

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Didalam kehidupan kita sehari-hari tidak pernah terlepas dari yang namanya komunikasi. Hal seperti ini selalu dan akan ada di dalam kehidupan bermasyarakat. Apalagi sifat manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri melainkan perlunya interaksi dengan manusia lainnya. Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin, yaitu berbagi (to share) yang merupakan sebuah aktivitas penyampaian informasi melalui pertukaran atau pemberitahuan dengan ucapan, visual, atau perilaku(Ginting, 2017:6).

Komunikasi bersifat omnipresent (hadir dimana-mana) yaitu kapan saja,dengan siapa saja, dan dimana saja. Komunikasi sangat erat hubungannya dengan kehidupan sosial individu.Komunikasi paling banyak dilakukan oleh manusia dan tidak dapat dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Bayangkan apa yang akan terjadi jika satu individu dan individu lainnya tidak mengetahui bagaimana cara berkomunikasi, informasi tidak akan tersampaikan dan tidak akan didapatkan sehingga kehidupan sosial tidak akan pernah terjadi didalam masyarakat(Rustan dan Nurhakki,2017:2).

Para ahli komunikasi mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing.Salah satunya Menurut Everett M.Rogers komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka(Cangara, 2010:20).

Pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima dapat secara verbal dengan kata-kata atau nonverbal tanpa kata-kata.Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata, secara lisan (oral) ataupun tertulis (written). Melalui kata-kata

seseorang dapat mengungkapkan perasaan, gagasan, atau maksud yang ingin disampaikan. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas tanpa kata-kata atau lebih kepada ekspresi. Komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Semua gambar atau simbol-simbol yang sering kita lihat disekitar kita memiliki makna masing-masing, ada yang memiliki makna sebagai ajakan dan ada juga yang memiliki makna sebagai larangan. Karena komunikasi nonverbal digunakan untuk memastikan bahwa makna yang sebenarnya dari pesan verbal lebih mudah dimengerti atau bahkan tidak dapat dipahami (Kusumawati, 2019:86-98).

Gambar atau simbol-simbol yang kita lihat selama ini memiliki makna tersendiri. Dalam ilmu komunikasi, ilmu yang mempelajari tentang makna dari simbol-simbol atau gambar disebut dengan komunikasi visual. Desain Komunikasi visual lebih dikenal dengan singkatan DKV yang pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi. Komunikasi visual erat kaitannya dengan penggunaan tanda-tanda (signs), lambang dan simbol, gambar (drawing), huruf (tifografi) ilustrasi dan warna yang semuanya berkaitan dengan indera pengelihatan (Yulianti, 2011:8).

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering menjumpai komunikasi visual. Seperti poster, spanduk, baliho dan lainnya. Komunikasi visual merupakan komunikasi yang dilakukan untuk memahami pesan melalui indera pengelihatan atau rangsangan visual. Kegiatan manusia dalam mendapatkan informasi yang diperoleh melalui indera pengelihatan, diperkirakan delapan puluh persen, tentu saja ini berlaku untuk orang yang secara normal dapat melihat. Komunikasi visual sebagai proses penyampaian dan penerima pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan simbol-simbol visual merupakan aktivitas keseharian manusia (Prasetyo, 2006:169-171).

Berita terkait virus corona telah menjadi trending dikalangan dunia, bahkan banyak penolakan warga terhadap pemakaman khusus yang disediakan pemerintah untuk jenazah penderita virus corona. Pada 11 Maret 2020, WHO (World Health Organization) menetapkan virus corona sebagai pandemic. Pandemi adalah epidemi yang terjadi di seluruh dunia atau pada daerah yang sangat luas, yang melintasi perbatasan beberapa negara, dan biasanya mempengaruhi banyak orang. Melansir dari kompas.com Minggu (3/5/2020), jumlah total kasus virus corona yang tercatat di china hingga kini 82.874 kasus. Dari jumlah tersebut, 4.633 orang meninggal dunia, dan 77.642 pasien telah dinyatakan sembuh. Sementara itu, jumlah kasus aktif adalah 599 pasien dengan 561 orang berada dalam kondisi ringan dan 38 orang dalam keadaan serius. Berdasarkan angka-angka tersebut, China sudah tidak lagi termasuk 10 negara yang mencatatkan kasus Covid-19 terbanyak didunia(Widyaningrum, yunisa, 2020: 470-481).

Coronavirus banyak menginfeksi hewan dan bersirkulasi di hewan. Coronavirus disebut dengan virus zoonotik yaitu virus yang ditransmisikan dari hewan ke manusia. Infeksi Coronavirus atau Covid-19 dapat menimbulkan gejala ringan, sedang atau berat. Gejala klinis utama yang muncul yaitu demam (suhu  $>38^{\circ}\text{C}$ ), batuk dan kesulitan bernafas. Setengah dari pasien timbul sesak dalam satu minggu. Pada beberapa penderita dengan gejala yang ringan, bahkan tidak disertai dengan demam. Kebanyakan penderita memiliki prognosis baik, dengan sebagian kecil dalam kondisi kritis bahkan meninggal(Yuliana, 2020: 2-3).

Wabah Covid-19 atau virus corona setiap hari semakin bertambah termasuk di Palembang. seiring merebaknya kasus Covid-19 di kota Palembang yang menjadi ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, upaya pencegahan dan penanganan terus dilakukan oleh pihak berwenang. Mulai dari pemeriksaan suhu tubuh, penyemprotan desinfektan, hingga pembagian cairan hand sanitizer kepada masyarakat(Sumeks.26 Maret 2020).

Melihat dari jumlah angka kasus positif dan angka kematian Virus Covid-19 semakin bertambah, menunjukkan bahwa masyarakat belum peduli dengan dampak bahaya persebaran virus covid-19. Penanganan Covid-19 tidak hanya membutuhkan tindakan kuratif, aksi preventif agar jumlah penderita tidak terus bertambah juga menjadi perhatian pemerintah. Salah satunya adalah dengan meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap virus Covid-19. Tentunya kita tidak pernah menduga apa yang akan terjadi saat terdengar adanya pandemi global untuk penyakit virus Corona 2019 (Covid-19) dimana warga diseluruh dunia berpotensi terkena virus ini.

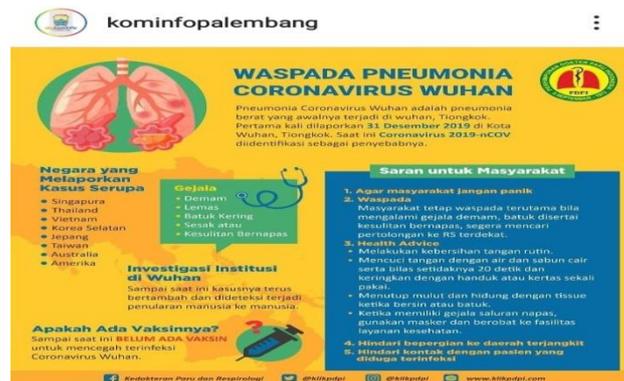
Banyak isu dan berbagai informasi yang beredar dipublik mengenai virus Corona ini. Namun Sebagian isu dan informasi yang *beredar* tersebut belum dikonfirmasi kebenarannya. Karena Virus Corona ini tergolong berbahaya, maka pemerintah dari berbagai Negara menerapkan berbagai peraturan untuk kepentingan Negeranya, terutama demi kebaikan masyarakatnya. Diantaranya menerapkan *lockdown*, membuat peraturan untuk selalu menggunakan masker, mencuci tangan dan menjaga jarak, juga menerapkan himbauan agar masyarakat dirumah saja selama masa pandemi untuk mencegah lebih banyak lagi orang yang terinfeksi. Dengan kondisi yang seperti inilah, banyak masyarakat yang menunjukkan rasa solidaritas mereka dengan cara berbagi kepada sesama dengan membagikan masker, *handsanitizer*, alat medis hingga sembako.

Selain solidaritas, masyarakat mengambil andil dalam membantu melawan virus corona ini, media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang juga turut ikut serta dengan menyediakan platformnya untuk melawan virus corona, karena peran media sosial dalam mempengaruhi orang banyak cukup dinilai efisien untuk membantu memberikan informasi dengan cepat.

Dalam mencegah penyebarluasan virus Covid-19 mutlak diperlukan, Khususnya dalam menciptakan dan menyebarluaskan informasi positif tentang virus Covid-19. Seperti yang

kita ketahui bahwa fungsi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang yaitu untuk memberikan informasi yang sudah pasti benar kepada masyarakat agar terhindar dari informasi hoaks (tidak benar) yang tersebar di berbagai media platform media sosial.

dari itu penulis tertarik ingin meneliti tentang Proses Komunikasi Pesan visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19.



Gambar 1. Pneumonia Coronavirus Wuhan

Sumber : Instagram Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang, 2020

Oleh karena itu, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang intens dalam memberikan sosialisasi terkait pencegahan persebaran virus Covid-19 melalui instagram berupa flyer yang ditujukan kepada masyarakat, untuk memutus mata rantai Covid-19 yang kian merajalela serta menekan jumlah angka kasus positif dan angka kematian karena virus tersebut. Berdasarkan Observasi yang juga dilakukan oleh penulis Di Dinas Komunikasi dan Informatika kota Palembang memiliki batasan untuk dibahas dan dirangkup karena penelitian ini hanya fokus pada Pesan Visual Kampanye Covid-19 di Media Sosial Instagram @kominfokotapalembang. Maka dari itu penulis tertarik ingin meneliti tentang Proses Komunikasi Pesan visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu : “ Bagaimana Proses komunikasi Pesan visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19 ?”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Proses Komunikasi Pesan Visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Pada penelitian ini manfaat berkenaan dengan kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, sehingga peneliti berharap dapat membantu pembaca dalam hal tersebut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Proses Komunikasi Pesan Visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19. Serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di perkuliahan.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan peneliti tentang Proses Komunikasi Pesan Visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19. Sebagai upaya pencegahan dan pengendalian penyebaran Covid-19 yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang.

b. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pertimbangan masyarakat dalam menangani permasalahan wabah penyakit Covid-19 yang secara signifikan mengalami kenaikan disetiap harinya. Oleh karena itu, Penelitian ini mengkaji bagaimana Proses Komunikasi Pesan Visual Dinas Komunikasi Dan Informatika sebagai upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 Dipalembang. Dengan memahami signifikansi yang telah dianjurkan pemerintah, Diharapkan Masyarakat dapat secara sadar dan berkontribusi penuh dalam menjalankan aturan ini dan sesuai dengan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah sehingga upaya ini dapat memutus mata rantai penyebaran Covid-19.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai Proses Komunikasi Pesan Visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

### E. Tinjauan Pustaka

Setelah peneliti melakukan telaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

**Tabel 1. Tinjauan Pustaka**

NO	Nama/Tahun/ Judul	Metode	Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	I Gusti Ayu Vina Widiadnya	Kualitatif	Teoridari Barthes (1967) dan	Pertama, tanda verbal yang dimunculkan dalam	perbedaan penelitian saya dengan I Gusti

	<p>Putri/2020/Semiotika Tanda Verbal Dan Visual Pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran Covid-19.</p>		<p>teori yang diajukan oleh Wierzbicka (1996).</p>	<p>setiap iklan, mengandung makna konotasi dan denotasi.</p> <p>Kedua, Tanda visual yang dimunculkan menunjukkan beberapa apa gambar yang memiliki berbagai makna sesuai dengan konteks yang melatarbelakangi iklan tersebut bahkan melalui iklan yang tidak mengandung tanda verbal dapat memberikan pesan yang bermakna kepada pembaca.</p> <p>Ketiga, tanda verbal dan tanda visual selain dapat mendukung dan memaknai satu sama lain, kedua tanda ini dapat berdiri sendiri dan</p>	<p>Ayu Vina Widiadnya Putri yaitu pada judul skripsinya yang membahas Semiotika Tanda Verbal Dan Visual Pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran Covid-19. dengan mengkaji data yang diambil dari iklan Layanan Masyarakat tentang kampanye pencegahan Penyebaran Covid-19. Data dalam bentuk brosur, gambar, poster, papan iklan, dan iklan unduhan dari</p>
--	---	--	--	--	--

				menunjukkan makna tersendiri dari pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca.	situs web digunakan dalam penelitian ini.
2	Sinung Utami Hasri Habsari/2016/jurnal Analisa Semiotika komunikasi visual iklan layanan masyarakat lingkungan hidup.	Kualitatif	Semiotika Roland Barthes	Bahwa komunikasi visual mempunyai signifikansi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna. Iklan layanan masyarakat dalam bentuk poster bertema lingkungan hidup, berisi pesan-pesan visual yang persuasive sebagai ajakan kepedulian terhadap kerusakan lingkungan yang makin parah	Perbedaan penelitian saya dengan sinung utami hasri Habsari yaitu pada judul jurnalnya yang membahas tentang semiotika komunikasi visual iklan layanan masyarakat lingkungan hidup. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan memfokuskan tentang Proses komunikasi pesan visual dalam kampanye Covid-19.

3	Zulfadhli/2017 / Komunikasi visual pada bungkus rokok terhadap konsumen (Studi terhadap masyarakat gampong lamdingin)	Kualitatif	Teori S-O-R	Bahwa komunikasi visual pada bungkus rokok belum dapat memberikan pengaruh terhadap konsumen rokok saat ini. Padahal komunikasi visual pada bungkus rokok tersebut merupakan salah satu cara teguran terhadap perokok aktif untuk dapat mengurangi atau berhenti mengkonsumsi rokok	perbedaan penelitian saya dengan zulfadhli terdapat pada pembahasan serta teori yang digunakan
4	Selly Ananda, Dasrun Hidayat/2020/ Iklan layanan masyarakat Covid-19 Dimedia Sosial dan perilaku masyarakat di Jawa Barat	Kuantitatif survey	Teori <i>advertising</i> dan teori <i>uses and gratification</i>	Implementasi bahwa video iklan layanan masyarakat kemenkes RI terkait Covid-19 berhasil mempengaruhi perilaku masyarakat di Jawa Barat dan masyarakat memilih informasi sesuai dengan yang mereka butuhkan	perbedaan penelitian saya dengan selly ananda dan dasrun hidayat terdapat pada metode penelitian yang digunakan serta teori

				<p>saat ini, yaitu tentang Covid-19. Kepuasan yang diperoleh masyarakat membentuk sebuah tindakan perubahan sikap yang menjadi lebih baik. Perilaku masyarakat di Jawa Barat sebagian besar dipengaruhi oleh video iklan layanan masyarakat Kemenkes RI terkait Covid-19. Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka diajukan implikasi hasil penelitian ini secara teoritis bahwa video iklan layanan masyarakat Kemenkes RI terkait Covid-19 di media sosial memberikan pengaruh yang kuat terhadap perubahan perilaku masyarakat di Jawa Barat.</p>	
5	Nurliya Ni matul	Kuantitatif	Teori <i>uses and</i>	Masyarakat menyetujui bahwa	perbedaan penelitian saya

	<p>Rohmah/2020/ Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemi global covid-19 (kajian analisis teori <i>uses and gratification</i>)</p>		<p><i>gratifficati on</i></p>	<p>media sosial bermanfaat sebagai sosial informasi, 93% orang menyetujui media sosial sebagai media informasi covid 19,83% orang menyetujui bahwa informasi di media sosial dapat membantu sesame, 80% orang menyetujui bahwa media sosial mampu memuaskan sebagai pelarian dari rutinitas dan masalah pribadi masa covid-19, 85% menyetujui media sosial dapat memuaskan dalam pencarian informasi covid-19 dan 92% menyetujui bahwa informasi di media sosial memuaskan untuk melakukan sesuatu.</p>	<p>dengan Nurliya Ni Matul Rohmah terdapat pada metode penelitian dan teori. Metode yang digunakan Nurliya adalah metode kuantitatif sedangkan penelitian saya menggunakan metode penelitian kualitatif dan teori proses komunikasi laswell</p>
--	---	--	-------------------------------	---	---

*Sumber: Penulis*

Penelitian pertama I Gusti Ayu Vina Widiadnya Putri (Universitas Mahasaraswai Denpasar) dengan judul jurnal, Semiotika Tanda Verbal Dan Visual Pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran Covid-19. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa tanda verbal yang dimunculkan dalam setiap iklan, mengandung makna denotasi. Makna yang terkandung dalam iklan layanan masyarakat jenis poster ketika kampanye penyebaran covid-19, menginterpretasikan himbaun dan ajakan kepada masyarakat untuk melakukan aksi atau kegiatan bermakna. Serta tanda visual yang dimunculkan menunjukkan gambar yang sesuai dengan konteks yang melatar belangi iklan tersebut. Namun dapat memberikan pesan yang bermakna kepada pembaca dengan ilustrasi yang sempurna. Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki kesamaan metode penelitian yang digunakan, namun yang membedakannya adalah fokus penelitiannya terhadap Semiotika tanda verbal pada iklan kampanye pencegahan penyebaran covid-19.

Penelitian kedua, Sinung Utami Hasri Habsari ( Universitas pandanaran semarang) dengan judul jurnal, Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa komunikasi visual mempunyai signifikansi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi, atau makna. Kajian Iklan layanan masyarakat dalam bentuk poster bertema lingkungan hidup, berisi pesan-pesan visual yang persuasif sebagai ajakan kepedulian terhadap kerusakan lingkungan yang makin parah. Persamaannya pada penelitian ini yaitu tentang komunikasi visual, dan perbedaannya adalah pada fokus penelitiannya terhadap Iklan layanan masyarakat lingkungan hidup.

Penelitian Ketiga, Zulfadhli (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh) dengan judul skripsi, Komunikasi visual pada bungkus rokok terhadap konsumen (Studi terhadap masyarakat gampong lamdingin). Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa komunikasi visual pada bungkus rokok belum dapat memberikan pengaruh terhadap

konsumen rokok saat ini. Padahal komunikasi visual pada bungkus rokok tersebut merupakan salah satu cara teguran terhadap perokok aktif untuk dapat mengurangi atau berhenti mengkonsumsi rokok. Namun yang membedakannya dengan penelitian Zufadhi terdapat pada teori yang digunakan yaitu teori s-o-r dan kesamaanya terdapat pada metode penelitiannya dengan menggunakan metode kualitatif.

Penelitian Keempat, Selly Ananda & Dasrun Hidayat (Universitas Ars jalan sekolah internasional, Bandung) dengan judul jurnal, Iklan layanan masyarakat Covid-19 Dimedia Sosial dan perilaku masyarakat di Jawa Barat. Hasil penelitiannya Implementasi bahwa video iklan layanan masyarakat kementerian RI terkait Covid-19 berhasil mempengaruhi perilaku masyarakat di Jawa Barat dan masyarakat memilih informasi sesuai dengan yang mereka butuhkan saat ini, yaitu tentang Covid-19. Kepuasan yang diperoleh masyarakat membentuk sebuah tindakan perubahan sikap yang menjadi lebih baik. Perilaku masyarakat di Jawa Barat sebagian besar dipengaruhi oleh video iklan layanan masyarakat Kementerian RI terkait Covid-19. Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka diajukan implikasi hasil penelitian ini secara teoritis bahwa video iklan layanan masyarakat kementerian RI terkait covid-19 di media sosial memberikan pengaruh yang kuat terhadap perubahan perilaku masyarakat di Jawa Barat. Namun perbedaannya dengan penelitian tersebut terdapat pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif survey serta teori s-o-r.

Penelitian Kelima, Nurliya Ni Matul Rohmah (Universitas Muhammadiyah Mataram) Jurnal komunikasi dan penyiaran Islam dengan judul media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemenuh kebutuhan informasi masa pandemic global covid-19 (kajian analisis teori *uses and gratification*). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dari 50 orang sampel acak di Instagram menunjukkan hasil 80% orang menyetujui bahwa media sosial bermanfaat sebagai media sosial informasi, 93% orang menyetujui media sosial sebagai media sosial informasi covid 19, 83% orang menyetujui bahwa informasi di media sosial dapat membantu

sesame, 80% orang menyetujui bahwa media sosial mampu memuaskan sebagai pelarian dari rutinitas dan masalah pribadi masa Covid-19, 85% menyetujui media sosial dapat memuaskan dalam pencarian informasi di media sosial memuaskan untuk melakukan sesuatu. Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki perbedaan pada teori dan metode yang digunakan. Pada penelitian Nurliya ini menggunakan metode kuantitatif dan teori *uses and gratification*.

## F. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan suatu landasan pemikiran untuk menjelaskan hubungan sistematis suatu fenomena dengan cara merinci hubungan sebab akibat yang terjadi. Landasan teori akan membantu peneliti untuk bisa menentukan ruang lingkup dan pengolahan data hasil penelitian. Penggunaan teori dimaksudkan untuk memperkuat argument penelitian secara ilmiah. Adapun teori yang akan digunakan oleh peneliti adalah teori Laswell.

Model komunikasi yang dikemukakan oleh Harlod Laswell pada tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Teori ini digunakan untuk menjelaskan aksi komunikasi. Laswell menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu *who* (siapa), *says what* (mengatakan apa), *in which channel* (dalam media apa), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (apa efeknya)(Fiske, 2012:50).



Gambar 2. Model Laswell

*Sumber : Buku Pengantar Ilmu Komunikasi*

Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Laswell ini akan terlihat bahwa yang dimaksud dengan :

### 1. Sumber (*Who*)

Ini diartikan sebagai komunikator, yaitu pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu, dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.

### 2. Pesan (*Says What*)

Ini berhubungan dengan isi komunikasi atau pesan apa yang disampaikan dalam komunikasi tersebut.

### 3. Saluran (*In Which Channel*)

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung maupun tidak langsung

### 4. Penerima (*To Whom*)

Yang menerima pesan dari sumber. Hal ini dapat disebut sebagai tujuan, pendengar, khalayak, dan komunikan

### 5. Efek (*What Effect*)

Dampak atau efek komunikasi ini dapat menanyakan dua hal yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi.

## **G. Metodologi Penelitian**

Untuk memperoleh hasil yang diperlukan dalam karya ilmiah, metode penelitian ini dijalankan dengan menggunakan prosedur atau suatu teknik sesuai dengan langkah-langkah sistematis.

### **1. Pendekatan/Metode Penelitian**

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, Misalnya perilaku, persepsi, tindakan,

dan lain-lain. Dimana metode kualitatif ini lebih mendalam dan detail untuk memahami dan mampu menghubungkannya dengan konteks realitas yang terjadi sewaktu pesan dibuat.

Penelitian Kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu suatu penelitian dengan pengumpulan semua data-data yang diperoleh dari pengamatan, wawancara, atau pengolahan dokumen. Dalam hal ini, peneliti mencari data dan informasi yang berhubungan masalah yang dibahas yaitu “Komunikasi Visual Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang Dalam Kampanye Covid-19”. Maka metode kualitatif pada penelitian ini penting untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang ada secara kogrit.

## **2. Data dan Sumber Data**

Dalam penelitian tentu diperlukan sumber data untuk menunjang keakuratan data. Tanpa sumber data, maka penelitian dapat dinyatakan tidak valid, terutama penelitian kualitatif. Dalam Penelitian ini sumber data dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Sumber Data Primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti yang didapat dari sumber utamanya. Adapun yang menjadi sumber utama dari data primer ini adalah dengan cara wawancara Kepada Bapak Febriansyah (Kepala bidang Komunikasi Media & Hubungan Media Center) dan juga bapak Ardiansyah (jajaran bidang pengelolaan opini publik)
- b. Sumber Data Sekunder, yaitu data yang berlangsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari data primer. Adapun yang menjadi sumber data sekunder adalah jurnal, skripsi terdahulu, internet, artikel, dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan judul yang akan dilakukan oleh peneliti.

### **3. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian berada di Ilir bukit kecil, Jl. Nyoman Ratu No.1271, Sungai pangeran, kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam Sebuah Penelitian diperlukan suatu teknik untuk melakukan pengumpulan data penelitian, sehingga penelitian diharapkan dapat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan yaitu :

#### **a. Teknik Observasi**

Teknik Observasi atau teknik pengamatan ini dilakukan untuk melakukan pengamatan pada sumber data yang ada dilapangan, dengan cara penulis mengamati langsung objek dan subyek atau informan terkait. Maka dalam penelitian ini, Penulis melakukan pengamatan terhadap beberapa pihak terkait di Dinas komunikasi dan informatika kota Palembang mengenai komunikasi visual mereka lakukan di Instagram @kominfokotapalembang di masa pandemi Covid-19.

#### **b. Teknik Wawancara**

Teknik pengumpulan data melalui tanya jawab ini dapat menghasilkan data dan informasi yang cukup akurat, atau disebut dengan teknik wawancara. Yang diberikan adalah berupa pertanyaan yang telah dirumuskan oleh penulis, wawancara ini dilakukan secara terus-menerus sampai memperoleh data yang lengkap. Maka dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan beberapa pihak terkait di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang.

#### **c. Teknik Dokumentasi**

Teknik dokumentasi melalui pengambilan gambar yang terkait dengan informasi yang akan diteliti, dapat bersumber dari buku-buku atau arsip catatan informasi mengenai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang.

## **5. Teknik Analisa Data**

Setelah dilakukan pengolahan data, maka selanjutnya yaitu melakukan proses penyusunan analisis data dengan cara tertentu agar dapat ditafsirkan. Analisis data juga dapat dikatakan sebagai sebuah proses pencarian secara sistematis dari hasil wawancara, catatan-catatan, serta bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang telah ditemukan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif yang melakukan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dimulai dari melakukan upaya observasi atau pengamatan dan menelaah seluruh data yang telah didapat dari hasil proses wawancara secara langsung dan kemudian data yang sudah berhasil dikumpulkan dilakukan penyimpulan data.

## **H. Sistematika Penulisan Laporan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Penulis akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN YANG RELEVAN**

Pada bagian ini membicarakan tentang berbagai materi yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Bab ini berbeda dengan Kerangka Teori di Bab I. Bab II lebih fokus pada kajian dari berbagai pihak secara teoritis yang digunakan untuk mendukung dalam penyelesaian masalah yang diangkat. Bab ini adalah untuk memberikan gambaran bagi pembaca tentang keluasan referensi dari si peneliti.

### **BAB III GAMBARAN UMUM**

Penulis akan menjelaskan Profil Dari Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian bab ini ditulis berdasarkan data yang sudah didapatkan. Penulisan bagian ini didasarkan pada pertanyaan yang sudah dituliskan di bab 1 pendahuluan bagian rumusan masalah, yang tertulis di bagian rumusan masalah harus terjawab pada bab ini.

#### **BAB V PENUTUP**

Penulis mengakhiri skripsi ini dengan kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab IV. Pada bagian bab ini juga peneliti menuliskan saran terhadap permasalahan yang muncul dalam rangka memenuhi tujuan dan manfaat dari penelitian ini.