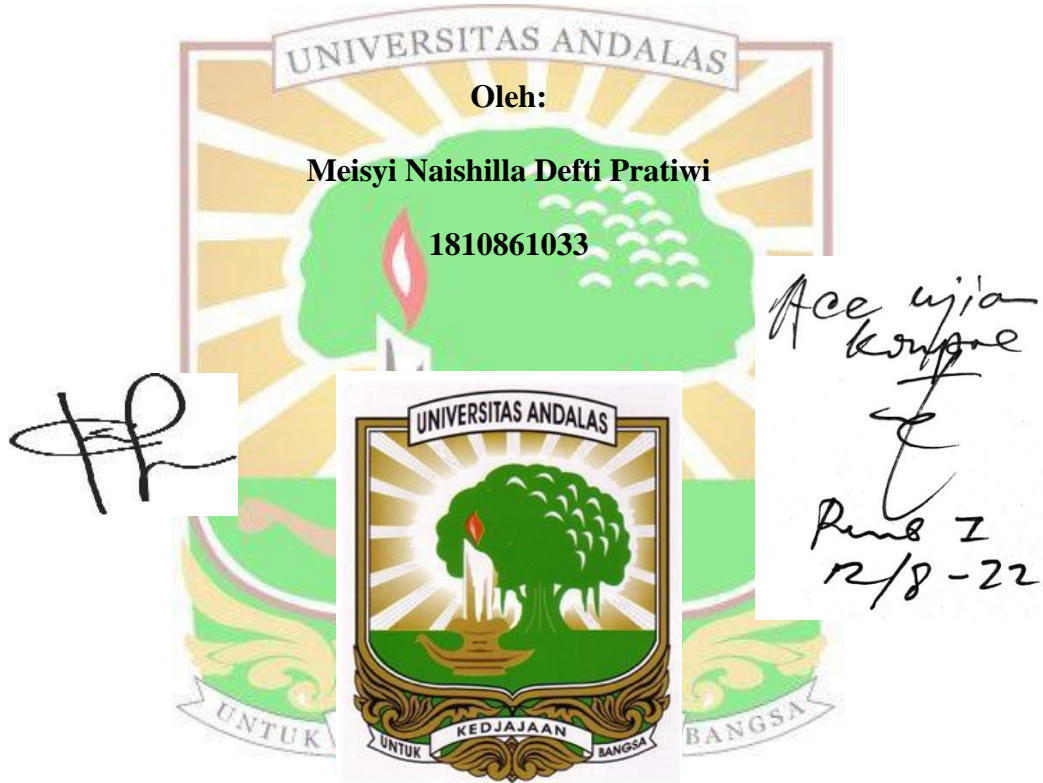


**KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMASI
(DISKOMINFO) PASAMAN BARAT DALAM MEMPERSUASI
MASYARAKAT MENGHADAPI ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI ERA
COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Andalas**

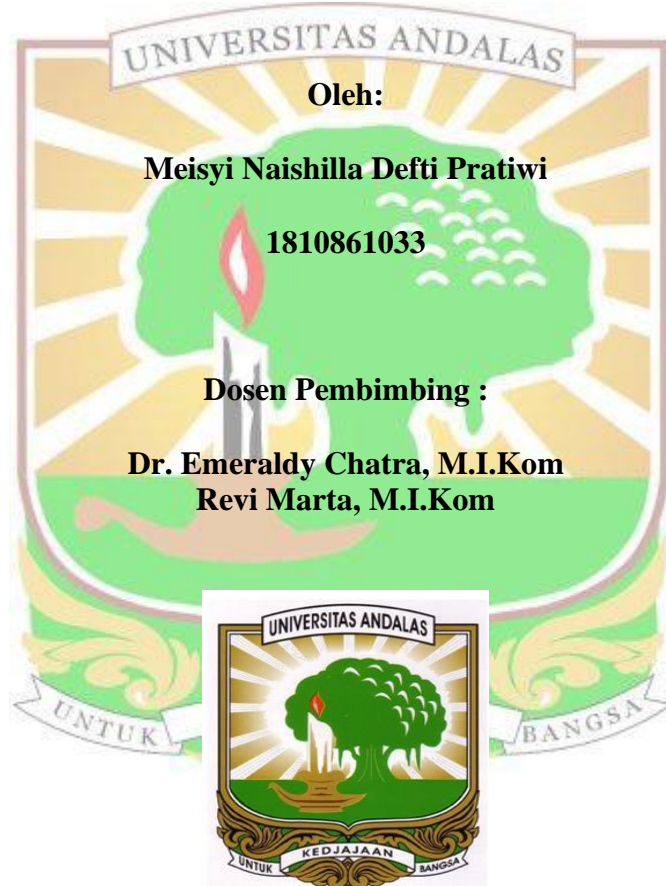


**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

**KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMASI
(DISKOMINFO) PASAMAN BARAT DALAM MEMPERSUASI
MASYARAKAT MENGHADAPI ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI ERA
COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Andalas**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Meisyi Naishilla Defti Partwi

No BP : 1810861033

Judul Skripsi : Komunikasi Humas Dinas Komunikasi dan Informasi
(Diskominfo) Pasaman Barat dalam Mempersuasi Masyarakat dalam menghadapi
Adaptasi Kebiasaan Baru di Era Covid-19.

Naskah skripsi ini telah disetujui Dosen Pembimbing Skripsi untuk selanjutnya
diperkenankan untuk diajukan ke sidang ujian skripsi.

Pembimbing 1

Tanggal 12 Agustus 2022

Pembimbing 2

Tanggal 12 Agustus 2022



Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

NIP. 19620802198111001





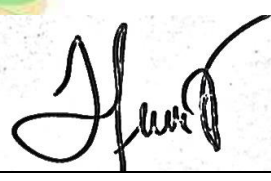


Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom



NIP. 19840311201402001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diuji di depan Sidang Ujian Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi pada tanggal 19 September 2022 secara langsung di ruangan Jurusan Ilmu Komunikasi dengan tim penguji :

No	TIM PENGUJI	STATUS	TANDA TANGAN
1	Dr. Sarmiati, M.Si	Ketua	
2	Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom	Sekretaris	
3	Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom		
4	Diego, M.I.Kom, M.Sos	Anggota	
5	Ilham Havifi, M.I.kom	Anggota	

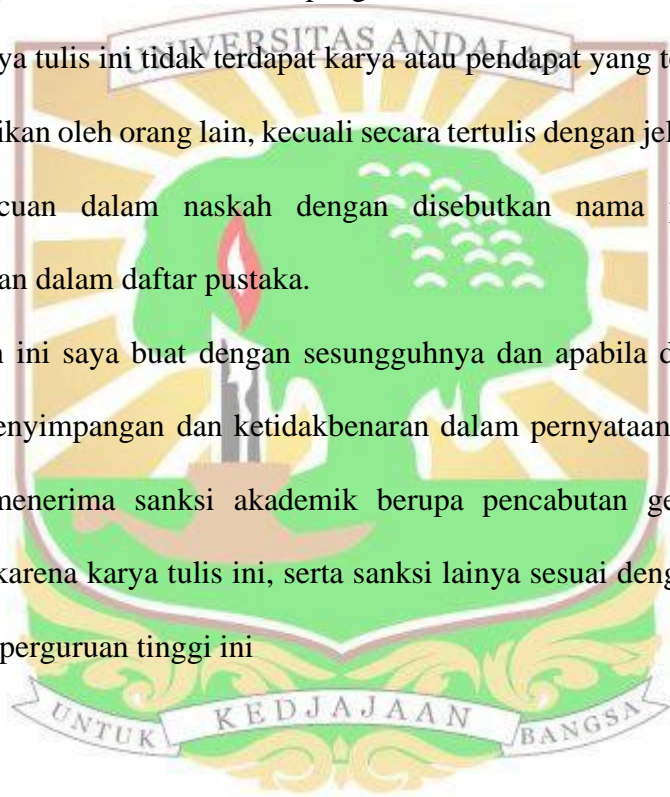
Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik


Universitas Andalas

Dr. Azwar, M. Si
NIP. 1967196712261993031001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau dokter), baik di Universitas Andalas maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah karya sendiri, kecuali bantuan dan arahan dari pihak-pihak yang disebutkan dalam kata pengantar.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pertanyaan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini



Padang, 12 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,


METERAI
TEMPEL
D#310AJX907329016
M. Pratiwi
1810861033

HALAMAN PERSEMBAHAN

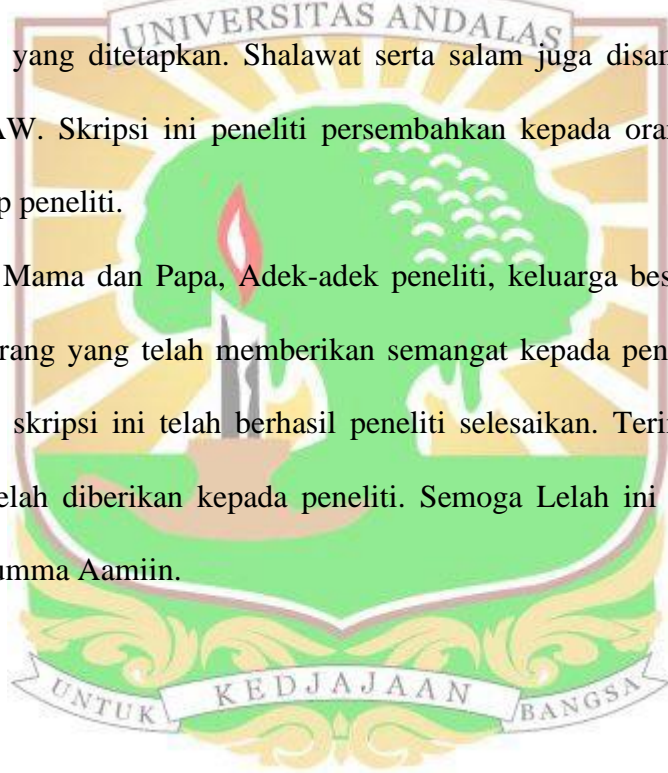
فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah :5)

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahma-Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Shalawat serta salam juga disampaikan kepada Rasulullah SAW. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada orang-orang yang berarti di hidup peneliti.

Untuk Mama dan Papa, Adek-adek peneliti, keluarga besar peneliti, dan untuk orang-orang yang telah memberikan semangat kepada peneliti selama ini. Alhamdulillah skripsi ini telah berhasil peneliti selesaikan. Terima kasih untuk semua yang telah diberikan kepada peneliti. Semoga Lelah ini menjadi Lillah. Aamiin Allahumma Aamiin.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas Rahmat dan kesempatan yang telah diberikan oleh-Nya sehingga dapat merasakan berbagai pengalaman dan menikmati ilmu pengetahuan dalam ranah Ilmu Komunikasi hingga penulis sampai pada sebuah tahapan untuk menyelesaikan pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas. Tabarakallah Alhamdulillah skripsi yang berjudul **“Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Pasaman Barat dalam Mempersuasi Masyarakat Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru di Era Covid-19”** dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Andalas. Penulis mengakui bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata baik maka dari itu dalam prosesnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Azwar, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.
2. Ibu Dr. Sarmiati, M.Si selaku ketua Departemen Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom selaku pembimbing satu peneliti, yang telah banyak memberikan ilmu serta dukungan yang luar biasa kepada peneliti. Terimakasih atas segala waktu, perhatian, dan nasihat yang diberikan kepada peneliti, semoga semua yang telah Mamak berikan kepada peneliti berbalik kepada Mamak dengan sebaik-baiknya. Terimakasih banyak Mamak, semoga selalu diberi kesehatan dan perlindungan Allah SWT.
3. Ibu Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing dua peneliti yang sudah mencurahkan semua kasih sayang dan perhatiannya yang sungguh luar biasa

kepada peneliti. Sungguh peneliti bersyukur karena telah Allah SWT tetapkan peneliti untuk menjadi anak bimbingan Ibu. Tidak akan habis rasanya jika menuliskan rasa terimakasih peneliti kepada Ibu. Banyak maaf dari peneliti yang masih memiliki banyak kekurangan dan belum maksimal, hanya doa-doa terbaik yang bisa peneliti panjatkan untuk ibu dan keluarga. Terima kasih kepada Bu Revi.

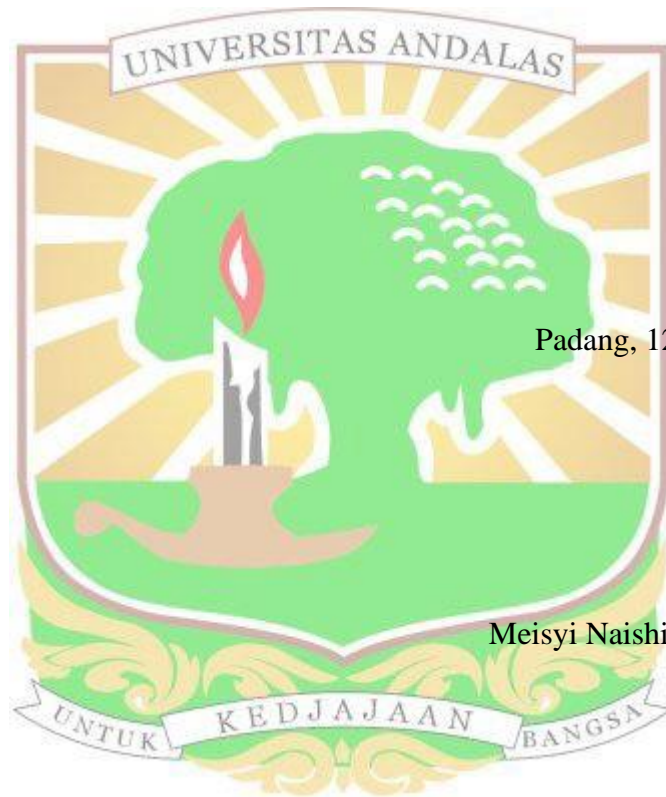
4. Ibu Dr. Ernita Arif, M.Si , Pak Ilham Havifi, M.I.Kom, Pak Diego, M.I.Kom, M.Si , Ibu Dr. Sarmiati, M.Si selaku dosen penguji peneliti yang telah memberi masukan, kritik, dan dorongan kepada peneliti agar karya tulis yang peneliti hasilkan dapat menjadi lebih baik. Terimakasih atas waktu dan perhatiannya, Bapak dan Ibu sekalian.
5. Ibu Dr. Elva Ronaning Roem, S.Sos, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik peneliti yang telah membantu segala keperluan administrasi peneliti dan memberikan saran beserta dukungan yang berarti bagi peneliti. Terimakasih atas segala perhatian dan masukkan yang telah Ibu berikan.
6. Seluruh keluarga besar dosen Ilmu Komunikasi beserta pihak administrasi Departemen Ilmu Komunikasi, terima kasih untuk segala ilmu, dukungan, bantuan yang diberikan kepada peneliti sejak awal perkuliahan. Terima kasih banyak yang sesungguhnya untuk Ibu & Bapak dosen yang selama ini telah dengan tulus memberikan perhatian dan tenaganya demi memberikan pembelajaran yang terbaik dan membentuk peneliti menjadi pribadi yang lebih baik dan kaya akan ilmu. Semoga bapak dan ibu semua diberi kesehatan dan diberkahi Allah SWT.

7. Bapak Yudhi, Kak Rika, Abang Ilham, Kak Osniwati, Kak Febi, Bang Robby, selaku subjek peneliti dan pihak yang mendukung serta terlibat dalam pembuatan skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu satu. Terimakasih banyak atas kesempatan dan waktunya untuk membantu peneliti menyelesaikan karya tulis ini, segala harapan dan doa semoga apa yang telah diberikan kepada peneliti diberkahi oleh Allah SWT.
8. Keluarga peneliti, Mama, Papa, adik-adik peneliti Zaki, Habibi, dan Athala. Tak hentinya peneliti mengucapkan syukur dan Ucapan terima kasih atas semua dukungan yang telah diberikan kepada peneliti baik berupa dukungan moril, material serta doa-doa yang selalu menemani setiap perjalanan hidup peneliti sehingga Skripsi ini bisa peneliti selesaikan.
9. Keluarga besar peneliti, Keluarga H. Azhar Dt. Batuah. terutama Nenek dan Abak, terima kasih peneliti ucapkan atas semua doa dan kasih sayang yang diberikan selama ini. Semoga Nenek dan Abak selalu diberikan kesehatan oleh Allah SWT, Aamiin Allahumma Aamiin.
10. Untuk Prettiarni dan Sifa Selica, terima kasih peneliti ucapkan atas dukungan yang diberikan selama ini. Terima kasih atas waktu dan semangat yang diberikan dan senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti selama ini. Semoga Allah memudahkan jalan kita dalam mencapai tujuan yang diinginkan.
11. Ambar Sugiarto, terima kasih atas waktu semangat yang telah diberikan kepada peneliti selama ini. Semoga hal baik selalu menghampiri setiap langkah dalam kehidupan Ambar.

12. M. Ikram Ajib Yowan Maulana, terima kasih atas waktu dan semangat yang telah diberikan kepada peneliti selama ini. Semoga Ajib selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan dihampiri hal baik dalam hidup.
13. Teman-teman GO peneliti, Adit, Advent, Pretti, Marihod, dan Sifa. Terima kasih atas semangat yang telah diberikan selama penulisan Skripsi ini. Terima Kasih selalu mengingatkan peneliti ketika sedang lalai.
14. Untuk Yulita, Ela, dan Dila, terima kasih telah memberikan kepercayaan dan semangat kepada peneliti, sehingga peneliti bisa menyelesaikan Skripsi ini.
15. Kepada Aya, terima kasih sudah menemani dinamika kehidupan kampus peneliti sedari maba hingga mahasiswa tahun akhir ini. Semangat terus Untuk kita berdua ya. Semoga hal baik selalu menghampiri kita berdua.
16. Kak Puti, terima kasih atas dukungan serta ilmu yang telah diberikan kepada peneliti selama proses pembuatan Skripsi ini ya kak. Semoga Allah melimpahkan rahmatnya selalu disetiap perjalanan yang kakak tempuh dalam hidup ini.
17. Kepada dongdong, Cipa, Dhyre, Fani, Sarah, Tassya, dan Titi. Terima kasih atas semua dukungan yang telah diberikan kepada peneliti selama ini.
18. Untuk teman-teman sesama pejuang sarjana dengan peneliti, Tasya, Adrus, Tiara, Fika, Hani, Cici, Iif, dan Helen. Terima kasih telah mengajak dan memberi motivasi kepada peneliti Untuk menyelesaikan Skripsi ini.
19. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018, terima kasih atas waktu dan kenangannya selama kurang lebih 4 tahun ini.
20. KKN Unand Lingkuang Aua 2021, terima kasih atas waktu dan semangatnya dalam proses pengerjaan Skripsi ini.

21. Kepada sahabat GaTa (Galih dan Tasya), terima kasih atas semua semangat yang diberikan kepada peneliti selama ini.

22. Dan yang terakhir, tetapi seharusnya menjadi yang utama. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah berupaya semaksimal mungkin melawan rasa malas, mengurangi waktu bermain, mau untuk belajar dan terus belajar, serta tak menyerah dengan semua rintangan yang dihadapi selama ini. Terima kasih kepada diri sendiri sudah bertahan sejauh ini, ya. Alhamdulillah Skripsi ini telah selesai,



Padang, 12 Agustus 2022

Penulis,

Meisyi Naishilla Defti Pratiwi

ABSTRAK

KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMASI (DISKOMINFO) PASAMAN BARAT DALAM MEMPERSUASI MASYARAKAT MENGHADAPI ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI ERA COVID-19

Oleh:

Meisyi Naishilla Defti Pratiwi
1810861033

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Revi Marta, M.I.Kom

Kemunculan fenomena Covid-19 di Pasaman Barat, menyebabkan terjadinya banyak perubahan terhadap berbagai aspek kehidupan. Pemerintah berupaya mempersiapkan masyarakat untuk menghadapi tatanan hidup baru pasca terpaan Covid-19. Humas Diskominfo Pasaman Barat yang merupakan jembatan informasi dari pemerintah kepada masyarakat yang diharuskan melakukan komunikasi persuasif agar masyarakat dapat menerima perubahan yang telah terjadi dalam menghadapi tatanan hidup baru pasca terpaan Covid-19 ini dan bertindak sesuai dengan yang praktisi humas harapkan. Pengalaman humas dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru dapat dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi melalui analisis data *Interpretative Phenomenological Analysis*. Selain itu, wawancara dan observasi dengan praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat juga perlu dilakukan untuk mendapatkan data yang mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat melakukan komunikasi persuasif berdasarkan *Standard Operating Procedure (SOP)*, dan mengalami hambatan dalam proses komunikasi persuasif. Adapun penyebab terjadinya hambatan tersebut adalah minimnya pengetahuan masyarakat mengenai bahaya Covid-19 dan kebanyakan masyarakat yang berpikir bahwasanya Covid-19 tidak ada. Padahal, praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat telah berupaya melakukan komunikasi persuasif dengan memfokuskan untuk menjalin hubungan emosional dengan masyarakat. Selain itu praktisi humas juga menyampaikan pesan persuasif sesuai dengan kultur masyarakat Pasaman Barat.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Praktisi Humas, *Interpretative Phenomenological Analysis*, Covid-19.

ABSTRACT

COMMUNICATION OF DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMASI (DISKOMINFO) WEST PASAMAN IN PERSUADING COMMUNITY TO FACE NEW HABITS ADAPTATION IN THE COVID-19 ERA

By :

**Meisyi Naishilla Defti Pratiwi
1810861033**

Supervisor:

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Revi Marta, M.I.Kom**

The emergence of the Covid-19 phenomenon in West Pasaman has caused many changes to various aspects of life. The government is trying to prepare the community to face the new order of life after the Covid-19 outbreak. Public Relations Diskominfo West Pasaman which is a bridge of information from the government to the public who are required to carry out persuasive communication so that the public can accept the changes that have occurred in the face of the new order of life after the Covid-19 exposure and act in accordance with what public relations practitioners expect. The experience of public relations in persuading the community to face the adaptation of new habits can be analyzed using qualitative methods with a phenomenological approach through data analysis Interpretative Phenomenological Analysis. In addition, interviews and observations with public relations practitioners of Diskominfo Pasaman Barat also need to be conducted to obtain in-depth data. The results of this study indicate that Public Relations Practitioners of Diskominfo Pasaman Barat carry out persuasive communication based on the Standard Operating Procedure (SOP), and experience obstacles in the persuasive communication process. The cause of these obstacles is the lack of public knowledge about the dangers of Covid-19 and most people who think that Covid-19 does not exist. In fact, Public Relations practitioners of West Pasaman Diskominfo have tried to carry out persuasive communication by focusing on establishing emotional relationships with the community. In addition, public relations practitioners also convey persuasive messages according to the culture of the West Pasaman community.

Keywords: *Persuasive communication, Government Public Relations Practitioner, Interpretive Phenomenological Analysis, Covid-19.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Relevan	9
2.2. Landasan Konseptual	14
2.2.1 Komunikasi	14
2.2.2 Komunikasi Persuasif	14
2.2.3 Hubungan Masyarakat	24
2.2.4 Masyarakat	26
2.2.5 Adaptasi kebiasaan Baru	27
2.3. Landasan Teoritis	29
2.3.1. Teori Fenomenologi	29
2.4. Kerangka Pemikiran	32
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Metode Penelitian.....	34
3.2. Paradigma Penelitian	35
3.3. Subjek Penelitian	35
3.4. Sumber Data	36

3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Teknik Analisis Data	39
3.7. Uji Refleksivitas Data	43
3.8. Jadwal Penelitian	44
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Pasaman Barat	45
4.2. Gambaran Umum Komunikasi Persuasif Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Pasaman Barat Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru di era Covid19.....	45
4.3. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
4.4. Hasil Pengamatan Selama Observasi dan Wawancara Bersama Subjek Penelitian.....	48
4.5. Pengalaman Komunikasi Persuasif Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat (Reduksi Epoche).....	50
4.6. Reduksi Eidetik	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.7. Menginterpretasi Makna Pengalaman Praktisi Humas (Reduksi Transendental).....	71
4.7.1. Perasaan Praktisi Humas Diskominfo dalam Mengimbau Dan Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru	71
4.7.2. Makna Adaptasi Kebiasaan Baru bagi Praktisi Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat.....	70
4.7.3. Interpretasi Makna Pengalaman Praktisi Humas dalam Mempersuasi Masyarakat Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru	73
BAB V.....	86
KESIMPULAN DAN SARAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Vaksinasi Covid-19 2022	4
Tabel 2. 1. Penelitian Relevan.....	9
Tabel 3. 1. Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4. 1. Kata Penting	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Diagram Alur Kerangka Pemikiran..... 33



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemampuan dalam komunikasi persuasif merupakan salah satu hal yang harus dikuasai praktisi humas. Praktisi humas diharuskan memahami seluk beluk dan teknik dari komunikasi persuasif yang kemudian diaplikasikan ke dalam tugasnya sehari-hari. Terutama ketika dalam kondisi krisis yang mana setiap langkah merupakan penentu antara hidup dan mati.

Persuasi merupakan proses ajakan atau pembujukan yang dilakukan komunikator kepada *komunikatee*-nya dengan harapan terjadinya perubahan sikap atau pola pikir *komunikatee* sesuai dengan yang disampaikan komunikator. Menurut Maulana dan Gumelar, (2013: 9) persuasi merupakan proses yang bertujuan untuk mengubah sikap ataupun perilaku *komunikatee* dalam sebuah peristiwa, ide, ataupun objek lainnya yang bisa melalui bahasa verbal maupun nonverbal yang di dalamnya terdapat informasi, perasaan dan penalaran.

Humas (hubungan masyarakat) adalah salah satu dari bagian yang ada pada struktur pemerintahan baik pada daerah maupun pusat. Humas merupakan bagian yang bertanggung jawab sebagai penghubung atau menjembatani antara pemerintah dengan masyarakat. Menurut Trisnawati dan Syarah (2017: 90) “Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut”.

Setiap masyarakat dalam kehidupannya pasti akan mengalami berbagai perubahan-perubahan, walaupun ruang lingkup perubahan tersebut tidak begitu

luas. Disamping itu kebutuhan maupun kepentingan masyarakat selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman, sehingga diperlukannya perubahan agar kebutuhan, kepentingan ataupun penyesuaian dapat dipenuhi secara wajar. Perubahan tidak selalu merujuk kepada kemajuan, namun dapat pula berarti kemunduran dari bidang-bidang kehidupan tertentu. Para sosiolog mengklasifikasikan masyarakat menjadi dua yaitu masyarakat statis yang mengalami perubahan lambat dan masyarakat dinamis yang mengalami berbagai perubahan dengan cepat.

Pada hakikatnya saat ini masyarakat dipaksa melakukan perubahan kebiasaan dalam berbagai aspek kehidupan. Hal ini diakibatkan oleh adanya wabah *coronavirus* atau dikenal juga dengan Covid-19. Banyak dari masyarakat yang tidak menyadari tentang keharusan merubah kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan sebelum adanya Covid-19. Misalnya dengan memakai masker, menjaga kebersihan badan, rajin mencuci tangan, menghindari kerumunan, dan melaksanakan vaksinasi dengan dosis yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Kondisi sekarang ini tentu menjadi tugas baru bagi Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Pasaman Barat terutama bagian humas yang merupakan bagian yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

Kabupaten Pasaman Barat adalah suatu daerah yang terbentuk dari hasil pemekaran Kabupaten Pasaman. Hal ini berdasarkan UU no. 38 Tahun 2003 tanggal 18 Desember 2003 dengan ibu kota kabupaten di Simpang Ampek. Dengan luas wilayah 3.864,02 km², dan jumlah penduduk sekitar 365,129 jiwa, Pasaman Barat memiliki potensial terbesarnya di sektor perkebunan seperti kelapa sawit, jeruk, salak, karet, dan lain-lain.

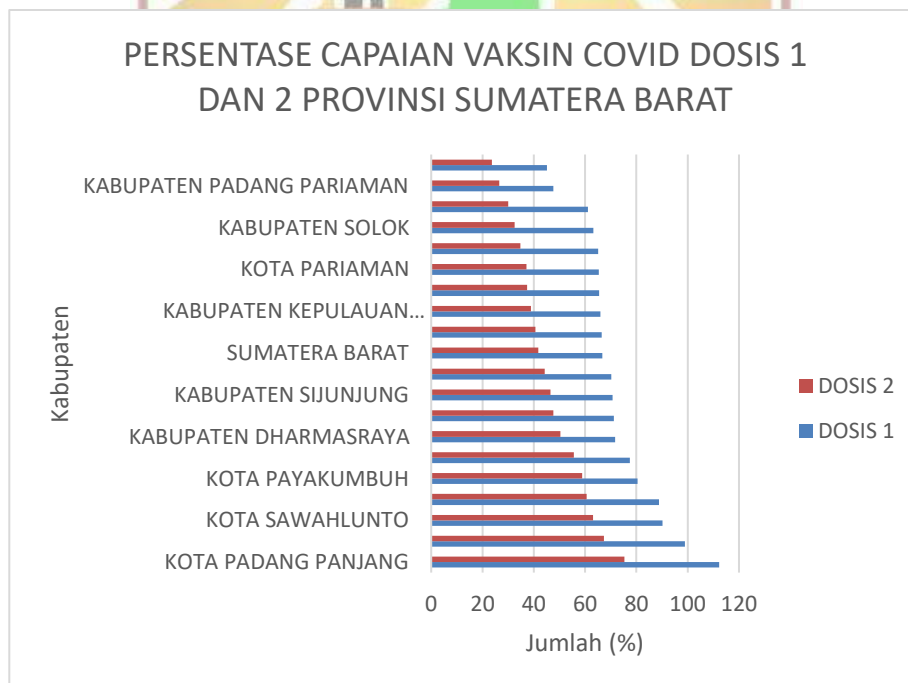
Simpang Ampek (Bahasa Indonesia Simpang Empat) sendiri merupakan Ibu kota kabupaten yang menjadi pusat pemerintahan Kabupaten Pasaman Barat. Sesuai namanya, Simpang Ampek mempunyai empat persimpangan penting di pusat kotanya, yakni ke arah utara menuju Sungai Beremas, ke arah barat menuju Sasak, ke arah timur menuju Panti sekaligus Lubuk Sikaping, dan ke arah selatan menuju Bawan yang dapat terus ke Lubuk Basung hingga Padang. Di tengah persimpangan terdapat *landmark* kota ini yang berdiri Tugu Tigo Tungku Sajarangan. Masyarakat Simpang Ampek adalah masyarakat heterogen yang didominasi oleh suku Minang.

Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Pasaman Barat merupakan instansi yang diberikan amanah sebagai pelaksana tugas kehumasan kabupaten Pasaman Barat. Pelaksanaan komunikasi yang dilakukan pemerintah kurang dapat membuat masyarakat mendengarkan imbauan pemerintah. Masih kurangnya *feedback* dari masyarakat tentang informasi yang disampaikan pemerintah. Hal ini ditandai dengan masih banyaknya ditemukan masyarakat yang belum mengindahkan imbauan dari pemerintah. Seperti masih banyak ditemukan masyarakat yang tidak memakai masker, banyaknya kerumunan-kerumunan yang terjadi, dan masih rendahnya persentase pelaksanaan vaksinasi.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pihak Diskominfo Pasaman Barat, Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat tidak bekerja sendiri. Diskominfo Pasaman Barat bekerja sama dengan instansi lain seperti Dinas Kesehatan, Dinas Pendidikan, Kepolisian, dan Satgas Covid-19 Kabupaten Pasaman Barat. Banyak pihak yang saling bekerja sama untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19.

Dikutip dari situs m.andrafarm.com, terhitung hingga 11 Januari 2022, tercatat sudah 1247 kasus terpapar Covid-19 di Pasaman Barat. Ini termasuk banyak, karena masih kurangnya kesadaran masyarakat untuk melaksanakan imbauan-imbauan yang telah dilakukan oleh pemerintah setempat. Sebagaimana yang terdapat di dalam lampiran nomor 1.

Selanjutnya, berdasarkan data yang diperoleh pada tanggal 15 Januari 2022 melalui kepolisian Pasaman Barat, menunjukkan bahwasanya capaian vaksinasi Covid-19 di Pasaman Barat terbilang rendah, yang mana Kabupaten Pasaman Barat menduduki posisi 7 terendah di bawah Kabupaten Mentawai, sedangkan Padang Panjang berada di posisi pertama untuk jumlah capaian vaksinasi Covid-19. Oleh karenanya perlu adanya penyampaian informasi yang baik dalam memberikan penalaran terhadap masyarakat berkenaan dengan Covid-19 ini. Seperti data yang peneliti lampirkan dan tertera dibawah ini:



Grafik 1. 1. Data Vaksinasi Covid-19 di Provinsi Sumatera Barat 2022

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan, berada pada situasi pandemi ini, banyak hal yang ikut terpengaruh baik dalam aktivitas ekonomi, sosial, politik, dan aspek-aspek kehidupan lainnya. Hal ini juga menyebabkan terjadinya pergeseran terhadap tatanan nilai yang ada pada roda pemerintahan baik itu pada pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Sebab, pemerintah merupakan contoh masyarakat. Imbauan-imbauan yang dilakukan pemerintah diharapkan menjadi tolak ukur masyarakat untuk beraktivitas sesuai informasi yang mereka peroleh dari pemerintah. Dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, merupakan pengalaman yang baru bagi praktisi humas. Jadi peran dan pengalaman dari humas pemerintah dalam hal ini menyebarkan informasi yang dibutuhkan masyarakat yang bertujuan untuk merubah perilaku atau kebiasaan masyarakat saya rasa perlu untuk dikaji.

Ide penelitian ini muncul karena dari yang peneliti amati terdapat masalah di dalam pelaksanaan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh humas Diskominfo Pasaman Barat. Sebab, masih banyaknya masyarakat yang mengabaikan informasi dan pesan-pesan yang telah disampaikan oleh pemerintah pada saat pandemi ini. Selain itu, peneliti juga melihat beberapa ketidaksesuaian antara apa yang disampaikan pemerintah dengan apa yang masyarakat lakukan, misalnya dalam pemenuhan atau pelaksanaan vaksinasi, di masyarakat Pasaman Barat sendiri banyak sekali yang enggan untuk di vaksinasi dengan bermacam-macam persepsi. Sebagian ada yang beranggapan bahwasanya vaksinasi hanyalah alat yang dipergunakan untuk merusak generasi, ada yang masih takut untuk vaksinasi karena dianggap dapat memperburuk kondisi kesehatan, dan masih banyak persepsi-persepsi yang ada pada masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti

bahwasanya, apa yang disampaikan Diskominfo Pasaman Barat dalam penyampaian informasinya dengan perilaku masyarakat tentu saja memiliki korelasi satu sama lainnya.

Pemerintah Kabupaten Pasaman Barat telah melakukan upaya komunikasi persuasif kepada masyarakat. dikutip dari Instagram @diskominfoasbar, Pemerintah telah menggalakan imbauan-imbauan untuk masyarakat dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19. Seperti pemberitahuan jadwal vaksinasi Covid-19 di Pasaman barat, menyebarluaskan surat edaran bupati Pasaman Barat tentang penyambutan tahun 2022 pada era Covid-19, arahan untuk menyikapi perkembangan situasi, kondisi, dan antisipasi terhadap penyebaran Covid-19 di Pasaman Barat, dan sebagainya. Sebagaimana yang tertera pada lampiran nomor 2,3 dan 4.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian tentang analisis pengalaman komunikasi Diskominfo Pemkab Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

Bagaimana pengalaman komunikasi Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan esensi pengalaman komunikasi Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.
2. Untuk menemukan kata kunci dari esensi pengalaman komunikasi Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.
3. Untuk menginterpretasi makna dari pengalaman komunikasi Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Sebagai materi pembahasan untuk meningkatkan pengetahuan tentang komunikasi persuasi yang dilakukan, humas dalam kerjanya, dan perubahan-perubahan atau penyesuaian seperti apa yang biasanya dilakukan pemerintah dan masyarakat setempat.
2. Sebagai sumber atau referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan komunikasi humas dan perubahan perilaku masyarakat.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara Praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

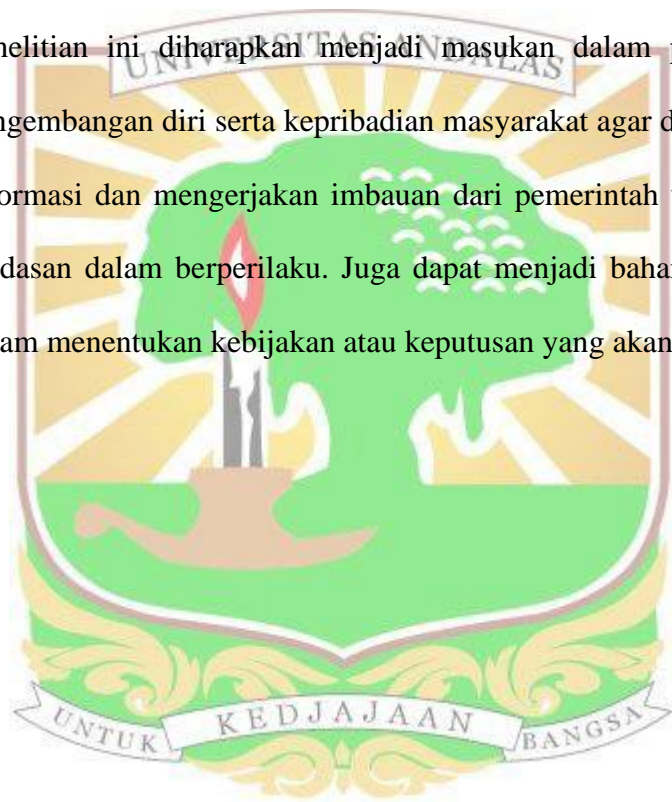
Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang bagaimana cara kerja humas di lapangan

2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini semoga menjadi motivasi bagi pemerintah terutama dalam hal komunikasi persuasi untuk pengembangan masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dalam pembinaan dan pengembangan diri serta kepribadian masyarakat agar dapat menyaring informasi dan mengerjakan imbauan dari pemerintah untuk dijadikan landasan dalam berperilaku. Juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan atau keputusan yang akan diambil.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti membutuhkan peranan penelitian-penelitian terdahulu yang bersifat relevan sebagai bahan rujukan dan memuat hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian tersebut berfungsi sebagai instrumen pembandingan dan panduan dalam pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini juga agar menghindari maupun meminimalkan kesamaan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Terdapat tiga penelitian yang bersifat relevan dan digunakan oleh peneliti sebagai bahan acuan atau rujukan yaitu sebagai berikut.

Tabel 2. 1. Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul/Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	Muhammad Infaqi Junaedi, program studi Ilmu Komunikasi, Hubungan Masyarakat, <i>The London School of Public Relations</i> , Jakarta.	Komunikasi Persuasi Humas Direktorat Jenderal Pajak Melalui Seminar Pajak Bertutur Pada Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta/2020	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dalam proses polka mania komunikasi memiliki suatu tahapan dimana persuade mempelajari pesan dari persuader (Perloff; 2008). Tahapan-tahapan daripada proses tersebut antara lain ialah <i>attention</i> (perhatian), <i>comprehension</i> (pemahaman), <i>learning</i>	Pada penelitian ini, memiliki persamaan dalam hal metode penelitiannya yang mana menggunakan metodologi penelitian kualitatif, kemudian juga menggunakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan menggunakan wawancara terstruktur. Kemudian data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan

			<p>(belajar), <i>acceptance</i> (penerimaan), dan <i>retention</i> (penyimpanan). Dalam pelaksanaan seminar pajak berturut di Universitas Nasional Jakarta, humas Direktorat Jenderal Pajak menggunakan tiga aspek dasar persuasi yang dikemukakan oleh (Elvinaro; 2010), bahwa Ethos (<i>source credibility</i>), memfokuskan pada kredibilitas sumber dalam menyampaikan pesan. Kemudian dalam persuasi ini juga terdapat Logos (<i>logical appeals</i>), merujuk pada <i>appeals</i> berdasarkan alasan yang logis. Persuader menjelaskan informasi mengenai pajak menggunakan komunikasi persuasi secara detail dan rasional, sehingga audiens dapat</p>	<p>untuk memperoleh data dari buku, internet dan website. Hanya saja pada penelitian ini memiliki perbedaan dalam hal Teori yang digunakan, yaitu teori komunikasi persuasi Hovland/Yale oleh Perloff yang bertujuan untuk mengetahui Bagaimana komunikasi persuasi humas Direktorat Jenderal Pajak melalui seminar pajak berturut pada mahasiswa Universitas Nasional Jakarta.</p>
--	--	--	--	---

			dengan mudah memahami apa yang disampaikan oleh Persuader.	
2	Budi Indra, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Wijaya, Indonesia	Komunikasi Persuasif Humas Pt Tunggal Perkasa Plantation Dalam Menyelesaikan Konflik Sengketa Lahan Di Kecamatan Pasir Penyungin Indragiri Hulu / 2017	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya proses komunikasi persuasif yang dilakukan Humas PT TPP melibatkan tokoh masyarakat sebagai narasumber. Penerima komunikasi persuasif adalah masyarakat lokal yang menuntut kemitraan perkebunan dengan melakukan blokade dan pengambilalihan lahan. Saluran yang digunakan dalam menyampaikan pesan adalah saluran informal dengan situasi tatap muka dan saluran formal melalui media. Umpan balik dan efek komunikasi persuasif oleh Humas PT TPP adalah pengunduran	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah mengangkat topik yang sama mengenai komunikasi persuasif yang dilakukan Humas, menggunakan metode penelitian kualitatif, dan Teknik pengambilan data menggunakan wawancara dan observasi. Adapun perbedaannya adalah penelitian ini melihat bagaimana komunikasi persuasif yang telah dilakukan oleh Humas Pt Tunggal Perkasa Plantation Dalam Menyelesaikan Konflik Sengketa Lahan Di Kecamatan Pasir Penyungin Indragiri Hulu, sementara peneliti meneliti pengalaman komunikasi Humas selama proses komunikasi persuasif.

			<p>diri massal dan blokade terhadap perusahaan dihentikan agar perusahaan dapat kembali bekerja seperti biasa.</p> <p>Selanjutnya Komunikasi Persuasif Pesan disampaikan dengan menggunakan teknik teknik komunikasi persuasif meliputi; menanyakan dan mengungkapkan, mengambil keuntungan dari situasi, menyatakan persetujuan dan pendekatan berkelanjutan.</p>	
--	--	--	--	--



3	Shafa Tsamara Nugraini, dan Abdul Kholik, DIII Hubungan Masyarakat, Universitas Negeri Jakarta	Strategi Penyusunan Pesan Informatif – Persuasif Dalam Data Covid-19 Oleh Humas Diskominfo Kota Bogor Di Media Sosial	<p>Pada hasil penelitiannya menyatakan bahwa strategi pengelolaan pesan informatif dan teknik pengelolaan persuasif ini dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor untuk membangun pemahaman masyarakat terhadap informasi atau berita yang dipublikasikan melalui media sosial. persuasif untuk mengelola data COVID-19 yang diunggah ke media sosial. Namun, masih terdapat kelemahan pada data COVID-19 yang membuat masyarakat masih belum bisa membaca isi pesan dari data COVID-19 yang diunggah melalui media sosial Diskominfo Kota Bogor.</p>	Adapun persamaan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif serta juga sama-sama membahas tentang bagaimana pesan persuasif yang diberikan oleh Humas. Perbedaan penelitian ini menggunakan metoda penelitian deskriptif kualitatif, dengan fokus penelitian pada pengelolaan pesan persuasif.
---	--	---	--	---

2.2. Landasan Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial melakukan aktivitas komunikasi sebagai sebuah sarana untuk membangun interaksi antar sesamanya. Komunikasi pada hakikatnya adalah proses antarmanusia dalam menyampaikan pikiran dan perasaannya dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Pihak yang menyampaikan pesan dalam komunikasi disebut dengan komunikator dan pihak yang menerima pesan disebut dengan *komunikatee*. Sementara pesan adalah pernyataan dan pikiran yang dipertukarkan dalam proses komunikasi tersebut. Konkretnya, isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. (Effendy, 2003:28)

Komunikasi dapat disimpulkan sebagai proses penyampaian pesan dan proses pembentukan makna antara orang-orang yang berkomunikasi, yaitu antara komunikator dengan *komunikatee*. Melalui komunikasi, sebuah interaksi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi. Penyampaian (aksi) dan respon (reaksi) nya pun bisa berupa verbal atau nonverbal. Di dalam proses interaksi manusia, komunikasi memegang peranan penting sebagai sebuah proses sosial. Komunikasi bersifat kompleks, dinamis dan senantiasa berubah. Prosesnya tidak memiliki akhir dan berjalan secara terus menerus atau berkesinambungan (Mulyana, 2016:75).

2.2.2 Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari individu kepada individu lain dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan

atau mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung (Tatang, 2016: 30)

Dalam pengertian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan dari komunikasi itu adalah untuk mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behavior*). Dilihat dari tujuannya, proses komunikasi memiliki tiga sifat yaitu sebagai edukatif, sebagai informatif, dan persuasif. Di antara ketiga sifat tersebut, komunikasi persuasif lebih kompleks daripada yang lainnya. Karena, di dalam komunikasi persuasif diperlukan usaha lebih dari komunikatornya untuk mengubah sikap *komunikee*-nya sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Persuasi berasal dari istilah Bahasa Inggris "*persuasion*". Dimana, secara etimologis istilah *persuasion* berasal dari Bahasa Latin "*persuasion*", kata kerjanya "*persuader*" yang artinya meyakinkan atau membujuk. Kemudian diserap lagi ke dalam Bahasa Inggris: *to persuade*. Dalam Bahasa Indonesia persuasi sering diartikan sebagai kata rayuan atau bujukan. Komunikasi persuasi ditujukan kepada suatu usaha untuk mendorong *komunikee* agar dapat merubah perilaku, keyakinan dan sikapnya seolah-olah atas kehendak sendiri dan bukan karena paksaan atau dorongan orang lain (Sunarjo dan Sunarjo, 1983:31).

2. Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Jika merujuk pada buku (Soemirat dan Suryana 2018; 225), unsur-unsur komunikasi persuasif sendiri dapat dikelompokkan menjadi beberapa unsur, diantaranya:

- 1) *Persuader*, merupakan orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan mempengaruhi sikap pendapat dan perilaku secara verbal maupun nonverbal.
- 2) *Persuadee*, diartikan sebagai orang yang menjadi tujuan pesan bersangkutan disampaikan oleh komunikator atau persuader baik secara verbal dan nonverbal.
- 3) Persepsi, dimana persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pengalaman, pengetahuan, wawasan, dan proses belajar seseorang. Persepsi antara *persuadee* terhadap *persuader* serta pesan yang disampaikan menentukan keefektifan komunikasi persuasif.
- 4) Saluran persuasif, atau disebut juga sebagai media komunikasi, dimana digunakan oleh *persuader* untuk berkomunikasi kepada orang secara formal maupun non formal yang merupakan perantara ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir.
- 5) Pesan persuasif, dipandang sebagai usaha untuk mengubah pikiran juga tindakan ke arah yang telah ditetapkan (Ritongah; 2005: 5).
- 6) Umpan balik dan efek, umpan balik diartikan sebagai jawaban atau reaksi yang datang dari *komunikatee* ataupun datang dari pesan itu sendiri, terbagi menjadi dua yaitu internal dan eksternal. Sedangkan efek diartikan sebagai perubahan yang terjadi pada diri *komunikatee* sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi persuasif.

3. Komponen Komunikasi Persuasif

Komponen yang dalam komunikasi persuasif sehingga dapat dikatakan sebagai komunikasi persuasif diantaranya ialah (Maulana dan Gumelar; 2013: 8):

- 1) *Claim*, merupakan pernyataan tersurat (eksplisit) dan tersirat (implisit). Misalnya iklan rokok yang secara implisit tidak menyuruh konsumen merokok, akan tetapi dikemas semenarik mungkin untuk memperluas pasar.
- 2) *Data*, ialah fakta atau data yang berfungsi untuk memperkuat argumentasi keunggulan pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Misalnya seperti iklan *shampo* untuk memperkuat rambut, dengan memperlihatkan data bahwasanya 8 dari 10 orang menggunakan produk tersebut.
- 3) *Warrant*, yakni perintah yang dikemas seperti ajakan namun terkesan tidak memaksa, seperti “mari” atau “ayo”.

4. Strategi dalam Komunikasi Persuasif

Strategi dalam komunikasi persuasif sendiri terdiri beberapa bentuk. Hal ini sesuai dengan menurut DeFluer dan Ball-Rokeach (Soemirat dan Suryana: 2018):

- 1) Strategi Psikodinamika, dimana pada strategi ini lebih menekankan pada dorongan naluri dari individu untuk melakukan hubungan, baik internal maupun eksternal. Oleh karena itu, hal ini harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif. Faktor kognitif merupakan faktor yang berpengaruh besar pada perilaku, kondisi,

pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu. Sangat besar ketidakmungkinan mengubah faktor-faktor biologis dengan pesan persuasif.

- 2) Strategi persuasi sosio-kultural, pada strategi ini perilaku orang yang dipersuasi dipengaruhi oleh faktor lingkungan, contohnya adalah lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan profesi di suatu tempat pekerjaan. Faktor lingkungan seperti ini dapat diperhatikan pemasar atau komunikator sebelum mempersuasi calon orang yang dipersuasi. Strategi ini dapat dikatakan juga sebagai strategi dimana biasanya pemasar maupun komunikator dapat referensi dari teman ataupun keluarga. Strategi sosio-kultural banyak digunakan dalam promosi pada produk komersial dengan cara melalui kesamaan situasi. Faktor lingkungan memang sangat membantu persuader untuk merubah dan meyakinkan perilaku persuadee. Kedekatan antar seseorang akan lebih mudah dipersuasi selain itu kepercayaan telah ada di dalam hubungan kedekatan antar keluarga, sahabat, atau teman untuk mengikuti apa yang diinginkan.

- 3) Strategi *The Meaning Construction*, dimana pada strategi ini pengetahuan merupakan hal yang mempengaruhi perilaku yang mana berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi ini dicirikan oleh “belajar-berbuat” (*learn-do*), seperti yang dilawankan dengan belajar merasa

berbuat (*learn-feel-do*) dan pendekatan belajar penyesuaian diri. Asumsi dasar strategi persuasi *the meaning construction* adalah pengetahuan dapat membentuk perilaku seseorang.

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Persuasif

Mengutip daripada paradigma Harold Laswell, yang memandang komunikasi sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada *komunikatee* lewat suatu media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy: 1998).

1) Komunikator

Pada hakikatnya komunikator tidak hanya mengkomunikasikan sebuah pesan, tetapi dirinya sendiri adalah pesan itu sendiri. Faktor terpenting dalam proses komunikasi bukan hanya ditentukan oleh isi pesan atau konten yang disampaikan, melainkan komunikatornya sendiri. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikator dalam penyampaian pesan, yaitu kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan (Rakhmat; 2007).

2) Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator, dalam kegiatan komunikasi perancangan pesan yang baik ialah hal yang penting (Malik, 1994). Pesan harus mempunyai tema sebagai usaha untuk memberikan pengaruh di dalam mengubah sikap dan tingkah laku. Pesan itu terdiri dari berbagai teknik seperti: pesan yang bersifat informatif, persuasif dan pesan yang bersifat kreatif. Pesan sangat erat kaitannya dengan mekanisme respon-stimulus, stimulus-respon. Pesan bisa dinamis karena adanya tindakan aktif dari komunikator dan *komunikatee*. Seorang

komunikatee dapat merasakan respon *komunikatee*, melalui isyarat yang ditunjukkan, serta rangsangan kontekstual. Dalam hal ini pesan yang dirancang secara kreatif akan menjadikan komunikasi persuasif lebih aktif.

3) Media

Media merupakan semua sarana yang dipergunakan dalam memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan ataupun menyebarkan dan menyampaikan suatu informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam proses penyampaian pesan dari komunikator kepada *komunikatee*. Secara umum media dipergunakan sebagai pembelajaran yang mempunyai kegunaan-kegunaan sebagai berikut:

- a) memperjelas dalam penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbalistis (dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan belaka),
- b) mengatasi berbagai keterbatasan. Seperti keterbatasan ruang, waktu dan daya indera, dan lain-lain.
- c) penggunaan media secara tepat dapat mengatasi sikap pasif dari *komunikatee*.

4) Komunikas/ *Komunikatee*

Dalam komunikasi persuasif komunikas atau *komunikatee* adalah sejumlah orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah. Beberapa hal yang menentukan *komunikatee* dalam merespons pesan-pesan persuasif antara lain: keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang dimiliki oleh *komunikatee* itu sendiri. Karena ketiga konstruksi psikologis tersebut sangat penting dalam menentukan cara seseorang bereaksi dan merespon stimulus atau pesan tertentu yang diterimanya, maka tiga hal tersebut harus selalu

diperhatikan oleh komunikator komunikasi. Dengan memahami keyakinan *komunikatee* maka komunikator akan lebih mudah untuk mendapatkan peluang agar direspons positif oleh *komunikatee*. Demikian juga dengan pemahaman atas sikap *komunikatee* maka akan lebih mudah bagaimana dan kapan komunikator menyampaikan pesan persuasifnya tersebut. Selain itu faktor kebutuhan yang dimiliki oleh komunikan juga akan memberikan kontribusi positif bagi komunikator dalam proses penyampaian pesan persuasif.

5) Efek

Efek (*effect*) adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi. *Sastropoetro* (dalam Soemirat, 2000), mengatakan “Perubahan yang terjadi bisa berupa berubahnya sikap, pendapat, pandangan, dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri komunikan merupakan tujuan yang utama”. Efek yang ingin dicapai adalah adanya perubahan baik secara kognitif, afektif maupun konatif pada komunikan. Efek kognitif berkenaan dengan pengetahuan dan pemahaman komunikan. Efek afektif yang berhubungan dengan emosi dan kondisi psikologis komunikan, sedangkan efek konatif berhubungan dengan sikap yang timbul sebagai akibat dari penerimaan pesan.

6. Tujuan Komunikasi Persuasif

Tujuan persuasi identik dengan menginginkan efek, hasil, atau akibat yang terjadi pada khalayak sasaran. secara umum akibat atau hasil dari persuasi mencakup tiga aspek yaitu (Ritongah; 2011: 45).

- 1) Aspek kognitif, aspek ini merupakan hal yang menyangkut kesadaran dan pengetahuan dari *komunikatee*. Contohnya menjadi sadar, dan ingat, menjadi tahu dan kenal.
- 2) Aspek afektif, aspek ini merupakan hal yang menyangkut sikap, perasaan serta emosi dari *komunikatee*. Dalam hal ini contohnya sikap setuju/tidak setuju, perasaan sedih, gembira, benci, menerima dan menyukai.
- 3) Aspek konatif, aspek ini merupakan hal yang menyangkut perilaku ataupun Tindakan dari *komunikatee*. Misalnya berbuat sesuatu seperti yang dimau, diinginkan, disarankan, atau yang tidak disarankan.

7. Hambatan Komunikasi Persuasif

Menurut Fisher dalam Soemirat (2017), kegagalan atau hambatan yang dapat terjadi dalam proses komunikasi persuasif yaitu disebabkan oleh dua faktor, yakni yang pertama faktor mekanistik komunikasi manusia dan yang kedua adalah faktor psikologis. Hambatan komunikasi secara mekanistik disebabkan oleh saluran pesan atau media komunikasi yang terbatas, terganggu, tercemar, maupun dalam kondisi tidak baik/rusak. Hal ini juga dapat disebabkan oleh internal atau eksternal dari persuadee. Internal persuadee misalnya adalah salah dalam mengartikan dan memahami pesan, dan eksternal persuadee misalnya adalah adanya isu-isu, gosip, kabar burung tentang isi pesan atau

bahkan mengenai persuader. Hambatan komunikasi secara psikologis bersifat internal. Hambatan ini muncul karena adanya distorsi makna dalam pesan. hal ini dapat disebabkan oleh kultur, konflik peran, konflik dalam sistem sosial, dan lain-lain. Jadi, hambatan psikologis ini disebabkan karena adanya ketidakselarasan pemahaman dalam diri persuader dan persuadee.

Herbert dan Gullet dalam Soemirat (2017) menjelaskan bahwa hambatan dalam komunikasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti berikut:

a) *Dogmatisme*

Dogmatisme merupakan sikap seseorang dalam mempertahankan pendapat, sikap, dan perilakunya ketika menerima pesan yang tidak sesuai dengan persepsinya dan dirasa dapat merusak posisinya.

b) *Stereotype*

Stereotip merupakan pendapat mengenai sesuatu yang sudah diyakini benar sebelumnya. Stereotipe dapat diartikan pula sebagai prasangka yang bersifat objektif. Apa yang sudah dipahami dan diyakini sebelumnya sulit untuk diubah, karena selalu mengaitkan dengan hal-hal lain. Sebagai contoh, stereotip jika perempuan tidak menyapu dengan bersih, maka kelak akan mendapatkan jodoh yang brewok.

c) *Pengaruh lingkaran*

Hal ini diartikan sebagai seseorang yang melihat pesan persuasi sebatas baik atau buruk, benar atau salah, hitam atau putih. Seseorang yang seperti ini, akan mendengarkan dan terpengaruh

oleh orang yang disukainya dan akan menolak pesan jika yang menyampaikan atau orang yang menjadi komunikatornya adalah orang yang tidak disukainya.

Dengan demikian, hambatan yang muncul dalam proses komunikasi persuasif dapat datang dari bagaimana cara persuadee memandang atau menerima pesan persuasif. Dogmatisme, stereotip dan pengaruh lingkaran mungkin saja muncul di antara persuadee. Namun, hambatan ini tidak sepenuhnya akan merusak proses komunikasi, apabila persuader memahami kondisi dan karakteristik persuadee dengan baik dan tepat.

2.2.3 Hubungan Masyarakat Pemerintahan (*Government PR*)

1. Pengertian Hubungan Masyarakat Pemerintahan (Humas Pemerintahan)

Menurut (Widjaja 2010; 52), Humas merupakan bagian dari pemerintahan yang menjadi wahana komunikasi ke dalam maupun keluar. Ke dalam maksudnya berusaha menyampaikan informasi kepada seluruh divisi yang ada dalam pemerintahan, dan keluar maksudnya bertanggung jawab sebagai penyebar informasi ataupun menjembatani informasi kepada masyarakat dan lingkungan. Penyelenggaraan komunikasi ke luar maupun ke dalam berfungsi untuk menyaring, mengelola, dan menyajikan informasi yang diperlukan oleh sasaran yang dituju. Tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina, dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau masyarakat dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.

Humas diartikan sebagai proses interaksi dimana humas menciptakan opini publik sebagai *input* yang menguntungkan kedua belah pihak, dan

menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi dari public. Hal ini bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. Secara etimologis *public relations* terdiri dari dua kata yaitu: *public* dan *relations*. Dalam bahasa Indonesia, kata *Public* berarti publik atau masyarakat dan *relations* adalah hubungan-hubungan. Jadi arti dari *public relations* adalah hubungan-hubungan dengan publik/masyarakat. Konsep humas menurut *International Public Relations Association (IPRA)* adalah: “Fungsi manajemen yang khas mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama” (Arifin, 1998). Pemahaman konsep dan pengertian humas itu seperti apa, bisa juga kita lihat pendapat dari; *British Institute of Public Relations (IPR)*: “Humas adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya” (Jefkins Daniel Yadin 2002: 9). J. C. Seidel menyatakan humas adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelanggan, pegawainya dan publik umumnya ke dalam dengan mengadakan analisis dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, ke luar dengan menyampaikan pernyataan-pernyataan. Selain itu humas juga berfungsi untuk menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan

mengembangkan *Good Will* (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan (alat untuk menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan baik dengan publik).

2. Proses Tugas Humas

Menurut (Widjaja 2010: 54) proses polkamanya dari tugas humas, diantaranya:

1) Menyelidiki dan mendengar (*fast finding*)

Taraf *research-listening* atau *fact finding*, meliputi: penelitian pendapat, sikap dan reaksi orang-orang/publik. Disini dapat diketahui masalah apa saja yang dihadapi.

2) Mengambil ketentuan dan merencanakan (*planning*)

Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisis, lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan kebijakan dan kegiatan organisasi. Pada bagian ini, dapat ditemukan “pilihan yang diambil”.

3) Melaksanakan komunikasi (*planning*)

Rencana-rencana di atas harus dikomunikasikan dengan semua pihak yang bersangkutan dengan metode-metode yang sesuai. Pada tahap ini dijelaskan tindakan apa saja yang akan dilakukan.

4) Penilaian (*evaluation*)

Di tahap ini akan muncul pertanyaan “berhasil atau tidaknya”, “apakah efektif” dan “bagaimana hasil dari pelaksanaannya”.

2.2.4 Masyarakat

Masyarakat dalam istilah bahasa Inggris adalah *society* yang berasal dari kata Latin “socius” yang berarti kawan. Istilah masyarakat ini berasal dari kata

bahasa Arab “syaraka” yang berarti ikut serta dan berpartisipasi. Masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang saling bergaul, dimana dalam istilah ilmiah masyarakat adalah manusia yang saling berinteraksi. Atau dapat disimpulkan, masyarakat merupakan suatu kesatuan manusia yang mempunyai prasarana melalui warga-warganya agar dapat saling berinteraksi.

Menurut Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) mengatakan bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang bersifat objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya. Masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang di dalamnya ada beberapa unsur yang mencakup. Adapun unsur-unsur tersebut adalah:

- 1) Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama;
- 2) Bercampur untuk waktu yang cukup lama;
- 3) Mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan;
- 4) Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.

2.2.5 Adaptasi kebiasaan Baru

Pandemi Covid-19 belum diketahui kapan akan berakhir, telah berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat dan negara. Seperti pada sektor sosial, ekonomi, pendidikan dan sektor lainnya. Oleh karena itu pemerintah perlu mengambil langkah-langkah untuk menguatkan tatanan negara agar masyarakat tetap dapat melanjutkan aktivitas dan kehidupannya di tengah pandemic secara aman. Oleh karena itu, pemerintah membuat sebuah peraturan untuk mentaati protokol Kesehatan pada masa adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19 ini. Menurut buku panduan adaptasi kebiasaan baru, salah satu langkah agar tetap beraktivitas dengan aman tanpa harus menyerah melawan

pandemi Covid-19 dalam kehidupan sehari-hari dengan menerapkan protokol kesehatan secara disiplin dan optimal, sebagaimana berikut ini:

1. Gunakan masker di setiap kegiatan yang memungkinkan berinteraksi dengan orang lain. Masker akan melindungi dan mengurangi risiko penularan dari percikan droplet orang ke orang serta memperkecil area semburan virus ke area sekitar. Sehingga, dengan penggunaan masker dapat mengurangi peluang terpapar dan menyebarkan virus Covid-19.

2. Jaga Jarak.

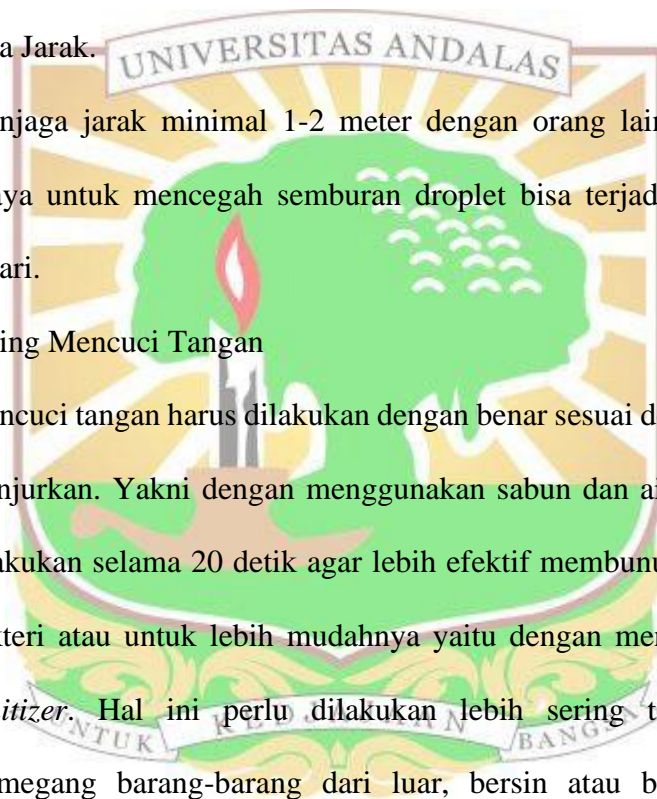
Menjaga jarak minimal 1-2 meter dengan orang lainnya merupakan upaya untuk mencegah semburan droplet bisa terjadi tanpa manusia sadari.

3. Sering Mencuci Tangan

Mencuci tangan harus dilakukan dengan benar sesuai dengan yang telah dianjurkan. Yakni dengan menggunakan sabun dan air mengalir serta dilakukan selama 20 detik agar lebih efektif membunuh virus maupun bakteri atau untuk lebih mudahnya yaitu dengan menggunakan *hand sanitizer*. Hal ini perlu dilakukan lebih sering terutama setelah memegang barang-barang dari luar, bersin atau batuk, saat akan memegang area wajah dan lainnya.

4. Cek kesehatan berkala dan melakukan vaksinasi Covid-19

Melakukan cek kesehatan berkala dan vaksinasi diyakini efektif untuk mencegah penyebaran Covid-19 dan mengurangi persentase pasien yang terjaring Covid-19.



Adaptasi kebiasaan baru menjadi suatu kewajiban bagi setiap individu untuk menjaga diri dan lingkungannya agar tetap aman dalam menjalani aktivitasnya. Kepatuhan terhadap penerapan protokol kesehatan adalah faktor utama untuk mencegah penularan Covid-19, dimana dibutuhkan komitmen dan kepedulian bersama untuk memutuskan mata rantai dari penularan Covid-19. Oleh karena itu deteksi dini secara berkala sangat penting dilakukan agar faktor risiko penyakit dapat diidentifikasi, dicegah dan diobati sejak dini.

Selain itu pada saat adaptasi kebiasaan baru ini, pemanfaatan media online sebagai alternatif yang bisa memudahkan kegiatan manusia selama adaptasi kebiasaan baru ini. Dengan menggunakan media online dalam kegiatan, manusia bisa mengurangi interaksi secara tatap muka dengan manusia lain. Hal ini tentu membantu dalam memutuskan mata rantai penyebaran Covid-19.

2.3. Landasan Teoritis

2.3.1. Teori Fenomenologi

Tugas utama dari fenomenologi menurut Husserl adalah menjalin keterkaitan manusia dengan realitas yang ada. Bagi Husserl, realitas bukan sesuatu yang berbeda yang terdapat pada dirinya lepas dari manusia yang mengamati. Husserl menyatakan bahwasanya hubungan antara persepsi dengan bendanya tidaklah bersifat pasif. Justru bersifat sebaliknya, dimana kesadaran manusia secara aktif membentuk suatu objek yang disebut dengan pengalaman (Sobur, 2014 : 37).

Menurut Husserl, fenomena merupakan suatu realitas sendiri yang tampak, tidak ada selubung atau tirai yang memisahkan antara subjek dengan realitasnya. Dengan pandangan seperti ini, Husserl mencoba mengadakan

semacam revolusi dalam filsafat Barat. Hal demikian dikarenakan sejak Descartes, kesadaran selalu dipahami sebagai kesadaran tertutup, artinya kesadaran mengenal diri sendiri dan hanya melalui jalan itu dapat mengenal realitas. Sebaliknya Husserl berpendapat bahwa kesadaran terarah pada realitas, dimana kesadaran bersifat intensional, yakni realitas yang menampakkan diri.

Sebagai seorang ahli fenomenologi, Husserl mencoba menunjukkan bahwa melalui metode fenomenologi mengenai pengalaman biasa menuju pengalaman murni, kita bisa mengetahui kepastian absolut dengan susunan penting aksi-aksi sadar kita, seperti berpikir dan mengingat, dan pada sisi lain, susunan penting objek-objek merupakan tujuan aksi-aksi tersebut. Dengan demikian filsafat akan menjadi sebuah ilmu setepat-tepatnya dan pada akhirnya kepastian akan diraih.

Lebih jauh lagi Husserl berpendapat bahwa ada kebenaran untuk semua orang dan manusia dapat mencapainya. Dan untuk menemukan kebenaran ini, seseorang harus kembali kepada realitas sendiri. Dalam bentuk slogan, Husserl menyatakan kembali kepada benda-benda itu sendiri, merupakan inti dari pendekatan yang dipakai untuk mendeskripsikan realitas menurut apa adanya. Setiap objek memiliki hakekat, dan hakekat itu berbicara kepada kita jika kita membuka diri kepada gejala-gejala yang kita terima. Kalau kita mengambil jarak dari objek itu, melepaskan objek itu dari pengaruh pandangan-pandangan lain, dan gejala-gejala itu kita cermati, maka objek itu berbicara sendiri mengenai hakekatnya, dan kita memahaminya berkat intuisi dalam diri kita. Teori fenomenologi ini peneliti gunakan untuk memudahkan peneliti dalam

meneliti pengalaman Diskominfo Pasaman Barat Dalam mempersuasi masyarakat menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru.

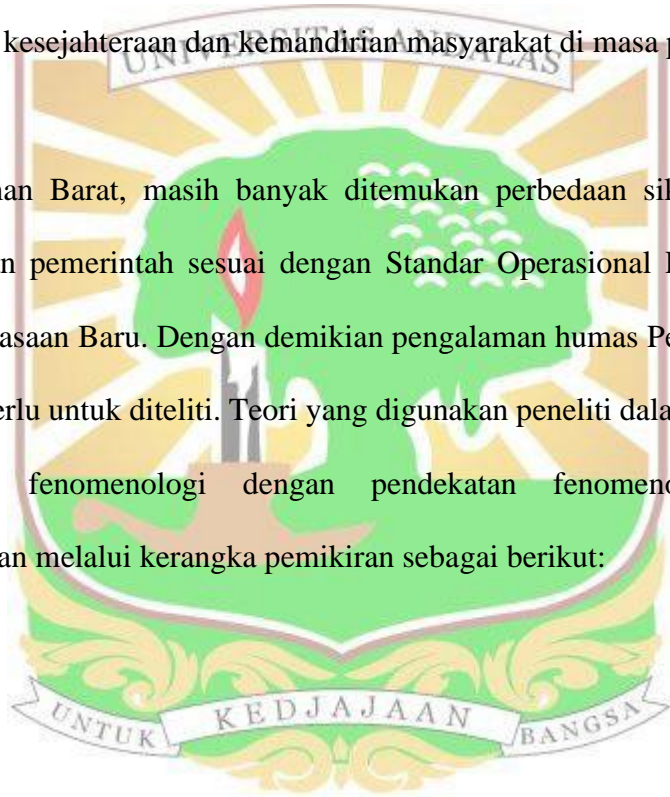
Hakikat manusia terletak pada pengalaman subjektif yang telah dialaminya, terutama saat mengambil tindakan dan sikap terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Tipifikasi (pemolaan) dapat memudahkan individu untuk mengkaji pengalaman itu sendiri, mengenali, dan menentukan apakah suatu benda dan peristiwa dapat dipandang sebagai bagian realitas khusus atau tidak. Pada saat yang bersamaan tipifikasi bersifat fleksibel, dapat beradaptasi dan dimodifikasi, sehingga senantiasa terbuka akan adanya setiap perubahan yang mungkin terjadi. Makna itu sendiri merupakan hasil penerapan kategori atau konstruk tertentu pada situasi konkret tertentu (*meaning-context*). Dimana, ucapan, tindakan maupun interaksi merupakan prasyarat bagi setiap eksistensi sosial (Farid, 2018: 159).

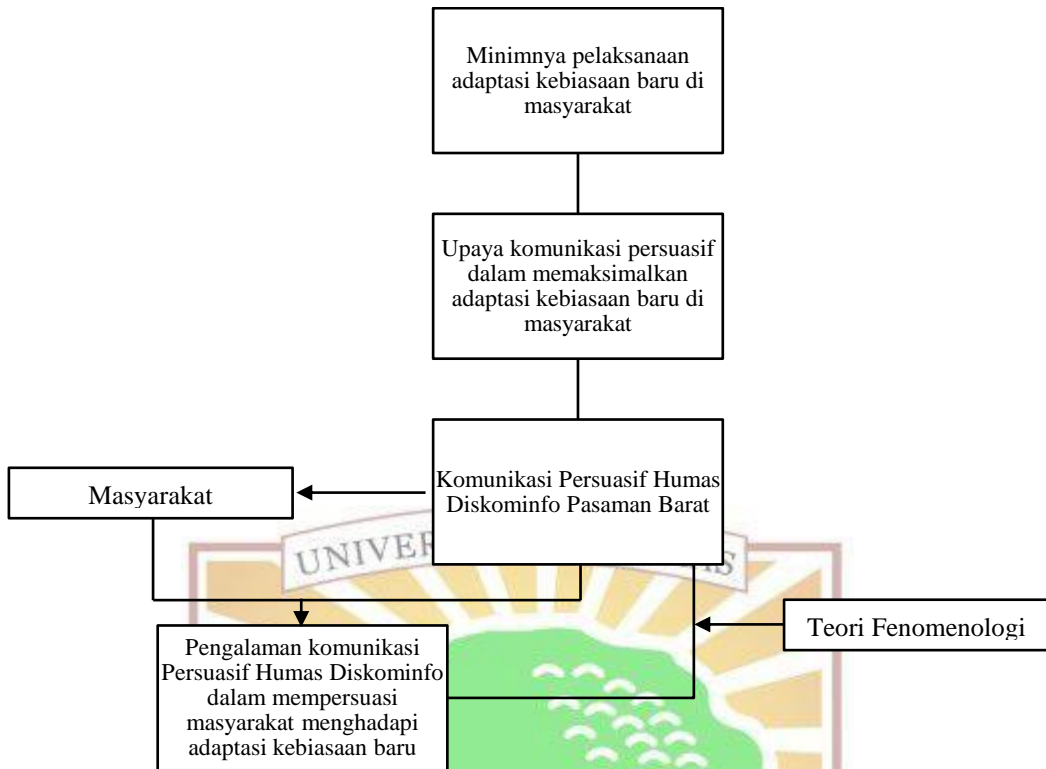
Terjadinya fenomenologi dapat diketahui dari interpretasi pengalaman komunikasi yang dilakukan oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat. Yakni bagaimana pengalaman praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru di era Covid-19 ini. Maka dari itu, teori fenomenologi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yakni untuk mencari makna yang terdapat dalam suatu pendapat, fenomenologi bertumpu pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman subjektif atas gejala alamiah (fenomena) atau peristiwa dengan kaitan-kaitannya.

2.4. Kerangka Pemikiran

Keberadaan Covid-19 memaksa terjadinya perubahan di dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat dituntut bisa menjalankan kehidupan dengan Adaptasi Kebiasaan Baru. Peran pemerintah terutama humas sangat dibutuhkan untuk terus mempersuasi masyarakat agar dapat menerapkan Adaptasi Kebiasaan Baru dalam kehidupannya. Pemerintah diharapkan mampu untuk melakukan persuasi masyarakat untuk dapat menyesuaikan diri dengan adaptasi kebiasaan baru demi meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat di masa pandemi Covid-19 ini.

Di Pasaman Barat, masih banyak ditemukan perbedaan sikap masyarakat dengan anjuran pemerintah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) Adaptasi Kebiasaan Baru. Dengan demikian pengalaman humas Pemkab Pasaman Barat dirasa perlu untuk diteliti. Teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti menggambarkan melalui kerangka pemikiran sebagai berikut:





Gambar 2. 1. Diagram Alur Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian dengan metode ini bertujuan untuk menjelaskan melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penekanannya terletak pada perihal kedalaman data, bukan seberapa banyak data yang dapat dikumpulkan. Pada prakteknya, peneliti akan secara aktif terlibat dalam penelitian dan menjadi instrumen utama, seperti halnya dalam penarikan kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan. Metode kualitatif menjadikan peneliti sebagai instrumen utama penelitian dimana penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan pada hasil wawancara peneliti dan dokumen pendukung lainnya. (Pawito, 2008: 83).

Jenis pendekatan dalam penelitian ini adalah fenomenologi, yang dikembangkan oleh Edmund Husserl. Husserl (dalam Moleong, 2009) mengartikan fenomenologi sebagai pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal dan suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi Husserl untuk menjelaskan pengalaman mengenai suatu fenomena tertentu yang membuat peneliti harus terlibat secara langsung untuk mengkaji sebuah fenomena yang terjadi (Creswell, 2014). Pada Penelitian ini, peneliti berfokus pada pengalaman komunikasi persuasif Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

3.2. Paradigma Penelitian

Paradigma yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, namun berdasarkan dengan realitas yang terbentuk dari hasil konstruksi. Oleh sebab itu, konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivisme adalah bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi oleh pelaku. Dalam paradigma konstruktivisme subjek dipandang sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud tertentu dalam setiap wacana (Ardianto, 2007:151). Dengan kajian konstruktivisme ini, peneliti berusaha untuk memahami dan mendeskripsikan kegiatan komunikasi yang dilakukan objek yang akan peneliti teliti. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme untuk memahami pengalaman komunikasi persuasif Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat, dengan pendekatan fenomenologi, yang mengkaji tentang makna, dan bagaimana pengalaman dan pemahaman individu terkait dengan suatu fenomena.

3.3. Subjek Penelitian

Adapun subjek pada penelitian ini peneliti dapatkan melalui *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan subjek sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini contohnya adalah orang yang dianggap tahu tentang hal-hal yang peneliti harapkan ataupun subjek tersebut memiliki kuasa sehingga akan memudahkan peneliti dalam menjelajahi objek atau situasi yang diteliti. Dengan kata lain pemilihan subjek diambil berdasarkan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2012: 122). Adapun kriteria subjek yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pegawai yang bekerja di humas Diskominfo

Pasaman Barat dari tahun 2020-2022 yang ditugaskan dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19. Peneliti menetapkan kriteria tersebut dikarenakan humas Diskominfo Pasaman Barat lah tujuan utama dari penelitian ini.

3.4. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat oleh peneliti langsung dari sumbernya dan masih berupa data mentah yang selanjutnya akan diolah oleh peneliti menjadi sebuah informasi yang jelas dan bermakna. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Karena data sekunder ini bersifat melengkapi data primer, kita dituntut hati-hati atau menyeleksi data sekunder sehingga sesuai dengan tujuan dan kebutuhan riset. Selain melengkapi, data sekunder juga sangat membantu periset bila data primer terbatas atau sulit diperoleh (Pawito, 2008: 41-42).

Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam yang peneliti lakukan dengan subjek, yaitu dengan pegawai humas Diskominfo Pasaman Barat. Sedangkan data sekunder dari penelitian ini adalah skripsi dan jurnal terdahulu, beberapa literatur, serta buku-buku yang terkait dengan pelayanan kesehatan guna melengkapi data penelitian yang akan diteliti.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode teknik pengumpulan data merupakan kelengkapan atau pengembangan metode penelitian yang dipilih, agar data yang diperoleh dapat dikumpulkan (Kriyantono, 2010: 86). Menurut Hardani (2020: 121), secara umum terdapat empat

macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi (pengamatan), wawancara, dokumentasi dan gabungan/triangulasi:

3.5.1 Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar ide atau informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat mengkonstruksi sebuah makna dalam satu topik tertentu (Sugiyono, 2013: 316). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jikalau peneliti ingin melakukan studi pendahuluan guna menemukan permasalahan yang harus diteliti. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pegawai humas Diskominfo Pasaman Barat untuk mengetahui bagaimana pengalaman humas dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19. Pada wawancara ini peneliti melakukan wawancara bersama dengan subjek penelitian secara langsung dan berganti-gantian. Dimana, subjek penelitian diberikan pertanyaan wawancara yang telah peneliti susun. Sebelum memulai proses wawancara, peneliti meminta izin terlebih dahulu untuk merekam suara selama proses wawancara berlangsung. Hal ini bertujuan agar mengurangi peluang terjadinya *miss communication* di antara peneliti dan subjek penelitian. Selama proses wawancara berlangsung, peneliti tidak lupa juga mencatat hal-hal penting yang disampaikan oleh subjek penelitian.

3.5.2 Observasi

Menurut Hardian (2020: 125), observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi berarti mengamati. Hal yang diamati dalam observasi adalah segala aktivitas dari subjek penelitian,

termasuk interaksi dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diriset. Keunggulan metode ini data yang dikumpulkan dalam dua bentuk, yaitu interaksi dan percakapan. Peneliti di dalam proses pengamatan ini tetap melakukan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Peneliti tidak hanya mengetahui perilaku verbal, tapi juga nonverbal dari subjek tersebut (Kriyantono, 2006). Dalam melakukan observasi, peneliti mencatat dan merekam baik-baik segala aktivitas-aktivitas yang terjadi di lingkungan lokasi penelitian. Peneliti melakukan observasi pada kegiatan demo yang dilakukan petani sawit kepada Pemerintah Pasaman Barat, dimana pada demo berlangsung banyak terjadinya pelanggaran terhadap protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pada masa Adaptasi Kebiasaan Baru. Selain itu peneliti juga melakukan observasi dengan datang ke kantor Diskominfo Pasaman Barat untuk melihat bagaimana praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat bekerja. Observasi yang dilakukan bersifat partisipatif, yaitu peneliti ikut dalam aktivitas tersebut dan berada di dalam sistem yang diamati.

3.5.3 Dokumentasi

Mendefinisikan dokumentasi sebagai instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai pengumpulan data. Metode observasi atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2006:120). Dalam penelitian ini dokumentasi berupa penelitian terdahulu, literatur-literatur, rekaman suara, internet dan buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi secara sistematis dengan cara mengorganisir data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (Sugiyono, 2017: 244)

Teknik analisis data yang akan peneliti gunakan untuk wawancara mendalam adalah dengan menggunakan teknik analisis data pendekatan fenomenologi oleh Smith (Hajaroh, 2009: 79-107) yaitu:

1. Membaca dan Membaca Ulang (*Reading and re-reading*)

Pada tahap ini, peneliti mencatat transkrip wawancara dari rekaman suara atau video yang didapatkan dari proses wawancara ke dalam bentuk tulisan. Dengan adanya catatan dari wawancara yang dilakukan, lalu dibaca secara berulang kali akan membantu peneliti dalam melakukan analisis data yang lebih komplit. Peneliti memulai proses ini dengan anggapan bahwasanya setiap kata-kata atau kalimat subjek begitu penting untuk masuk ke dalam fase analisis data, dan kata-kata diperlakukan secara aktif. Dengan membaca dan membaca kembali juga dapat memudahkan penilaian mengenai bagaimana hubungan dan kepercayaan yang dibangun antar subjek dan kemudian memunculkan letak dari bagian yang lebih komplit apakah hasil wawancara tersebut bersifat pro atau kontra terhadap fenomena yang telah peneliti teliti.

2. Catatan Awal (*Initial Noting*)

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap isi atau konten dari setiap kata, kalimat dan bahasa yang digunakan oleh subjek pada level eksploratori. Analisis ini menjaga kelangsungan pemikiran terbuka (*open minded*) dan mencatat semua hal yang menarik ke dalam transkrip. Tahap satu dan dua ini melebur dalam praktiknya dimulai dengan membuat catatan pada transkrip. Peneliti memulai aktivitas dengan membaca, selanjutnya membuat catatan eksploratori atau catatan umum yang dapat ditambahkan dengan membaca berikutnya. Tujuan dari tahap analisis ini adalah untuk menghasilkan catatan-catatan terkait data yang diperoleh.

3. *Developing Emergent Themes* (Mengembangkan Kemunculan Tema-tema)

Wawancara merupakan sumber pusat data. Untuk memunculkan tema-tema peneliti harus memperhatikan perubahan data dengan secara simultan, berusaha mengurangi catatan awal yang masih ruwet untuk melakukan pemetaan hubungannya, dan pola-pola antar catatan eksplorasi. Setelah menganalisis komentar-komentar eksploratori untuk mengidentifikasi munculnya tema-tema sehingga hasil wawancara menjadi lebih fokus dan jelas. Keaslian wawancara secara keseluruhan menjadi seperangkat dari bagian yang dianalisis, namun secara bersama-sama menjadi keseluruhan yang baru yang merupakan akhir dari analisis dalam menggambarkan suatu peristiwa dengan terperinci.

4. *Searching for connection a cross emergent themes*

Tahap ini adalah tahap mencari hubungan antara tema-tema yang muncul setelah peneliti menetapkan seperangkat tema-tema dalam transkrip, dan tema-

tema tersebut telah diurutkan secara kronologis. Hubungan antara tema-tema yang telah ada disusun dan dikembangkan dalam bentuk grafik atau pemetaan dan memikirkan tema-tema yang sesuai satu sama lain. Mencari makna dari pemetaan tema-tema yang muncul dan saling bersesuaian dan menghasilkan struktur yang diberikan pada peneliti hal-hal yang penting dari semua data dan aspek yang menarik dan penting dari keterangan subjek. Hubungan-hubungan yang mungkin muncul dalam *Interpretative Phenomenology Analysis* selama proses analisis diantaranya meliputi: *Abstraction, Subsumption, Polarization, Contextualization, Numeration, dan Function.*

5. *Moving the next cases*

Pada tahap analisis poin satu hingga empat dilakukan pada satu kasus atau pada satu subjek. Jika satu kasus telah selesai dan hasil analisisnya dituliskan maka untuk tahap selanjutnya berpindah pada kasus atau subjek berikutnya hingga selesai semua kasus. Langkah ini dilakukan pada semua transkrip partisipan, dengan cara melakukan cara atau proses yang sama.

6. *Looking for patterns across cases*

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam analisis ini, yang mana mencari pola yang muncul antar kasus atau subjek. Apakah hubungan yang terjadi antar kasus dan bagaimana tema-tema yang ditemukan dalam kasus lain membantu peneliti dalam menggambarkan atau melabelkan kembali pada tema-tema. Pada tahap ini dibuat master table dari tema-tema untuk satu kasus atau kelompok kasus dalam sebuah organisasi.

Peneliti menggunakan tiga reduksi data berdasarkan pendekatan fenomenologi

Edmund Husserl, yaitu:

1. Reduksi *Epoche*

Epoche berasal dari bahasa Yunani, yang berarti menahan diri untuk menilai. Menurut Moustakas (1994:33) dalam *epoche*, penilaian, pemahaman dan pengetahuan sehari-hari lebih dikesampingkan dahulu, dan fenomena dimunculkan dan direvisi secara segar, apa adanya, dan dalam pengertian yang terbuka. Pada reduksi *epoche* peneliti memaparkan pengalaman subjek dengan menunda setiap pengetahuan, pemahaman, dan penilaian peneliti. Peneliti hanya memaparkan apa yang dialami dan dirasakan oleh subjek penelitian dan memisahkan data-data yang tidak relevan seperti pendapat atau penilaian yang tidak mempunyai hubungan dengan penelitian. Pada tahap ini peneliti menelaah setiap perkataan subjek dan akan membentuknya menjadi tema-tema yang akan di analisis pada tahap berikutnya.

2. Reduksi *Eidetik*

Pada tahap ini peneliti menyaring fenomena sampai menemukan *eidōs*, konsep atau intisari sampai kepada hakikatnya. Reduksi ini juga disebut sebagai *wesenchau* artinya kita juga melihat hakikat dari suatu fenomena. Tujuan reduksi ini adalah untuk mengungkapkan struktur dasar (esensi, *eidōs*, atau hakikat) dari fenomena yang bersifat murni berdasarkan pengalaman subjek. Pada tahap ini peneliti akan menemukan hakikat dari fenomena pengalaman komunikasi persuasif Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru yang nantinya akan memunculkan konsep-konsep berdasarkan pengalaman subjek penelitian.

3. Reduksi Transendental

Tahap ini tidak lagi membahas mengenai objek atau fenomena, tetapi berfokus kepada subjek itu sendiri. Jadi reduksi transendental merupakan subjek yang dihayati oleh kesadaran itu sendiri. Kesadaran subjek yang menyampaikan pengalaman yang telah ditemukan *eidós*-nya atau konsepnya, sehingga konsep-konsep yang ditemukan dikaitkan antara satu dan lainnya yang akan menghasilkan makna, ideologi atau bentuk keyakinan. Pada tahap ini peneliti menganalisis data berdasarkan konsep-konsep yang telah ditemukan pada reduksi eidetik dan mencari makna antara satu konsep dan konsep lainnya. (Daulay, 2010:53).

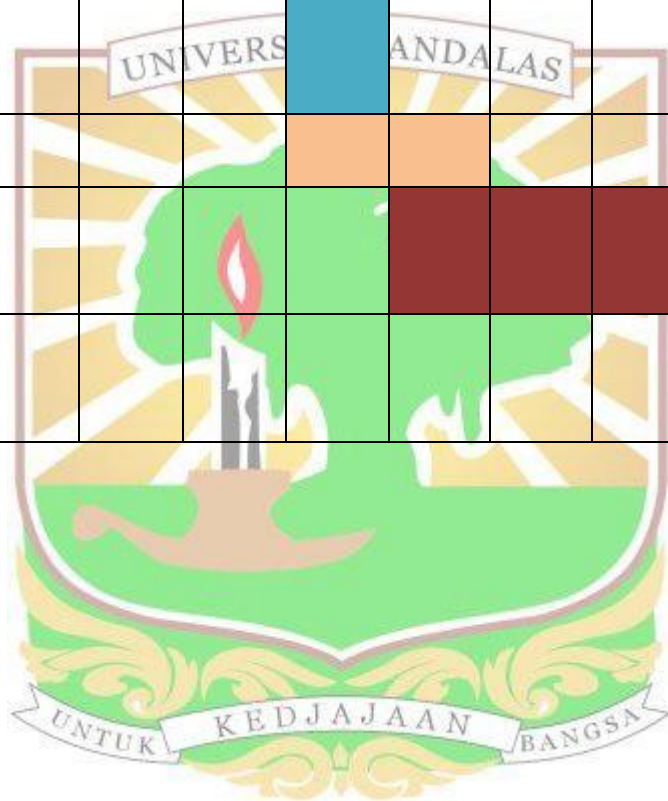
3.7. Uji Keabsahan Data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan reflektivitas peneliti dalam uji keabsahan data. Refleksivitas digunakan baik sebagai alat untuk membimbing proses penelitian dan untuk membatasi bias peneliti dan subjektivitas peneliti. Refleksivitas membutuhkan refleksi diri dengan cara yang kritis terhadap latar belakang sosial, asumsi, posisi, dan dampak perilaku peneliti pada proses penelitian (Bonner, 2001). Dengan melakukan refleksi diri terhadap kemungkinan munculnya bias dalam penelitian, peneliti akan mampu membuat narasi yang terbuka dan jujur yang dirasakan oleh pembaca. Refleksivitas dianggap sebagai salah satu karakteristik kunci dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yang baik berisi pendapat-pendapat peneliti tentang bagaimana interpretasi mereka terhadap hasil penelitian turut dibentuk dan dipengaruhi oleh latar belakang penelitian seperti gender, kebudayaan, sejarah dan status ekonomi.

3.8. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 1. Jadwal Penelitian

Jadwal Penelitian	Tahun 2022								
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sept
Penulisan proposal									
Seminar proposal									
Penelitian									
Penulisan Skripsi									
Sidang Skripsi									



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Pasaman Barat

Kabupaten Pasaman Barat merupakan daerah yang terbentuk dari hasil pemekaran Kabupaten Pasaman, berdasarkan UU No. 38 Tahun 2003, tanggal 18 Desember 2003, dengan ibu kota Simpang Ampek. Dengan luas wilayah 3.864,02 km², dan jumlah penduduk sekitar 365,129 jiwa, Pasaman Barat memiliki potensi terbesar di sektor perkebunan seperti kelapa sawit, jeruk, salak, karet, dan lain-lain.

Simpang Ampek (Bahasa Indonesia Simpang Empat) sendiri merupakan sebuah kota yang menjadi pusat pemerintahan Kabupaten Pasaman Barat. Sesuai namanya, Simpang Ampek mempunyai empat persimpangan penting di pusat kotanya, yakni ke arah utara menuju Sungai Beremas, ke arah barat menuju Sasak, ke arah timur menuju Panti sekaligus Lubuk Sikaping, dan ke arah selatan menuju Bawan yang dapat terus ke Lubuk Basung hingga Padang. Di tengah persimpangan terdapat *landmark* kota ini yang berdiri Tugu Tigo Tungku Sajarangan.

4.2. Gambaran Umum Komunikasi Persuasif Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Pasaman Barat Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru di era Covid19

Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Pasaman Barat merupakan instansi pemerintahan yang bertugas untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Berdasarkan Peraturan Menteri No.18 tahun 2016, kemudian Peraturan Bupati No.115 tahun 2019 tentang pemindahan bagian humas Pemkab ke Dinas Komunikasi dan Informasi, humas Pemkab Pasaman Barat resmi berpindah ke Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat.

Selama masa Covid-19, humas Diskominfo Pasaman Barat telah melakukan berbagai upaya untuk memberikan persuasi kepada masyarakat tentang tata cara menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru. Diantaranya, dikutip dari hasil wawancara bersama beberapa subjek penelitian, humas melakukan upaya berkeliling daerah dengan mobil sambil memberikan imbauan-imbauan untuk taat prokes Covid-19 di seluruh kecamatan yg ada di Pasaman Barat secara berganti-gantian. Selanjutnya dengan penggunaan sosial media sebagai sarana menyampaikan informasi mengenai tata cara menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19, hingga perkembangan Covid-19 di Pasaman Barat tentang jumlah pasien yang terpapar Covid-19, berapa pasien yang sembuh dan berapa pasien yang meninggal dunia. Tenaga humas juga menginput berita seputaran Covid-19 di Pasaman Barat, kemudian bekerja sama dengan wartawan untuk menerbitkan berita di media massa yang ada di Pasaman Barat. Selanjutnya, tenaga humas juga melakukan persuasi melalui tatap muka atau *face to face* dengan masyarakat, dengan mendatangi rumah-rumah masyarakat, mendatangi tempat umum yang masih diharuskan beroperasi seperti pasar, toko, dan rumah sakit.

4.3. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria yang telah peneliti tentukan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini. Teknik pemilihan subjek penelitian yang peneliti gunakan adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan subjek atau informan penelitian berdasarkan kebutuhan penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian merupakan 6 orang praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat yang ikut serta

mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Gambaran umum subjek penelitian sebagai berikut:

1. Subjek penelitian 1

Subjek penelitian pertama pada penelitian ini adalah Yudhi, yang merupakan Kepala Bidang (Kabid) Informasi Komunikasi Publik di Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat. Yudhi bekerja pada bagian humas Pemerintahan Pasaman Barat mulai dari tahun 2012 hingga sekarang.

2. Subjek penelitian 2

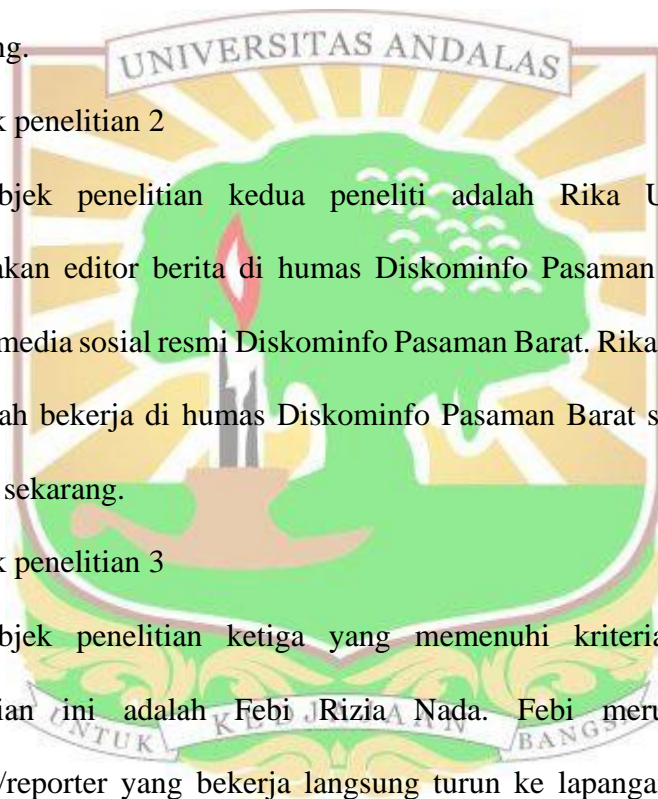
Subjek penelitian kedua peneliti adalah Rika Urrahmah, yang merupakan editor berita di humas Diskominfo Pasaman Barat sekaligus admin media sosial resmi Diskominfo Pasaman Barat. Rika berusia 28 tahun dan telah bekerja di humas Diskominfo Pasaman Barat sejak tahun 2018 hingga sekarang.

3. Subjek penelitian 3

Subjek penelitian ketiga yang memenuhi kriteria subjek untuk penelitian ini adalah Febi Rizia Nada. Febi merupakan seorang peliput/reporter yang bekerja langsung turun ke lapangan untuk meliput berita di humas Diskominfo. Febi sekarang berusia 26 tahun dan sudah bekerja di bagian humas Diskominfo mulai dari tahun 2019 hingga sekarang.

4. Subjek penelitian 4

Selanjutnya subjek penelitian keempat yaitu Osniwati, yang merupakan peliput sekaligus tenaga rilis di humas Diskominfo Pasaman Barat.



Osniwati berusia 32 tahun, dan telah bekerja di kehumasan semenjak tahun 2016 hingga sekarang.

5. Subjek penelitian 5

Selanjutnya subjek penelitian kelima adalah Robby Sam. Robby merupakan staf IKP (Informasi dan Komunikasi Publik) yang ditugaskan sebagai pembuat konten Youtube Diskominfo Pasaman Barat. Robby berusia 30 tahun, dan telah bekerja di kehumasan Pasaman Barat dari tahun 2015 hingga sekarang.

6. Subjek penelitian 6

Subjek penelitian terakhir adalah Ilham Susendra. Ilham merupakan tenaga desain grafis (pembuat konten desain grafis) di Diskominfo Pasaman Barat. Ilham berusia 39 tahun, dan bekerja di bagian kehumasan Pasaman Barat mulai dari tahun 2020 hingga sekarang.

4.4. Hasil Pengamatan Selama Observasi Bersama Subjek Penelitian

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lapangan, banyak hal yang peneliti temukan. Yang pertama, peneliti menemukan bahwa praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat rata-rata memiliki rentan usia 20-30-an tahun. Di mana, mayoritas praktisi humas adalah perempuan, dengan data praktisi humas perempuan berjumlah 7 orang, dan laki-laki berjumlah 4 orang. Yang kedua, praktisi humas yang turun langsung ke lapangan dan berhubungan langsung dengan masyarakat selama mempersuasif masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era pandemi Covid-19 adalah perempuan. Yang keempat, waktu kerja praktisi humas bersifat fleksibel. Hal ini bermaksud bahwa

praktisi humas dinas komunikasi dan informasi tidak harus selalu berada di kantor selama jam kerja.

Selama proses wawancara bersama subjek 1 penelitian, peneliti melakukan pengamatan dan menemukan bahwa subjek pertama, Yudhi berkomunikasi secara santai dan banyak tersenyum. Setelah menjawab setiap pertanyaan yang peneliti berikan, Yudhi selalu memastikan pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik. Namun ketika menjawab pertanyaan, awalnya terlihat ragu-ragu.

Selanjutnya hasil pengamatan yang peneliti lakukan selama wawancara bersama subjek penelitian yang kedua, yaitu Rika. Rika menjawab pertanyaan dengan cenderung lambat, suara yang cenderung kecil, dan memberikan jawaban seperti orang yang tidak percaya diri. Ketika diberikan pertanyaan, Rika cenderung menanyakan kembali maksud dari apa yang peneliti tanyakan. Namun, Rika selalu menjawab dengan disertai penjabaran-penjabaran walaupun terkadang telah diulang-ulang.

Selanjutnya hasil pengamatan selama wawancara dengan Febi. Selama wawancara Febi sangat lantang dalam menjawab pertanyaan wawancara. Tampak tegas dan percaya diri namun terkesan sedikit arogan dalam menjawab pertanyaan. Namun, dalam menjawab pertanyaan, Febi cenderung menjawab dengan berulang-ulang.

Selanjutnya adalah hasil pengamatan peneliti selama wawancara bersama subjek penelitian Osniwati. Osniwati dalam menjawab pertanyaan wawancara terlihat cuek, karena sesekali sambil main handphone. Lalu juga menjawab pertanyaan wawancara dengan ragu-ragu dan volume yang cenderung kecil. Lalu suasana selama wawancara juga tidak begitu interaktif dan hangat.

Selanjutnya hasil pengamatan selama wawancara bersama subjek penelitian Robby. Selama wawancara Robby terlihat sangat tenang dan suara yang terkontrol. Menjawab pertanyaan dengan efektif dan penggunaan kata yang efektif. Dalam wawancara, Robby selalu menanyakan apakah jawabannya bisa diterima atau tidak. Dan selama proses wawancara berlangsung, suasana dalam wawancara hangat dan interaktif.

Terakhir adalah pengamatan yang dilakukan selama wawancara bersama subjek penelitian yang terakhir, yaitu Ilham. Selama wawancara, Ilham sangat aktif dan interaktif. Menjawab pertanyaan dengan baik, sopan, dan diiringi dengan canda sesekali. Namun, walaupun diiringi dengan candaan, jawaban yang diberikan selalu serius dan dengan penggunaan kalimat yang bagus. Diakhir jawaban mengenai pertanyaan yang peneliti berikan, Ilham selalu menanyakan apakah jawabannya dapat menjawab pertanyaan atau tidak.

Hal ini perlu dijabarkan, sebab karakteristik yang ditampilkan oleh praktisi humas selama proses wawancara berlangsung dapat memberikan gambaran bagaimana praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat ketika mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

4.5. Pengalaman Komunikasi Persuasif Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat (Reduksi Epoche)

Dengan munculnya wabah Covid-19 di dunia, tatanan kehidupan banyak mengalami perubahan dari sebelum mewabahnya Covid-19. Misalnya wajibnya beraktifitas diluar rumah dengan menggunakan masker, pembatasan masa pada berbagai kegiatan, melakukan vaksinasi Covid-19 sesuai dengan dosis yang telah ditentukan, dan melakukan hal-hal yang ada dalam aturan adaptasi kebiasaan baru

sesuai dengan anjuran pemerintah. Sebagai penyampai pesan dari pemerintah kepada masyarakat, humas memiliki kewajiban untuk mempersuasi masyarakat dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Hal ini tentu menjadi pengalaman baru oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat. Karena sebelumnya praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat belum pernah melakukan sosialisasi adaptasi kebiasaan baru ini kepada masyarakat.

Praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat mengalami banyak pengalaman baru dalam mempersuasi masyarakat selama pandemi Covid-19. Ditemukan berbagai pengalaman komunikasi saat proses mempersuasi masyarakat Pasaman Barat terutama pada masa awal Covid-19 muncul. Dimana, masyarakat mengabaikan imbauan-imbauan yang telah dilakukan oleh praktisi humas. Seperti tidak memakai masker, enggan melakukan vaksinasi Covid-19, dan masih sering berkerumun. Namun, praktisi humas selalu mengupayakan agar tujuan komunikasi persuasif yang dilakukan ini dapat dicapai dengan maksimal.

Pada tahap ini peneliti menjabarkan data hasil wawancara dengan humas Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Bar terkait dengan pengalaman komunikasi dalam melakukan persuasi kepada masyarakat terkait adaptasi kebiasaan baru. Data pada penelitian ini merupakan bagian dari tahapan reduksi data Husserl yang pertama yaitu Reduksi Epoche, dimana penjabaran hasil wawancara disampaikan dengan apa adanya, dan dilakukan secara transparan dengan mengesampingkan segala penilaian, pemahaman, dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti.

Dari hasil wawancara peneliti bersama subjek penelitian, usaha komunikasi persuasif yang dilakukan oleh praktisi humas pertama kali dengan menjelaskan apa itu Covid-19, apa dampaknya, dan cara menanggulangnya. Hal ini dilakukan

dengan memberikan imbauan menggunakan mobil yang diberi toa dan dilakukan secara bergiliran di setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Pasaman Barat. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa telah dilakukannya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat kepada masyarakat untuk memberikan pengetahuan terkait Covid-19 sehingga masyarakat dapat terhindar dari paparan wabah Covid-19. Selain itu, hal ini juga bertujuan untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

Selain itu, praktisi humas juga memanfaatkan media seperti media massa, media baru untuk membantu komunikasi persuasif yang dilakukan. Media massa yang digunakan praktisi humas untuk mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru adalah koran. Dimana pada koran memuat berita-berita mengenai penyebaran Covid-19 di Pasaman Barat. Dan juga, pada media massa juga dimuat tulisan-tulisan mengenai program-program pemerintah selama adaptasi kebiasaan baru.

Media baru yang digunakan praktisi humas adalah Facebook, Instagram, Website, dan Youtube. Di mana, pada Facebook, Instagram, dan Website disebarakan informasi mengenai surat edaran Bupati mengenai Covid-19, jadwal Vaksin Covid-19 di Pasaman Barat, hal-hal yang dilakukan pemerintah untuk menangani Covid-19 di Pasaman Barat, dan juga program-program pemerintah selama Covid-19. Melalui Youtube, dimuat konten-konten yang berisi edukasi terkait kehidupan masyarakat sebelum dan saat masa pandemi. Serta pembaruan informasi terkait angka kasus Covid-19 di Pasaman Barat.

Yudhi yang saat itu menjabat sebagai Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat yang telah memberikan

informasi dan melakukan komunikasi persuasif dengan menggunakan semua media yang dirasa bisa menjangkau masyarakat luas agar masyarakat bisa mendapatkan info *ter-update*. Yudhi juga mengatur jadwal keberangkatan mobil yang digunakan untuk melakukan imbauan taat prokes ke kecamatan-kecamatan yang ada di Pasaman Barat yang dilakukan secara berganti-gantian. Fasilitas mobil tersebut biasa disebut “mobil halo-halo” yang bertujuan untuk mengingatkan masyarakat untuk selalu menggunakan masker saat keluar dari rumah, menjaga jarak, selalu mencuci tangan, menghindari kerumunan, serta melakukan vaksinasi sesuai dengan dosis yang telah dianjurkan pemerintah. Ketika bertemu masyarakat, yudhi juga melakukan imbauan untuk taat prokes yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sebagaimana yang disampaikan Yudhi dalam wawancara berikut :

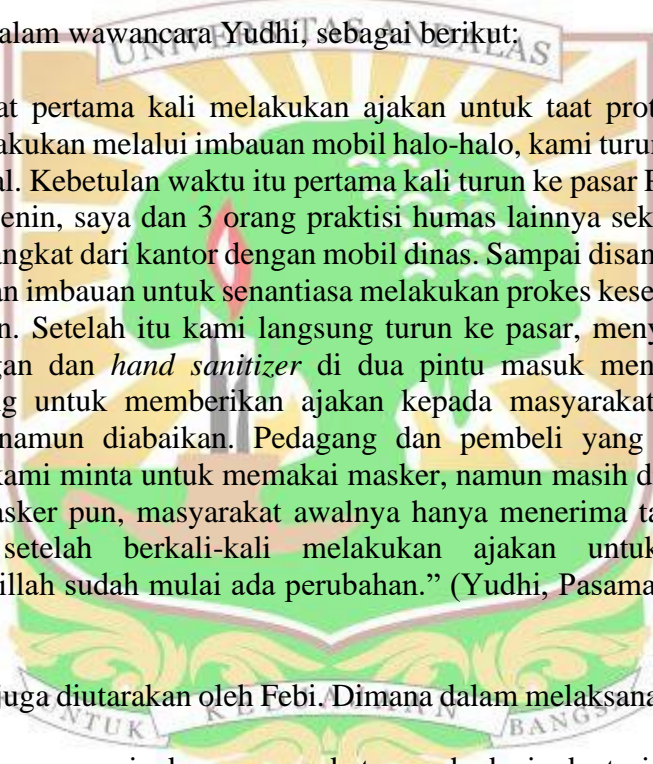
“Masa pandemi Covid-19 mengharuskan kita semua beradaptasi dengan kebiasaan baru. Di Pasaman Barat, kami sebagai praktisi humas memberikan informasi dan melakukan komunikasi persuasif dengan menggunakan semua media yang dirasa bisa menjangkau masyarakat luas agar masyarakat bisa mendapatkan info *ter-update*. Karena saat itu saya menjadi kabid-nya, jadi saya yang bertugas mengatur jadwal keberangkatan mobil halo-halo pergi ke kecamatan-kecamatan yang ada di Pasaman Barat ini secara berganti-gantian. Kadang saya ikut melakukan imbauan untuk taat prokes melalui mobil halo-halo ini. Saat berhenti untuk makan, kami juga melakukan persuasi saat bertemu warga-warga dengan tetap memberikan arahan untuk taat prokes saat beraktivitas agar terhindar dari Covid-19. Tujuan dari mobil halo-halo ini untuk mengingatkan masyarakat untuk menggunakan masker, jaga jarak, sering mencuci tangan, menghindari kerumunan, melakukan vaksinasi sesuai dengan dosis yang telah dianjurkan pemerintah. Ketika saya tidak ikut berkeliling menggunakan mobil halo, biasanya saya ikut memantau kegiatan humas yang lain. Ikut pergi ke pasar-pasar tradisional seperti ke pasar simpang empat, pasar padang 7, dan pasar talu untuk mengingatkan masyarakat untuk taat prokes, sekaligus memberikan edukasi mengenai perkembangan kasus Covid-19 di Pasaman Barat. Jika ada berita mengenai Covid-19, kami periksa dulu kebenaran beritanya melalui media sosial Diskominfo Pasaman Barat, ataupun website pemerintah Pasaman Barat. Selama Covid-19 ini, saya juga yang menyeleksi berita/info/konten yang akan ditayangkan di media sosial, media massa maupun website pemerintahan.” (Yudhi, Pasaman Barat, 13 Mei 2022).

Selama pandemi Covid-19, Yudhi juga berperan menyeleksi berita/info/konten yang akan ditayangkan di media sosial, media massa maupun website pemerintahan. Selain itu, Yudhi juga berperan sebagai penghubung antara atasan dan praktisi humas yang lainnya. Setiap perintah dari atasan akan disampaikan kepada Yudhi yang selanjutnya akan disampaikan kepada rekan humas yang lainnya. Selama proses mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, Yudhi berusaha membangun hubungan baik dengan pihak media, agar dapat mempermudah dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru menggunakan media-media massa yang ada di Pasaman Barat. Yudhi merupakan perantara antara pemerintah dan media di saat yang dibutuhkan. Misalnya untuk menerbitkan berita di media, dan mengadakan konferensi pers yang dibutuhkan pemerintah. Sebagaimana yang disampaikan Yudhi dalam wawancaranya sebagai berikut :

“Jadi setiap hari teman-teman humas yang lain memberikan berita/tulisannya yang didapatkan langsung dari lapangan saat mempersuasi masyarakat. Jadi berita/tulisan yang saya persilahkan untuk di *upload* ke media, baru akan di *upload*. Sebagai kepala bidang komunikasi dan informasi publik selama pandemi hingga sekarang, saya yang memiliki kewajiban atas perintah yang disampaikan langsung dari bupati, ataupun kepala dinas Diskominfo Pasaman Barat. Kemudian saya sampaikan kepada teman-teman humas yang lain untuk di eksekusi. Seperti jika ada surat edaran dari bupati, saya bersama praktisi humas lainnya yang mempunyai kewajiban untuk menyampaikan atau meneruskannya kepada masyarakat. Ketika misalnya bapak bupati ingin memberikan imbauan kepada masyarakat melalui media, nah disitu saya yang menghubungi media dan mengatur jadwal dengan media terkait instruksi dari bapak Bupati.” (Yudhi, Pasaman Barat, 13 Mei 2022).

Yudhi menceritakan, bahwasanya pada awal dilakukannya proses komunikasi persuasif tidak diterima baik oleh masyarakat, terutama masyarakat yang sedang melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional. Masyarakat mengabaikan segala

bentuk imbauan yang diberikan oleh praktisi humas. Ketika diberikan masker gratis, masyarakat cenderung hanya menerima tanpa memakai masker yang diberikan tersebut. Sementara, tempat cuci tangan yang telah disediakan pemerintah juga tidak dipergunakan masyarakat sesuai dengan SOP Covid-19 yang berlaku. Namun, setelah dilakukan ajakan untuk taat prokes secara berkelanjutan, yakni dilakukan setiap hari pasar setiap minggunya, perlahan masyarakat sudah mulai menerima perubahan tatanan nilai kehidupan pasca terpaan Covid-19 ini. Sebagaimana dalam wawancara Yudhi, sebagai berikut:



“Pada saat pertama kali melakukan ajakan untuk taat protokol kesehatan, selain dilakukan melalui imbauan mobil halo-halo, kami turun ke pasar- pasar tradisional. Kebetulan waktu itu pertama kali turun ke pasar Padang 7. Waktu itu hari Senin, saya dan 3 orang praktisi humas lainnya sekitar pukul 09.00 WIB berangkat dari kantor dengan mobil dinas. Sampai disana, kami awalnya melakukan imbauan untuk senantiasa melakukan prokes kesehatan yang telah ditetapkan. Setelah itu kami langsung turun ke pasar, menyediakan tempat cuci tangan dan *hand sanitizer* di dua pintu masuk menuju pasar. Lalu berkeliling untuk memberikan ajakan kepada masyarakat agar memakai masker, namun diabaikan. Pedagang dan pembeli yang tidak memakai masker, kami minta untuk memakai masker, namun masih diabaikan. Ketika diberi masker pun, masyarakat awalnya hanya menerima tanpa digunakan. Namun setelah berkali-kali melakukan ajakan untuk taat prokes, alhamdulillah sudah mulai ada perubahan.” (Yudhi, Pasaman Barat, 13 Mei 2022)

Hal serupa juga diutarakan oleh Febi. Dimana dalam melaksanakan komunikasi persuasif untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, Febi menggunakan 2 cara, yaitu menginformasikan secara langsung, dan memberi informasi melalui media massa maupun media sosial. Bagi Febi sebagai praktisi humas bidang peliputan ketika langsung turun ke lapangan, dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru itu sudah sesuai dengan SOP kerja yang telah ditetapkan. Febi sendiri ikut mengajak masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru secara langsung yaitu ikut mempersuasi masyarakat dari mulut ke

mulut atau *face to face*. Mereka diberi tugas oleh kepala dinas untuk menghalo-halokan, menginformasikan, mengimbau masyarakat tentang bagaimana cara menjalani kehidupan di masa adaptasi kebiasaan baru ke kecamatan-kecamatan yang ada di Pasaman Barat secara berganti-gantian. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Febi dalam wawancara sebagai berikut :

“Saya menjadi praktisi humas sudah 2 tahun semenjak bulan Februari 2020 bertepatan dengan munculnya wabah Covid-19. Kami dari peliputan Diskominfo, dalam mengajak masyarakat itu sesuai dengan porsi kerja masing-masing. Yang pertama ada bidang yang menginformasikan secara langsung, turun langsung ke masyarakat, melalui imbauan-imbauan ke daerah-daerah. Yang kedua sosial media, yang mencakup atau memberikan informasi dari Diskominfo tentang seberapa besar perkembangan, penyebaran Covid-19, ada Instagram, Facebook dan Youtube nya. Jadi untuk melihat info terbaru masyarakat bisa mengakses ke akun sosial media Diskominfo nya langsung. Dari saya pribadi ikut mengajak masyarakat langsung dari mulut ke mulut. Kami diberikan tugas oleh kepala dinas untuk meng halo-halo kan, menginformasikan, mengimbau, ke kecamatan-kecamatan yang ada di Pasaman Barat. Kita difasilitasi mobil oleh pemerintah yang namanya mobil halo. Dengan dilaksanakannya tugas tersebut saat itu agar masyarakat dapat mengindahkan imbauan tersebut. Di pasar tradisional kita juga melakukan imbauan-imbauan. Kita melakukan halo-halo (imbau untuk taat prokes) ke situ, dan memberikan masker.” (Febi, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Sedangkan untuk imbauan secara tidak langsungnya menggunakan media massa seperti banner, hingga digunakan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram serta Youtube. Dalam pelaksanaan berbagai metode dalam mempersuasi, Febi mengakui metode yang efektif dalam mempersuasi masyarakat adalah metode langsung (*face to face*) karena masyarakat lebih mudah memahami hal yang disampaikan dan dilihat secara langsung daripada harus membaca papan informasi atau menonton video. Sebab, ketika awalnya melakukan komunikasi persuasif dengan menyampaikan dengan mobil halo, masyarakat hanya mengabaikan atau bahkan memberikan respon penolakan. Namun, ketika mulai dijelaskan apa itu Covid-19, bahayanya, dan cara menghindari serta bisa beraktivitas seperti biasanya

tetapi dengan tata cara kehidupan yang baru, masyarakat mulai menerima apa yang disampaikan oleh pihak praktisi humas. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Febi dalam wawancara sebagai berikut:

“Untuk imbauan secara tidak langsungnya ada melalui banner, dan menyediakan mereka fasilitas untuk mencuci tangan. Jadi rasanya sudah semaksimal mungkin saya melaksanakan tugas yang sesuai dengan SOP pekerjaan dari pemerintah. Ketika saya dan praktisi humas yang lain pergi mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru ini, awalnya tidak diperhatikan oleh masyarakat. Padahal kami sudah memberikan imbauan untuk taat prokes ketika melakukan transaksi di pasar, diberikan juga masker, tapi tetap saja tidak diindahkan awal-awalnya. Masyarakat itu pintar, mereka menyerap apa yang kita informasikan dulu baru menentukan menerima atau tidak. Tentu harus butuh waktu, butuh penyesuaian dari informasi yang kita dapatkan. Jadi kesulitan tersebut muncul karena susah beradaptasi dan masih banyaknya pemikiran, intinya belum sama persepsinya.”(Febi, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Febi juga menceritakan bahwasanya selama mempersuasi masyarakat, dilakukan secara terus-menerus. Karena adanya usaha secara terus menerus, perubahan sikap masyarakat mulai terlihat. Masyarakat mulai melakukan imbauan-imbauan pemerintah. Dalam mempersuasi, Febi juga menceritakan bahwasanya praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat menggunakan media sosial sebagai sarana terhubung dengan masyarakat secara lebih cepat. Hal ini sesuai dengan wawancara Febi sebagai berikut :

Namun karena terus diusahakan, alhamdulillah pelan-pelan banyak masyarakat yang akhirnya menerima perubahan selama masa adaptasi kebiasaan baru ini. Kita lebih banyak mengunggah ke Facebook karena dari survey, Facebook lah yang banyak digunakan orang dewasa hingga tua. Followers Diskominfo di sosial media itu banyak. Jadi lebih cepat informasi tersampaikan ke mereka, dan yang menanggapi ke komentar-komentar Facebook kita juga banyak. Dari semua metode selama mengajak masyarakat menghadapi kebiasaan baru, metode yang paling efektif adalah face-to face, karna mereka langsung bertemu dengan kita, mereka langsung bertanya ke kita, mereka langsung tau informasinya. Kalau masyarakat awam itu seperti ibu-ibu lebih mengerti kalau kita ngomong langsung, karena bahasa yang digunakan. Tapi kita juga berusaha menyampaikan informasi kepada orang luar. Makanya kita tetap buat di sosial media. Karena yang mengakses disitu kan ada kaum milenial juga.” (Febi, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Selain itu, Febi yang merupakan admin sosial media Facebook dari Diskominfo Pasaman Barat menjelaskan bahwa pada awal ia memberikan informasi mengenai Covid-19 di Facebook, tidak mendapatkan tanggapan atau respon dari masyarakat. Namun, ketika sudah ada warga Pasaman Barat yang dinyatakan Positif Covid-19, mulai banyak masyarakat yang mengakses Facebook Diskominfo Pasaman Barat untuk mengakses informasi terkait Covid-19. Semakin banyak frekuensi berita dan informasi yang disebarakan melalui Facebook, semakin banyak pula intensitas pengunjung di laman Facebook Diskominfo Pasaman Barat. Walaupun terjadi pro dan kontra di masyarakat terkait informasi yang disampaikan, namun Febi selalu memberikan klarifikasi memakai data yang akurat. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Febi dalam wawancaranya, sebagai berikut :

“Pada masa awal dalam mengajak masyarakat banyak yang saya rasakan. salah satunya, sulitnya mendapatkan perhatian dari masyarakat. Masyarakat Pasaman Barat ini bisa dibilang masih banyak yang tidak percaya Covid-19, jadi proses persuasi yang dilakukan pun harus memerlukan *effort* lebih karena harus sabar dengan menyampaikan informasi secara berulang kepada masyarakat, lalu disampaikan dengan memberikan contoh orang-orang yang telah terinfeksi Covid-19. Saya kebetulan juga diberikan amanah sebagai admin sosial media Facebook. Disana saya diberikan kepercayaan untuk memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi persuasif. Pada awal dilakukan penyebaran informasi mengenai Covid-19 ini awalnya sepi. Namun setelah adanya kasus yang positif Covid-19 jadi banyak yang mengunjungi Facebook Diskominfo” (Febi, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Selain dengan menyampaikan informasi dan melakukan komunikasi persuasif kepada masyarakat, praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat juga menceritakan bahwa sebelum melakukan proses komunikasi persuasif praktisi humas dan pegawai pemerintahan lainnya harus menampilkan sikap taat prokes pada diri sendiri dan orang terdekat terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan tingkat kredibilitas komunikator di hadapan *komunikatee* dan agar

masyarakat semakin yakin bahwa wabah Covid-19 ini memang benar adanya. Hal ini disampaikan oleh Osniwati dalam wawancara sebagai berikut:

“Dalam mengajak masyarakat Pasaman Barat untuk menghadapi adaptasi kebiasaan baru, pertama saya memberi contoh dari mengaplikasikannya pada diri sendiri dengan menggunakan masker, dan menerapkan protokol Kesehatan lainnya itu. Setelah itu baru saya persuasikan secara face to face (langsung) tentang adaptasi kebiasaan baru ke orang-orang terdekat seperti keluarga inti terlebih dahulu, lalu kepada keluarga besar, tetangga, dan hingga masyarakat. Metode yang saya gunakan dalam memaksimalkan partisipasi masyarakat Pasaman Barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru lebih kepada memberikan contoh sebagai praktisi humas yang taat terhadap prokes yang ada, baru mengajak masyarakat untuk taat prokes yang dilakukan secara face to face (langsung) agar masyarakat percaya bahwasanya Covid-19 ini benar adanya.” (Osniwati, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Osniwati menceritakan bahwasanya, sebagai peliput dan tenaga rilis ia turun langsung ke lapangan untuk mencari berita. Kemudian, data-data yang telah didapatkan di lapangan diolah menjadi suatu tulisan yang bisa disebarakan kepada masyarakat. Dalam proses mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru usai terpaan Covid-19, Osniwati fokus mempersuasi masyarakat melalui tulisan-tulisan yang dibuatnya. Seperti menjelaskan bagaimana kondisi yang terbaru mengenai Covid-19 ini di Pasaman Barat, memberikan informasi berapa jumlah kasus Covid-19 yang terbaru di Pasaman Barat, berapa pasien yang sembuh, berapa pasien yang sedang melakukan isolasi, dan apa saja yang telah dilakukan pemerintah untuk menangani kasus Covid-19 di Pasaman Barat. Lalu di setiap tulisan yang dibuat, tidak lupa untuk mengingatkan masyarakat tentang protokol kesehatan agar masyarakat tidak lengah mengenai Covid-19 ini. Sebagaimana yang disampaikan oleh Osniwati dalam wawancaranya sebagai berikut :

“Sebagai peliput dan tenaga rilis saya fokus mempersuasi masyarakat melalui tulisan yang saya tulis. Dalam membuat sebuah berita, saya turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang masih merupakan data mentah

yang nantinya akan saya edit lagi sebelum bisa ditampilkan di media. Selama mengumpulkan data pada masa pandemi, saya mengajak atau mempersuasi masyarakat melalui tulisan dengan berita-berita yang saya buat. Saya menulis tulisan-tulisan berupa berita dan poster yang kemudian dipublikasikan ke berbagai media, seperti bagaimana pemerintah daerah mengajak masyarakat, baik melalui contoh orang yang terkena wabah Covid-19 ataupun yang sudah sembuh dari Covid-19.” (Osniwati, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Selain itu, Osniwati juga menceritakan bahwasanya sebelum merilis sebuah berita ke media, harus melakukan komunikasi dengan Yudhi terlebih dahulu. Sebab, sebelum dirilis pada media, tulisan yang telah diselesaikan harus mendapatkan persetujuan dari Yudhi untuk dirilis di media. Setelah mendapatkan persetujuan dari Yudhi untuk dirilis, Osniwati akan mengirimkan tulisannya kepada Rika sebagai admin Instagram @diskominfoasbar dan admin Website resmi pemerintah Pasaman Barat, kepada Febi sebagai Admin Facebook, dan wartawan Pasaman Barat. Hal ini sesuai dengan wawancara Osniwati, sebagai berikut :

“Setelah mengedit berita dan berita sudah siap dirilis pada media, saya akan menanyakan kepada Pak Yudhi apakah berita ini sudah layak dirilis atau belum. Jika mendapatkan izin rilis dari Pak Yudhi, tulisan akan saya sebarkan kepada masing-masing admin sosial media dan juga kepada wartawan.” (Osniwati, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Osniwati menjelaskan, bahwasanya tulisan yang dirilis oleh media-media resmi Diskominfo Pasaman Barat juga bertujuan menepis berita *hoax* yang beredar di masyarakat. Awalnya, Karena banyaknya berita *hoax* mengenai Covid-19 yang tersebar dan dipercaya oleh kebanyakan masyarakat, berita yang dirilis oleh Osniwati tidak disambut baik oleh masyarakat. Namun, karena berita yang dirilis oleh Osniwati dilakukan secara terus-menerus, di hari-hari berikutnya berita dari yang dirilis oleh Osniwati bisa diterima masyarakat. Sebagaimana yang diungkapkan Osniwati dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Tulisan yang saya rilis awalnya tidak mendapatkan perhatian dari masyarakat. Masyarakat cenderung mengabaikan berita yang saya rilis,

ditandai dengan berita *hoax* mengenai Covid-19 lebih ramai dibahas masyarakat dibanding berita yang saya rilis. Seperti berita bahwasanya Covid-19 ini tidak benar-benar ada, Covid-19 hanya dijadikan sebagai bisnis oleh pemerintahan, dan masih banyak lagi di Facebook ditemukan berita-berita *hoax*. Namun, setelah adanya masyarakat Pasaman Barat yang teridentifikasi terkena Covid-19, berita yang saya rilis akhirnya dilihat oleh masyarakat.” (Osniwati, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Berbagai upaya komunikasi persuasif telah dilakukan oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat, mulai dari komunikasi persuasif secara langsung (*face to face*), melalui imbauan-imbauan dengan mobil, maupun dengan penggunaan media komunikasi seperti media sosial, dan media massa. Hal ini merupakan bentuk tanggung jawab humas Diskominfo Pasaman Barat yang diberikan amanah kerja untuk mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Rika menceritakan, bahwasanya, sebelum pandemi Covid-19 ia ditugaskan sebagai tenaga peliput. Namun, ketika masa adaptasi kebiasaan baru, Rika diberikan tugas tambahan sebagai admin sosial media Instagram. Selama menjadi admin media sosial Instagram, Rika menceritakan bahwasanya konten-konten yang terdapat dalam Instagram @diskominfoasbar berisi tentang surat edaran bupati tentang kelanjutan Covid-19 Pasaman Barat, lalu informasi mengenai jadwal vaksinasi Covid-19 di Pasaman Barat, aktivitas kerja pemerintah Pasaman Barat selama masa adaptasi kebiasaan baru, dan juga berisikan konten klarifikasi tentang berita *hoax* Covid-19 lalu nanti disebar oleh media Info Pasbar. Sebagaimana yang disampaikan Rika dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Awalnya saya hanya sebagai peliput, namun saat pandemi saya diberi amanah sebagai admin untuk memasukkan berita ke sosial media Instagram. Di Instagram @diskominfoasbar, saya aktif menyebarkan berita mengenai Covid-19 melalui feed Instagram, lalu memberikan informasi mengenai yang praktisi humas lakukan selama Covid-19 melalui Feed dan instastory Instagram @diskominfoasbar. Di Instagram, saya menyebarkan informasi berupa surat edaran bupati Pasaman Barat, jadwal vaksin terdekat, dan juga

aktivitas pemerintah selama adaptasi kebiasaan baru” (Rika, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Selama proses mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, Rika menceritakan bahwasanya selain sebagai admin Instagram @diskominfoasbar, ia juga ikut melakukan imbauan agar masyarakat taat prokes melalui mobil halo-halo dengan mengunjungi setiap kecamatan yang ada di Pasaman Barat secara berganti-gantian. Selain itu, ia juga ikut turun langsung ke masyarakat untuk mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Ia mendapatkan tugas untuk turun ke masyarakat Kecamatan Koto Balingka. Sebagaimana disampaikan Rika dalam wawancara sebagai berikut :

“Saat masa pandemi itu ada kegiatan melakukan imbauan dengan mobil “halo-halo” kalau kami bilang. Itu setiap hari, mulai dari kecamatan Pasaman, Luhak Nan Duo, sampai ke Air Bangis. Setiap hari kurang lebih satu bulan awal munculnya Covid-19 itu melakukan imbauan kepada masyarakat untuk memakai masker, menerapkan 3M. Jadi mengajaknya langsung ke lapangan, masuk-masuk jalan, gang-gang gitu untuk menerapkan 3M, menjaga jarak, menghindari kerumunan, memakai masker, dll. (Rika, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Ketika melakukan liputan bersama Bupati Pasaman Barat, Rika meminta Bupati untuk menampilkan sikap taat prokes. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat mengenai Covid-19. Lalu sebagai admin media sosial *Instagram*, Rika menceritakan bahwasanya ia menyebarkan surat edaran bupati, dan poster-poster berisi tentang petunjuk-petunjuk hidup pasca terpaan Covid-19, melalui Instagram resmi @diskominfoasbar. Hal ini sesuai dengan wawancara Rika sebagai berikut :

Kami mewawancarai pak bupati, biasanya kami minta beliau untuk pakai masker dulu karena nanti bakal diliput ke masyarakat, agar masyarakat juga percaya. Saya sebagai admin sosial media dalam mempersuasi masyarakat itu lebih ke yang ada gambarnya, ada petunjuk-petunjuknya, seperti poster, jadi masyarakat tidak hanya mendengar tapi juga melihat. Ada juga dengan imbauan pak bupati, surat-suratnya, kita share ke masyarakat melalui

Facebook, Instagram, dan website. Seperti anjuran tetap mematuhi protokol kesehatan dan hindari kerumunan, seperti kegiatan-kegiatan yang menimbulkan keramaian.” (Rika, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Untuk memaksimalkan proses komunikasi persuasif yang telah dilakukan, Rika menceritakan bahwasanya praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat melakukan komunikasi persuasif secara terus-menerus. Rika juga turut memastikan bahwasanya kurssi-kursi pada tempat umum telah diberi tanda silang diantaranya satunya dengan yang lainnya, menempelkan stiker unta taat prokes di tempat umum, dll. Dalam pelaksanaan tugasnya, Rika menceritakan bahwasanya Diskominfo Pasaman Barat tidak bekerja sendiri, namun bekerjasama dengan Satgas Covid-19. Hal ini sesuai dalam wawancara Rika sebagai berikut :

“Dalam memaksimalkan partisipasi masyarakat Pasaman Barat menghadapi kebiasaan baru itu dengan kegiatan-kegiatan yang memastikan, kalau memang masyarakat ini menginginkan imbauan-imbauan dari pemerintah dilakukan secara terus-menerus. Selain dengan metode seperti imbauan-imbauan dengan mobil, memberikan masker, dengan mencontohkan menggunakan masker, penggunaan sosial media kreatif, menyebarkan surat edaran lewat sosial media, untuk memastikan bahwa masyarakat ini memang melaksanakan adaptasi kebiasaan baru. Juga dengan menyilang 1 kursi, untuk mengatur jarak agar tidak ramai, seperti di rumah sakit, pelayanan publik, di bank, dll. Terus seperti di toko kita menempel stiker wajib pake masker. Lebih ke poste-poster, dan spanduk-spanduk di kantor-kantor juga ada imbauan untuk mematuhi protokol. Namun dalam penerapannya tidak semua yang terlaksana, tidak semua yang menerapkan itu, cuma kita lebih menekankan, untuk mencegah agar penyebaran virus Covid-19. Dalam menghadapi berita-berita *hoax* yang beredar, kami pastikan dulu, apa berita ini benar, sumbernya dari mana, kalau sumbernya memang tidak jelas, kami informasikan lagi ke media sosial. Diskominfo yang bekerjasama dengan pihak lain seperti satgas Covid-19 untuk mengajak masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.”(Rika, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Rika menjelaskan, ketika ia dan praktisi humas lainnya ke Koto Balingka, di sana sedang diselenggarakan vaksinasi Covid-19 kantor camat Kecamatan Koto Balingka. Di sana ia mendatangi langsung rumah-rumah sekitaran kantor camat

Koto Balingka untuk mengajak masyarakat melaksanakan vaksinasi Covid-19. Bagi masyarakat yang mau melaksanakan vaksinasi Covid-19 akan diberikan apresiasi hadiah berupa minyak goreng dan sembako. Sebagaimana yang disampaikan Rika dalam wawancaranya sebagai berikut :

Kami kemarin dapat bagian di daerah Koto Balingka, kami kesana untuk mengajak ke rumah-rumah. Bagi masyarakat yang belum pernah vaksin, kami ajak untuk vaksin dosis pertama, bagi masyarakat yang sudah vaksin dosis 1 kami ajak vaksin dosis 2 gitu. Dan bagi yang sudah vaksin kami memberi apresiasi berupa minyak goreng dan sembako” (Rika, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Dalam proses mempersuasi masyarakat, terutama dengan menggunakan media sosial, dibutuhkan konten yang akan disebar ke media sosial. Dalam pembuatan konten pada masing-masing media, juga disesuaikan dengan target masyarakat yang ingin dicapai. Hal ini tentu saja dengan tujuan agar informasi dapat diterima masyarakat dengan mudah. Robby menceritakan bahwasanya ketika awal masa pandemi Covid-19 di Pasaman Barat, ia membuat *video tutorial* bertahan hidup saat adaptasi kebiasaan baru, lalu mengemas berita Covid-19 yang kemudian disebarkan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami melalui media Youtube

Robby menceritakan bahwa ia membuat *video tutorial* bagaimana cara berbelanja di supermarket pada masa adaptasi kebiasaan baru, tata cara sholat berjamaah selama Covid-19, dan ada juga membuat video perbandingan antara cara keluar rumah sebelum masa pandemi Covid-19 dengan cara keluar rumah di masa adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19. Seperti yang disampaikan oleh Robby sebagai pembuat konten Youtube dalam wawancara sebagai berikut:

“Saya sebagai humas dari tahun 2015 sampai sekarang. Dalam mengajak masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, saya sebagai pembuat konten tentu menggunakan media sosial. Di media sosial saya memberi informasi tentang adaptasi kebiasaan baru, penerapannya, bagaimana seharusnya sikap masyarakat saat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, yang

ditayangkan melalui konten-konten yang saya buat. Melalui media yang saya punya, masyarakat bisa mengetahui informasi mengenai adaptasi kebiasaan baru. Kontennya ada yang berbentuk video, seperti video tutorial tata cara berbelanja di supermarket, belanja ke pasar, sholat berjamaah, dan perbandingan cara keluar rumah pada masa sebelum dan sesudah adanya Covid-19.” (Robby, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Selain itu, Robby juga membuat konten Youtube tentang perkembangan Covid-19 di Pasaman Barat. Mulai dari berapa jumlah masyarakat yang baru dinyatakan positif Covid-19, berapa pasien yang dinyatakan sudah bebas dari Covid-19, dan berapa jumlah masyarakat yang sedang menjalankan isolasi setiap harinya. Serta menayangkan *video live streaming* di Youtube Diskominfo Pasaman Barat ketika Satgas Covid-19 Pasaman Barat memberitahukan perkembangan kasus Covid-19 di Pasaman Barat. Robby membuat konten Youtube mengenai Covid-19 di Pasaman Barat minimal 4 video per-harinya dengan rata-rata *viewers* yang didapatkan 200-an per-video. Sebagaimana yang disampaikan Robby dalam wawancaranya sebagai berikut :

“Dalam video Youtube yang saya upload, juga berisi *update*-an kasus Covid-19 di Pasaman Barat secara live langsung dari Satgas Covid-19 di Pasaman Barat. Konten Youtube yang saya buat rata-rata memiliki *viewers* 200 an per konten. Walaupun tidak mendapatkan komentar yang begitu banyak, namun saya menjalankan tugas minimal satu hari ada 4 konten berupa video yang saya upload.” (Robby, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Robby juga menceritakan bahwasanya selama membuat video Youtube yang bertujuan untuk komunikasi persuasif terhadap masyarakat agar masyarakat mampu menghadapi adaptasi kebiasaan baru ini sesuai dengan Tupoksi (tugas pokok informasi) nya. Robby hanya fokus bagaimana mengemas informasi yang disampaikan melalui video-video kemudian disebarakan melalui akun Youtube resmi Diskominfo Pasaman Barat. Pembuatan video dibuat dengan menggunakan bahasa yang sederhana, bahasa yang digunakan oleh masyarakat Pasaman Barat

dalam kehidupan sehari-hari. Dari semua video yang diupload pada akun Youtube Diskominfo Pasaman Barat, video mengenai perkembangan kasus Covid-19 di Pasaman Barat yang memiliki *viewers* terbanyak, yaitu mencapai 400-an.

“Karena saya disini sebagai editor, maka saya menyampaikan informasi itu sesuai tupoksi (tugas pokok informasi) saya. Jadi saya fokus dengan pembuatan konten Youtube. Penerapannya cukup efisien. Target saya adalah penyampaian informasi, maka informasinya saya kemas semenarik mungkin. Dari jumlah *viewers* saya bisa lihat berapa informasi yang telah tercapai. Upaya yang dilakukan untuk memaksimalkan dalam rangka penyebarluasan informasi kepada masyarakat, saya mengutamakan penggunaan bahasa yang lebih sederhana yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Menghindari bahasa-bahasa yang baku atau kurang dikenal oleh masyarakat. Intinya membuat konten yang universal, sehingga siapapun yang melihat konten itu setidaknya paham apa maksud dan tujuan pembuatan konten tersebut. Karena melalui media video dapat lebih mudah dipahami masyarakat daripada media teks. Namun saya tidak mempunyai target standar *viewer*-nya dari konten tersebut harus berapa. Hasilnya variatif, ada beberapa video yang penontonnya rendah ada juga yang tinggi. *Viewers* terbanyak itu ada di konten *update* data Covid, disitu saya paparkan berapa jumlah pasien yang terpapar Covid hari itu.” (Robby, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Robby juga menjelaskan bahwasanya selama menjalankan tugas sebagai praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat, ia hanya sebagai pembuat konten Youtube dan tidak ada berinteraksi langsung dengan masyarakat. Jadi, Robby melakukan komunikasi persuasif hanya dari memberikan persuasi dan edukasi mengenai Covid-19 melalui video Youtube yang dibuat. Semua bentuk hal yang dilakukan Robby telah disesuaikan dengan tupoksi dan SOP pekerjaan yang diberikan kepadanya.

Robby juga menjelaskan, setiap ada jadwal untuk jumpa pers, Robby akan dikabari oleh Yudhi. Setelah mendapatkan jadwal, ia akan datang sesuai jadwal yang telah ditentukan untuk *take video*. Setelah itu Robby melakukan pengeditan video yang kemudian akan diunggah paling lama 1 jam setelah proses *take video*

selesai. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Robby dalam wawancaranya sebagai berikut :

“Kebetulan tugas saya disini sebagai editor, makanya saya menyampaikan informasi itu sesuai tupoksi, tugas pokok informasi saya dan SOP pekerjaan saya. Jadi saya fokus dengan pembuatan konten Youtube. Penerapannya cukup efisien. Target saya kan penyampaian informasi. Informasi saya kemas semenarik mungkin. Dari viewers kan saya bisa lihat berapa yang telah tercapai. Namun saya tidak mempunyai target standar viewernya dari konten tersebut harus berapa. Nanti hasilnya variatif, ada beberapa video yang penontonnya rendah ada juga yang tinggi. Viewers terbanyak itu ada di konten update data Covid, disitu saya paparkan berapa jumlah pasien yang terpapar Covid hari itu, ada yang live, ada yang engga. Saya mendapatkan data Covid-19 di Pasaman Barat yang saya dapatkan dari dinas kesehatan, nanti update data Covid nya itu disampaikan oleh jubi Covid-19 di kabupaten Pasaman Barat. Jadi saya tinggal input, edit, dan upload. Jadi peran saya disitu saya dikabari pak Yudhi apabila ada kegiatan jumpa pers, kemudian saya turun ke lapangan sesuai jadwal yang diberikan, kemudian saya ambil videonya, kemudian di edit, baru di share di Youtube Diskominfo Pasaman Barat. Proses upload kalau untuk konten update Covid-19 paling lama tayangnya 1 jam setelah meliput, setelah itu saya dah upload, jadi masyarakat dan bisa tau berapa pasien terpapar, berapa pasien masih isolasi, dan berapa pasien yang sudah sembuh.” (Robby, Pasaman Barat, 17 Mei 2022)

Hal serupa juga disampaikan oleh Ilham yang mendapatkan tugas sebagai tenaga desain grafis yang berfokus pada konten infografis. Ilham ditugaskan sebagai tenaga desain grafis, mulai dari desain poster, membuat *template* untuk di sosial media, dan juga desain spanduk. Ilham mendapatkan *job desk* mulai dari memikirkan konsep desain grafis, membuatnya, lalu membagikannya kepada admin masing-masing sosial media dan ke grup WhatsApp yang berisi satgas Covid-19, beberapa tenaga Kesehatan, beberapa pegawai kecamatan, beberapa petugas dari kepolisian dan wali nagari seluruh nagari yang ada di Pasaman Barat. Infografis yang dibuat berupa rekapitulasi data Covid-19 di Pasaman Barat dalam setiap harinya dan akan disebar di grup oleh Kepala Dinas Diskominfo Pasaman Barat. Untuk memudahkan pekerjaannya, Ilham membuat *template* infografis. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ilham dalam wawancara sebagai berikut:

“Dalam mengajak masyarakat, saya hanya berhubungan dengan desain grafis yang fokusnya ke media sosial saja. Semua yang berhubungan dengan desain atau infografis saya yang buat. Seperti ucapan-ucapan untuk taat prokes, spanduk, poster, dan yang berupa infografis menggunakan vektor dan gambar-gambar tentang pandemi, seperti data tentang Covid yang ada di kabupaten Pasaman Barat, per harinya berapa, yakni berupa data jumlah yang positif, berapa orang yang sedang karantina, berapa pasien yang sembuh, hingga yang meninggal. Rekapitulasinya itu saya tampilkan dalam bentuk satu infografis yang sangat sederhana. Hal ini bertujuan agar masyarakat mudah mengerti dengan isi pesan yang ada dalam infografis yang saya sampaikan. Saya juga membuat *template* agar mempersingkat waktu untuk membuat infografis. Lalu infografis ini di share ke media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan grup Whatsapp. Di dalam grup Whatsapp yang dikelola oleh bagian satgas Covid terdapat wali nagari, kepolisian, Dinkes dan pihak dari kantor kecamatan juga. Jadi setelah saya membuat infografis, nanti kepala dinas meneruskan infografis itu di grup. Kalau untuk di Facebook dan Instagram masing-masing ada admin nya yang akan mengupload informasi setiap hari selama pandemi di media yang dikelola masing-masing.” (Ilham, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

Ilham menceritakan bahwasanya rekapitulasi yang dibuat dalam bentuk infografis dalam bentuk rekapitulasi harian, mingguan, dan bulanan. Data yang Ilham dapatkan didapatkan dari Bank data dalam bentuk data mentah. Ilham mengakui dalam mendapatkan data mengenai Covid-19 di Pasaman Barat bekerja sama dengan berbagai pihak seperti Dinas Kesehatan Pasaman Barat, Satgas Covid-19 Pasaman Barat, dan Kepolisian Pasaman Barat. Setelah mendapatkan data mentah, kemudian Ilham akan mengelola dan mengelompokkan kasus Covid-19 di Pasaman Barat. Mulai dari berapa jumlah kasus baru di Pasaman Barat, berapa jumlah yang meninggal, berapa pasien yang sembuh, dan berapa pasien yang sedang isolasi. Hasil rekapitulasi dari Ilham nantinya akan disebarakan lagi pada pihak kepolisian, Dinas Kesehatan, dan Satgas Covid-19 melalui grup Whatsapp yang berisikan hanya Ilham, Yudhi, Kepala Dinas Diskominfo Pasaman Barat, Satgas Covid-19, Kepolisian, dan Dinas Kesehatan. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan Ilham dalam wawancara sebagai berikut :

“Dalam hal konsep pembuatan infografis sendiri, contohnya selama pandemi kemaren ada istilahnya data harian, itu saya bekerjasama dengan yang namanya bank data itu, nah orang memberikan data mentahan, kemudian nanti saya olah tentang data jumlah positif, meninggal, sembuh gitu nanti saya olah lagi. Ibaratnya ada kerjasama tim juga disitu, mulai dari Dinkes, Satgas, dan Kepolisian. Tapi untuk pembuatan infografisnya itu baru saya lakukan sendiri. Untuk konten infografis harian Covid itu hanya ada satu template, kemudian nanti yang dirubah itu cuma hari, tanggal, dan perkembangan Covid, saya tinggal mengisi datanya. Setelah itu infografisnya saya sebarkan kepada grup Whatsapp yang isinya saya, pak Yudhi, Pak Kadis Diskominfo, pihak Satgas, Kepolisian, dan Dinas kesehatan.” (Ilham, Pasaman Barat, 17 Mei 2022).

4.6. Kata Kunci dari Pengalaman Komunikasi Diskominfo Pasaman Barat

Setelah mendapatkan penjabaran atas pengalaman humas Diskominfo Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru, selanjutnya peneliti mengaitkan fenomena dengan teori menggunakan tahapan reduksi yang kedua sesuai dengan reduksi penelitian fenomenologi Husserl yaitu Reduksi Eidetik. Hasil wawancara akan dicari makna atau hakikat yang sebenarnya. Pada reduksi ini, peneliti akan menemukan makna sebenarnya dari apa yang disampaikan subjek penelitian pada wawancara.

Dari wawancara peneliti dengan subjek penelitian, didapat beberapa kata yang sering diucapkan oleh subjek penelitian sehingga kata tersebut diambil peneliti menjadi kata penting yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1. Kata Penting

Kata Kunci	Deskripsi Pengalaman Humas
Media Sosial (7)	Yang kedua media sosial, yang mencakup atau memberikan informasi dari Diskominfo tentang seberapa besar perkembangan, penyebaran Covid-19, ada Instagram, Facebook dan Youtube nya.
Mobil halo-halo (4)	Kadang saya ikut melakukan imbauan untuk taat prokes melalui mobil halo-halo ini.
Turun Langsung (7)	Dalam membuat sebuah berita, saya turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang masih merupakan data mentah yang nantinya akan saya <i>edit</i> lagi sebelum bisa ditampilkan di media.

Bekerjasama (4)	Diskominfo yang bekerjasama dengan pihak lain seperti satgas untuk mengajak masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.
Mempersuasi (4)	Selama mengumpulkan data pada masa pandemi, saya mengajak atau mempersuasi masyarakat melalui tulisan dengan berita-berita yang saya buat.
Berita <i>hoax</i> (3)	Berita yang tersebar bahwa Covid-19 ini tidak benar-benar ada, Covid-19 hanya dijadikan sebagai bisnis oleh pemerintahan, dan masih banyak lagi di Facebook ditemukan berita-berita <i>hoax</i> .
Imbauan (6)	Ada juga dengan imbauan pak bupati, surat-suratnya, kita <i>share</i> ke masyarakat melalui Facebook, Instagram, dan website. Seperti anjuran tetap mematuhi protokol kesehatan dan hindari kerumunan, seperti kegiatan-kegiatan yang menimbulkan keramaian.
Menyebarkan Informasi (4)	Selanjutnya ada Youtube, juga untuk menyebarkan informasi, baik itu langsung atau tidak, informasi yang kita <i>edit</i> melalui media <i>center</i> itu, kita tayangkan di Youtube.
Bekerja sesuai SOP (6)	Saya menyampaikan informasi itu sesuai tupoksi, tugas pokok informasi saya dan SOP pekerjaan saya. Jadi saya fokus dengan pembuatan konten Youtube.
Diabaikan (3)	Lalu berkeliling untuk memberikan ajakan kepada masyarakat agar memakai masker, namun diabaikan.

Dari tabel kata penting diatas, selanjutnya peneliti memastikan kata-kata kunci yang relevan dengan struktur dasar pengalaman subjek sehingga kata penting dikelompokkan sebagai berikut:

1. Peristiwa

- Menyebarkan informasi
- Humas bekerja sesuai SOP

2. Perilaku

- Mempersuasi
- Bekerja sama
- Diabaikan

3. Komunikasi

- Berita *hoax*
- *Face to face*
- Media sosial
- Media massa
- Imbauan
- Mobil halo-halo

4. Konteks

- Turun langsung kelapangan

4.7. Menginterpretasi Makna Pengalaman Praktisi Humas (Reduksi Transendental)

4.7.1. Perasaan Praktisi Humas Diskominfo dalam Mengimbau Dan Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru

Sub bab ini menjelaskan perasaan praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat dalam melakukan komunikasi untuk mempersuasi masyarakat dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Hal ini dilakukan agar proses komunikasi yang dilakukan praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19 lebih mudah dipahami.

Selama mempersuasi masyarakat dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19, berbagai perasaan dirasakan oleh praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat. Mulai dari rasa khawatir, hingga rasa takut ketika proses penyebaran informasi. Karena, ketika awal

munculnya atau masuknya Covid-19 di Pasaman Barat, praktisi humas dituntut harus turun ke lapangan langsung untuk melakukan tugasnya dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Padahal, ketika itu praktisi humas juga dihantui rasa takut terjangkit Covid-19.

Perasaan lainnya yang dirasakan oleh praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat selama mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19 adalah rasa kecewa. Hal ini disebabkan karena susahny masyarakat dalam menerima imbauan-imbauan yang diberikan oleh pemerintah. Penyesuaian persepsi mengenai Covid-19 ini sangat sulit dilakukan. Namun, seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai mengindahkan imbauan-imbauan yang diberikan oleh pemerintah.

Selanjutnya perasaan yang dirasakan praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru adalah rasa lelah. Sebab, dengan adanya masa pandemi di Indonesia, terutama di Pasaman Barat, tugas praktisi humas menjadi bertambah. Belum lagi harus memikirkan metode ataupun strategi dalam mempersuasi masyarakat dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru yang aman digunakan selama masa pandemi Covid-19.

Selanjutnya perasaan yang dirasakan praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru adalah rasa senang. Hal ini dirasakan karena mulainya masyarakat Pasaman Barat mengikuti dan memberikan *feedback* atas informasi-informasi yang diberikan oleh pemerintah. Hal ini membuat praktisi humas merasa

berhasil dalam mempersuasi masyarakat Pasaman Barat tentang bagaimana cara menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

Selain itu praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat juga merasa kerjasama tim yang baik dalam proses mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Hal ini disebabkan masing-masing praktisi humas yang bertugas untuk mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Dan masing-masing praktisi humas yang bertugas sudah menjalankan tugasnya dengan baik sehingga proses komunikasi dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19 ini berjalan dengan baik.

Komunikasi persuasif bisa dikatakan berhasil jika terjadinya perubahan pemikiran, sikap, maupun tingkah laku dari *komunikatee*-nya sesuai dengan pesan komunikasi persuasif yang disampaikan oleh komunikator. Keberhasilan ini juga bersifat jelas, dimana keberhasilan bisa dilihat dari sudut pandang yang berbeda tetap akan dilihat sama. Karena tujuan dari komunikasi persuasif itu sendiri adalah perubahan yang nyata pada *komunikatee*-nya.

4.7.2. Makna Adaptasi Kebiasaan Baru bagi Praktisi Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat

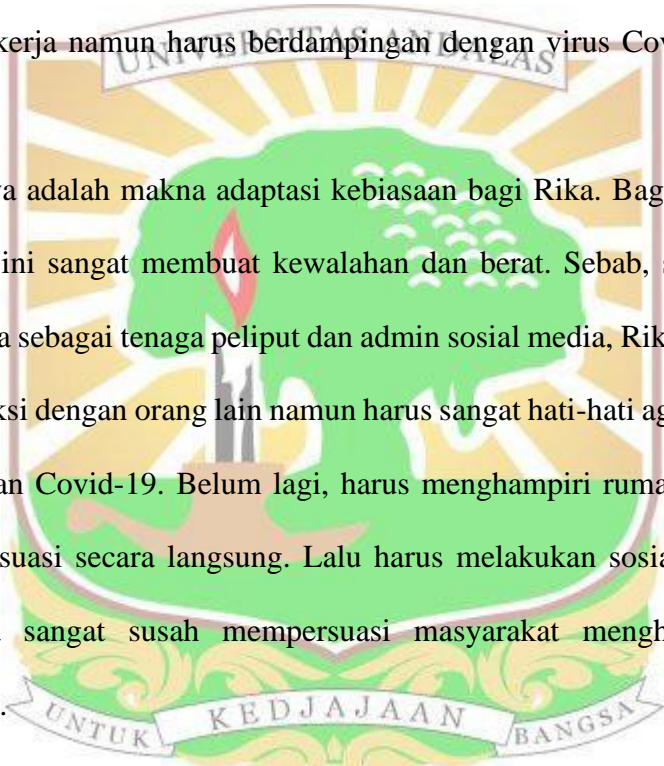
Adaptasi kebiasaan baru merupakan kondisi dimana manusia diperbolehkan melakukan aktivitas kembali seperti biasanya namun dengan mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah di masa pandemi Covid-19. Hal ini tentu menjadi makna tersendiri bagi praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat. Sebab, humas merupakan bagian dari

pemerintah yang memiliki tanggung jawab sebagai jembatan informasi antara pemerintah dan masyarakat ataupun sebaliknya.

Bagi masing-masing praktisi humas tentu memiliki makna-makna tersendiri dalam memaknai adaptasi kebiasaan baru. Sebagaimana Yudhi memaknai adaptasi kebiasaan baru sebagai waktu dan kondisi menghargai kesehatan diri sendiri, keluarga dan orang-orang terdekat secara lebih lagi. Selanjutnya adaptasi kebiasaan baru merupakan proses yang lumayan berat, karena harus terbiasa beraktivitas dan harus tetap bekerja namun harus berdampingan dengan virus Covid-19 yang tak kasat mata.

Selanjutnya adalah makna adaptasi kebiasaan bagi Rika. Bagi Rika, adaptasi kebiasaan baru ini sangat membuat kewalahan dan berat. Sebab, sebagai praktisi humas terutama sebagai tenaga peliput dan admin sosial media, Rika dituntut untuk tetap berinteraksi dengan orang lain namun harus sangat hati-hati agar tidak tertular atau menularkan Covid-19. Belum lagi, harus menghampiri rumah-rumah warga untuk mempersuasi secara langsung. Lalu harus melakukan sosialisasi di pasar-pasar, dimana sangat susah mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

Selanjutnya adalah makna adaptasi kebiasaan baru bagi Febi. Febi memaknai kebiasaan baru sebagai kondisi yang susah. Hal ini disebabkan karena Febi merupakan tenaga peliput yang diharuskan untuk terjun langsung dan bersentuhan langsung dengan masyarakat. Dengan demikian, adaptasi kebiasaan baru ini juga dirasa sulit bagi Febi. Namun karena adanya tuntutan pekerjaan, menjadi seorang praktisi humas yang diwajibkan untuk menyebarkan informasi dan mempersuasi



masyarakat untuk menghadapi adaptasi kebiasaan baru tetap harus dilakukan dengan maksimal walaupun berat.

Selanjutnya makna adaptasi kebiasaan baru bagi Osniwati. Osniwati memaknai adaptasi kebiasaan baru sebagai masa protokol kesehatan. Di mana dalam menjalani hidup harus memakai masker, dan sebisa mungkin harus menghindari kerumunan. Namun karena memiliki profesi sebagai tenaga peliput dan tenaga rilis, Osniwati harus tetap berhubungan dengan banyak orang bahkan harus memakai masker yang berlapis demi melindungi diri dan keluarga yang dirumah dari paparan Covid-19.

Selanjutnya adalah makna adaptasi kebiasaan baru bagi Robby. Robby memaknai adaptasi kebiasaan baru sebagai suatu tantangan baru bagi pemerintah dan masyarakat. Sebagai praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat yang bertugas sebagai pembuat konten Youtube, Robby merasa sedikit kewalahan. Apalagi untuk konten Youtube yang bersifat *live streaming*, untuk memastikan berita sampai kepada masyarakat dengan sempurna tanpa cacat cukup membuat kewalahan.

Yang terakhir adalah makna adaptasi kebiasaan baru bagi Ilham. Ilham memaknai adaptasi kebiasaan baru sebagai langkah awal untuk hidup normal kembali setelah munculnya Covid-19. Dimana pada awalnya munculnya Covid-19 ini, adanya kebijakan *lockdown*. Namun seiring berjalannya waktu masyarakat sudah diperbolehkan kembali untuk melakukan aktivitas seperti biasanya walaupun dengan diwajibkan untuk mematuhi protokol kesehatan. Setelah itu adaptasi kebiasaan baru juga membuat kewalahan bagi Ilham. Sebab, Ilham merupakan satu-satunya tenaga desain grafis di humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat.

4.7.3. Interpretasi Makna Pengalaman Praktisi Humas dalam Mempersuasi Masyarakat Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru

Pada tahapan ini peneliti menggali makna pengalaman komunikasi praktisi humas berdasarkan analisis data pada pengalaman komunikasi persuasif praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat. Interpretasi data yang dilakukan peneliti merupakan tahapan terakhir dalam reduksi data penelitian, yaitu reduksi transendental dimana pada bagian ini peneliti fokus kepada subjek penelitian yang merupakan bagian humas Diskominfo Pasaman Barat. Peneliti mencari interpretasi dari makna kata kunci yang telah peneliti temukan pada reduksi eidetik.

Berdasar dari kata penting yang ditemukan peneliti di atas, esensi pengalaman subjek penelitian yang sekaligus merupakan temuan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. *Government PR* (Humas Pemerintahan) bekerja sesuai dengan SOP kerja yang telah ditetapkan.

Humas pemerintahan bekerja sesuai dengan SOP kerja yang telah ditetapkan. Dalam melaksanakan kerjanya, juga mempunyai alur kerja yang jelas dan telah ditetapkan. Hal ini sebagaimana yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara dan observasi bersama subjek penelitian. Dimana, masing-masing praktisi humas memiliki Tupoksi kerja masing-masing sesuai dengan SOP kerja yang telah ditetapkan. Dalam proses kerjanya, praktisi humas memiliki Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi publik, dan yang menjadi tempat praktisi humas melaporkan hasil pekerjaannya dan orang yang memberikan pekerjaan yang akan diselesaikan. Segala hal yang akan

atau telah dikerjakan, harus dikomunikasikan kembali bersama Kepala Bidangnyanya untuk mengetahui Langkah apa yang akan diambil selanjutnya.

Humas pemerintahan, merupakan jembatan informasi antara pemerintah dan masyarakat. Humas pemerintahan, memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, maupun kepada divisi pemerintahan yang lainnya (Widjaja (2010; 52). Namun pada pelaksanaannya, banyak praktisi humas yang masih kurang menyadari akan tugas-tugasnya. Hal ini sesuai dengan hal yang peneliti temukan ketika mewawancarai subjek penelitian. Dimana, dalam melakukan tugasnya, harusnya praktisi humas selain memiliki kewajiban untuk bekerja sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan juga harus bekerja sesuai dengan tugas pokok humas. Namun pada pelaksanaannya dilapangan, banyak hal yang tidak sesuai dengan teori tugas kerja Humas. Setiap pekerjaan yang dilakukan harusnya selalu dilakukan evaluasi. Hal ini sesuai dengan tugas praktisi humas dalam Widjaja (2010: 54) di mana harusnya proses pelaksanaan tugas humas meliputi diantaranya yaitu menyelidiki dan mendengar (*fast finding*). Dimana pada tahap ini, praktisi humas harus mampu mengetahui permasalahan apa yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Selanjutnya yaitu mengambil ketentuan dan merencanakan (*planning*). Setelah mengetahui permasalahan seperti apa yang terjadi pada masyarakat, dan tindakan seperti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selanjutnya melaksanakan komunikasi (*planning*). Di mana praktisi humas menjelaskan bagaimana tindakan atau tanggapan terhadap kebutuhan masyarakat akan dilaksanakan. Yang terakhir adalah penilaian (*evaluation*).

Penilaian ini dilakukan untuk meninjau kembali kegiatan atau tindakan yang telah dilakukan, guna untuk menilai apakah solusi yang diberikan atas permasalahan yang terjadi pada masyarakat sudah dilaksanakan sesuai dengan tujuannya atau belum.

Berdasarkan asumsi dari teori fenomenologi, bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. Praktisi humas juga merupakan manusia, yang juga mengalami kesulitan ketika harus dipaksa beradaptasi dengan kebiasaan baru usai adanya terpaan Covid-19 lebih cepat daripada masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, praktisi humas harus memiliki keberanian lebih untuk keluar dari zona amannya. Sebab, untuk menunjukkan bahwasanya praktisi humas memiliki pengalaman dan mencoba memahami situasi maupun kondisi selama menjalankan tugas pada masa adaptasi kebiasaan baru, praktisi humas harus mampu menginterpretasikan pengalamannya dalam kehidupannya dan bertindak sesuai dengan apa yang diyakini benar.

2. Butuh usaha secara berkelanjutan dalam mempersuasi masyarakat.

Kebiasaan memang sulit untuk dirubah. Dengan adanya fenomena Covid-19, banyaknya perubahan-perubahan yang terjadi pada tata cara menjalani kehidupan. Pada awal kemunculan Covid-19 di Indonesia, banyak masyarakat yang tidak percaya akan adanya wabah Covid-19. Covid-19 menjadi permasalahan yang menimbulkan banyak pro dan kontra di masyarakat. Pro dan kontra terkait permasalahan Covid-19 ini tentu menjadi permasalahan serius. Sebab, praktisi humas sebelum mempersuasi

masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru terlebih dahulu harus menyamakan persepsi tentang Covid-19 dengan masyarakat. Sebab, berdasarkan konsep Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya. Oleh karena itu, masyarakat hidup dengan berbagai perspektif yang berbeda. Sehingga dibutuhkan usaha yang besar dan waktu yang lebih lama dalam menyamakan persepsi mengenai pandemi Covid-19 ini.

Untuk menghindari banyaknya pro dan kontra terhadap suatu persoalan, apalagi untuk merubah suatu kebiasaan, dibutuhkan penyamaan persepsi terlebih dahulu. Namun dalam proses penyamaan persepsi sering terjadi hambatan. Di mana pada proses menyamakan persepsi mengenai Covid-19 ini antara pemerintah khususnya praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat terjadi sebab, banyaknya berita *hoax* yang beredar mengenai Covid-19 dikalangan masyarakat yang mengakibatkan banyaknya persepsi yang ada tentang Covid-19 ini di masyarakat.

Terjadinya hambatan untuk menyamakan persepsi antara komunikan dan *komunikatee*-nya biasanya terjadi karena beberapa faktor. Menurut Fisher dalam Soemirat (2017), kegagalan atau hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi disebabkan oleh dua faktor, yakni faktor yang pertama yaitu mekanistik komunikasi manusia dan faktor yang kedua yaitu faktor psikologis. Hambatan komunikasi secara mekanistik disebabkan oleh saluran pesan yang terbatas, terganggu, tercemar, atau dalam kondisi rusak. Hal ini dapat disebabkan oleh internal atau eksternal *persuadee*. Internal

persuadee misalnya salah dalam mengartikan dan memahami pesan. Lalu eksternal persuadee misalnya isu-isu, gosip, kabar burung tentang isi pesan atau bahkan persuader, di mana masyarakat tidak dapat memahami urgensi dari melaksanakan tatanan hidup baru di era Covid-19 ini karena tidak memahami bagaimana Covid-19 sebenarnya. Hambatan komunikasi secara psikologis bersifat internal. Hambatan ini muncul karena adanya distorsi makna dalam pesan. hal ini dapat disebabkan oleh kultur, konflik peran, konflik dalam sistem sosial, dan lain-lain. Jadi, hambatan psikologis ini disebabkan karena adanya ketidakselarasan pemahaman dalam diri persuader dan persuadee. Agar masyarakat dapat menerima pesan yang disampaikan oleh praktisi humas, praktisi humas harus meminimalisir terjadinya hambatan komunikasi selama proses komunikasi persuasif berlangsung.

Ketika persepsi yang dimiliki oleh komunikator juga dimiliki oleh *komunikatee*-nya maka perbedaan pandangan yang menyebabkan terjadinya pro dan kontra terhadap suatu permasalahan dapat diminimalisir. Pemikiran ini sesuai dengan konsep komunikasi yang disampaikan oleh Mulyana (2016:75). Di mana, komunikasi dapat disimpulkan sebagai proses penyampaian pesan dan proses pembentukan makna antara orang-orang yang berkomunikasi, yaitu antara komunikator dengan *komunikatee*. Melalui komunikasi, sebuah interaksi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi dan diharapkan dengan adanya proses komunikasi, proses menyamakan persepsi jadi lebih mudah. Penyampaian (aksi) dan respon (reaksi) nya pun bisa berupa verbal atau nonverbal. Dengan adanya proses

komunikasi yang dilakukan secara terus-menerus, diharapkan mampu memberikan perubahan terhadap pola pikir *komunikatee*-nya. Sehingga, *komunikatee* dapat menerima perubahan yang terjadi. Hal ini sesuai dengan proses interaksi manusia, komunikasi memegang peranan penting sebagai sebuah proses sosial. Komunikasi bersifat kompleks, dinamis dan senantiasa berubah. Prosesnya tidak memiliki akhir dan berjalan secara terus menerus atau berkesinambungan (Mulyana, 2016:75).

Herbert dan Gullet dalam Soemirat (2017) menjelaskan bahwa hambatan dalam komunikasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu Dogmatisme dan *Stereotype*. Di mana, dogmatisme ditemukan oleh praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru yaitu masyarakat Pasaman Barat masih banyak yang tidak percaya dengan adanya Covid-19. Hal ini tentu menjadi hambatan bagi praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat, dimana praktisi humas menjadi lebih lama dalam proses komunikasi persuasif untuk mencapai tujuan yang diinginkan membutuhkan waktu yang lebih lama. Berdasarkan observasi yang peneliti dapatkan di lapangan selama proses penelitian berlangsung, peneliti juga menemukan bahwa masih ada di antara masyarakat yang tidak menerima kebenaran bahwa Covid-19 ini ada. Sementara *Stereotype*. Di mana, dirasakan oleh praktisi humas dalam mempersuasi masyarakat adalah banyak masyarakat yang merasa bahwa Covid-19 ini hanyalah permainan *elite global* dan pemerintah saja. Entah dari mana sumber data yang diterima, namun banyak masyarakat yang

percaya terhadap informasi ini. Belum lagi banyak yang merasa vaksinasi Covid-19 dan adanya kewajiban untuk melakukan *rapid test* dan *PCR* untuk bepergian merupakan cara pemerintah untuk mengambil keuntungan lebih banyak dari masyarakat. Hal ini tentu menjadi hambatan bagi praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat. Di mana, praktisi humas harus berupaya lebih lagi untuk menyamakan persepsi dengan masyarakat.

Adaptasi kebiasaan baru merupakan kondisi yang harus dijalani oleh manusia setelah terpaan Covid-19. Di mana, menurut buku adaptasi kebiasaan baru yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Republik Indonesia tahun 2020 pada kondisi ini, masyarakat diharuskan untuk menggunakan masker saat keluar rumah dan di tempat umum, menjaga jarak, rajin mencuci tangan, menghindari kerumunan, mengecek kesehatan secara berkala dan melakukan vaksinasi Covid-19 sesuai dengan dosis yang ditentukan. Hal ini tentu saja mengakibatkan adanya perubahan tatanan nilai dalam menjalani aktivitas bagi masyarakat. Dengan demikian, masyarakat dituntut untuk menyesuaikan diri dan beradaptasi dengan perubahan-perubahan ketika adaptasi kebiasaan baru ini.

3. Sebelum melakukan komunikasi persuasi, komunikator harus mengamati kondisi *komunikatee*-nya terlebih dahulu, mulai dari kondisi fisik, emosional, pemikiran, dan lingkungan masyarakat memiliki beragam kepribadian dan pola pikir. Di mana, sikap dapat dipengaruhi oleh pola pikir. Oleh sebab itu, tujuan persuasi identik dengan menginginkan efek, hasil, atau akibat yang terjadi pada khalayak sasaran atau *komunikatee*-nya.

Untuk mencapai tujuan komunikasi persuasif, diperlukannya strategi komunikasi persuasif yang matang dari komunikatornya.

Praktisi humas harus mampu mengetahui hal-hal yang dibutuhkan oleh masyarakat selama proses melakukan komunikasi persuasif. Semakin komunikator mengetahui *komunikatee*-nya maka semakin mudah proses komunikasi persuasif dilakukan. Hal ini adalah tujuan dari dilaksanakannya proses komunikasi, yaitu terjadinya pengetahuan atau sikap saling memahami diantara komunikator dan *komunikatee*-nya.

Dalam komunikasi persuasif posisi *komunikatee* adalah sejumlah orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah. Dalam kasus ini khususnya masyarakat Pasaman Barat merupakan *komunikatee* yang dipersiapkan menjadi masyarakat yang bisa menghadapi masa Adaptasi Kebiasaan Baru di era Covid-19 oleh praktisi Humas Diskominfo Pasaman Barat. Beberapa hal yang menentukan *komunikatee* telah merespons pesan-pesan persuasif yaitu keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang dimiliki oleh *komunikatee*. Yakni, pada awal mula dilakukannya komunikasi persuasif oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat, masyarakat mengabaikan informasi-informasi yang disampaikan. Namun, dengan adanya usaha secara terus-menerus yang dilakukan oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat terhadap masyarakat, masyarakat mulai mendengarkan dan melaksanakan imbauan-imbauan yang dilakukan oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat.

Dengan memahami keyakinan *komunikatee*-nya maka komunikator akan lebih mudah mendapat peluang untuk ditanggapi secara positif.

Demikian juga dengan pemahaman atas sikap *komunikatee* maka akan lebih mudah bagaimana dan kapan komunikator menyampaikan pesan persuasifnya. Selain itu faktor kebutuhan yang dimiliki oleh *komunikatee* juga akan memberikan kontribusi positif bagi komunikator. Secara umum akibat atau hasil persuasi mencakup tiga aspek yaitu (Ritongah; 2011: 45). Aspek kognitif, menyangkut kesadaran dan pengetahuan, contohnya menjadi sadar dan ingat, menjadi tahu dan kenal. Aspek afektif, yaitu menyangkut sikap, perasaan serta emosi. Dalam hal ini contohnya sikap setuju atau tidak setuju, perasaan sedih, gembira, benci dan menyukai. Aspek konatif, yaitu menyangkut perilaku ataupun tindakan misalnya berbuat sesuatu seperti yang diinginkan, disarankan, atau yang tidak disarankan. Jadi semakin mudah bahasa yang digunakan, maka semakin mudah mencapai tujuan komunikasi persuasif.

4. Media sosial dapat dimanfaatkan oleh praktisi humas sebagai media atau *platform* untuk terhubung secara lebih cepat dengan masyarakat.

Pada saat sekarang ini, sosial media merupakan salah satu media yang banyak digunakan dalam menyebarkan informasi. Menurut Nasrullah (2016:11) media sosial merupakan platform berbasis internet yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi penggunanya dalam beraktivitas maupun berkolaborasi dengan pengguna lainnya. Dalam penyebaran informasi pada masa pandemi, media sosial lebih efektif daripada penggunaan media lainnya, karena sosial media dapat menjangkau masyarakat luas dalam waktu yang singkat dan dengan proses yang cukup sederhana. Apalagi pada masa sekarang *smartphone* sudah tidak luput dari

mayoritas masyarakat, mulai dari anak-anak hingga dewasa sudah menggunakan sosial media. Mengenai hal itu praktisi humas dapat memanfaatkan kebiasaan masyarakat yang tidak luput dalam menggunakan media sosial dalam proses penyebaran informasi.

Pada masa adaptasi kebiasaan baru ini, masyarakat dituntut untuk bekerja semaksimal mungkin seperti biasanya, namun dengan mengurangi kerumunan dan senantiasa menjaga jarak. Kebanyakan masyarakat juga memaksimalkan media sosial sebagai tempat untuk mencari dan membagikan informasi. Begitu juga dengan praktisi humas, dimana praktisi humas dapat menggunakan sosial media sebagai *platform* untuk terhubung dengan masyarakat agar tetap bisa berinteraksi secara intens dengan masyarakat secara cepat dan akurat.

Agar informasi yang disampaikan praktisi humas dapat ditangkap oleh masyarakat dengan lebih mudah, maka konten-konten yang dipublikasikan oleh praktisi humas harus berupa konten yang menarik dan simpel. Menarik di sini maksudnya agar masyarakat tidak mengabaikan informasi yang disampaikan. Targetnya adalah masyarakat umum yang memiliki beragam kepribadian dan pola pikir, agar target informasi tersebut dapat dengan mudah memahami informasi yang disampaikan, sehingga bahasa yang digunakan dalam konten-konten tersebut menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya.

5. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses kerja praktisi humas

Dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, humas tidak bisa bekerja sendiri. Berdasarkan dari penelitian yang peneliti

lakukan, humas memerlukan Kerjasama dengan berbagai pihak. Misalnya Dinas Kesehatan, kepolisian, dan Satgas Covid-19 untuk memaksimalkan pekerjaannya.

Dari hasil penelitian, dalam proses mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Diskominfo Pasaman barat, yaitu:

1. Diberikan Fasilitas untuk memberikan imbauan

Praktisi humas diberikan fasilitas yang dapat memudahkan proses kerja selama mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Seperti, diberikannya mobil dinas untuk melakukan imbauan-imbauan kepada masyarakat, diberikannya wifi dengan kecepatan tinggi untuk mengelola media sosial. Hal ini tentu menjadi faktor pendukung dalam proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh praktisi humas.

2. Semangat praktisi humas dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru dan kerjasama tim

Dengan rasa semangat, dan selalu melakukan komunikasi persuasif secara terus-menerus, hal ini sangat membantu proses komunikasi persuasif. Sebab, memang komunikasi persuasif yang dilakukan oleh praktisi humas tidak langsung memberikan hasil. Namun, karena terus bersemangat, dan kerjasama tim maka komunikasi persuasif dapat terlaksana sesuai SOP pekerjaan praktisi humas.

Selanjutnya adalah hambatan yang dirasakan praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat selama mempersuasi masyarakat

menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru. Hambatan yang ditemui oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat adalah:

1. Banyak masyarakat yang tidak percaya dengan Covid-19

Terhambatnya proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat adalah karena sulitnya masyarakat menerima kebenaran terkait adanya Covid-19 ini. Sehingga, banyak masyarakat yang lalai terhadap imbauan pemerintah tentang tata cara menghadapi adaptasi kebiasaan baru. Hal ini tentu menjadi hambatan bagi praktisi humas dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.

2. Beredarnya berita *Hoax* mengenai Covid-19 yang dipercaya masyarakat pernah beredar postingan di Facebook milik salah seorang dokter di Pasaman Barat yang menuliskan bahwa Covid-19 ini belum pasti benar adanya, dan bisa jadi merupakan konspirasi dari pemerintah. Jadi karena dokter yang berbicara, banyak masyarakat Pasaman Barat yang terpengaruh dengan apa yang disampaikan oknum dokter tersebut. Praktisi humas berusaha mengklarifikasi hal tersebut, dengan memberikan contoh kasus Covid-19 di Pasaman Barat agar masyarakat bisa menilai mana informasi yang benar dan mana yang salah.

3. Daerah yang sangat luas

Hal ini menjadi salah satu hambatan yang terjadi selama praktisi humas melakukan komunikasi persuasif. Sebab, banyak daerah yang tidak bisa dijangkau praktisi humas karena terkendala waktu dan jarak. Jadi, masih ada beberapa daerah yang tidak terjangkau oleh praktisi humas untuk

melakukan komunikasi persuasif secara langsung. Namun, informasi masih dapat diakses masyarakat melalui media sosial, ataupun ditanyakan langsung kepada pihak Wali Nagari.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

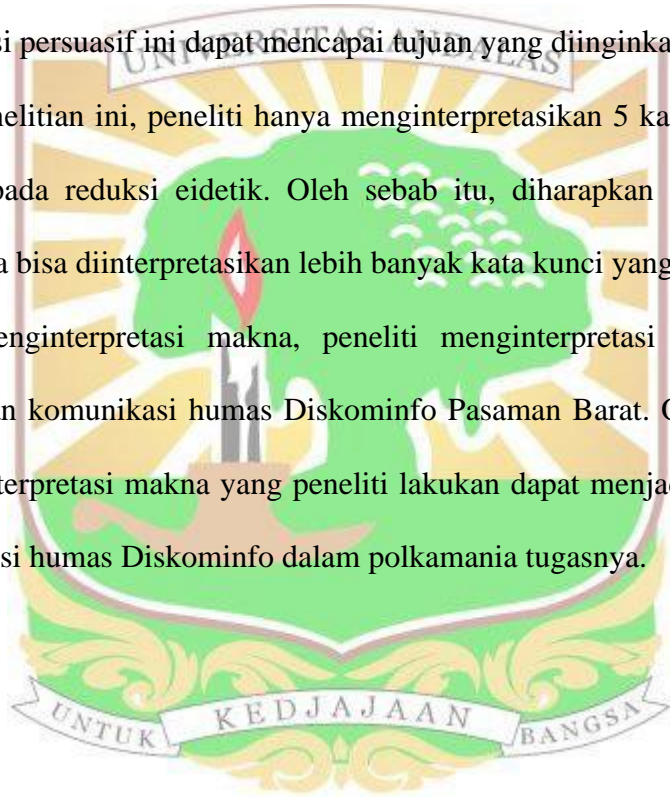
Berdasarkan hasil penelitian dan analisis peneliti mengenai komunikasi persuasif praktisi humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Pasaman Barat dalam mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengalaman mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru merupakan pengalaman baru bagi praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat. Setiap subjek penelitian memiliki pengalaman tersendiri selama mempersuasi masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru.
2. Banyak kata kunci yang peneliti temukan berdasarkan dengan hasil wawancara bersama subjek penelitian. Adapun kata kunci yang sering dijelaskan oleh praktisi humas yaitu: “Media Sosial”, “Mobil halo-halo”, “Turun Langsung”, “Bekerjasama”, “Mempersuasi”, “Berita *hoax*”, “Imbauan”, “Menyebarkan Informasi”, “Bekerja sesuai SOP”, dan kata “Diabaikan”.
3. Berdasarkan reduksi fenomenologi Transendental, *Government PR* (Humas Pemerintahan) bekerja sesuai dengan SOP kerja yang telah ditetapkan, Butuh usaha secara berkelanjutan dalam mempersuasi masyarakat, Sebelum melakukan komunikasi persuasi, komunikator harus mengamati kondisi *komunikatee*-nya terlebih dahulu, mulai dari kondisi fisik, emosional, pemikiran, dan lingkungan masyarakat memiliki beragam kepribadian dan pola pikir. Media sosial dapat dimanfaatkan oleh praktisi humas sebagai media atau

platform untuk terhubung secara lebih cepat dengan masyarakat, ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses kerja praktisi humas.

5.2. Saran

1. Melakukan komunikasi persuasif untuk mempersiapkan masyarakat menghadapi adaptasi kebiasaan baru merupakan pengalaman baru bagi praktisi humas, jadi proses pelaksanaannya masih perlu beberapa penyesuaian. Oleh sebab itu, praktisi humas diharapkan agar terus belajar agar pelaksanaan komunikasi persuasif ini dapat mencapai tujuan yang diinginkan.
2. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menginterpretasikan 5 kata yang peneliti temukan pada reduksi eidetik. Oleh sebab itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa diinterpretasikan lebih banyak kata kunci yang ditemukan.
3. Dalam menginterpretasi makna, peneliti menginterpretasi 5 makna dari pengalaman komunikasi humas Diskominfo Pasaman Barat. Oleh karena itu, semoga interpretasi makna yang peneliti lakukan dapat menjadi batu lonjatan oleh praktisi humas Diskominfo dalam polkamanya tugasnya.



DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations, Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 1998. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Campbell, Tom. 1994. *Tujuh Teori Sosial*. Yogyakarta: Kanisius.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daulay, Maraimbang. 2010. *Filsafat Fenomenologi: Suatu Pengantar*. Medan: Panjiaswara Press.
- Effendy, Onong U. 1998. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- E. Martono, Drs 2008 *Etika Komunikasi Kantor*, Jakarta: Penerbit Karya Utama Anggota Ikatan Penerbitan Indonesia
- H, Malik Oemar. 1994. *Media Pendidikan*. Bandung: Citra Aditya.
- Hardini, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Jefkin, Franks. 2002. *Public Relations. Terjemah Oleh Daniel Yadin*. 2004. Jakarta: Erlangga.
- Kadir, Abdul. 2002. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Kriyantono, Rahmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, Engkus. 2010. *Fenomenologi Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Maulana, H dan Gumelar, G. 2013. *Psikologis Komunikasi Dan Persuasi*. Jakarta: Akademia.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, Clark. 1994. *Phenomenological Research Methods*. California: Sage Publications.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Ritonga, Jamiluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: PT. Indeks.
- Rogers, E. M. 1971. *Communication of Innovations*. New York: The Free Press.
- Soemirat dan Ardianto, 2017, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh. 2000. *Komunikasi Massa*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh & Suryana Asep. 2018. *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka: Cv. Gerina Prima.

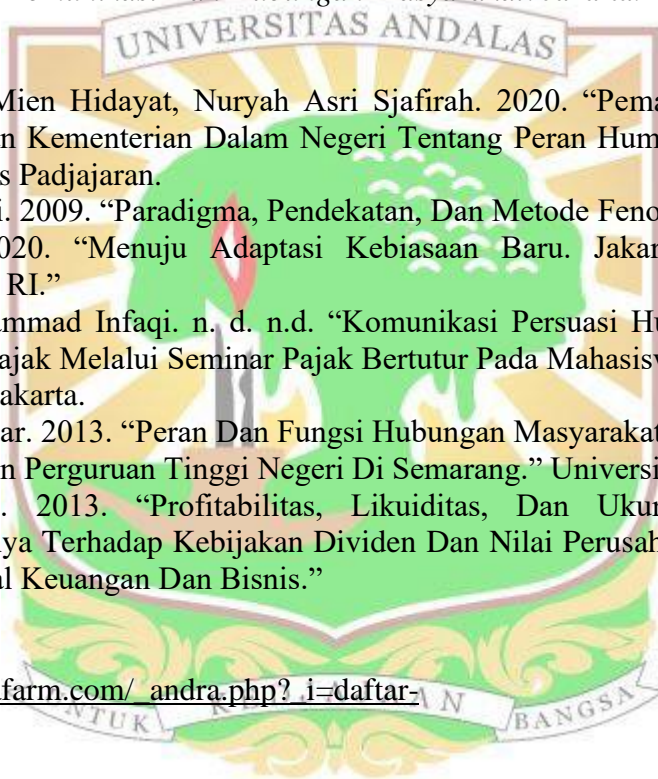
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Nuansa Sumadiri.
- Sunarjo, & D. Sunarjo. 1983. *Komunikasi Dan Retorika*. Yogyakarta: Liberty.
- Taneko, Soleman B. 1984. *Struktur Dan Proses Sosial; Suatu Pengantar; Sosiologi Pembangunan*. Jakarta: Rajawali.
- Tatang. 2016. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Trisnawati, Arie dan Maya May Syarah. 2017. *Strategi Humas*. Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta.
- Widjaja. 2010. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

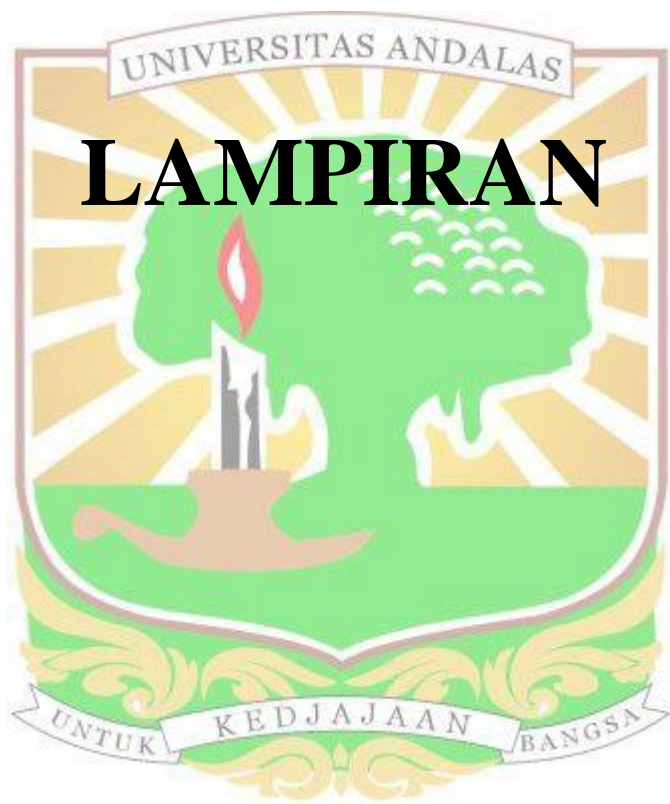
2. Jurnal

- Anwar Sani, Mien Hidayat, Nuryah Asri Sjafirah. 2020. "Pemahaman Petugas Kehumasan Kementerian Dalam Negeri Tentang Peran Humas Pemerintah." Universitas Padjajaran.
- Hajaroh, Mami. 2009. "Paradigma, Pendekatan, Dan Metode Fenomenologi."
- Irawati, T. 2020. "Menuju Adaptasi Kebiasaan Baru. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI."
- Junaedi, Muhammad Infaqi. n. d. n.d. "Komunikasi Persuasi Humas Direktorat Jenderal Pajak Melalui Seminar Pajak Bertutur Pada Mahasiswa." Universitas Nasional Jakarta.
- Luqman, Yanuar. 2013. "Peran Dan Fungsi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri Di Semarang." Universitas Diponegoro.
- Nurhayati, M. 2013. "Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. Jurnal Keuangan Dan Bisnis."

3. Website

- [https://m.andrafarm.com/andra.php?i=daftar-](https://m.andrafarm.com/andra.php?i=daftar)





LAMPIRAN

Lampiran 1.

No.	Update Covid Kabupaten Pasaman Barat 12 Januari 2022	Kasus Positif Total (Terkonfirmasi) <	Meninggal Total >	Sembuh Total >	Masih Sakit (Positif Aktif) <	No.	Update Covid-19 Kabupaten Pasaman Barat 1 Januari 2022	Kasus Positif Total (Terkonfirmasi) <	Meninggal Total >	Sembuh Total >	Masih Sakit (Positif Aktif) <
9	Berita Corona Kabupaten Pasaman Barat 11 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	20	Laporan Covid Kabupaten Pasaman Barat 31 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
10	Sebaran Corona Kabupaten Pasaman Barat 10 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	21	Data Corona Kabupaten Pasaman Barat 30 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
11	Update Covid-19 Kabupaten Pasaman Barat 9 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	22	Pandemi Corona Kabupaten Pasaman Barat 29 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
12	Laporan Covid Kabupaten Pasaman Barat 8 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	23	Info Covid-19 Kabupaten Pasaman Barat 28 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
13	Data Corona Kabupaten Pasaman Barat 7 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	24	Update Covid Kabupaten Pasaman Barat 27 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
14	Pandemi Corona Kabupaten Pasaman Barat 6 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	25	Berita Corona Kabupaten Pasaman Barat 26 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
15	Informasi Covid-19 Kabupaten Pasaman Barat 5 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	26	Sebaran Corona Kabupaten Pasaman Barat 25 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
16	Tabel Covid Kabupaten Pasaman Barat 4 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	27	Update Covid-19 Kabupaten Pasaman Barat 24 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76
17	Berita Corona Kabupaten Pasaman Barat 3 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	28	Laporan Covid Kabupaten Pasaman Barat 23 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.036	Kasus Aktif 135
18	Data Corona Kabupaten Pasaman Barat 2 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	29	Data Corona Kabupaten Pasaman Barat 22 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.036	Kasus Aktif 135
19	Update Covid-19 Kabupaten Pasaman Barat 1 Januari 2022	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.095	Kasus Aktif 76	30	Pandemi Corona Kabupaten Pasaman Barat 21 Desember 2021	Terkonfirmasi 1.247	Meninggal 76	Sembuh 1.036	Kasus Aktif 135

Gambar Data Kasus Covid-19 di Pasaman Barat tahun 2021-2022.

Lampiran 2.

JADWAL VAKSINASI SUPER TUNTAS PASAMAN BARAT MINGGU, 26 DESEMBER 2021

JADWAL VAKSINASI TENGAH MENGGULU DESEMBER 2021

No	Nama Jorong	Hari/Tanggal	Tipe Vaksinasi	Waktu	Peninggang Jambak	Peninggang Lemah
1	1. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
2	2. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
3	3. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
4	4. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
5	5. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
6	6. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
7	7. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
8	8. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
9	9. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
10	10. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
11	11. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
12	12. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
13	13. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
14	14. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
15	15. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
16	16. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
17	17. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
18	18. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
19	19. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
20	20. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
21	21. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
22	22. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
23	23. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
24	24. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
25	25. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
26	26. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
27	27. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
28	28. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
29	29. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR
30	30. Jorong Pasaman Barat	Minggu/26 Desember 2021	Tipe 1 (Korona)	11.00	DISKAMINFO PASABAR	DISKAMINFO PASABAR

diskominfo pasabar • ikuti
Dinas Kominfo Pasaman Barat

diskominfo pasabar Jadwal Vaksinasi Super Tuntas di seluruh kecamatan di Pasaman Barat Minggu 26 Desember 2021.

#ayovaksinCovid19
#vaksinCovid19
#waspadacovid19

@polrespasamanbarat
@hamsuardirsinawanto
@pmi_kab_pasabar
@infopasabar
@infosubar

17 ming

8 suka
26 DESEMBER 2021

Tambahkan komentar...

Gambar Feed Instagram tentang jadwal vaksinasi super tuntas Pasaman Barat pada Minggu 26 Desember 2021.

Lampiran 3.



Gambar Feed Instagram Surat Edaran Bupati Pasaman Barat tentang Penyambutan Tahun Baru 2022.

Lampiran 4.



Gambar Feed Instagram pamflet surat edaran Bupati Pasaman Barat.

Lampiran 5.



Gambar dokumentasi setelah melakukan wawancara dengan Subjek Yudhi

Lampiran 6.



Gambar dokumentasi setelah melakukan wawancara dengan subjek Rika

Lampiran 7.



Gambar dokumentasi setelah melakukan wawancara subjek dengan Febi



Lampiran 8.



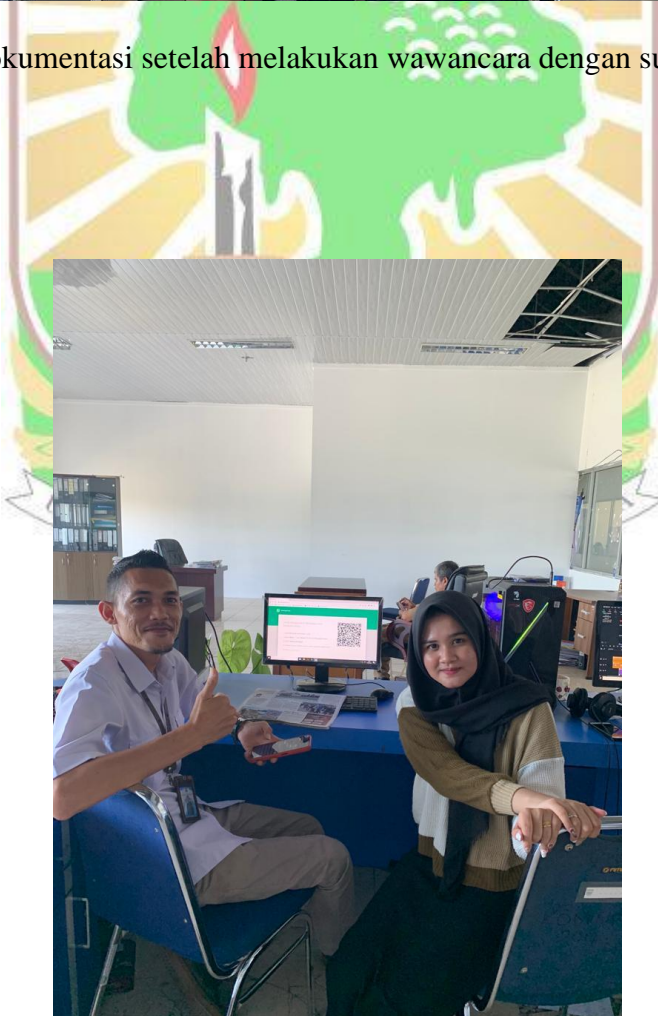
Gambar dokumentasi setelah melakukan wawancara dengan subjek Osnawati

Lampiran 9.



Gambar dokumentasi setelah melakukan wawancara dengan subjek Robby

Lampiran 10.



Gambar dokumentasi setelah melakukan wawancara dengan subjek Ilham

Lampiran 11.



Gambar ketika melakukan observasi keseharian kerja humas Diskominfo

Lampiran 12.



Gambar ketika observasi dokumentasi-dokumentasi kegiatan humas Diskominfo

dalam melakukan komunikasi persuasif

Lampiran 13.



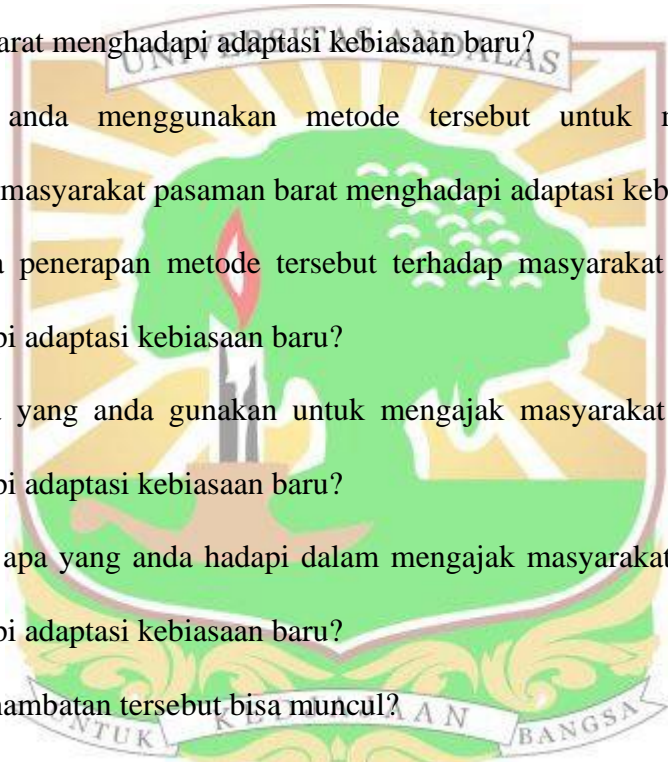
Gambar observasi partisipan dalam pelaksanaan peliputan acara Gerai Vaksin di
depan Kantor Bupati Pasaman Barat dengan praktisi humas Diskominfo Pasaman



Lampiran 14. Pedoman Wawancara

Berikut daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada subjek humas di Diskominfo pasaman barat

1. Berapa lama anda menjadi partisipan humas?
2. Bagaimana pengalaman anda mengajak masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru?
3. Apa metode yang anda gunakan untuk memaksimalkan partisipasi masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru?
4. Mengapa anda menggunakan metode tersebut untuk memaksimalkan partisipasi masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru?
5. Bagaimana penerapan metode tersebut terhadap masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru?
6. Media apa yang anda gunakan untuk mengajak masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru?
7. Hambatan apa yang anda hadapi dalam mengajak masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru?
8. Mengapa hambatan tersebut bisa muncul?
9. Bagaimana cara anda menyikapi kesulitan tersebut?
10. Dari metode yang anda gunakan dalam mengajak masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru, metode apa yang paling efektif ?
11. Bagaimana anda memaknai adaptasi kebiasaan baru?
12. Menurut anda metode lain apa yang seharusnya diterapkan namun karena alasan tertentu tidak dapat dilaksanakan?



Lampiran 15. Teks Wawancara

Peneliti : Oke, yang pertama siapa nama kakak dan berapa lama kakak menjadi partisipan humas?

Subjek : Nama saya Rika, saya dari tahun 2018 sampai sekarang bekerja di bagian humas. Ya awalnya itu sebagai peliput sekaligus meliput beritanya, sekalian admin untuk masukin berita ke sosial media.

Peneliti :Sekarang masih jadi admin kak?

Subjek : Masih sih, tapi lebih ke Facebook sama website

Peneliti : Website pasaman barat aktif kak?

Subjek : Aktif, Cuma sekarang lagi ada gangguan jadi belum bisa entry yang data kemaren

Peneliti : Terus kak, bagaimana pengalaman kakak mengajak masyarakat pasaman barat menghadapi adaptasi kebiasaan baru kemaren kak?

Subjek : Mengajak seperti apa nih?

Peneliti : Ya misalnya tu dengan Ketika kakak meliput berita, terus kakak ngedit, gimana kakak ngeditnya, gimana captionnya mungkin di Instagram atau di web tu kan pake caption tu kak, atau bagaimana cara mengemas beritanya supaya sampai ke masyarakat

Subjek : Oh, kalua sebelumnya ada buat kegiatan himbauan gitu dengan mobil, dengan mobil “halo-halo” kalau kami bilang. Itu setiap hari, misal dari kecamatan pasaman, luhak nan duo, sampai ke air bangis. Setiap hari kurang lebih satu bulan itu himbauan kepada masyarakat untuk memakai masker, menerapkan 3M lah

Peneliti : Waktu awal-awal pandemi berarti kan kak?

Subjek : Nah iya. Jadi kalau mengajaknya seperti itu, langsung ke lapangan, masuk-masuk jalan, gang-gang gitu untuk menerapkan 3M, menjaga jarak, segala macam lah. Untuk menghindari kerumunan. Terus kalau untuk misalnya wawancara, biasanya kami meminta pakai masker. Karna kan nanti kita mengajak untuk terapkan 3M ternyata pas kita foto di berita itu kan, pas kita liput ke media kok ga memakai masker gitu kan.

Peneliti : Jadi pemberian masker juga kak?

Subjek : Jadi kadang kami mewawancarai pak bupati gitu kan, biasanya kami minta untuk pakai masker dulu karena nanti kan bakal diliput ke masyarakat. Nanti pemerintah menyuruh begini, kok ga pake masker, biasanya gitu sih.

Peneliti : Terus apa lagi kak kira-kira? Misalnya kayak kan kakak admin sosial media nih, di sosial media kayak ada ga pengajakan masyarakat?

Subjek : Ada, itu lebih, bisa ada gambarnya, ada petunjuk-petunjuknya gitu, jadi masyarakat tidak hanya mendengar tapi juga melihat.

Peneliti : Jadi kayak mengkreafkan sosial media ya kak? Lebih ke bikin poster yang menarik untuk dilihat

Subjek : Hooh betul

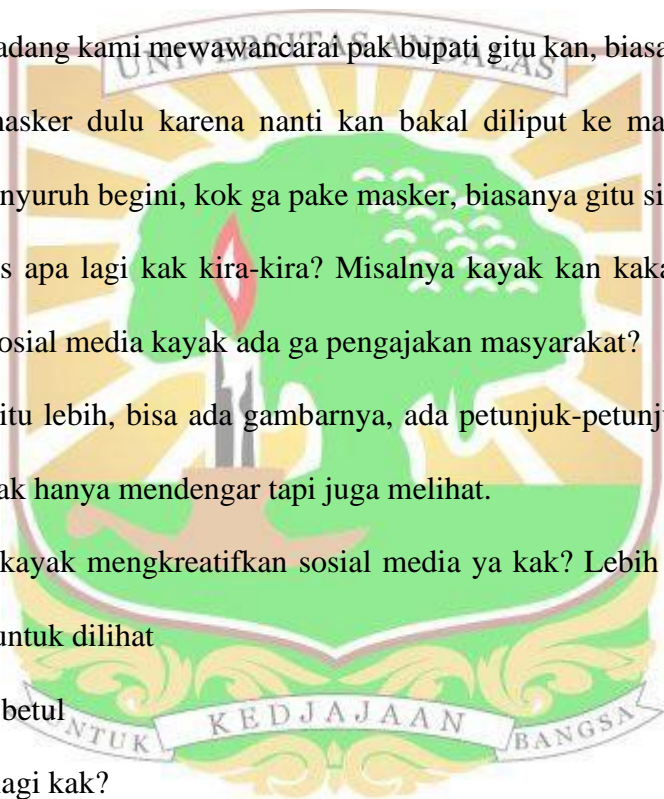
Peneliti : Ada lagi kak?

Subjek : Apa lagi ya, udah lupa sih, udah lama

Peneliti : Jadi kayak begini lah garis besarnya

Subjek : Iya ada dengan himbauan pak bupati gitu, surat-suratnya, kita share ke masyarakat

Peneliti : Itu nge share nya gimana kak?



Subjek : Itu di Facebook, Instagram, di web gitu. Edaran-edaran maksudnya tetap mematuhi protocol Kesehatan terus hindari kerumunan, terus kayak kegiatan-kegiatan yang menimbulkan keramaian gitu. Apa lagi?

Peneliti : Mungkin lanjut ke pertanyaan selanjutnya saja kak. Apa metode yang kakak gunakan untuk memaksimalkan partisipasi masyarakat pasaman barat dalam menghadapi kebiasaan baru?

Subjek : Apa nih?

Peneliti : Seperti kegiatan-kegiatan yang kayak memastikan gitu kak, kalau emang masyarakat ni mengindahkan imbauan-imbauan dari pemerintah. Kan kakak ni udah ada beberapa metode yang digunakan mulai dari himbauan-himbauan dengan mobil, memberikan masker, terus dengan menampilkan menggunakan masker, penggunaan sosial media kreatif, menyebarkan surat edaran lewat sosial media kan, nah itu kan upaya-upaya yang dilakukan praktisi humas supaya masyarakat melakukan adaptasi kebiasaan baru ini. Nah apa sih metode yang digunakan untuk memastikan bahwa masyarakat ini memang melaksanakan adaptasi kebiasaan baru itu kak?

Subjek : Seperti kita menyuruh, setiap toko misalnya, menetapkan siskamlingnya

Peneliti : Itu memastikan berarti ya kak?

Subjek : Terus kayak di lokasi-lokasi, contohnya kayak di BPJS, itu kan kursinya ada di silang 1, untuk mengatur jarak biar ga rame, kayak di rumah sakit, kayak pelayanan publik, kayak di bank, kayak gitu-gitu lah. Terus kayak di toko misalnya kan diminta untuk menaruh cuci tangan, terus ada stiker-stiker wajib pake masker.

Peneliti : Lebih ke poster gitu ya kak?

Subjek : Iya, terus kaya spanduk-spanduk di kantor-kantor juga ada tu himbauan untuk mematuhi protokol. Terus membagikan masker.

Peneliti : Itu yang membagikan masker memang humas yang menjalankan?

Subjek : Dari pemerintah. Sebenarnya ga humas saja sih, lebih ke Kerjasama dengan pemerintah-pemerintah yang lain. Contoh nih untuk membagikan misalnya di capil, jadi mereka yang datang kesana bagi yang tidak menggunakan masker, diberikan masker.

Peneliti : Tapi itu program humas?

Subjek : Program pemerintah yang sudah ditetapkan sih sebenarnya

Peneliti : Humas yang menyebarkan?

Subjek : Engga, ga juga. Jadi sekarang yang humas ya? Kalau yang di humas sih itu sih, himbauan, kayak gitu, terus menaruh apa mencuci tangan.

Peneliti : Dan itu memang di periksa kak? Di setiap toko, misal ada toko yang ga narok cuci tangan di depan

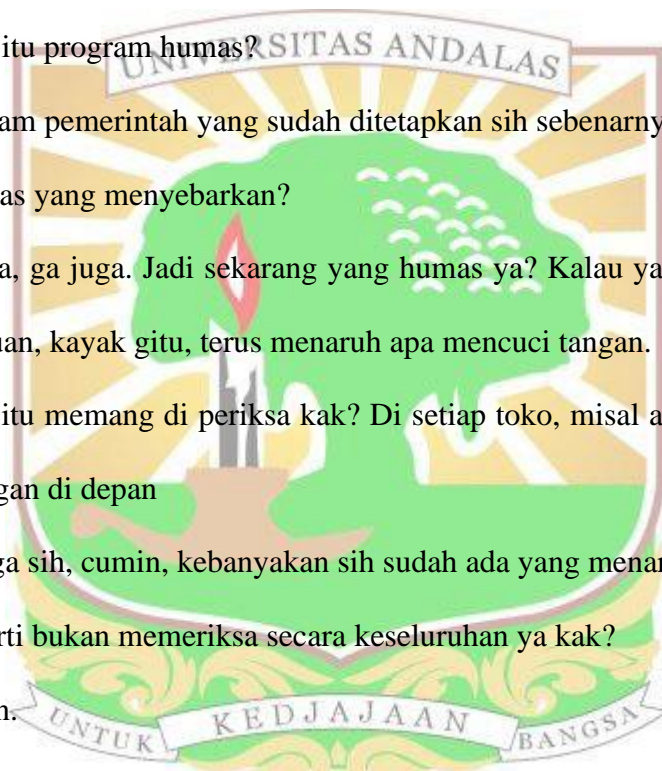
Subjek : Ohh ga sih, cumin, kebanyakan sih sudah ada yang menaruh seperti itu

Peneliti : Berarti bukan memeriksa secara keseluruhan ya kak?

Subjek : Bukan.

Peneliti : Oke kak mungkin lanjut ke pertanyaan selanjutnya. Mengapa kakak menggunakan metode itu untuk memaksimalkan partisipasi masyarakat? Menurut kakak itu efektif apa engga? Alasannya gitu kak kenapa menggunakan metode itu

Subjek : Gini sih, karna kan sebelumnya dibilang kayak, mobil aja nih kayak angkutan umum kan dibatasi tuh jumlahnya, dengan cara seperti itu kan usaha mereka tetap jalan, terus program pemerintah juga tetap jalan



Peneliti : Oh berarti dengan menggunakan metode ini ibaratnya menguntungkan, atau tidak merugikan pihak lah gitu ya kak

Subjek : Iya

Peneliti : Selanjutnya bagaimana penerapan metode tersebut terhadap masyarakat pasaman barat? Metode memastikan adanya jarak pada kursi ini, di masyarakatnya memang jalan apa engga? Selama ini kita tau kan kak di kursi yang disilang-silang itu banyak yang dicopot orang lah silangnya. Terus juga kebanyakan, kemarin itu kan awal-awal penggalakan metode ini emang kayak masih banyak orang yang patuh Cuma lama kelamaan kayak kendor gitu, maksudnya ga ada follow up lebih lanjut gitu kan dengan metode-metode yang digunakan.

Subjek : Tadi bagaimana penerapannya ya? Ya ga semua sih, ga semua menerapkan itu, Cuma kita lebih menekankan, untuk apa Namanya, untuk mencegah agar penyebaran virus itu ga jalan. Jadi kaya itu tadi, diberikan himbauan, kita berikan pengertian, agar usaha yang mereka jalani itu tetap lanjut terus program pemerintah juga tetap berjalan.

Peneliti : Ini kan berarti humas ini cumin memberikan informasi, apa yang terjadi di lapangan itu jadi hal-hal yang akan dilakukan selanjutnya atau hanya biarlah jalan gitu program kita gitu kak?

Subjek : Gimana ya, kalau kami sih lebih menginformasikan. Kalau tugas di lapangan itu lebih ke apa ya, kaya misalnya Kesehatan. Orang kesehatan fokusnya ya itu tadi, berapa jumlah yang ini gitu kan. Kalau kami hanya menghimbau bagaimana covid ini tidak menyebar, tidak menular. Terus ini juga sih, bekerjasama dengan dinas Kesehatan untuk menginformasikan, misalnya tanggal sekian bulan sekian kita menginformasikan berapa yang positif, berapa yang sembuh, berapa

yang meninggal gitu. Kita sebarkan ke sosial media kita juga. Jadi setiap hari itu ada laporan dari dinas Kesehatan, dari satgas gitu lah tentang covid. Tiap hari kita menginformasikan. Terus nanti per bulannya kita rekap. Satu bulan itu berapa yang sembuh, berapa yang meninggal, nanti kita informasikan ke media sosial juga. Lebih ke informasi sih rata-rata.

Peneliti : Kalau misalnya tu feedback yang diberikan masyarakat gitu ada ga kak?

Misalnya tu kaya ada lah keramaian, selama kita tau di keramaian itu pembatasan minim banget lah kaya masih bisa pesta, masih ada tempat yang dikunjungi rame-rame tanpa pembatasan kapasitas. Disitu kan Nampak tu, Ketika dikasih informasi rupanya masih kayak gini nih. Nah disitu ada ga hal-hal yang dievaluasi humas atau hal yang direncanakan selanjutnya oleh humas untuk membatasi kurangnya perhatian masyarakat untuk mengikuti imbauan-imbauan yang dilakukan pemerintah?

Subjek : Kalau himbauan seperti itu lebih ke instansi yang terkait, contohnya kayak satpol-PP untuk mengamankan

Peneliti : Berarti lebih ke kerja sama?

Subjek : Iya bekerjasama dengan OPD lain. Misalnya kan kaya pesta tidak ada larangan, masih ada satpol pp yang datang ke lapangan untuk memperingati. Kalau seandainya mereka ngotot, misalnya kek gini, biasanya kemarin tu orang tu suruh batasi, terus cuci tangan, masker gitu

Peneliti : Dan masyarakat yang melanggar, atau yang tidak mengindahkan imbauan pemerintah lah, itu mereka diliput, disebar di sosial media ga kak?

Subjek : Engga

Peneliti : Berarti ditegur secara personal saja?

Subjek : Iya

Peneliti : Selanjutnya, media apa aja yang digunakan kak? Selain mobil gitu kan media bergerak kak

Subjek : Media online seperti WA, FB, Instagram, website

Peneliti : Berarti tentang covid kemarin banyak datanya di website pasaman barat?

Subjek : Berita sih kalau di website, mungkin lebih ke FB

Peneliti : Ada lagi kak? Kaya misalnya koran?

Subjek : Kami kan bekerjasama dengan wartawan-wartawan, jadi misalnya hari ini pak bupati lagi sosialisasi tentang covid, jadi beritanya kami bagi ke wartawan lewat grup-grup. Jadi lebih ke mitra wartawan gitu, jadi sumbernya dari kami

Peneliti : Berarti yang ngeliput kakak nih?

Subjek : Engga, sekarang bukan kakak

Peneliti : Jadi beritanya pihak humasnya yang ngeliput, lalu diberi ke wartawan?

Subjek : Jadi prosesnya gini, kita liput, nanti berita itu dikirim ke grup-grupnya kabid, dari grup itu nanti kakak ambil beritanya, kakak edit, setelah edit kakak kirim ke kabid dan kadis. Setelah kadis bilang oke, baru kakak terbitkan di FB gitu.

Peneliti : Jadi gitu alurnya ya? Turun ke lapangan dulu, dapat beritanya, edit, laporkan ke kabid dan kadis, kalau dah oke baru disebar?

Subjek : Iya

Peneliti : Itu biasanya berapa lama dari kejadian sampai diinput beritanya kak?

Subjek : Tergantung sih, kendalanya tu kan di lapangan kadang, kalau lokasinya ga blindspot ya bisa cepat, ada proses pembuatannya. Kalau seandainya jauh kan, terus kondisi di jalan, mereka nyampe kantor dulu lalu ke lapangan baru meliput berita

gitu. Terus kendalanya tu kadang belum mendapat acc dari kadis, mereka kan ga selalu megang hp. Itu sih sebenarnya kendalanya

Peneliti : Paling cepat itu gimana?

Subjek : Kalau kakak dapat berita, kakak edit, terus kakak lapor ke kadis, 1 jam bisa. Kalau yang lama bisa sampai malam, tergantung sih.

Peneliti : Itu kak, penyebaran informasi tentang covid n ikan termasuk cepat ya, apalagi kaya awal-awal masuk covid di pasaman barat kaya ga nyampe hitungan jam lah ya, kaya semenit dah tersebar luas. Itu kan juga mempengaruhi tersebarnya berita *hoax*, karna Cuma dari mulut ke mulut. Bagaimana cara humas sebagai informasi terpercaya dan diakuratkan lah oleh masyarakat. Bagaimana humas menghadapi berita-berita *hoax* tentang covid di pasaman barat?

Subjek : Kami biasanya kalau ada berita-berita yang seperti itu kan kami pastikan dulu, apa ini benar, terus sumbernya dari mana, kalau sumbernya emang ga jelas, kami informasikan lagi ke media sosial. Contohnya in ikan berita yang disebarluaskan di sosial media, terus kami buat ini, bacaan "*HOAX*" bahwasannya berita itu memang tidak benar dan bohong gitu. Pernah kejadian kemarin yang gempa di talu, terus ada berita gunung yang mau Meletus, jadi itu kami buat *hoax* gitu. Kami cari tahu dulu, lalu kami konfirmasi ke jorong, walinagari sana, itu bukan katanya, baru kami buat. Ketimbang jadi masalah bagi masyarakat.

Peneliti : Sama halnya kaya kasus covid kemaren dibidang yang sakit tu juga merupakan pemerintah yang menggalakkan, itu kan sempat heboh juga kemaren.

Kesulitan apa yang dihadapi Ketika mengajak masyarakat menghadapi kebiasaan baru?

Subjek : Apa ya, mengajak masyarakatnya ini lebih ke ini sih, kaya biasa ya ga bisa kasar, menyuruh pake masker, terus kaya pergi-pergi, kaya instansi kan menggalakkan wajib pakai masker, lameh lah, apa lah gitu kan katanya. Terus

Subjek : sekarang kalau urusan apa-apa kan harus pakai masker, terus vaksin, itu sih sebenarnya.

Peneliti : Lanjut ya kak, kenapa kesulitan ini bisa terjadi gitu? Yang pertama pasti karena kurangnya kesadaran ga sih

Subjek : Iya, karena kurangnya kesadaran akan bahayanya covid, terus ada kalau isu-isu dari luar kalau covid itu ga ada gitu, itu bohong, segala macam.

Peneliti : Isu yang beredar itu berbeda dengan program kerja pemerintah lah ndak. covid Cuma konspirasi, covid Cuma senjata pemerintah untuk menakuti masyarakat gitu ya kak? Jadi ada 2 lah kendalanya ya kak.

Nah sekarang gimana cara menyikapi kesulitannya kak?

Subjek : Gimana ya,

Peneliti : Itu juga bisa ga sih kak? Misalnya sekarang apapun imbauan pemerintah tu, wajib pakai masker, wajib vaksin dulu, itu merupakan upaya, gimana ya bahasanya

Subjek : Mewajibkan setiap urusan yang berkaitan dengan pemerintah. Tapi ga mewajibkan sih, lebih ke mengharuskan. Kalau mewajibkan nanti berdosa pula kan.

Peneliti : Vaksin ini kan ada dosis-dosisnya gitu kan kak? Kan kebanyakan misalnya gini, dia penerima entah itu bantuan pemerintah kaya mendapatkan wajib vaksin gitu. Setelah mendapat dosis 1 misalnya, Cara agar masyarakat tetap melanjutkan vaksin sesuai yang dianjurkan itu bagaimana kak?

Subjek : Apa ya,

Peneliti : Mungkin ada pemerintah yang datang secara personal mungkin. Kan kemarin juga ada isu-isu nya pemerintah mendatangi masyarakat secara personal untuk mengajak, “ayo vaksin, ayo vaksin, gitu

Subjek :Ini sih kalau kami kemaren dari kominfo, sebenarnya juga ga Cuma dari kominfo aja, ada dari dinas lain, bekerjasama dengan pihak satgas untuk mengajak. Kami kemarin dapat bagian di daerah koto balingka, kami kesana untuk mengajak ke rumah-rumah, ayo vaksin gitu. Bagi yang sudah vaksin 1 kami ajak vaksin 2 gitu. Setiap kabupaten kan punya target tuh sampai bulan januari gitu kami turun ke lapangan. Tapi ga semua kecamatan sih, kami dapat bagian di kecamatan koto balingka.

Peneliti : Itu metodenya Cuma sekedar mengajak atau memberi apresiasi gitu bagi yang udah gitu?

Subjek : Oh ya bagi yang udah kemarin kami berikan kaya minyak goreng, kaya sembako gitu.

Peneliti : Soalnya data yang shilla dapatkan dari kepolisian sama yang dari dinkes kemarin kak, itu kan pasaman barat menduduki peringkat 7 terakhir, data vaksinnya, sampai dosis 2. Dan itu dibawah kepulauan Mentawai. Itu kan kayak, biasanya perbandingan nya Mentawai ya kan, Mentawai yang paling sedikit gitu, tapi ini angka vaksin pasaman barat lebih rendah daripada kepulauan Mentawai. Itu bagaimana humasnya kak? Sebagaimana yang kita tahu humas in ikan merupakan bagian pemerintah yang bertanggung jawab menjembatani antara pemerintah dan masyarakat gitu kak

Subjek : Itu bukan bagian saya sebenarnya

Peneliti : Gpp jawab setau kakak aja

Subjek : Apa ya, ya kurangnya kesadaran masyarakat akan vaksin. Yang kedua sosialisasi sebenarnya, sosialisasi dari pemerintah ke lapangan itu masih minim. Karna gini, mereka Cuma mengadakan yang kaya gebyar-gebyar gitu di lokasi-lokasi tertentu doang.

Peneliti : Oh berarti penyebaran informasi yang kurang merata ke daerah-daerah gitu kak?

Subjek : Sebenarnya informasi tu sudah kami sebar. Gini dek, kita kan sudah informasikan itu sampai ke kecamatan, dan kecamatan itu juga membentuk tim-timnya untuk menyebarkan ke nagari, jorong, sampai ke desa-desa terpencil gitu. Itu tadi mungkin kendalanya disitu. Karna kan masyarakat-masyarakat ini kurang informasi, terutama tempat-tempat blindspot ini kurang informasi, kadang hp nya juga masih biasa.

Peneliti : Nah iya kak, sebenarnya kan sosial media kan yang diperlukan untuk menyebarkan informasi

Subjek : Iya kayak surat gitu kan, kita kirim ke WA. Jadi surat-surat seperti itu ga sampai ke bawah-bawah tadi gitu.

Peneliti : Oke lanjut ke pertanyaan selanjutnya kak, dari metode mengajak masyarakat nih dalam menghadapi kebiasaan baru, menurut kakak metode apa yang paling efektif?

Subjek : Metode apa nih?

Peneliti : Kan ada kayak dengan mobil, dengan sosial media, dengan mengharuskan masyarakat dalam setiap urusan dengan pemerintah menggunakan masker dalam menghadapi kebiasaan baru. Menurut kakak cara apa yang paling efektif?

Subjek : Sosial media, tapi sudah mencakup semua ya. Lebih ke lapangan sih sebenarnya.

Peneliti : Berarti yang di lapangan yang lebih efektif?

Subjek : Contoh nih, kita menghimbau ke masyarakat, tapi kita juga langsung berikan masker gitu

Peneliti : Ibaratnya langsung tatap muka mengajaknya gitu ya kak? Tapi ada kendala juga kan kak kalau himbauan face-to-face gini? Sulit menjangkau massa yang lebih banyak

Subjek : Iya. Pesan ke sosial media juga. Karna kan sekarang rata-rata udah pake handphone, anak-anak pun udah pake handphone. Cuma itu tadi, lebih ke menyebarkan informasi tadi kan.

Peneliti : Nah sekarang kan misalnya ada ni program pemerintah untuk membagikan masker. Itu diinput ke sosial media atau engga?

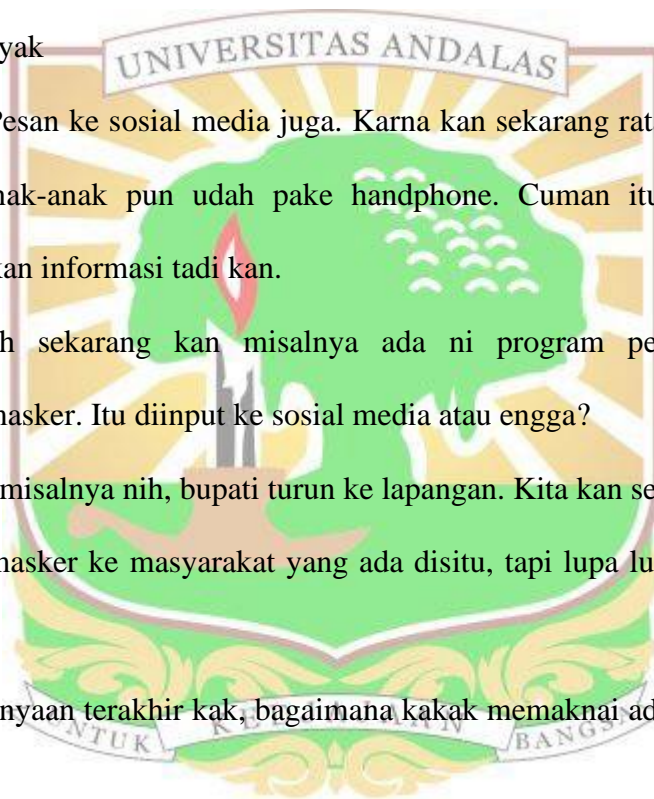
Subjek : Kaya misalnya nih, bupati turun ke lapangan. Kita kan setiap ke lapangan membagikan masker ke masyarakat yang ada disitu, tapi lupa lupa pakai masker gitu

Peneliti : Pertanyaan terakhir kak, bagaimana kakak memaknai adaptasi kebiasaan baru ini kak?

Subjek : Ga lama ya ini ya?

Peneliti : Sepanjang tahun 2021 lah mungkin kak

Subjek : Memaknainya ya? Mungkin kita pribadi juga merasa agak kewalahan ya. Biasanya kita pesta bebas ga pake masker, ada beban tersendiri lah. Sholat pun juga dibatasi ya. Terus juga kita buat-buat kegiatan pun ga bisa kan, liburan ga bisa, segala macam ditutup. Itu sih melatih kesabaran, agak berat. Tapi semua kita



menjalani itu, dari pemerintah pun menjalani itu kan. Yang biasanya hubungan kerja keluar, sosialisasi besar-besaran. Makanya kita itu ada zoom meeting, ga bisa tatap muka.

Peneliti : Yang terakhir kak. Menurut kakak metode lain apa yang seharusnya diterapkan untuk mengajak masyarakat, namun ada kendala. Menurut kakak ada ga?

Subjek : Apa ya. Ini sih, kan misal kita mau sosialisasi besar-besaran ke lapangan, terus kenapa kita ga melakukan itu, karena kita ga boleh membuat kerumunan. Terkadang kita buat zoom, tapi tidak banyak yang mengerti menggunakannya.

Peneliti : Lagian juga zoom banyak makan paket internet kan kak, jaringan harus stabil

Subjek : Iya kita kendalanya disitu, tidak semua orang juga mengerti fasilitas zoom itu

Peneliti : Iya kak, walaupun ga masuk 3T ya, Cuma bisa dibilang masih banyak yang buta dengan teknologi

Subjek : Iya gitu, mau sosialisasi langsung susah, sosialisasi online pun susah

Peneliti : Ada lagi ga kak menurut kakak selain sosialisasi? Kayak pemberantasan, bukan pemberantasan juga si kaya menindaklanjuti orang yang tidak mengindahkan imbauan, Cuma masih dibiarkan karena alasan kemanusiaan mungkin?

Subjek : Apa ya, itu sih. Ini apa lagi cukup?

Peneliti : Cukup kak. Mungkin segitu data-data yang dibutuhkan sekarang. Kalau ada data-data lain yang dibutuhkan boleh shilla hubungi kakak?

Subjek : Boleh

Peneliti : Terima kasih kak

Lampiran 16. Narasi

Saya menjadi partisipan humas dari tahun 2018 sampai sekarang. Ya awalnya itu sebagai peliput sekaligus meliput beritanya, sekalian admin untuk masukin berita ke sosial media hingga sekarang. Untuk sekarang lebih sering aktif di facebook dan website, namun untuk website pasaman barat sekarang sedang ada gangguan jadi belum bisa entry data.

Pengalaman dalam mengajak masyarakat menghadapi kebiasaan baru ada, sebelumnya ada buat kegiatan himbauan gitu dengan mobil, dengan mobil “halo-halo” kalau kami bilang. Itu setiap hari, misal dari kecamatan pasaman, luhak nan duo, sampai ke air bangis. Setiap hari kurang lebih satu bulan itu himbauan kepada masyarakat untuk memakai masker, menerapkan 3M lah.

Jadi kalau mengajaknya seperti itu, langsung ke lapangan, masuk-masuk jalan, gang-gang gitu untuk menerapkan 3M, menjaga jarak, segala macam lah. Untuk menghindari kerumunan. Terus kalau misalnya wawancara, biasanya kami meminta pakai masker. Karena nanti kita mengajak untuk terapkan 3M ternyata saat foto di berita itu kan, liput ke media kok ga pakai masker gitu kan. Jadi kadang kami mewawancarai pak bupati gitu kan, biasanya kami minta untuk pakai masker dulu karena nanti kan bakal diliput ke masyarakat. Nanti pemerintah menyuruh begini, kok ga pake masker, biasanya gitu sih.

Saya sebagai admin sosial media dalam mempersuasi masyarakat itu lebih ke yang ada gambarnya, ada petunjuk-petunjuknya gitu, seperti poster, jadi masyarakat tidak hanya mendengar tapi juga melihat. Ada juga dengan himbauan pak bupati gitu, surat-suratnya, kita share ke masyarakat melalui Facebook, Instagram, di web gitu. Edaran-edaran maksudnya seperti anjuran tetap mematuhi

protokol kesehatan terus hindari kerumunan, terus seperti kegiatan-kegiatan yang menimbulkan keramaian gitu.

Untuk memaksimalkan partisipasi masyarakat pasaman barat dalam menghadapi kebiasaan baru biasanya dengan kegiatan-kegiatan yang memastikan gitu, kalau emang masyarakat ini mengindahkan imbauan-imbauan dari pemerintah. Selain dengan metode seperti himbauan-himbauan dengan mobil, memberikan masker, terus dengan menampilkan menggunakan masker, penggunaan sosial media kreatif, menyebarkan surat edaran lewat sosial media, untuk memastikan bahwa masyarakat ini memang melaksanakan adaptasi kebiasaan baru itu seperti kita menyuruh setiap toko misalnya, menetapkan proses yang telah ditetapkan. Terus kayak di lokasi-lokasi, contohnya kayak di BPJS, itu kan kursinya ada di silang 1, untuk mengatur jarak biar ga rame, kayak di rumah sakit, kayak pelayanan publik, kayak di bank, kayak gitu-gitu lah. Terus kayak di toko misalnya kan diminta untuk menaruh cuci tangan, terus ada stiker-stiker wajib pake masker. Lebih ke poste-poster, dan spanduk-spanduk di kantor-kantor juga ada himbauan untuk mematuhi protokol.

Pembagian masker itu merupakan program dari pemerintah. Sebenarnya ga humas saja, lebih ke kerjasama dengan pemerintah-pemerintah yang lain. Contoh nih untuk membagikan misalnya di capil, jadi mereka yang datang kesana bagi yang tidak menggunakan masker, diberikan masker. Kalau kegiatan praktisi humas sih lebih ke himbauan, terus menaruh perintah mencuci tangan.

Metode lain yang menurut saya efektif mungkin gini sih, karna kan sebelumnya dibilang kayak, mobil aja nih kayak angkutan umum kan dibatasi tuh jumlahnya, dengan cara seperti itu kan usaha mereka tetap jalan, terus program

pemerintah juga tetap jalan. Ibaratnya menguntungkan atau tidak merugikan pihak lain.

Namun dalam penerapannya tidak semua yang terlaksana, tidak semua yang menerapkan itu, cuma kita lebih menekankan, untuk mencegah agar penyebaran virus Covid-19. Jadi kaya itu tadi, diberikan himbauan, kita berikan pengertian, agar usaha yang mereka jalani itu tetap lanjut terus program pemerintah juga tetap berjalan.

Humas lebih menginformasikan. Kalau tugas di lapangan itu, misalnya kesehatan. Orang kesehatan fokusnya mendata berapa jumlah yang terdampak covid dll. Kalau kami hanya menghimbau bagaimana covid ini tidak menyebar, tidak menular. Humas juga bekerjasama dengan dinas kesehatan untuk menginformasikan, misalnya tanggal sekian bulan sekian kita menginformasikan berapa yang positif, berapa yang sembuh, berapa yang meninggal gitu. Kita sebar ke sosial media kita juga. Jadi setiap hari itu ada laporan dari dinas Kesehatan, dari satgas gitu lah tentang covid. Tiap hari kita menginformasikan. Terus nanti per bulannya kita rekap. Satu bulan itu berapa yang sembuh, berapa yang meninggal, nanti kita informasikan ke media sosial juga. Lebih ke informasi sih rata-rata.

Kalau himbauan seperti ada keramaian, pesta yang ramai, atau tentang kurangnya perhatian masyarakat itu lebih ke instansi yang terkait, contohnya kayak satpol-PP untuk mengamankan. Kita lebih ke bekerjasama dengan OPD lain. Misalnya kan kaya pesta tidak ada larangan, masih ada satpol pp yang datang ke lapangan untuk memperingati. Kalau seandainya mereka ngotot, misalnya kek gini, biasanya kemarin tu orang tu suruh batasi, terus cuci tangan, masker gitu. Jika ada

masyarakat yang melanggar, atau yang tidak mengindahkan imbauan pemerintah itu bisa dilakukan teguran secara personal.

Selain mobil media bergerak, media lain yang digunakan adalah media online seperti WA, FB, Instagram, website. Untuk di website lebih ke berita, sedangkan data tentang covid mungkin lebih ke FB. Kami juga bekerjasama dengan wartawan-wartawan, jadi misalnya hari ini pak bupati lagi sosialisasi tentang covid, jadi beritanya kami bagi ke wartawan lewat grup-grup. Jadi lebih ke mitra wartawan gitu, jadi sumbernya dari kami. Jadi prosesnya peliputannya itu dari kita liput, nanti berita itu dikirim ke grup-grupnya kabid, dari grup itu nanti kakak ambil beritanya, kakak edit, setelah edit kakak kirim ke kabid dan kadis. Setelah kadis bilang oke, baru kakak terbitkan di FB gitu.

Untuk durasi proses peliputannya tergantung, kendalanya tu kan kadang dilapangan, kalau lokasinya ga *blindspot* ya bisa cepat, ada proses pembuatannya. Kalau seandainya jauh kan, terus kondisi di jalan, mereka nyampe kantor dulu lalu ke lapangan baru meliput berita gitu. Terus kendalanya tu kadang belum mendapat acc dari kadis, mereka kan ga selalu memegang hp. Itu sih sebenarnya kendalanya. Sementara untuk peliputan tercepatnya itu kalau kami dapat berita, lanjut edit, terus kami lapor ke kadis, 1 jam bisa. Kalau yang lama bisa sampai malam, tergantung sih.

Dalam menghadapi berita-berita *hoax* yang beredar, kami biasanya kami pastikan dulu, apa berita ini benar, terus sumbernya dari mana, kalau sumbernya emang ga jelas, kami informasikan lagi ke media sosial. Contohnya ada berita yang disebarluaskan di sosial media, terus kami buat bacaan “*HOAX*” pada berita tersebut, bahwasannya berita itu memang tidak benar dan bohong gitu. Pernah

kejadian kemarin yang gempa di talu, terus ada berita gunung yang mau meletus, jadi itu kami buat hoax gitu. Kami cari tahu dulu, lalu kami konfirmasi ke jorong, walinagari sana, itu bukan katanya, baru kami buat. Ketimbang jadi masalah bagi masyarakat.

Kesulitan ketika mengajak masyarakat menghadapi kebiasaan baru itu seperti dalam mengajak masyarakatnya, kita ga bisa kasar, menyuruh pake masker, terus kaya pergi-pergi, kaya instansi kan menggalakkan wajib pakai masker, lemah lah, apa lah gitu kan katanya. Terus sekarang kalau urusan apa-apa kan harus pakai masker, terus vaksin, itu sih sebenarnya.

Ada 2 kendala dalam mempersuasi masyarakat, pertama karena kurangnya kesadaran masyarakat akan bahayanya covid, lalu ada juga isu-isu dari luar kalau covid itu sebenarnya tidak ada, covid itu bohong, dan segala macam. Lalu sekarang pemerintah mewajibkan setiap urusan dengan pemerintah menggunakan masker. Tapi ga mewajibkan sih, lebih ke mengharuskan. Kalau mewajibkan nanti berdosa pula kan.

Dari kominfo yang bekerjasama dengan pihak lain seperti satgas untuk mengajak masyarakat menghadapi kebiasaan baru. Kami kemarin dapat bagian di daerah koto balingka, kami kesana untuk mengajak ke rumah-rumah, ayo vaksin gitu. Bagi yang sudah vaksin 1 kami ajak vaksin 2 gitu. Setiap kabupaten kan punya target tuh sampai bulan januari gitu kami turun ke lapangan. Tapi ga semua kecamatan sih, kami dapat bagian di kecamatan koto balingka. Dan bagi yang sudah vaksin kami memberi apresiasi berupa minyak goreng dan sembako.

Rendahnya angka vaksin pasaman barat mungkin karena kurangnya kesadaran masyarakat akan vaksin. Yang kedua sosialisasi sebenarnya, sosialisasi

dari pemerintah ke lapangan itu masih minim. Karna mereka cuma mengadakan sosialisasi besar-besaran gitu di lokasi-lokasi tertentu doang. Sebenarnya informasi tu sudah kami sebar. Kita kan sudah informasikan itu sampai ke kecamatan, dan kecamatan itu juga membentuk tim-timnya untuk menyebarkan ke nagari, jorong, sampai ke desa-desa terpencil gitu. Itu tadi mungkin kendalanya disitu. Karna kan masyarakat-masyarakat ini kurang informasi, terutama tempat-tempat blindspot ini kurang informasi, kadang hp nya juga masih biasa. Sebenarnya kan sosial media kan yang diperlukan untuk menyebarkan informasi. Kayak surat gitu kan, kita kirim ke WA. Jadi surat-surat seperti itu ga sampai ke bawah-bawah tadi gitu.

Dari metode mengajak masyarakat nih dalam menghadapi kebiasaan baru, menurut saya metode yang paling efektif adalah sosial media, tapi sudah mencakup semua ya. Lebih ke lapangan sih sebenarnya. Contoh nih, kita himbau ke masyarakat, tapi kita juga langsung berikan masker gitu. Tapi ada kendala dalam melakukan himbauan face to face yaitu sulit menjangkau massa yang lebih banyak. Pesan ke sosial media, karna kan sekarang rata-rata udah pake handphone, anak-anak pun udah pake handphone. Cuman itu tadi, lebih ke menyebarkan informasi tadi kan.

Dalam memaknai adaptasi kebiasaan baru, mungkin kita pribadi juga merasa agak kewalahan. Biasanya kita pesta bebas ga pake masker, ada beban tersendiri lah. Sholat pun juga dibatasi. Terus juga kita buat kegiatan ramai pun ga bisa kan, liburan ga bisa, segala macam ditutup. Itu sih melatih kesabaran, agak berat. Tapi semua kita menjalani itu, dari pemerintah pun menjalani itu kan. Yang biasanya hubungan kerja keluar, sosialisasi besar-besaran. Makanya kita itu ada zoom meeting, tidak bisa tatap muka.

Metode lain yang ingin dilaksanakan seperti kita mau sosialisasi besar-besaran ke lapangan, tapi kita tidak bisa melakukan itu, karena kita ga boleh membuat kerumunan. Terkadang kita buat zoom, tapi tidak banyak yang mengerti menggunakannya, tidak semua orang juga mengerti fasilitas zoom itu. Jadinya sulit, mau sosialisasi langsung susah, sosialisasi online pun susah.



Lampiran 17.

NO	TANGGAL	KEGIATAN	KETERANGAN
1	10 Juli 2022	Observasi awal terkait permasalahan penelitian	Pada tahap ini, peneliti menemukan bahwasanya vaksinasi kurang diminati di Pasaman Barat pada kalangan masyarakat umum.
2	12 Juli 2021	Observasi kegiatan vaksin di kejurongan Pasaman Baru	-Kegiatan vaksin Covid-19 masih kurang peminat, padahal kejurongan Pasaman Baru berada di pusat pemerintahan Pasaman Barat.
3	20 September 2021	Observasi imbauan-imbauan yang dilakukan oleh praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat melalui media sosial Instagram @diskominfoasbar	-Praktisi humas melakukan berbagai imbauan terkait tata cara menghadapi adaptasi kebiasaan baru di era Covid-19.
4	21 Februari 2022	Ikut melihat bagaimana kerja praktisi humas dalam kegiatan gerai vaksin Booster Covid-19 pada 21 Februari 2022	-Praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat dalam memberikan imbauan, meliput berita, menerbitkan berita, dan memberikan update-an di feed Instagram @diskominfoasbar.
5	25 April 2022	Melihat bagaimana cara kerja praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat dalam kegiatan hariannya.	-Praktisi humas bekerja tidak selalu dari kantor, dan sering bepergian keluar kantor untuk meliput dan menayangkan berita ataupun informasi

			yang dibutuhkan masyarakat.
6.	10 Mei 2022	Wawancara dengan Yudhi, selaku Kepala Bidang Divisi Komunikasi dan Informasi Publik Diskominfo Pasaman Barat	-Wawancara dilakukan secara langsung di ruangan Kepala Bidang komunikasi dan Informasi Publik.
7.	13 Mei 2022	Observasi kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat melalui dokumentasi-dokumentasi yang dimiliki.	-Melihat berbagai kegiatan yang telah dilakukan praktisi humas Diskominfo Pasaman Barat selama mempersuasi masyarakat menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru di era Covid-19.
8.	17 Mei 2022	Wawancara bersama subjek penelitian Rika, Febi, Osniwati, Robby, dan Ilham.	Wawancara dilakukan di kantor Diskominfo Pasaman Barat.

