampiran 2: Uji Validitas.....	63
Lampiran 3: Uji Reabilitas.....	68
Lampiran 4: Uji hubungan karakteristik dan persepsi masyarakat.....	68
Lampiran 5: <i>Chi Square</i> .....	73

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan komunikasi dewasa ini tidak akan terlepas dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sendiri, semakin tinggi informasi dan komunikasi yang ditemukan dan digunakan maka itu tidak terlepas dari bagaimana perkembangan komunikasi di masyarakat dan bagaimana masyarakat sosial tersebut berinteraksi.

Jalinan komunikasi terbangun dengan berdasarkan perkembangan teknologi terutama teknologi informasi dan komunikasi. Sangat lazim ditemui oleh kita semua di dalam masyarakat sosial tiap individual pasti mempunyai satu atau lebih alat komunikasi yang tercipta dengan adanya perkembangan teknologi, salah satu contohnya adalah *smartphone* baik yang berbasis *operating system android, windows mobile* hingga iOS semuanya terhubung atau terkoneksi dengan internet.

Menurut Bittner dalam buku Romli (2017:1), komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*massa communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah Radio, televisi, surat kabar, majalah, dan film (Romli, 2017:2).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis survei penetrasi dan perilaku pengguna internet tahun 2019-2020 (Q2). Disebutkan jumlah pengguna internet mencapai 196,71 juta jiwa dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia. Maka bisa dikatakan sudah ada 73,7% penduduk Indonesia sudah mengakses internet.. Angka ini naik 1,3% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 171,17 juta jiwa.



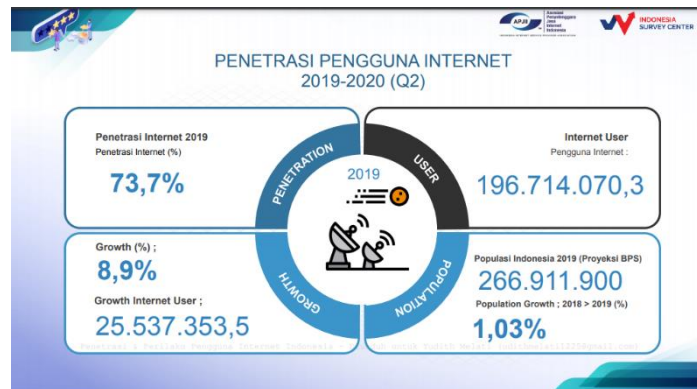


Sumber : APJII tahun 2019-2020 (Q2)

Gambar 1 Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)

Kontribusi penetrasi internet per Wilayah dari total penetrasi 2019-2020 (Q2), Sumatera 22,1%, Jawa 56,4%, Bali dan Nusa Tenggara 5,2%, Kalimantan 6,3%, Sulawesi 7,0%, Maluku dan Papua 3,0%.

Survei menyebutkan untuk Sumatera, Sumatera Utara menjadi provinsi dengan kontribusi pengguna internet tertinggi dengan 5,8%. Wilayah Jawa, Jawa Barat menjadi provinsi dengan kontribusi tertinggi dengan 17,9%. Wilayah Bali dan Nusa Tenggara, NTB menjadi provinsi dengan kontribusi pengguna internet tertinggi 1,8%. Wilayah Kalimantan, Kalimantan Barat menjadi provinsi dengan kontribusi pengguna tertinggi 2,0%. Wilayah Sulawesi, Sulawesi Selatan menjadi provinsi dengan kontribusi pengguna internet tertinggi 2,9%. Wilayah Maluku dan Papua, Papua menjadi provinsi dengan kontribusi pengguna internet tertinggi 1,5%. Bila melihat secara kontribusi penetrasi internet per Wilayah dari total populasi 2019-2020 (Q2), wilayah Jawa 41,7% dan Provinsi Jawa Barat 13,2%.



Sumber : APJII tahun 2019-2020 (Q2)

Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia 2019-2020 (Q2)

APJII mencatat penetrasi internet 2019 73,3%, pengguna internet 196.714.070,3, *Growth* 8,9% *Growth Internet User* 25.537.353,5, Populasi Indonesia 2019 (Proyeksi BPS) 266.911.900 dan Populasi *Growth* : 2018 > 2019 (%) 1,03%.

Media komunikasi memegang peranan penting bagi kehidupan manusia, tidak hanya cetak dan elektronik namun juga *Online*. Hal ini tidak terlepas dari peran serta teknologi yang sedang gencar menawarkan berbagai macam produk dengan kecanggihan masing-masing aplikasi yang pada hakikatnya mengajarkan manusia untuk memperoleh informasi secara aktual dan faktual (Romli 2012:34).

Media *online* merupakan *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet (Eriyanto, 2011:11). Jurnalisme *online* memiliki keunggulan dibandingkan jurnalisme konvensional seperti radio dan cetak. Jurnalisme *online* memungkinkan halaman tak terbatas, jurnalisme *online* memungkinkan *audience* lebih leluasa memilih berita dan informasi, berita dalam jurnalisme *online* tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah dan kapan saja. Selain itu, penyajian berita dalam jurnalisme *online*, antara teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya bisa ditampilkan sekaligus (Romli, 2012:12).

Kompas.com adalah salah satu pionir media *online* di Indonesia ketika pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas *Online*. Mulanya, Kompas Online atau KOL yang diakses dengan alamat [kompas.co.id](http://kompas.co.id) hanya menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang terbit hari itu. Selanjutnya, demi memberikan layanan yang maksimal, di awal tahun 1996 alamat Kompas *Online* berubah menjadi [www.kompas.com](http://www.kompas.com). Dengan alamat baru, Kompas *Online* menjadi semakin populer buat para pembaca setia harian Kompas di luar negeri.

Melihat potensi dunia digital yang besar, Kompas *Online* kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT Kompas *Cyber Media* (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak saat itu, Kompas *Online* lebih dikenal dengan sebutan KCM. Di era ini, para pengunjung KCM tidak lagi hanya mendapatkan replika harian Kompas, tapi juga mendapatkan *update* perkembangan berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari.

Peneliti ini memilih media *online* Kompas.com karena beberapa hal, mulai pada tahun 2010-2019 Kompas.com mendapatkan berbagai penghargaan, 2 tahun berturut-turut memenangkan WAN IFRA *Silver Award – Best in Social Media*, Indonesia *Brand Champion Award - Brand Champion of Content Provider: Most Popular Online News Provider Brand*, Anugerah Adinegoro dalam rangka Hari Pers Nasional, Hassan Wirajuda *Award - Kementerian Luar Negeri RI : Terbaik Kategori A (Jurnalis/Media)*, *Influential Brands – Top Brand Online News Platform*, Sertifikasi Jaringan Internasional Penguji Informasi (*International Fact-Checking Network/IFCN*), *WOW Brand Award (News website)*, *Superbrands Award (Trusted Online Media)* (sumber: Kompas.com).

Penyakit virus corona (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru-baru ini ditemukan. Sebagian besar orang yang tertular COVID-19 akan mengalami gejala ringan hingga sedang, dan akan pulih tanpa penanganan khusus. Virus yang menyebabkan COVID-19 terutama ditransmisikan melalui droplet (percikan air liur) yang dihasilkan saat orang yang terinfeksi batuk, bersin, atau mengembuskan

nafas. Droplet ini terlalu berat dan tidak bisa bertahan di udara, sehingga dengan cepat jatuh dan menempel pada lantai atau permukaan lainnya.

Anda dapat tertular saat menghirup udara yang mengandung virus jika Anda berada terlalu dekat dengan orang yang sudah terinfeksi COVID-19. Anda juga dapat tertular jika menyentuh permukaan benda yang terkontaminasi lalu menyentuh mata, hidung, atau mulut Anda. Salah satu cara mengantisipasi penularan virus COVID-19 yaitu, menghindari kerumunan, menjaga jarak, mencuci tangan setelah berada di luar ruangan dan memakai masker saat beraktivitas keluar rumah.

Baru-baru ini muncul berita tentang denda dan sanksi bagi masyarakat Jawa Barat yang tidak memakai masker saat keluar rumah. Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil tengah menyiapkan Peraturan Gubernur (PerGub) terkait hal itu. Tiap warga yang tidak mengenakan masker di tempat umum bakal dikenai denda sebanyak Rp 100.000 – Rp 150.000 dan sanksi alternatif lainnya berupa kerja sosial atau kurungan. Aturan itu mulai berlaku pada 27 Juli 2020. Dengan adanya denda dan sanksi di harapkan masyarakat lebih disiplin.



Sumber : Kompas.com

Gambar 1.3 Artikel Kompas.com Edisi Senin, 13 Juli 2020

Sanksi ini diterapkan di tengah Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB), yang di berlakukan di Provinsi Jabar. Pemerintah Provinsi Jawa Barat

***Fisib Unpak***

memberikan sanksi denda, karena masih banyak warga Jabar yang mengabaikan aturan memakai masker di tempat umum.

Kompas.com merupakan media *online* yang dapat di akses di seluruh Indonesia. Kompas.com memberikan layanan kepada para pembaca harian Kompas di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi. Responden pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada pembaca yang berasal dari Jawa Barat, menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat Tahun 2019 jumlah penduduk Jawa Barat sebanyak 49.316.712 jiwa. Hal tersebut merupakan alasan peneliti menjadikan Jawa Barat sebagai lokasi penelitian.

Peneliti menjadikan masyarakat Kabupaten Bogor sebagai responden penelitian. Dari data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Jawa Barat, pada tahun 2019 dikatakan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Bogor menempati urutan pertama sebanyak 5.965.410 jiwa dibandingkan Kabupaten lainnya di Jawa Barat. Banyaknya responden, muncul berbagai macam persepsi. Persepsi merupakan kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, memfokuskan dan sebagainya itu kemudian selanjutnya diinterpretasikan. Persepsi berlangsung saat seorang menerima pesan atau informasi yang kemudian terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman yang kemudian diinterpretasikan. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui persepsi yang ditimbulkan dari artikel “Tidak Pakai Masker di Jabar Bisa Kena Denda hingga Sanksi Kurungan”. Maka dari itu peneliti memilih judul.

Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Kompas.Com Terhadap Artikel “Tidak Pakai Masker Di Jabar Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada *Website* Kompas.Com

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang tersebut, peneliti menetapkan rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor?

2. Bagaimana persepsi pembaca terhadap artikel “Tidak Pakai Masker di Jabar Bisa Kena Denda hingga Sanksi Kurungan” ?
3. Bagaimana hubungan antara karakteristik pembaca dengan persepsi pembaca terhadap artikel “Tidak Pakai Masker di Jabar Bisa Kena Denda hingga Sanksi Kurungan” ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui Karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor.
2. Mengetahui persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap artikel “Tidak Pakai Masker di Jabar Bisa Kena Denda hingga Sanksi Kurungan”.
3. Mengetahui hubungan antara karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor dengan persepsi pembaca “Tidak Pakai Masker di Jabar Bisa Kena Denda hingga Sanksi Kurungan”.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dalam penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi melalui kajian bidang Jurnalistik yang berkaitan dengan media *online*. Penelitian ini dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan penelitian terhadap penerapan ilmu komunikasi dalam kajian bidang Jurnalistik.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi para pembaca, mahasiswa Jurnalistik, masyarakat, dan para praktisi komunikasi dalam bidang Jurnalistik khususnya mengenai persepsi pembaca mengenai artikel.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah pertukaran informasi, ide, sikap, emosi, pendapat atau instruksi antara individual atau kelompok yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu, memahami dan mengkoordinasikan suatu aktivitas. Sebagai contoh dalam organisasi, komunikasi formal dilakukan melalui sistem surat-menyurat, pelaporan, dan pertemuan. Komunikasi informal dilakukan melalui interaksi yang tidak berhubungan dengan struktur; baik komunikasi formal dan informal dilakukan melalui pengiriman dan pertukaran secara verbal dan nonverbal meliputi percakapan, tulisan, dan unsur-unsur visual lainnya. Komunikasi merupakan sesuatu yang sangat esensial efektivitas operasi organisasi (Liliweri, 2010:37).

Menurut Harold D. Laswell, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses menjelaskan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Efeknya apa? (*who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*). Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang di ajukan itu (Ngalimun, 2017:20), yaitu:

a) Komunikator (*Communicator, Source, Sender*)

Komunikator adalah pihak yang memulai proses komunikasi, sumber pernyataan umum, pihak yang menyampaikan pesan kepada orang lain. Komunikator jenis ini dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, menyampaikan informasi dan lain-lain.

b) Pesan (*Message*)

Salah satu unsur penting dalam melakukan komunikasi adalah pesan. Pesan adalah gagasan, perasaan atau pemikiran yang akan di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima (liliweri, 2011). Pesan berbentuk sinyal, *symbol*, tanda atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulasi yang akan direspon oleh penerima. Pesan terdiri atas 2 aspek, yaitu isi pesan (*the content of message*)



dan lambang atau *symbol* antara mengekspresikannya. Media (*Channel, Media*).

Media komunikasi adalah semua sarana yang di pergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mengelola, mendistribusikan/ menyebarkan dan menyampaikan informasi.

c) Komunikasikan (*Communicant, Communicate, Receiver, Recipient*)

Komunikasi adalah *audie*, sasaran, *Irciever, decoder*, khalayak, publik. Komunikasikan adalah pihak yang menjadi sasaran atau penerima pesan dalam proses komunikasi.

d) Efek (*Effect, Impact, Influence*)

Efek adalah hasil akhir dari proses komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang yang dijadikan sasaran komunikasi, sesuai atau tidak sesuai dengan yang dilakukan

## 2.2 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa menurut Bittner yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, seperti yang disitir Komala, dalam Karnilh, dkk. 1999), yakni: komunikasi massa adalah pesan pada sejumlah besar orang (*massa communication is messeges communicated through a mass large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak, seperti rapat akbar di lapang luas yang di hadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa (Romli, 2017:1-2).

Awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa), media apa saja? Media atau saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Komunikasi massa lebih menunjuk pada penerimaan pesan yang menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa, oleh karena itu, massa di sini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa atau pembaca. Media massa dalam komunikasi massa ada media

cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, film, dan media elektronik seperti televisi dan radio

Ciri-ciri komunikasi massa adalah menggunakan media massa, baik *audio visual* maupun media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga dan komunikator melakukan sesuatu penyampaian pesan melalui teknologi *audio visual* secara verbal maupun nonverbal dan nyata. Adapun ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut Romli K (2017:4-6):

a) Pesan bersifat umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu, komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau opini.

b) Komunikasinya anonim dan heterogen.

Pada komunikasi antar personal, komunikasi akan mengenalnya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikannya menggunakan media & tidak tatap muka secara langsung.

c) Media massa menimbulkan keserempakan.

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

d) Komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan

Isi dari pada hubungan salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi. Yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi.

e) Komunikasi massa yang bersifat satu arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya.

f) Stimulasi alat indra yang terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif *audience* hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film *audience* menggunakan indra penglihatan dan pendengar.

g) Umpan balik tertunda dan tidak langsung.

Dalam dunia komunikasi, komponen umpan baku atau yang lebih populer disebut dengan *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi. Umpan balik sebagai respons mempunyai volume yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Dengan demikian proses penyampaian *feedback* komunikasi massa bersifat *indirect*.

### 2.3 Media Massa

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. Media massa adalah saluran komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat di akses oleh masyarakat secara massal pula. Media massa dalam komunikasi massa ada media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, film, dan media elektronik (televisi dan radio). Definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah

sarana disertai dengan teknologinya. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio-visual merupakan media representasi dari media elektronik, dan internet merupakan representasi dari media *online* atau di dalam jaringan (Nasrullah Rulli 2015: 11).

## 2.4 Media Online

Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs *web* (*website*) internet". Media *online* adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (*printed media*) seperti koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan *film*. Media *online* merupakan produk Jurnalistik *online*. Secara teknis atau "fisik", media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (*computer* dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website*, blog, radio *online*, TV *online*, dan email (Romli 2012:34).

Media *online* merupakan *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet (Eriyanto, 2011:11). Jurnalisme *online* memiliki keunggulan dibandingkan jurnalisme konvensional seperti radio dan cetak. Jurnalisme *online* memungkinkan halaman tak terbatas, jurnalisme *online* memungkinkan *audience* lebih leluasa memilih berita dan informasi, berita dalam jurnalisme *online* tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah dan kapan saja. Selain itu, penyajian berita dalam jurnalisme *online*, antara teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya bisa ditampilkan sekaligus (Romli, 2012:12).

## 2.5 Jurnalistik

Istilah Jurnalistik dapat di tinjau dari tiga sudut pandang, harfiah, konseptual, dan praktis. Secara harfiah, Jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau ke penulisan. Makna harfiah ini mengacu pada keterampilan menulis dan menyebarkan informasi. Bentuk dasar kata ini adalah "jurnal" (*journal*) yang berarti laporan atau catatan. Dalam Bahasa

Prancis, “*jour*” diartikan “hari” (*day*). Akar definisi secara harfiah ini merujuk pada sejarah Jurnalistik yang erat kaitannya dengan *acta diurnal*.

Secara sederhana, istilah jurnalistik merujuk kepada disiplin keilmuan, sedangkan jurnalis merujuk pada orang yang melakukan kegiatan Jurnalistik. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa Jurnalistik bagian dari keterampilan mengumpulkan, menulis, menganalisis, dan menyebarkan informasi (Herman & Harum, 2018:28).

## 2.6 Berita

Konsep dasar berita adalah ‘apa-apa yang diberitakan oleh wartawan dan termuat dalam media’. Artinya, berita adalah informasi yang sudah diolah oleh wartawan dan dinilai punya keunggulan relatif, kadang bersifat objektif, kadang bersifat subyektif (Wibiwo. 2015:43).

Berita adalah informasi tetapi tidak semua informasi adalah berita. Lantas informasi seperti apa yang dapat dijadikan berita. Jika anda seorang reporter, informasi seperti apa yang dapat anda tulis sebagai berita. Kita dapat mendefinisikan bahwa berita adalah informasi yang penting dan menarik bagi khalayak dan *audience*. Berita merupakan hal atau peristiwa yang terjadi di dunia, oleh karena itu semua media baik cetak maupun elektronik selalu menyajikan berita atau informasi yang dipublikasikan kepada khalayak. Tidak ada pengertian khusus mengenai berita, namun ada beberapa pendapat yang mendefinisikan tentang apa itu berita (Morissan, 2010:7).

## 2.7 Teori S-O-R (*Stimulus Organism Respons*)

Pada tahun 1930an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, teori S-O-R ini yang berupa objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, efeksi, dan konasi, menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan

dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah segera dan langsung terhadap komunikan. Unsur-unsur dalam model ini adalah : pesan (stimulus, S), komunikan, (organism, O), efek (respons, R).

Teori S-O-R merupakan teori komunikasi sebagai singkatan dari stimulus-organism-respons. Menurut teori ini, media massa amat perkasa dalam memengaruhi penerima pesan, teori S-R ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan, yaitu khalayak. Namun respons sesungguhnya juga dimodifikasi oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respons sehingga dinamakan teori S-O-R (Morissan. 2010:17).

## 2.8 Persepsi

Rakhmat *dalam* buku Siliviani menyatakan, persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi merupakan salah satu aspek psikologi yang penting bagi manusia dalam merespons kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya.

Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luas yang ditangkap oleh organ-organ bantuannya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terdapat proses berpikir yang pada akhirnya terwujud pada sebuah pemahaman. Pemahaman inilah yang disebut sebagai persepsi. Jadi persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Terdapat tiga aktivitas dalam proses persepsi yaitu :

- a) Sensasi. Penerimaan stimulus dari lingkungan oleh alat-alat indera kita untuk kemudian dikirim ke otak. Sensasi menghubungkan organisme dengan lingkungan.
- b) Atensi. Perhatian kita terhadap stimulus. Sebenarnya dalam sehari-hari kita menerima banyak dari lingkungan kita. Stimulus

yang paling menarik perhatian kita, biasanya cenderung kita anggap lebih daripada stimulus lainnya.

- c) Interpretasi. Pemaknaan stimulus yang diterima oleh otak sebagai inti dari komunikasi makna persepsi melahirkan perbedaan pada individu dalam memahami makna pesan yang disampaikan.

## 2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibutuhkan dalam penelitian untuk mengetahui penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat mengetahui perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang digunakan adalah:

- a) Persepsi Pembaca Femina Terhadap Rubrik Profil *Website* Femina.co.id. Disusun oleh Janlika Putri Indah Sari, Universitas Pakuan. Fokus penelitian ini adalah pada rubrik profil di *website* femina.co.id, berbeda dengan Femina cetak yang hanya menampilkan sosok perempuan, pada rubrik profil Femina *online* juga menampilkan sosok laki-laki.
- b) Persepsi Masyarakat Tentang Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Surat Kabar Harian Terbitan Medan Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Beragama Masyarakat Kota Binjai. Disusun oleh Mohd. Rafiq, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, menemukan dan memetakan jumlah, penonjolan, kategori, jenis rubrik dan materi berita dan artikel bernuansa Islam yang terdapat di surat kabar harian terbitan medan.
- c) Pemberitaan dan Persepsi Masyarakat Tentang Lingkungan Hidup di Media Cetak Lokal Provinsi Kalimantan Timur. Ina Fitriyani, Universitas Mulawarman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perhatian yang diberikan oleh surat kabar pada isu-isu lingkungan dengan mengidentifikasi berita; yakni Kaltim Pos dan Tribun Kaltim yang berhubungan

dengan lingkungan dan diteruskan untuk menganalisis berita yang diterbitkan atau artikel dampak pada persepsi publik.

## 2.10 Karakteristik Individu

Karakteristik individu adalah ciri khas yang menunjukkan perbedaan seseorang tentang motivasi, inisiatif, kemampuan dalam menghadapi sesuatu (Rahman, 2013:29). Menurut Robbins (2015:46) karakteristik individu mencakup usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status perkawinan, dan masa kerja dalam organisasi.

- a) Usia adalah lama waktu hidup jumlah sejak responden lahir hingga dengan dilaksanakannya penelitian (Izana, 2011:44).
- b) Jenis Kelamin adalah kondisi biologis primer masyarakat apakah tergolong laki-laki atau perempuan.
- c) Tingkat Pendidikan adalah tingkatan perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dalam usaha mendewasakan melalui pengajaran dan pelatihan (Izana , 2011:44).

## 2.11 Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2015:50).

Kerlinger *dalam* Sugiyono (2015:50) menyatakan bahwa variabel adalah konstruksi atau sifat yang akan dipelajari. Diberikan contoh misalnya tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktivitas kerja, dan lain-lain.

### 2.11.1 Variabel (X) Karakteristik Masyarakat Kabupaten Bogor

- a) Jenis Kelamin adalah kondisi biologis primer apakah tergolong laki-laki atau perempuan. Diukur dengan skala nominal
- b) Usia adalah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan). Diukur dengan skala rasio.
- c) Pendidikan adalah segala upaya yang direncanakan mempengaruhi individu, kelompok, atau masyarakat sehingga



melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. Diukur dengan skala ordinal.

- d) Pekerjaan adalah profesi seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup. Diukur dengan skala ordinal.
- e) Pekerjaan adalah profesi seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup. Diukur dengan skala ordinal.

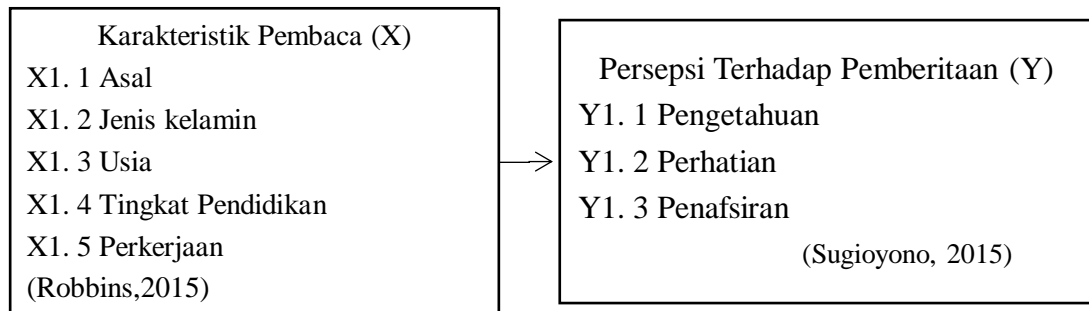
### **2.11.2 Variabel (Y) Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor**

- a) Pengetahuan Tabulate terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, paham atau dipersepsikan khalayak.
- b) Pengertian Perhatian adalah proses menilai stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah, sedangkan perhatian yang dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu atribut-atribut objek yang dipersiapkan seperti gerakan, kontras kebaruan, perulangan objek yang dipersepsikan.
- c) Penafsiran Tabulator adalah sebuah proses di mana penerima memberi arti terhadap pesan-pesan yang diterimanya, mengorganisasikan stimulus dengan konteksnya, dan mengisi dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimulus dipersepsikan.

### **2.12 Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2018:60).

Berdasarkan tinjauan landasan teori maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti berikut:



**Gambar 2 Kerangka Berpikir**

(Persepsi Masyarakat Jawa Barat Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jabar Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada *Website* Kompas.Com)

### 2.13 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2018:63). Dalam penelitian yang menggunakan sampel, terdapat dua jenis hipotesis penelitian dan hipotesis statistik.

- H : Tidak terdapat hubungan antara karakteristik pembaca dengan persepsi terhadap “Tidak Pakai Masker Di Jabar Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada *Website* Kompas.Com.
- H<sub>0</sub> : Terdapat hubungan antara karakteristik pembaca dengan persepsi pembaca terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jabar Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada *Website* Kompas.Com.

## **BAB 3 METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode konfirmasi, karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian/konfirmasi. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017:11).

### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berjudul “Persepsi Masyarakat Jawa Barat Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jabar Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada *Wasit* Kompas.Com” yang dilakukan melalui media *Online website*. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2020 hingga Agustus 2020.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

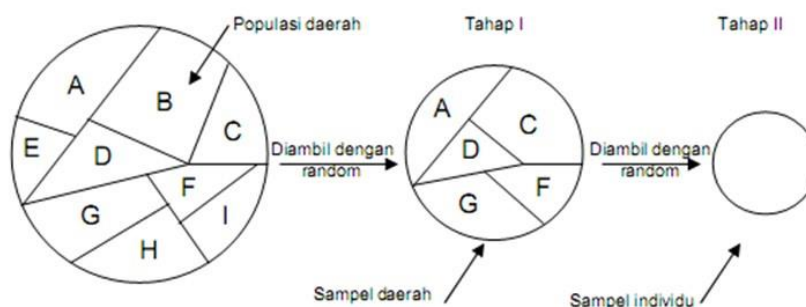
Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80).

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil

dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2018:81). Teknik yang digunakan dalam ini adalah *cluster sampling/ area sampling*. *Sampling* daerah digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, penduduk dari suatu negara, provinsi atau kabupaten. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan. Teknik *sampling* daerah ini sering digunakan melalui dua tahap, yaitu tahap pertama menentukan sampel daerah, dan tahap berikutnya menentukan orang-orang yang ada pada daerah itu secara *sampling* juga (Sugiyono, 2017:124).

Sumber : (Sugiyono, 2017)



Gambar 3 teknik cluster sampling/ area sampling

Penentuan ukuran sampel yang digunakan dihitung dengan rumus *Slovin*. Dari populasi masyarakat Kabupaten Bogor berjumlah 5.965.410 jiwa ditentukan ukuran sampel pada penelitian menggunakan rumus *Slovin*:

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e :Tingkat Kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel, tingkat kesalahan 10% ( $\alpha$ ).

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 5.965.410 jiwa. Dengan demikian, dari data tersebut didapatkan ukuran sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{5.965.410}{1 + (5.965.410 \times 0.1^2)}$$

$$n = \frac{5.965.410}{1 + (5.965.410 \times 0.01)}$$

$$n = \frac{5.965.410}{1 + (5.965.410 \times 0.01)}$$

$$n = \frac{5.965.410}{1 + 59.654,1}$$

$$n = \frac{5.965.410}{59.655,1}$$

$$n = \frac{5.965.410}{59.655,1}$$

$$n = 99,99$$

Dengan demikian dari perhitungan untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalah 10% adalah sebanyak 100 responden.

### 3.4 Data penelitian

#### 3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang dapat diperoleh ada dua, yaitu:

- a) Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan dan sumber data ini bisa dari

subjek riset, pengisian kuesioner, wawancara, dan observasi (Kriyantono 2010:41).

- b) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber-sekunder (Kriyantono 2010:42). Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data melalui buku-buku, artikel, jurnal, internet, penelitian terdahulu dan sumber lainnya.

### 3.5 Teknik pengumpulan data

Adapun cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2017:193).

### 3.6 Validitas Dan Reliabilitas

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2017:361). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

Untuk menguji validitas kuesioner, digunakan rumus statistika *Koefisien Korelasi Product Moment* dari Pearson sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara X dan Y

$N$  : Jumlah subyek

$\sum xy$  : Jumlah perkalian antara skor X dan skor Y

$X$  : Jumlah skor tentang X

$Y$  : Jumlah skor tentang Y

$X^2$  : Jumlah dari kuadrat X

$Y^2$  : Jumlah kuadrat dari Y

Setelah pengolahan data dilakukan, hasil dari semua *indicator instrument* dalam penelitian ini dinyatakan valid. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total. Penentuan kategori dari validitas yang dikemukakan oleh Guilford adalah sebagai berikut:

0,80 – 1,00 : Validitas sangat tinggi (sangat baik)

0,60 – 0,80 : Validitas tinggi (baik)

0,40 – 0,60 : Validitas sedang (cukup)

0,20 – 0,40 : Validitas sedang (kurang)

0,00 – 0,20 : Validitas sangat rendah (jelek)  $r_{xy}$  0,00 tidak valid

Dengan  $n = 30$  maka dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya adalah sebagai berikut:

a. Jika  $r > 0,361$  maka item pertanyaan valid. 32

b. Jika  $r < 0,361$  maka item pertanyaan tidak valid.

Pengujian validitas dilakukan pada masyarakat Kecamatan Jonggol Kabupaten Bogor yang berdekatan dengan daerah tempat penelitian dilaksanakan. Dengan alasan bahwa peneliti ingin menguji sejauh mana ketetapan dan kekuatan pernyataan dalam penelitian ini, sesuai antara kerangka berpikir dengan kenyataan di lapangan.

Penguji validitas dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* 25, Berikut adalah hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 8 butir pernyataan untuk indikator pengetahuan, 9 butir pernyataan untuk

indikator perhatian, dan 7 butir pernyataan untuk indikator penafsiran yang diberikan kepada 30 jumlah responden dari masyarakat Kabupaten Bogor yang bukan merupakan sampel penelitian.

**Tabel 3.6.1 Hasil Uji Validitas**

Variable	Nomor Pernyataan	R Tabel	R hitung	Keterangan
Pengetahuan	1	0,3610	0,593	VALID
	2	0,3610	0,411	VALID
	3	0,3610	0,407	VALID
	4	0,3610	0,643	VALID
	5	0,3610	0,460	VALID
	6	0,3610	0,627	VALID
Perhatian	1	0,3610	0,541	VALID
	2	0,3610	0,657	VALID
	3	0,3610	0,525	VALID
	4	0,3610	0,619	VALID
	5	0,3610	0,503	VALID
	6	0,3610	0,772	VALID
	7	0,3610	0,524	VALID
	8	0,3610	0,447	VALID
	9	0,3610	0,624	VALID
Penafsiran	1	0,3610	0,749	VALID
	2	0,3610	0,707	VALID
	3	0,3610	0,724	VALID
	4	0,3610	0,794	VALID
	5	0,3610	0,552	VALID
	6	0,3610	0,689	VALID
	7	0,3610	0,529	VALID

Sumber : Data Primer, 2020



### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji kekonsistenan instrumen untuk mengukur data. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan ukuran yang konsisten. Uji reliabilitas pada penelitian kuantitatif dapat menggunakan *alfa conbanch* (Samanu, 2017:9).

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s^{12}}{s^{12}} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  : Koefisien rebilitas tes

$n$  : Banyaknya butir item yang dikeluarkan dalam tes

1 : Bilangan konstan

$\sum s^{12}$  : Jumlah varian skor dari tiap-tiap item

$s^{12}$  : Varian Total

Pengujian reliabilitas menggunakan *alpa cronbach's* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak dapat dilihat pada skala 0 – 1 interpretasi reliabilitas instrumen sebagai berikut :

Nilai reliabilitas 0,00 – 0,19 = Sangat tidak reliabel

Nilai reliabilitas > 0,20 – 0,39 = Kurang reliabel

Nilai reliabel > 0,40 – 0,59 = Cukup reliabel

Nilai reliabel > 0,60 – 0,79 = Reliabel

Nilai rebialitas > 0,80 – 1,00 = Sangat reliabel

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas penelitian ini.

**Tabel 3.6.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Nilai r	Jumlah item
<b>0,90</b>	<b>24</b>

**Sumber Data Primer, 2020**

Dari tabel 3.6.2 hasil uji reliabilitas yaitu 0,90. Nilai *Cronbach Alpha* tersebut berada pada >0,80 – 1,00 yang artinya uji reliabilitas dalam penelitian *sangat reliabel*.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan yang tidak untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang diukur dengan menggunakan model skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang dan sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2017:136). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

**Tabel 3.7 Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>Penilaian</b>
1. Sangat setuju/selalu/sangat positif	4
2. Setuju/sering/positif	3
3. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negatif	2
4. Sangat tidak setuju/ tidak pernah	1

### 3.8 Definisi Operasional

Definisi Operasional dalam penelitian ini adalah masyarakat Jawa Barat. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini :

#### **X. Karakteristik individu Kabupaten Bogor**

1. Usia
  - a. 15 tahun – 25 tahun
  - b. 26 tahun – 36 tahun

- c. 37 tahun – 47 tahun
  - d. 48 tahun – 58 tahun
  - e. > 59 tahun
2. Jenis Kelamin
- a. Perempuan (1)
  - b. Laki-laki (2)
3. Tingkat Pendidikan.
- a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. SMK
  - e. Diploma 3
  - f. S-1
  - g. S-2
  - h. S-3
4. Pekerjaan
- a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. *Freelancer*
  - c. Pekerja Paruh Waktu
  - d. Pegawai swasta
  - e. Pengusaha
  - f. PNS, TNI, atau ABRI
  - g. Profesional (Pengacara, dokter, dll.)
  - h. Lainnya \_\_\_\_\_
5. Jumlah Penghasilan
- a. ≤ Rp 4.100.000
  - b. Rp. 4.100.000 – Rp 5.100.000
  - c. Rp 5.100.000 – Rp 6.100.000
  - d. > Rp 6.100.000
  - e. Lainnya

### **Y. Persepsi masyarakat Kabupaten Bogor**

1. Pengetahuan terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, pahami atau dipersepsikan khalayak.
2. Perhatian adalah proses menilai stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah, sedangkan perhatian yang dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu atribut-atribut objek yang dipersiapkan seperti gerakan, kontras kebaruan, perulangan objek yang dipersepsikan.
3. Penafsiran adalah sebuah proses di mana penerima memberi arti terhadap pesan-pesan yang diterimanya, mengorganisasikan stimulus dengan konteksnya, dan mengisi dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimulus dipersepsikan.

## BAB 4 HASIL PENELITIAN

### 4.1 Gambaran Umum *kompas.com*

*Kompas.com* adalah salah satu pionir media online di Indonesia ketika pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Mulanya, Kompas Online atau KOL yang diakses dengan alamat *kompas.co.id* hanya menampilkan replika dari berita-berita harian Kompas yang terbit hari itu.

Selanjutnya, demi memberikan layanan yang maksimal, di awal tahun 1996 alamat Kompas Online berubah menjadi *www.kompas.com*. Dengan alamat baru, Kompas Online menjadi semakin populer buat para pembaca setia harian Kompas di luar negeri.

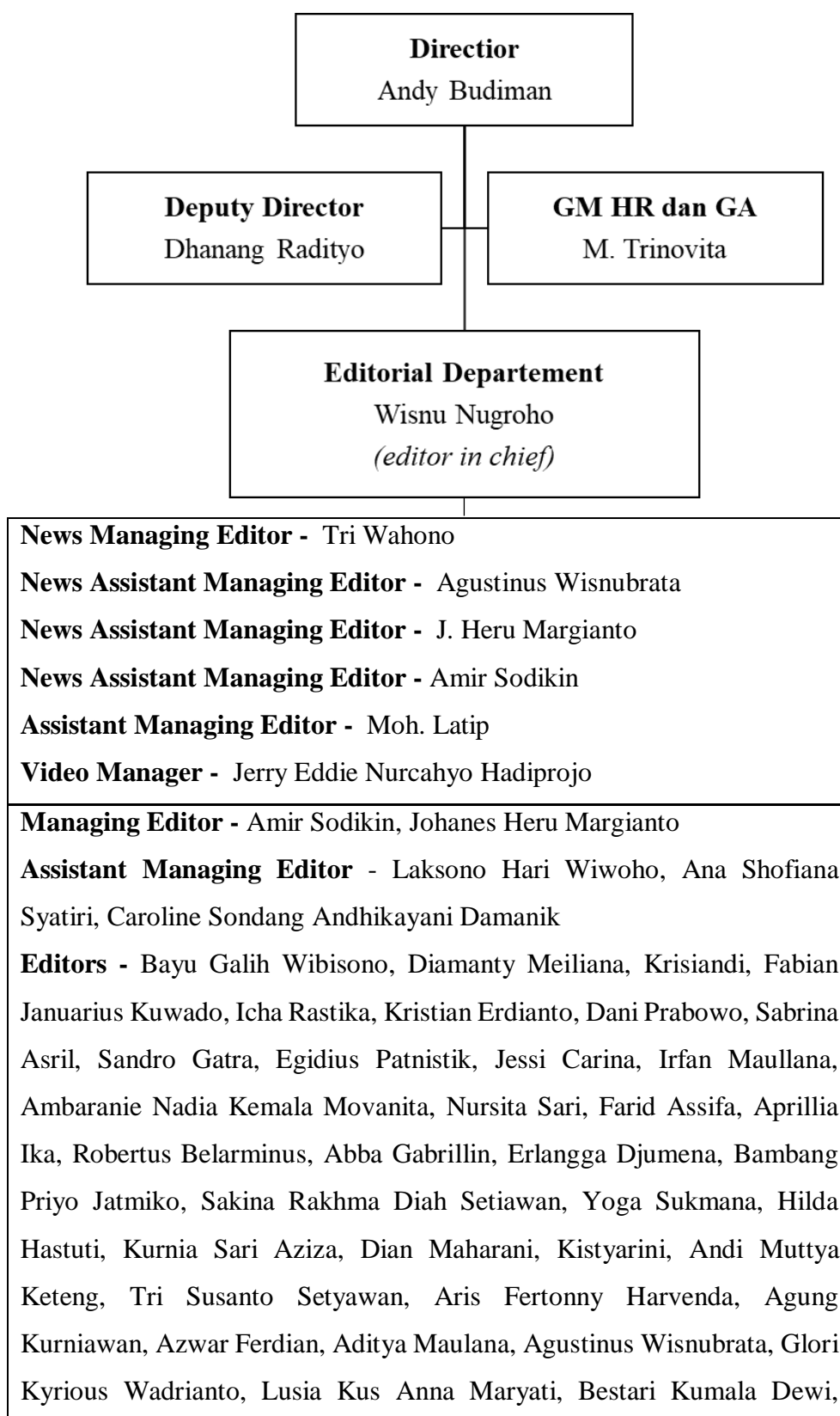
Melihat potensi dunia digital yang besar, Kompas Online kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT Kompas *Cyber Media* (KCM) pada 6 Agustus 1998. Sejak saat itu, Kompas Online lebih dikenal dengan sebutan KCM. Di era ini, para pengunjung KCM tidak lagi hanya mendapatkan replika harian Kompas, tapi juga mendapatkan *update* perkembangan berita-berita terbaru yang terjadi sepanjang hari.

Pengunjung KCM meningkat pesat seiring dengan tumbuhnya pengguna Internet di Indonesia. Mengakses informasi dari Internet kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari hidup kita sehari-hari. Dunia digital pun terus berubah dari waktu ke waktu. KCM pun berbenah diri.

Pada 29 Mei 2008, portal berita ini me-*rebranding* dirinya menjadi *Kompas.com*, merujuk kembali pada *brand* Kompas yang selama ini dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang memberi makna. Kanal-kanal berita ditambah. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang *update* dan aktual kepada para pembaca. *Rebranding* *Kompas.com* ingin menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir di tengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasny aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.

## 4.2 Struktur Organisasi Kompas.com

Tabel 4.2 Struktur Organisasi Kompas.com



Muhammad Reza Wahyudi, Reska Koko Nistanto, Oik Yusuf Araya, Gito Yudha Pratomo, Kahfi Dirga Cahya, Silvita Agmasari, Aloysius Gonsaga Angi Ebo, Eris Eka Jaya, Ferril Dennys Sitorus, Nugyasa Laksamana, Shierine Wangsa Wibawa, Sri Anindiati Nursastri, Wahyu Adityo Prodjo, Palupi Annisa Auliani, Erwin Kusuma Oloan Hutapea, Yunanto Wiji Utomo, Nibras Nada Nailufar, Ardi Priyatno Utomo, Michael Hangga Wismabrata, Gloria Setyvani Putri K., Inggried Dwi Wedhaswari, Resa Eka Ayu Sartika, Ariska Puspita Anggraini, Tri Indriawati

**Reporters** - Ihsanuddin, Rakhmat Nur Hakim, Ardito Ramadhan, Akhdi Martin Pratama, Rosiana Haryanti, Ira Gita Natalia Sembiring, Setyo Adi Nugroho, Stanly Ravel Pattiwaelapia, Nabilla Tashandra, Dian Reinis Kumampung, Wahyunanda Kusuma Pertiwi, Josephus Primus, Alsadadrudi, Mela Arnani, Luthfia Ayu Azanella, Retia Katika Dewi, Akbar Bhayu Tamtomo

**Multimedia & Social Media** - Roderick Adrian Mozes, Heribertus Kristianto Purnomo, Dino Oktaviano Sami Putra, Ari Prasetyo, Garry Andrew Lotulung, Andreas Lukas, Lulu Cinantya, Sherly Puspita, Pamela Djajasaputra

**Administrative & Secretary** - Adinda Dwi Putri, Yuliana Melati P., Ira Fauziah

**Content Marketing** - Alia Deviani, Fikria Hidayat, Sri Noviyanti, Mikhael Gewati, Sheila Respati, Anggara Wikan Prasetya, Hisnudita Hagiworo, Alek Kurniawan, Anissa Dea Widiarini, Aditya Mulyawan

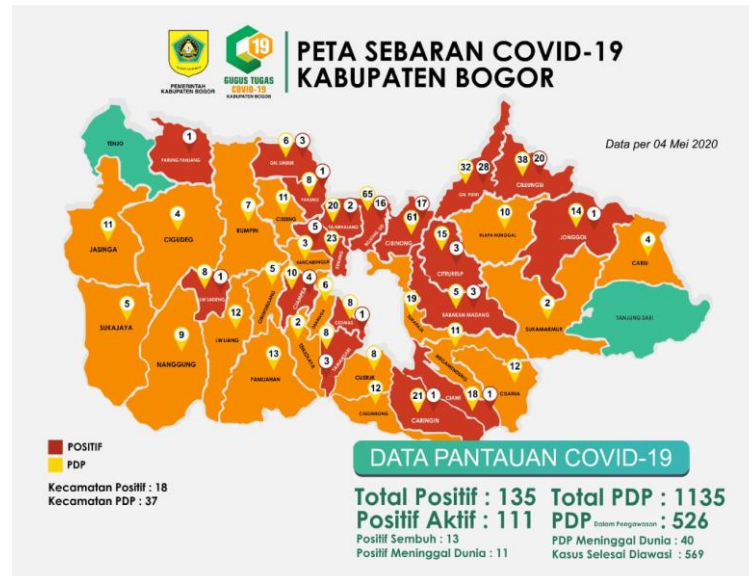
**Sumber : Inside Kompas.com**

#### **4.3 Visi Dan Misi Kompas.com**

Kompas.com memiliki Visi dan Misi yaitu menjadi agen perubahan dalam membangun komunitas Indonesia yang lebih harmonis, toleran, aman, dan sejahtera dengan mempertahankan Kompas sebagai *market leader* secara nasional melalui optimalisasi sumber daya dan sinergi bersama mitra strategis.

#### 4.4 Gambaran Umum Masyarakat Kabupaten Bogor

Kabupaten Bogor merupakan wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Jawa Barat, dengan jumlah sebanyak 5.965.410 jiwa.



Sumber : AyoBogor.com

Gambar 4 Peta Kabupaten Bogor

Berdasarkan Peraturan Daerah No. 3 Tahun 2003 Tentang Pembentukan dan Perda No. 40 Tahun 2004 Tentang OTK Kecamatan Kabupaten Bogor Memiliki 40 Kecamatan, Berikut ini Profil Informasi yang tersaji mengenai 40 Kecamatan tersebut :



<b>Kecamatan Kabupaten Bogor</b>	
1. Kecamatan Jonggol	21. Kecamatan Cigudeg
2. Kecamatan Cariu	22. Kecamatan Sukajaya
3. Kecamatan Tanjung Sari	23. Kecamatan Leuwiliang
4. Kecamatan Cileungsi	24. Kecamatan Leuwisadeng
5. Kecamatan Sukamakmur	25. Kecamatan Ciampea
6. Kecamatan Cibinong	26. Kecamatan Tenjolaya
7. Kecamatan Citeureup	27. Kecamatan Cibungbulang
8. Kecamatan Sukaraja	28. Kecamatan Pamijahan
9. Kecamatan Gunung Putri	29. Kecamatan Rumpin
10. Kecamatan BabakanMadang	30. Kecamatan Cisarua
11. Kecamatan Ciseeng	31. Kecamatan Ciomas
12. Kecamatan Kemang	32. Kecamatan Tamansari
13. Kecamatan Rancabungur	33. Kecamatan Cijeruk
14. Kecamatan Gunung Sindur	34. Kecamatan Cigombong
15. Kecamatan Bojonggede	35. Kecamatan Caringin
16. Kecamatan Tajur Halang	36. Kecamatan Dramaga
17. Kecamatan Jasinga	37. Kecamatan Megamendung
18. Kecamatan Nanggung	38. Kecamatan Kelapanunggal
19. Kecamatan Ciawi	39. Kecamatan Parung Panjang
20. Kecamatan Tenjo	40. Kecamatan Parung

**Gambar 4.1 Kecamatan Kabupaten Bogor**

#### 4.5 Jumlah Masyarakat Kabupaten Bogor

Kabupaten Bogor memiliki jumlah penduduk sebanyak 5.965.410 jiwa yang dibagi ke dalam beberapa kategori usia, dan jenis kelamin yaitu :

**Tabel 4.5 Jumlah berdasarkan usia dan jenis kelamin**

No.	Usia	Jumlah	Laki-Laki	Perempuan
1.	0-4	577.656	3.045.174	2.920.236
2.	5-9	579.184		
3.	10-14	557.997		
4.	15-19	551.021		
5.	20-24	557.197		
6.	25-29	508.055		
7.	30-34	483.732		
8.	35-39	467.314		
9.	40-44	425.234		
10.	45-49	356.493		
11.	50-54	285.048		
12.	55-59	212.505		
13.	60-64	158.017		
14.	65+	245.957		
<b>Total</b>		<b>5.965.410</b>		

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor tahun 2019

#### 4.6 Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini, peneliti akan mengemukakan data hasil penelitian yang didapat dari responden sebagai sumber utama yaitu melalui penyebaran kuesioner. Analisis data hasil penelitian disajikan berdasarkan variabel dan indikator variabel penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.Com dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu Karakteristik Masyarakat (X) dan Persepsi Masyarakat (Y).

#### 4.7 Karakteristik Masyarakat (X)

Peneliti membuat pertanyaan mengenai variabel X yang terdapat 5 indikator mengenai karakteristik masyarakat, yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, penghasilan dan jenis pekerjaan. Hasil sebaran data merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dijelaskan pada bab satu.

##### 4.7.1 Usia (X2)

Merupakan lama waktu hidup seseorang (sejak dilahirkan). Karakteristik masyarakat berdasarkan usia penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5.

**Tabel 4.7.1 Karakteristik Masyarakat Berdasarkan Usia**

<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>15 – 25 tahun</b>	<b>89</b>	<b>89</b>
<b>26 – 36 tahun</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>37– 47 tahun</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>48 – 58 tahun</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>&gt; 59 tahun</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer, 2020

Dilihat dari tabel di atas, bahwa persentase karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor terhadap persepsi pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” edisi 13 Juli 2020 berdasarkan usia yaitu 15 sampai 25 tahun sebanyak 89 persen, 26 sampai 36 tahun sebanyak 4 persen, 37 sampai 47 tahun sebanyak 5 persen, 48 sampai 58 tahun sebanyak 2 persen dan lebih dari 59 tahun sebanyak 0 persen. Dapat disimpulkan bahwa persentase terbanyak karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor terhadap persepsi pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” edisi 13 Juli 2020 yaitu di usia 15 sampai 25 tahun dengan persentase 89 persen.

#### 4.7.2 Jenis Kelamin (X3)

Jenis kelamin adalah kondisi biologis primer masyarakat apakah tergolong laki-laki atau perempuan. Karakteristik masyarakat berdasarkan jenis kelamin penelitian ini dapat dilihat pada poin 3.8

**Tabel 4.7.2 Karakteristik Masyarakat Kabupaten Bogor Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Perempuan</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>60</b>	<b>60</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber :Data Primer 2020

Berdasarkan tabel di atas, diketahui data jenis kelamin masyarakat Kabupaten Bogor, di per oleh data bahwa masyarakat Kabupaten Bogor jenis kelamin perempuan sebanyak 40 persen dan masyarakat Kabupaten Bogor jenis kelamin laki-laki sebanyak 60 persen. Hasil data dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian "Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com di dominasi oleh Masyarakat Kabupaten Bogor berjenis kelamin laki-laki.

#### 4.7.3 Tingkat Pendidikan (X4)

Merupakan segala upaya yang direncanakan mempengaruhi individu, kelompok, atau masyarakat sehingga melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. Karakteristik masyarakat berdasarkan tingkat pendidikan penelitian ini dapat dilihat pada poin 3.8.

Tabel 4.7.3 Karakteristik Masyarakat berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
SD	0	0
SMP	10	10
SMA	40	40
SMK	20	20
Diploma 3	10	10
S-1	20	20
S-2	0	0
S-3	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer, 2020

Pada tabel di atas, jumlah masyarakat Kabupaten Bogor yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian "Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan "Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan" Pada Website Kompas.com berdasarkan tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan SD sebanyak 0 persen, SMP sebanyak 10 persen, SMA sebanyak 40 persen, SMK sebanyak 20 persen, D3 sebanyak 10 persen, S-1 sebanyak 20 persen, S-2 sebanyak 0 persen dan S-3 sebanyak 0 persen. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan masyarakat Kabupaten Bogor yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian "Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan "Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan" Pada Website Kompas.com di dominasi oleh masyarakat dengan tingkat pendidikan tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 40 persen.

#### 4.7.4 Jenis Perkerjaan (X5)

Pekerjaan adalah profesi seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup. Karakteristik masyarakat berdasarkan jenis perkerjaan penelitian ini dapat dilihat pada poin 3.8.

Tabel 4.7.4 Karakteristik Masyarakat berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
<b>Pelajar/Mahasiswa</b>	<b>70</b>	<b>70</b>
<i>Freelancer</i>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Pekerja Paruh Waktu</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pegawai swasta</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Pengusaha</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>PNS, TNI, atau ABRI</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Profesional (Pengacara, dokter, dll.)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Lainnya</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer, 2020

Pada tabel 4.7.4 jumlah persentase masyarakat Kabupaten Bogor yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian "Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com berdasarkan jenis pekerjaan. Jenis pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 70 persen, *Freelancer* sebanyak 10 persen, Pekerja Paruh Waktu sebanyak 0 persen, Pegawai Swasta sebanyak 10 persen, Pengusaha sebanyak 4 persen, PNS/TNI/ABRI sebanyak 0 persen, Profesional sebanyak 0 persen, dan Lainnya sebanyak 4 persen. Dapat disimpulkan masyarakat Kabupaten Bogor yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian "Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com di dominasi oleh masyarakat Kabupaten Bogor dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

#### 4.7.5 Jumlah Pendapatan (X6)

Penghasilan adalah profesi seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup. Karakteristik masyarakat berdasarkan jumlah pendapatan penelitian ini dapat dilihat pada poin 3.8.

**Tabel 4.7.5 Karakteristik Masyarakat berdasarkan Jumlah Penduduk**

<b>Jumlah pendapatan</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>≤ Rp 4.100.000</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
<b>Rp. 4.100.000 – Rp 5.100.000</b>	<b>13</b>	<b>13</b>
<b>Rp 5.100.000 – Rp 6.100.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>&gt; Rp 6.100.000</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Lainnya</b>	<b>48</b>	<b>48</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer, 2020

Pada tabel di atas jumlah persentase masyarakat Kabupaten Bogor yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian "Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com berdasarkan jumlah pendapatan. Dengan jumlah penghasilan ≤ Rp 4.100.000 sebanyak 32 persen, Rp. 4.100.000 – Rp 5.100.000 sebanyak 13 persen, Rp 5.100.000 – Rp 6.100.000 sebanyak 0 persen, > Rp 6.100.000 sebanyak 7 persen dan Lainnya sebanyak 48 persen. Demikian dapat disimpulkan Masyarakat Kabupaten Bogor yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian "Persepsi Masyarakat Kabupaten Bogor Terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com di dominasi dengan jumlah pendapatan lainnya sebanyak 48 persen.

#### 4.8 Persepsi Masyarakat (Y)

Persepsi masyarakat terhadap Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.Com edisi 13 Juli 2020 dapat diketahui melalui tiga indikator yaitu pengetahuan, perhatian, dan penafsiran.

##### 4.8.1 Indikator Pengetahuan (Y1)

Pengetahuan di sini merupakan sesuatu yang diketahui oleh masyarakat mengenai Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.Com

Tabel 4.8.1 Indikator Pengetahuan

Indikator	Pernyataan	Frekuensi				X	Rata - Rata	Ket
		SS	S	TS	STS			
Pengetahuan	P1	48	49	3	0	3,45	3,45	SANGAT SETUJU
	P2	38	57	5	0	3,33		
	P3	46	51	3	0	3,43		
	P4	60	40	0	0	3,6		
	P5	44	53	3	0	3,41		
	P6	55	43	2	0	3,53		

Sumber : Data Primer, 2020

Pada tabel 4.8.1 menunjukkan besaran persepsi untuk indikator pengetahuan. Berikut rincian setiap pernyataan:

- a. **P1** jumlah responden setuju sebanyak 48 persen, dengan ini menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui mengetahui sejak Bulan Maret sampai Juli jumlah kasus positif COVID-19 terus meningkat tiap harinya.
- b. **P2** jumlah responden setuju sebanyak 57 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui Jumlah terkonfirmasi kasus positif COVID-19 di Indonesia sebanyak 225,030 jiwa, jumlah dirawat sebanyak 55,000 jiwa, jumlah korban meninggal 8,965 jiwa, dan jumlah pasien sembuh 161,065 jiwa.



- c. **P3** jumlah responden setuju sebanyak 51 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor setuju bahwa Kompas.com merupakan media *online* Jurnalistik yang kredibel.
- d. **P4** jumlah responden sangat setuju sebanyak 60 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju bahwa Kompas.com dapat diakses kapan saja dan di mana saja.
- e. **P5** jumlah responden setuju sebanyak 53 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui bahwa pemerintah Provinsi Jawa Barat tengah menyiapkan peraturan Gubernur terkait penggunaan masker saat beraktivitas di luar rumah.
- f. **P6** jumlah responden sangat setuju sebanyak 55 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju pentingnya menggunakan masker untuk mengurangi penularan Covid-19.

#### 4.8.2 Indikator Perhatian (Y2)

Perhatian di sini merupakan sesuatu yang diketahui oleh masyarakat mengenai Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.Com

**Tabel 4.8.2 Indikator Perhatian**

Indikator	Pernyataan	Frekuensi				X	Rata-Rata	Ket
		SS	S	TS	STS			
Perhatian	PH1	45	48	7	0	3,38	3,48	SANGAT SETUJU
	PH2	49	48	3	0	3,46		
	PH3	41	53	6	0	3,35		
	PH4	52	47	1	0	3,5		
	PH5	45	51	2	2	3,39		
	PH6	64	35	1	0	3,62		
	PH 7	54	42	4	0	3,5		
	PH 8	62	38	0	0	3,62		
	PH 9	58	42	0	0	3,58		

Sumber : Data Primer, 2020

Tabel diatas menunjukkan besaran persepsi untuk indikator perhatian. Berikut rincian setiap pernyataan:

- a) **PH1** jumlah responden setuju sebanyak 48 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor setuju bahwa *new normal* menjadi salah satu faktor melonjaknya kasus positif Covid-19 di Indonesia
- b) **PH2** jumlah responden sangat setuju sebanyak 49 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor merasa resah dengan masyarakat yang masih bepergian atau berkumpul di tempat umum tanpa menggunakan masker
- c) **PH3** jumlah responden setuju sebanyak 53 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor setuju bahwa angka kenaikan kasus positif Covid-19 membuat masyarakat Kabupaten Bogor mengurangi aktivitas di luar rumah.
- d) **PH4** jumlah responden sangat setuju sebanyak 47 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” adalah *headline* Media Online Kompas.com edisi 13 Juli 2020.
- e) **PH5** jumlah responden setuju sebanyak 51 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor setuju *Headline* “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” menjadi daya tarik untuk dibaca bagi Masyarakat Kabupaten Bogor.
- f) **PH6** jumlah responden sangat setuju 64 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui Gubernur Jawa Barat Ridwal Kamil Mengatakan bahwa aturan tersebut dibuat agar masyarakat disiplin mematuhi protokol Kesehatan.
- g) **PH7** jumlah responden sangat setuju 54 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui tentang denda, kerja sosial dan kurungan sebagai hukuman bagi masyarakat yang tidak menggunakan masker di luar rumah
- h) **PH8** jumlah responden sangat setuju 62 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju bahwa wajib menggunakan masker, kecuali dalam situasi tertentu seperti olahraga.

- i) **PH9** jumlah responden sangat setuju 58 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju bahwa setelah membaca berita “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” masyarakat Kabupaten Bogor merasa sadar untuk menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah.

#### 4.8.3 Indikator Penafsiran (Y3)

Penafsiran di sini merupakan sesuatu yang diketahui oleh masyarakat mengenai Pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.Com

Tabel 4.8.3 Indikator Penafsiran

Indikator	Pernyataan	Frekuensi				X	Rata-Rata	Ket
		SS	S	TS	STS			
Penafsiran	PN1	64	34	2	0	3,62	3,56	SANGAT SETUJU
	PN2	66	33	1	0	3,64		
	PN3	60	38	1	1	3,57		
	PN4	59	40	1	0	3,58		
	PN5	59	40	1	0	3,58		
	PN6	46	47	7	0	3,39		
	PN7	61	36	3	0	3,62		

Sumber : Data Primer, 2020

Tabel diatas menunjukkan besaran persepsi untuk indikator penafsiran. Berikut rincian setiap pernyataan:

- a) **PN1** jumlah responden sangat setuju sebanyak 64 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju bahwa penggunaan masker saat beraktivitas di luar rumah dapat mengurangi penularan virus Covid-19.
- b) **PN2** jumlah responden sangat setuju sebanyak 66 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju bahwa tidak mengenakan masker saat beraktivitas diluar rumah mengingatkan resiko tertular virus Covid-19.

- c) **PN3** jumlah responden sangat setuju sebanyak 60 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju bahwa masyarakat Kabupaten Bogor lebih disiplin mematuhi protokol kesehatan setelah membaca berita “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan”.
- d) **PN4** jumlah responden sangat setuju sebanyak 59 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju bahwa masyarakat Kabupaten Bogor diharapkan mengenakan masker saat beraktivitas di luar rumah setelah membaca berita “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan”.
- e) **PN5** jumlah responden sangat setuju sebanyak 59 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju dengan adanya peraturan pemerintah Provinsi Jawa Barat tentang penggunaan masker dan untuk mendisiplinkan masyarakat.
- f) **PN6** jumlah responden setuju sebanyak 47 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor setuju akan bahayanya Covid-19.
- g) **PN 7** jumlah responden sangat setuju sebanyak 61 persen, dengan ini masyarakat Kabupaten Bogor sangat setuju mengenai Peraturan mengenai wajib menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah dapat berjalan dengan efektif, untuk mencegah meningkatnya kasus positif Covid-19.

#### **4.9 Hubungan Karakteristik Masyarakat (X) Dengan Persepsi Masyarakat (Y) Terhadap Artikel**

Variabel karakteristik masyarakat (X) adalah usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan jumlah pendapatan. Dengan persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com" edisi 13 Juli 2020 adalah pengetahuan, perhatian, dan penafsiran. Kedua variabel tersebut dihubungkan guna mengetahui nilai hubungannya. Berikut penjelasan mengenai kedua variabel di bawah ini beserta pemaparannya.

Tabel 4.9 Perolehan hasil data responden terhadap nilai hubungan karakteristik masyarakat (X) dengan persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com edisi 13 Juli 2020 (Y)

Karakteristik Masyarakat Kabupaten Bogor (X)		Persepsi (Y)		
		Pengetahuan	Perhatian	Penafsiran
Usia	<i>Correlation Coefficient</i>	-0.002	-0.056	-0.152
	<i>Sig</i>	0.982	0.582	0.131
Jenis kelamin	<i>Correlation Coefficient</i>	-0.064	0.092	-0.212
	<i>Sig</i>	0.529	0.368	0.034
Tingkat pendidikan	<i>Correlation Coefficient</i>	-0.064	0.091	-0.212
	<i>Sig</i>	0.529	0.368	0.034
Jenis pekerjaan	<i>Correlation Coefficient</i>	0.009	-0.596	0.137
	<i>Sig</i>	0.931	0.596	0.173
Jumlah pendapatan	<i>Correlation Coefficient</i>	0.043	-0.057	-0.141
	<i>Sig</i>	0.673	0.574	0.161

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 nilai variabel usia terhadap variabel pengetahuan sebesar -0.002, maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik usia masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel pengetahuan memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah. Nilai variabel usia terhadap variabel perhatian sebesar -0.056, maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik usia masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel perhatian memiliki hubungan korelasi yang cukup dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah. Nilai variabel usia terhadap variabel penafsiran sebesar -0.152, maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik usia masyarakat Kabupaten Bogor dengan

variabel penafsiran memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah.

Nilai variabel jenis kelamin terhadap variabel pengetahuan sebesar  $-0.064$ , maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik jenis kelamin terhadap variabel pengetahuan memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah. Nilai variabel jenis kelamin terhadap variabel perhatian sebesar  $0.092$ , maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik jenis kelamin masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel perhatian memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat positif, maka hubungan antar variabel tersebut searah. Nilai variabel karakteristik jenis kelamin terhadap variabel penafsiran sebesar  $-0.212$ , maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik jenis kelamin dengan variabel penafsiran memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah.

Nilai variabel tingkat pendidikan dengan variabel pengetahuan sebesar  $-0.064$ , maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik tingkat pendidikan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel pengetahuan memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah. Nilai variabel tingkat pendidikan dengan variabel perhatian sebesar  $0.091$ , maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik tingkat pendidikan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel perhatian memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat positif, maka hubungan antar variabel tersebut searah. Nilai variabel tingkat pendidikan dengan variabel penafsiran sebesar  $-0.0212$ , maka *correlation coefficient* antara variabel tingkat pendidikan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel penafsiran memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah.

Nilai variabel jenis pekerjaan dengan variabel pengetahuan sebesar  $0.009$ , maka *correlation coefficient* antara variabel karakteristik jenis pekerjaan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel pengetahuan memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat positif, maka hubungan antar variabel

tersebut searah. Nilai variabel jenis pekerjaan dengan variabel perhatian sebesar 0.596, maka *correlation coefficient* antara variabel jenis pekerjaan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel perhatian memiliki hubungan yang sangat kuat dan bersifat positif, maka hubungan antar variabel tersebut searah. Nilai variabel jenis pekerjaan dengan variabel penafsiran sebesar 0.137, maka *correlation coefficient* antara variabel jenis pekerjaan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel penafsiran memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat positif, maka hubungan antar variabel tersebut searah.

Nilai variabel jumlah pendapatan dengan variabel pengetahuan sebesar 0.043, maka *correlation coefficient* antara variabel jenis pekerjaan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel pengetahuan memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat positif, maka hubungan antar variabel tersebut searah. Nilai variabel jumlah pendapatan dengan variabel perhatian sebesar -0.037, maka *correlation coefficient* antara variabel jumlah pekerjaan dengan variabel perhatian memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah. Nilai variabel jumlah pendapatan dengan variabel penafsiran sebesar -0.141, maka *correlation coefficient* antar variabel jumlah pendapatan masyarakat Kabupaten Bogor dengan variabel penafsiran memiliki hubungan korelasi yang sangat lemah dan bersifat negatif, maka hubungan antar variabel tersebut tidak searah.

#### 4.9.1 Pengujian Hipotesis

Hipotesis sudah diuji dengan melihat nilai signifikansi dan hasil pengujian *rank spearman* dan *chi square*. Jika nilai signifikansi Sig. (2-sided) < 0.05 maka artinya H0 ditolak H1 diterima. Namun jika Sig. (2-sided) > 0.05 maka artinya H0 diterima H1 ditolak.

Berdasarkan tabel di 4.9 usia diuji dengan indikator Pengetahuan nilai signifikansi adalah 0.982, maka nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.982 lebih besar dari 0,05 maka berdasarkan dari pengambilan keputusan diatas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik usia Masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator pengetahuan. Usia diuji dengan indikator

perhatian nilai signifikasinya adalah 0.582 karena nilai *asymp. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.582 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik usia masyarakat Kabupaten Bogor dan indikator perhatian. Usia diuji dengan indikator Penafsiran nilai signifikasinya adalah 0.131 karena nilai *asymp. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.131 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik usia masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator penafsiran.

Jenis kelamin diuji dengan indikator pengetahuan nilai signifikasinya adalah 0.529, karena nilai *asymp. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.529 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik jenis kelamin masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator pengetahuan. Jenis kelamin diuji dengan indikator perhatian nilai signifikasinya adalah 0.368, karena nilai *asymp. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.368 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik jenis kelamin masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator perhatian. Jenis kelamin diuji dengan indikator penafsiran nilai signifikasinya adalah 0.034, karena nilai *asymp. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.034 lebih kecil dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti terdapat hubungan antara karakteristik jenis kelamin masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator penafsiran.

Tingkat pendidikan diuji dengan indikator pengetahuan nilai signifikasinya adalah 0.529, karena nilai *asymp. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.529 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik tingkat pendidikan



masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator pengetahuan. Tingkat pendidikan diuji dengan indikator perhatian nilai signifikasinya adalah 0.368, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.368 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik tingkat pendidikan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator perhatian. Tingkat pendidikan diuji dengan indikator penafsiran nilai signifikasinya adalah 0.034, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.034 lebih kecil dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat hubungan antara karakteristik tingkat pendidikan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator penafsiran.

Pekerjaan diuji dengan indikator pengetahuan nilai signifikasinya adalah 0.931, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.931 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik pekerjaan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator pengetahuan. Pekerjaan diuji dengan indikator perhatian nilai signifikasinya adalah 0.596, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.596 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik pekerjaan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator perhatian. Pekerjaan diuji dengan indikator penafsiran nilai signifikasinya adalah 0.173, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.173 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik pekerjaan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator penafsiran.

Jumlah pendapatan diuji dengan indikator pengetahuan nilai signifikasinya adalah 0.673, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.673 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti

tidak terdapat hubungan antara karakteristik jumlah pendapatan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator pengetahuan. Jumlah pendapatan diuji dengan indikator perhatian nilai signifikasinya adalah 0.574, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.574 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik jumlah pendapatan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator perhatian. Jumlah pendapatan diuji dengan indikator penafsiran nilai signifikasinya adalah 0.161, karena nilai *asympt. Sig (2-sided)* pada uji *rank spearman* sebesar 0.161 lebih besar dari 0.05 maka berdasarkan pengambilan keputusan di atas H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak terdapat hubungan antara karakteristik jumlah pendapatan masyarakat Kabupaten Bogor dengan indikator penafsiran.

#### **4.10 Hubungan Teori S-O-R Dengan Hasil Penelitian**

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi secara verbal ataupun nonverbal dapat merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan berbagai cara. Efek yang ditimbulkan adalah reaksi terhadap stimulus sehingga komunikator dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan, media, dan reaksi dari komunikan (responden). Pada penelitian ini persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com edisi 13 Juli 2020.

Teori ini memiliki tiga elemen yaitu:

- a) Pesan yaitu *headline* berita “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” edisi 13 Juli 2020 pada *website* Kompas.com. Pesan yang di maksud dalam penelitian ini adalah penyajian informasi yang disajikan oleh Kompas.com
- b) Penerimaan yaitu masyarakat Kabupaten Bogor yang membaca berita “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” edisi 13 Juli 2020. Penerima sebagai komunikan yang mengungkapkan bagaimana persepsi terhadap pemberitaan

tersebut. Komunikasikan (responden) dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

- c) Efek yang ditimbulkan dari persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” pada *website* Kompas.com edisi 13 Juli 2020 berupa pengetahuan, perhatian, dan penafsiran.

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan data dari penelitian yang dilakukan kepada Masyarakat Kabupaten Bogor, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Karakteristik pembaca terdiri dari 100 responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 60 persen dengan usia mayoritas 15-25 tahun dengan persentase 89 persen dan tingkat pendidikan SMA dengan persentase 40 persen dan jenis pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa dengan 70 persen dan jumlah pendapatan lainnya sebanyak 48 persen.
- b) Persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Pada Website Kompas.com edisi 13 Juli 2020 diukur melalui tiga indikator yaitu pengetahuan, perhatian dan penafsiran. Secara keseluruhan persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” sudah baik dilihat dari responden yang menjawab sangat setuju dan setuju pada indikator pengetahuan, perhatian dan penafsiran.
- c) Karakteristik masyarakat Kabupaten Bogor dengan persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” pada *website* Kompas.com edisi 13 Juli 2020 tidak terdapat hubungan yang nyata.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” pada *website* Kompas.com edisi 13 Juli 2020, maka terdapat poin saran sebagai berikut:

- a) Persepsi masyarakat Kabupaten Bogor terhadap pemberitaan “Tidak Pakai Masker Di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” sudah baik, maka dari itu sosialisasi dan penerapan Peraturan Gubernur Jawa Barat harus selalu berjalan, agar masyarakat sadar dan disiplin.
- b) Dengan pemberitaan ini diharapkan masyarakat sadar dan lebih disiplin untuk menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah .

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi*

*dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup.

Herman, R. N., & Harun, M. 2018. *Jurnalistik Praktis*. Syiah Kuala University Press.

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenanda Media Group.

Morissan, M.A., 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana.

Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi, ilmiah & Populer*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Prof. Dr. Sarmanu, Drh., M.S.,. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.

Rahman, Abdul. 2013. *Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi dan Budaya Kerja*

*terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Keluarga Berencana dan*

*Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Donggala*. e-Jurnal Katalogis, Volume I Nomor 2, April 2013

Robbins, S.P dan Judge T.A. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat

Romli, A.S.M. & Syamsul, A., 2012. *Jurnalistik online: Panduan Praktis Mengelola*

*Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Romli, K. 2017. *Komunikasi massa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.

Silviani, Irene. 2020. *KOMUNIKASI ORGANISASI Dr. Irene*. SCOPINDO MEDIA

PUSTAKA.

- \_\_\_\_\_. Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Aflabeta.
- \_\_\_\_\_. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Aflabeta.
- \_\_\_\_\_. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Aflabeta.

**JURNAL & SKRIPSI**

Ejurnal ilmu komunikasi,3(3) 2015:41-50 ISSN 0000-0000,ejournal.ilkom.co.id

Morissan,m.A,et al,2010,teori komunikasi massa,p.t. ghalia Indonesia

Janlika Putri Indah Sari. 2018. Persepsi Pembaca Femina Terhadap Rubrik Profil Website Femina.Co.Id. [Skripsi]. Bogor: Universitas Pakuan.

Inda Fitriyarini. 2013. Pemberitaan dan Persepsi Masyarakat Tentang Lingkungan Hidup di Media Cetak Lokal Provinsi Kalimantan Timur. Kalimantan Timur: Prodi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Mulawarman.

**SUMBER LAIN**

<https://apjii.or.id/survei> (diakses tanggal 09/01/2021)

<https://inside.kompas.com/> (diakses tanggal 19/07/2020)

<https://bandung.kompas.com/read/2020/07/13/16341181/tidak-pakai-masker-di-jabar-bisa-kena-denda-hingga-sanksi-kurungan?page=all> (Artikel diakses tanggal 10/7/2020)

<https://bogorkab.go.id/pages/kecamatan> (diakses tanggal 11/8/2020)

<https://www.ayobogor.com/read/2020/05/05/6900/2-kecamatan-di-kabupaten-bogor-masih-nihil-pdp-dan-positif-covid-19> (diakses tanggal 11/8/2020)

<https://bogorkab.bps.go.id/dynamictable/2020/05/27/36/jumlah-penduduk-kabupaten-bogor-menurut-kelompok-umur-2018-2020.html> (diakses tanggal 10/07/2020)

<https://rufiismada.files.wordpress.com/2012/10/tabel-r.pdf> (diakses tanggal 10/11/2020)



# LAMPIRAN

**Lampiran 1: Lembar Kuesioner**

No. Responden

--	--	--

**KUESIONER PENELITIAN**

Yth.

Warga Kecamatan Bogor Timur

Kota Bogor

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ririh Anjani

NPM : 0441 16 374

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Jurusan : Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat

PTS : Universitas Pakuan, Bogor

Kuesioner ini merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden dalam rangka penulisan skripsi sarjana dengan judul:

**“PERSEPSI MASYARAKAT KABUPATEN BOGOR TERHADAP PEMBERITAAN “TIDAK PAKAI MASKER DI JAWA BARAT BISA KENA DENDA HINGGA SANKSI KURUNGAN” PADA WEBSITE KOMPAS.COM”**

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan anda sebagai responden untuk mengisi daftar pertanyaan terlampir secara objektif. Kerahasiaan identitas dan jawaban dari Anda sebagai responden dijamin sepenuhnya oleh peneliti. Atas perhatian dan kerja sama, peneliti ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

**Yudith Melati Ambarningrum****044116111**

**PERSEPSI MASYARAKAT KABUPATEN BOGOR TERHADAP  
PEMBERITAAN “TIDAK PAKAI MASKER DI JAWA BARAT BISA  
KENA DENDA HINGGA SANKSI KURUNGAN” PADA WEBSITE**

---

**KOMPAS.COM**

NOMOR RESPONDEN :

ASAL :

TANGGAL PENGISIAN :

Petunjuk Pengisian :

1. Kuesioner penelitian ini merupakan salah satu syarat keperluan penelitian kuantitatif.
2. Dimohon untuk membaca setiap pertanyaan dengan baik dan teliti.
3. Dimohon untuk menjawab pertanyaan dengan sungguh-sungguh.
4. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda (√) pada salah satu jawaban yang
5. Paling sesuai menurut anda.

Adapun keterangan alternatif jawaban dan penelitian sebagai berikut:

SST = Sangat Setuju (4)

STU = Setuju (3)

TST = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

**I. Data Identitas Responden**

1. **Usia** : \_\_\_\_\_
2. **Jenis Kelamin** : \_\_\_\_\_
3. **Tingkat Pendidikan**
  - Tamat Sekolah Dasar (SD)
  - Tamat Sekolah Menengah Pertama (SMP)
  - Tamat Sekolah Menengah Atas (SMA)
  - Tamat Diploma 3
  - Tamat Sarjana (S-1)
  - Tamat Magister (S-2)
  - Tamat Doktor (S-3)
4. **Jumlah Pendapatan**
  - ≤ Rp 4. 100.000
  - Rp. 4. 100.000 – Rp 5. 100.000
  - Rp 5. 100.000 – Rp 6. 100.000
  - > Rp 6.100.000
  - Lainnya \_\_\_\_\_
5. **Jenis Pekerjaan**
  - Pelajar/Mahasiswa
  - Pegawai swasta
  - Pengusaha
  - PNS, TNI, atau ABRI
  - Profesional (Pengacara, dokter, dll.)
  - Lainnya \_\_\_\_\_

## II. PERSEPSI

PENGETAHUAN					
NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui sejak Bulan Maret sampai Juli jumlah kasus positif COVID-19 terus meningkat tiap harinya				
2.	Masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui Jumlah terkonfirmasi kasus positif COVID-19 di Indonesia sebanyak 225,030 jiwa, jumlah dirawat sebanyak 55,000 jiwa, jumlah korban meninggal 8,965 jiwa, dan jumlah pasien sembuh 161,065 jiwa				
3.	Kompas.com merupakan media online Jurnalistik yang kredibel				
4.	Kompas.com dapat diakses kapan saja dan di mana saja menggunakan <i>smarthphone</i> ataupun perangkat lainnya yang tersambung dengan internet				
5.	Pemerintah Provinsi Jawa Barat tengah menyiapkan Peraturan Gubernur terkait penggunaan masker saat beraktivitas di luar rumah				
6.	Masyarakat Kabupaten Bogor mengetahui pentingnya menggunakan masker untuk mengurangi pengurangan COVID-19				
PERHATIAN					
NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS

1.	<i>New Normal</i> menjadi salah satu faktor melonjaknya kasus positif COVID-19 di Indonesia				
2.	Masyarakat Kabupaten Bogor resah dengan masyarakat yang masih bepergian atau berkumpul di tempat umum tanpa menggunakan masker				
3.	Angka kenaikan kasus positif COVID-19 membuat masyarakat Kabupaten Bogor mengurangi aktivitas di luar rumah				
4.	“Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” adalah <i>headline</i> Media Online Kompas.com edisi 13 Juli 2020				
5.	<i>Headline</i> “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” menjadi daya tarik bagi Masyarakat Kabupaten Bogor				
6.	Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil Mengatakan bahwa aturan tersebut dibuat untuk masyarakat Jawa Barat agar disiplin mematuhi protokol kesehatan				
7.	Denda sebesar Rp. 100.000 – Rp. 150.000 dan alternatif hukuman lainnya berupa kerja sosial atau kurungan mencegah masyarakat untuk tidak menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah				

8.	Semua masyarakat Kabupaten Bogor wajib mengenakan masker kecuali dalam situasi tertentu, seperti makan, pidato, dan olahraga dengan intensitas tinggi				
9.	Setelah membaca berita “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” masyarakat Kabupaten Bogor merasa sadar untuk menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah				
PENAFSIRAN					
NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Penggunaan masker saat beraktivitas di luar rumah dapat mengurangi penularan virus COVID-19				
2.	Tidak mengenakan masker saat beraktivitas di luar rumah dapat mengingatkan resiko tertular virus COVID-19				
3.	Masyarakat Kabupaten Bogor diharapkan lebih disiplin mematuhi protokol kesehatan setelah membaca berita “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan”				
4.	Masyarakat Kabupaten Bogor diharapkan mengenakan masker saat beraktivitas di luar rumah setelah membaca berita “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan”				

5.	Dengan adanya peraturan Pemerintah Provinsi Jawa Barat tentang penggunaan masker di tempat umum dapat mencegah penyebaran virus COVID-19 dan mendisiplinkan masyarakat untuk selalu mengenakan masker saat berada di tempat umum				
6.	Setelah baca berita “Tidak Pakai Masker di Jawa Barat Bisa Kena Denda Hingga Sanksi Kurungan” Masyarakat Kabupaten Bogor sadar akan bahaya COVID-19				
7.	Peraturan mengenai wajib menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah dapat berjalan dengan efektif, untuk mencegah meningkatnya kasus positif COVID-19				



## Lampiran 2: Uji Validitas

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	PH9	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5	PN6	PN7	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	0,264	0,069	0,324	0,209	,421*	0,184	,552**	0,298	0,171	-0,009	,398*	0,230	0,020	,452*	0,317	,462*	,425*	,497**	,520**	,394*	,457*	,593**
	Sig. (2-tailed)		0,158	0,718	0,081	0,267	0,021	0,330	0,002	0,110	0,367	0,961	0,029	0,221	0,915	0,012	0,088	0,010	0,019	0,005	0,003	0,031	0,011	0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	0,264	1	0,079	0,256	-0,040	0,080	0,326	,466**	0,245	,367*	,433*	0,220	0,158	,378*	-0,116	0,312	0,236	0,256	0,278	0,026	0,000	-0,027	,411*
	Sig. (2-tailed)	0,158		0,679	0,172	0,835	0,675	0,079	0,009	0,192	0,046	0,017	0,243	0,405	0,040	0,540	0,094	0,210	0,172	0,137	0,890	1,000	0,888	0,024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	0,069	0,079	1	0,308	0,152	0,160	0,096	0,137	0,073	0,274	0,249	0,358	,378*	0,308	0,234	,417*	0,183	0,308	0,284	0,217	0,331	0,210	,407*
	Sig. (2-tailed)	0,718	0,679		0,097	0,424	0,397	0,612	0,469	0,701	0,142	0,185	0,052	0,039	0,097	0,213	0,022	0,334	0,097	0,128	0,249	0,074	0,265	0,026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	0,324	0,256	0,308	1	,492**	,624**	0,072	0,284	0,134	0,347	0,254	,709**	,465**	,365*	0,354	,406*	0,263	,683**	,757**	0,275	0,293	0,245	,643**
	Sig. (2-tailed)	0,081	0,172	0,097		0,006	0,000	0,705	0,129	0,481	0,060	0,175	0,000	0,010	0,047	0,055	0,026	0,160	0,000	0,000	0,141	0,116	0,193	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	0,209	-0,040	0,152	,492**	1	,481**	0,092	0,022	0,039	0,313	0,102	,599**	0,327	0,233	0,248	0,147	0,215	,492**	,573**	0,108	0,292	0,200	,460*
	Sig. (2-tailed)	0,267	0,835	0,424	0,006		0,007	0,630	0,908	0,837	0,092	0,591	0,000	0,078	0,215	0,187	0,438	0,255	0,006	0,001	0,572	0,118	0,290	0,011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

P6	Pearson Correlation	,421*	0,080	0,160	,624**	,481**	1	0,158	0,283	,382*	0,095	0,169	,561**	0,333	,416*	0,332	,384*	,431*	,416*	,503**	0,244	,490**	0,344	,627**
	Sig. (2-tailed)	0,021	0,675	0,397	0,000	0,007		0,405	0,129	0,037	0,618	0,371	0,001	0,072	0,022	0,073	0,036	0,017	0,022	0,005	0,193	0,006	0,063	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH1	Pearson Correlation	0,184	0,326	0,096	0,072	0,092	0,158	1	,389*	0,255	,472**	,553*	0,313	0,281	0,232	0,230	,683**	,676**	0,152	0,233	0,069	0,296	0,238	,541**
	Sig. (2-tailed)	0,330	0,079	0,612	0,705	0,630	0,405		0,034	0,174	0,009	0,002	0,093	0,133	0,216	0,221	0,000	0,000	0,422	0,216	0,715	0,113	0,205	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH2	Pearson Correlation	,552**	,466**	0,137	0,284	0,022	0,283	,389*	1	,464**	,425*	,405*	,372*	0,188	0,284	0,284	,530**	,672**	,446*	,448*	0,293	0,316	0,134	,657**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,009	0,469	0,129	0,908	0,129	0,034		0,010	0,019	0,026	0,043	0,320	0,129	0,128	0,003	0,000	0,014	0,013	0,116	0,089	0,481	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH3	Pearson Correlation	0,298	0,245	0,073	0,134	0,039	,382*	0,255	,464**	1	0,038	0,333	0,134	0,186	0,031	0,230	0,205	0,313	0,134	0,135	,588**	,549**	,442*	,525**
	Sig. (2-tailed)	0,110	0,192	0,701	0,481	0,837	0,037	0,174	0,010		0,844	0,073	0,481	0,325	0,871	0,222	0,277	0,092	0,481	0,476	0,001	0,002	0,014	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH4	Pearson Correlation	0,171	,367*	0,274	0,347	0,313	0,095	,472**	,425*	0,038	1	,520*	,633**	,403*	0,347	,415*	,525**	,420*	,456*	,533**	0,086	0,356	0,072	,619**
	Sig. (2-tailed)	0,367	0,046	0,142	0,060	0,092	0,618	0,009	0,019	0,844		0,003	0,000	0,027	0,060	0,022	0,003	0,021	0,011	0,002	0,650	0,054	0,707	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH5	Pearson Correlation	### #	,433*	0,249	0,254	0,102	0,169	,553**	,405*	0,333	,520**	1	,424*	0,288	0,254	0,035	,535**	,566**	0,254	0,222	- 0,008	0,159	0,049	,503**
	Sig. (2-tailed)	0,961	0,017	0,185	0,175	0,591	0,371	0,001	0,026	0,073	0,003		0,019	0,122	0,175	0,853	0,002	0,001	0,175	0,239	0,967	0,402	0,798	0,005

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH6	Pearson Correlation	,398*	0,220	0,358	,709**	,599**	,561**	0,313	,372*	0,134	,633**	,424*	1	,548**	,408*	,433*	,558**	,480**	,709**	,793**	0,256	0,340	0,266	,772**
	Sig. (2-tailed)	0,029	0,243	0,052	0,000	0,000	0,001	0,093	0,043	0,481	0,000	0,019		0,002	0,025	0,017	0,001	0,007	0,000	0,000	0,172	0,066	0,156	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH7	Pearson Correlation	0,230	0,158	,378*	,465**	0,327	0,333	0,281	0,188	0,186	,403*	0,288	,548**	1	0,008	0,121	,411*	0,305	0,312	,384*	0,030	0,172	0,193	,524**
	Sig. (2-tailed)	0,221	0,405	0,039	0,010	0,078	0,072	0,133	0,320	0,325	0,027	0,122	0,002		0,968	0,523	0,024	0,101	0,093	0,036	0,874	0,364	0,307	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH8	Pearson Correlation	0,020	,378*	0,308	,365*	0,233	,416*	0,232	0,284	0,031	0,347	0,254	,408*	0,008	1	0,253	,406*	0,263	,365*	,428*	0,017	0,195	0,070	,447*
	Sig. (2-tailed)	0,915	0,040	0,097	0,047	0,215	0,022	0,216	0,129	0,871	0,060	0,175	0,025	0,968		0,177	0,026	0,160	0,047	0,018	0,928	0,301	0,714	0,013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PH9	Pearson Correlation	,452*	-0,116	0,234	0,354	0,248	0,332	0,230	0,284	0,230	,415*	0,035	,433*	0,121	0,253	1	,431*	,419*	,455*	,524**	,713**	,684**	,668**	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,012	0,540	0,213	0,055	0,187	0,073	0,221	0,128	0,222	0,022	0,853	0,017	0,523	0,177		0,017	0,021	0,011	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PN1	Pearson Correlation	0,317	0,312	,417*	,406*	0,147	,384*	,683**	,530**	0,205	,525**	,535*	,558**	,411*	,406*	,431*	1	,748**	,541**	,608**	0,196	,444*	0,223	,749**
	Sig. (2-tailed)	0,088	0,094	0,022	0,026	0,438	0,036	0,000	0,003	0,007	0,003	0,002	0,001	0,024	0,026	0,017		0,000	0,002	0,000	0,300	0,014	0,235	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PN2	Pearson Correlation	,462*	0,236	0,183	0,263	0,215	,431*	,676**	,672**	0,313	,420*	,566*	,480**	0,305	0,263	,419*	,748**	1	,482**	,432*	0,154	0,337	0,266	,707**

	Sig. (2-tailed)	0,010	0,210	0,334	0,160	0,255	0,017	0,000	0,000	0,092	0,021	0,001	0,007	0,101	0,160	0,021	0,000		0,007	0,017	0,415	0,069	0,156	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PN3	Pearson Correlation	,425*	0,256	0,308	,683**	,492**	,416*	0,152	,446*	0,134	,456*	0,254	,709**	0,312	,365*	,455*	,541**	,482**	1	,921**	,361*	,390*	0,157	,724**
	Sig. (2-tailed)	0,019	0,172	0,097	0,000	0,006	0,022	0,422	0,014	0,481	0,011	0,175	0,000	0,093	0,047	0,011	0,002	0,007		0,000	0,050	0,033	0,407	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PN4	Pearson Correlation	,497**	0,278	0,284	,757**	,573**	,503**	0,233	,448*	0,135	,533**	0,222	,793**	,384*	,428*	,524**	,608**	,432*	,921**	1	,422*	,472**	0,235	,794**
	Sig. (2-tailed)	0,005	0,137	0,128	0,000	0,001	0,005	0,216	0,013	0,476	0,002	0,239	0,000	0,036	0,018	0,003	0,000	0,017	0,000		0,020	0,008	0,211	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PN5	Pearson Correlation	,520**	0,026	0,217	0,275	0,108	0,244	0,069	0,293	,588**	0,086	-0,008	0,256	0,030	0,017	,713**	0,196	0,154	,361*	,422*	1	,705**	,767**	,552**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,890	0,249	0,141	0,572	0,193	0,715	0,116	0,001	0,650	0,967	0,172	0,874	0,928	0,000	0,300	0,415	0,050	0,020		0,000	0,000	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PN6	Pearson Correlation	,394*	0,000	0,331	0,293	0,292	,490**	0,296	0,316	,549**	0,356	0,159	0,340	0,172	0,195	,684**	,444*	0,337	,390*	,472**	,705**	1	,645**	,689**
	Sig. (2-tailed)	0,031	1,000	0,074	0,116	0,118	0,006	0,113	0,089	0,002	0,054	0,402	0,066	0,364	0,301	0,000	0,014	0,069	0,033	0,008	0,000		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PN7	Pearson Correlation	,457*	-0,027	0,210	0,245	0,200	0,344	0,238	0,134	,442*	0,072	0,049	0,266	0,193	0,070	,668**	0,223	0,266	0,157	0,235	,767**	,645**	1	,529**
	Sig. (2-tailed)	0,011	0,888	0,265	0,193	0,290	0,063	0,205	0,481	0,014	0,707	0,798	0,156	0,307	0,714	0,000	0,235	0,156	0,407	0,211	0,000	0,000		0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

TOTAL	Pearson Correlation	,593**	,411*	,407*	,643**	,460*	,627**	,541**	,657**	,525**	,619**	,503*	,772**	,524**	,447*	,624**	,749**	,707**	,724**	,794**	,552**	,689**	,529**	1
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,024	0,026	0,000	0,011	0,000	0,002	0,000	0,003	0,000	0,005	0,000	0,003	0,013	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																								
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																								

### Lampiran 3: Uji Reabilitas

Nilai r	Jumlah item
0,90	24

### Lampiran 4: Uji Hubungan Karakteristik dan Persepsi Masyarakat

#### Usia dan pengetahuan, perhatian dan penafsiran

Correlations						
			USIA	PENGETAHUAN	PERHATIAN	PENAFSIRAN
Spearman's rho	USIA	Correlation Coefficient	1,000	-0,002	-0,056	-0,152
		Sig. (2-tailed)		0,982	0,582	0,131
		N	100	100	100	100
	PENGETAHUAN	Correlation Coefficient	0,002	1,000	0,148	,464**
		Sig. (2-tailed)	0,982		0,143	0,000
		N	100	100	100	100
	PERHATIAN	Correlation Coefficient	0,056	0,148	1,000	,211*
		Sig. (2-tailed)	0,582	0,143		0,035
		N	100	100	100	100
	PENAFSIRAN	Correlation Coefficient	0,152	,464**	,211*	1,000

		Sig. (2-tailed)	0,131	0,000	0,035	
		N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Correlations						
			USIA	PENGETAHUAN	PERHATIAN	PENAFSIRAN
Spearman's rho	USIA	Correlation Coefficient	1,000	-0,002	-0,056	-0,152
		Sig. (2-tailed)		0,982	0,582	0,131
		N	100	100	100	100
	PENGETAHUAN	Correlation Coefficient	-0,002	1,000	0,148	,464**
		Sig. (2-tailed)	0,982		0,143	0,000
		N	100	100	100	100
	PERHATIAN	Correlation Coefficient	-0,056	0,148	1,000	,211*
		Sig. (2-tailed)	0,582	0,143		0,035
		N	100	100	100	100
	PENAFSIRAN	Correlation Coefficient	-0,152	,464**	,211*	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,131	0,000	0,035	
		N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

### Jenis kelamin dan pengetahuan, perhatian, dan penafsiran

Correlations						
			JENIS KELAMI N	PENGETAHU AN	PERHATI AN	PENAFSIR AN
Spearman's rho	JENIS KELAMIN	Correlati on Coefficie nt	1,000	-0,064	0,091	-,212*
		Sig. (2- tailed)		0,529	0,368	0,034
		N	100	100	100	100
	PENGETAHU AN	Correlati on Coefficie nt	-0,064	1,000	0,148	,464**
		Sig. (2- tailed)	0,529		0,143	0,000
		N	100	100	100	100
	PERHATIAN	Correlati on Coefficie nt	0,091	0,148	1,000	,211*
		Sig. (2- tailed)	0,368	0,143		0,035
		N	100	100	100	100
	PENAFSIRAN	Correlati on Coefficie nt	-,212*	,464**	,211*	1,000
		Sig. (2- tailed)	0,034	0,000	0,035	
		N	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						



### Tingkat pendidikan dan pengetahuan, perhatian dan penafsiran

Correlations						
			TINGKAT PENDIDIKAN	PENGETAHUAN	PERHATIAN	PENAFSIRAN
Spearman's rho	TINGKAT PENDIDIKAN	Correlation Coefficient	1,000	-0,064	0,091	-,212*
		Sig. (2-tailed)		0,529	0,368	0,034
		N	100	100	100	100
	PENGETAHUAN	Correlation Coefficient	-0,064	1,000	0,148	,464**
		Sig. (2-tailed)	0,529		0,143	0,000
		N	100	100	100	100
	PERHATIAN	Correlation Coefficient	0,091	0,148	1,000	,211*
		Sig. (2-tailed)	0,368	0,143		0,035
		N	100	100	100	100
	PENAFSIRAN	Correlation Coefficient	-,212*	,464**	,211*	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,034	0,000	0,035	
		N	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

### Jenis pendidikan dan pengetahuan, perhatian dan penafsiran

Correlations						
			PEKERJAAN	PENGETAHUAN	PERHATIAN	PENAFSIRAN
Spearman's rho	PEKERJAAN	Correlation Coefficient	1,000	0,009	-0,054	0,137
		Sig. (2-tailed)		0,931	0,596	0,173
		N	100	100	100	100
	PENGETAHUAN	Correlation Coefficient	0,009	1,000	0,148	,464**
		Sig. (2-tailed)	0,931		0,143	0,000
		N	100	100	100	100
	PERHATIAN	Correlation Coefficient	-0,054	0,148	1,000	,211*
		Sig. (2-tailed)	0,596	0,143		0,035
		N	100	100	100	100
	PENAFSIRAN	Correlation Coefficient	0,137	,464**	,211*	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,173	0,000	0,035	
		N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

### Jumlah pendapatan dan pengetahuan, perhatian dan penafsiran

Correlations						
			JUMLAH PENDAPAT AN	PENGETAH UAN	PERHATI AN	PENAFSIR AN
Spearman's rho	JUMLAH PENDAPATAN	Correlation Coefficient	1,000	0,043	-0,057	-0,141
		Sig. (2-tailed)		0,673	0,574	0,161
		N	100	100	100	100
	PENGETAH UAN	Correlation Coefficient	0,043	1,000	0,148	,464**
		Sig. (2-tailed)	0,673		0,143	0,000
		N	100	100	100	100
	PERHATIAN	Correlation Coefficient	-0,057	0,148	1,000	,211*
		Sig. (2-tailed)	0,574	0,143		0,035
		N	100	100	100	100
	PENAFSIRAN	Correlation Coefficient	-0,141	,464**	,211*	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,161	0,000	0,035	
		N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

**Lampiran 5: Chi square**

**Jenis kelamin dengan tingkat pendidikan**

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
JENIS KELAMIN * TINGKAT PENDIDIKAN	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

JENIS KELAMIN * TINGKAT PENDIDIKAN Crosstabulation							
Count							
		TINGKAT PENDIDIKAN					Total
		SMP	SMA	SMK	D3	S1	
JENIS KELAMIN	PEREMPUAN	2	19	7	1	11	40
	LAKI-LAKI	3	24	14	8	11	60
Total		5	43	21	9	22	100

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,749 <sup>a</sup>	4	0,314
Likelihood Ratio	5,333	4	0,255
Linear-by-Linear Association	0,000	1	1,000
N of Valid Cases	100		

a. 3 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,00.