

**PERSEPSI MASYARAKAT PADA  
PROMOSI TIKET MURAH AIR ASIA SAAT  
PANDEMI COVID- 19 DI KELURAHAN MEDAN  
HELVETIA TENGAH**

**SKRIPSI**

Oleh :

**RIZA RULIANSYAH NASUTION**

**NPM. 1703110148**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Hubungan Masyarakat (HUMAS)**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **RIZA RULIANSYAH NASUTION**  
NPM : 1703110148  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT PADA PROMOSI  
TIKET MURAH AIRASIA SAAT PANDEMI  
COVID-19 DI KELURAHAN MEDAN HELVETIA**

Medan, 25 MEI 2022

PEMBIMBING

**Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom**

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI

**AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom**



**Dr. ARIPTINSALEH, S.Sos., MSP**

## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : RIZA RULIANSYAH NASUTION  
NPM : 1703110148  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Rabu, 25 Mei 2022  
Waktu : Pukul 08:00 s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : RAHMANITA GINTING, M.Sc., Ph.D.

PENGUJI II : FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom

PENGUJI III : Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom

### PANTIA PENGUJI

Ketua

Dr. ARIEF SALEH, S.Sos., MSP

Sekretaris

ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom



## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Riza Ruliansyah Nasution**, NPM 1703110148, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 25 Mei 2022

Yang menyatakan,



**RIZA RULIANSYAH NASUTION**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Persepsi Masyarakat Pada Promosi Tiket Murah Air Asia Saat Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Medan Helvetia Tengah”**.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu Ayahanda Muahmmad Syahrul Nasution dan Ibunda Roslina dan juga Kepada seluruh keluarga penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyak nya.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan

3. Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom sebagai Wakil Dekan I, Ibu Dra.Hj.Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan
4. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Elvita Yenni, SS., M.Hum selaku Dosen penasehat akademik.
6. Dan Ibu Dr.Faustyna M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
8. Seluruh teman-teman stambuk 2017 yang sudah bersedia direpotkan dalam penyelesaian skripsi ini..
9. Bapak Lurah Helvetia Tengah yang telah mengizinkan saya dalam melakukan penelitian ini.
10. Kepada teman-teman kelas IKO C Pagi dan IKO C HUMAS Pagi dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2017 FISIP UMSU.
11. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini

bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, 25 Maret 2022

Penulis,

**Riza Ruliansyah Nasution**  
**NPM :1703110148**

# **Persepsi Masyarakat Pada Promosi Tiket Murah AirAsia Di Saat Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Helvetia Tengah Kota Medan**

**Riza Ruliansyah Nasution**  
**1703110148**

## **Abstrak**

Penelitian ini dibuat karena melihat fenomena tiket murah di era pandemic covid-19 dimana mobilitas penduduk dibatasi dan juga membutuhkan biaya yang tidak sedikit karena berbagai persyaratan yang diwajibkan. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap promosi tiket murah AirAsia di era pandemic covid-19. Teori-teori yang dipakai dalam penelitian ini ialah teori komunikasi, komunikasi massa, masyarakat, persepsi, teori aidda, promosi, AirAsia, dan covid-19. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Helvetiah Tengah Kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dimana data diperoleh dengan metode wawancara dan observasi, sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini berupa rangkaian hasil wawancara yang dilakukan terhadap 15 orang informan, teknik samplig yang dipakai ialah purposive sampling dimana sampel ditentukan dengan kriteria tertentu sehingga yang menjadi informan adalah yang memenuhi kriteria, dalam hal ini ialah masyarakat yang sudah lebih dari 5 kali menggunakan AirAsia. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah model interaktif Miles Huberman. Dengan jumlah informan sebanyak 15, maka hasil dari penelitian ini ialah tentang persepsi masyarakat terhadap promosi tiket murah AirAsia di era pandemic *covid-19* ialah masyarakat memberikan persepsi yang positif, masyarakat mengatakan bahwa tiket murah di era pandemic sangat berguna bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi, dan masyarakat berharap agar AirAsia selalu memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik kepada para penggunanya.

**Kata Kunci:** Persepsi Masyarakat, Promosi Tiket Murah, Pandemic Covid-19.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTARI GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Pembatasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II URAIAN TEORITIS .....</b>	<b>6</b>
2.1 Komunikasi .....	6
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	6
2.1.2 Fungsi Komunikasi .....	9
2.1.3 Proses Komunikasi.....	10
2.1.4 Unsur-Unsur Komunikasi .....	12
2.1.5 Efek Komunikasi.....	14
2.1.6 Hambatan Dalam Komunikasi .....	15

2.2 Komunikasi Massa .....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	17
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	18
2.2.3 Efek Pesan Komunikasi Massa .....	20
2.3 Masyarakat .....	20
2.3.1 Pengertian Masyarakat .....	20
2.4 Persepsi .....	22
2.4.1 Pengertian Persepsi .....	22
2.4.2 Proses Terbentuknya Persepsi .....	22
2.4.3 Jenis-Jenis Persepsi .....	24
2.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	25
2.5 Teori Aidda .....	26
2.5.1 Pengertian Teori Aidda .....	26
2.6 Promosi .....	28
2.6.1 Pengertian Promosi .....	28
2.7 AirAsia .....	29
2.7.1 Pengertian AirAsia .....	29
2.8 Covid-19.....	30
2.8.1 Pengertian Covid-19.....	30
2.8.2 Pencegahan Covid-19.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Kerangka Konsep .....	34

3.3 Definisi Konsep.....	36
3.4 Katagorisasi.....	37
3.5 Informan dan Narasumber.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Teknik Analisi Data .....	39
3.8 Teknik Sampling .....	40
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	43
4.2 Pembahasan.....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## Daftar Gambar

gambar 3. 1 Model Interaktif Miles& Huberman .....	38
--	----

## Daftar Tabel

tabel 1.1 Harga Promo Tiket Pesawat .....	2
tabel 3.1 Kerangka Konsep .....	35
tabel 3.2 Kategorisasi .....	37
tabel 3.3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....	41

# **BAB I**

## **PEDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia saat ini sedang di landa oleh wabah penyakit berupa *coronavirus disease of 2019* atau disingkat covid 19, yang akhirnya berdampak pada dunia penerbangan nusantara salah satunya ialah pada harga tiket yang mengalami penurunan harga secara drastis dan merupakan sebab akibat di bekukannya sector pariwisata di Indonesia sehingga berdampak pada maskapai penerbangan yang ada di Indonesia. Akibat dari itu maskapai penerbangan mengalami penurunan pendapatan secara *drastic* karena peraturan PPKM yang dibuat oleh pemerintah untuk membatasi mobilitas warga, salah satu peraturan yang dibuat pemerintah ialah penumpang harus sudah divaksin terlebih dahulu dan tetap diwajibkan untuk melakukan SWAB/PCR sebelum melakukan penerbangan, karena peraturan yang dianggap sangat ribet oleh masyarakat serta biaya yang tidak sedikit akhirnya banyak masyarakat yang memutuskan untuk tidak melakukan penerbangan dan memilih tidak kemanapun di saat pandemic masih mewabah, namu tetap saja ada masyarakat yang harus melakukan penerbangan karena tuntutan pekerjaan serta kepentingan lainnya.

Maka dari itu para maskapai penerbangan mulai mencari solusi dari turun nya pendapatan mereka secara drastic tersebut, salah satunya ialah membuat promo tiket murah untuk menarik minat para konsumen kembali. Salah satu maskapai penerbangan yang melakukan promo tiket murah ialah Air Asia. Cara yang di

gunakan maskapai tersebut untuk menarik minat para konsumen dimulai dari membuat flyer online maupun offline semenarik mungkin yang berisi tentang konsep harga dan promo-promo menarik lain yang membuat konsumen tertarik untuk memakai kembali jasa penerbangan mereka. Air Asia melakukan promosi dengan diskon yang diberikan mulai 1 Maret 2020, diskon tiket pesawat diberikan hingga separuh harga alias 50 persen dari harga tiket.

*Tabel 1.1 harga promo tiket pesawat*

NO.	MASKAPAI	HARGA	KETERANGAN
1.	GARUDA INDONESIA	1. Rp.1.579.100 2. Rp.3.158.200	Promo berlaku sampai tanggal 20 mei – 31 mei 2021
2.	CITILINK	1. Rp.941.100 2. Rp.1.008.200 3. Rp.1.141.300 4. Rp.1.275.500 5. Rp.1.342.600	Promo berlaku sampai tanggal 16 juni – 27 juni 2021
3.	BATIK AIR	1. Rp.792.600 2. Rp.871.800 3. Rp.949.900 4. Rp.1.107.200 5. Rp.1.186.400 6. Rp.1.264.500	Dilakukan hingga sejak oktober sampai bulan desember 2020
4.	LION AIR	1. Rp.539.600 2. Rp.673.800	Promo berlaku sampai akhir tahun 2020.
5.	AIR ASIA	1. Rp.911.400 2. Rp.990.600	Promo berlaku sampai tanggal 19 maret- 21 maret 2021 Untuk periode keberangkatan 28 maret hingga 30 juni 2021.
6.	SRIWIJAYA AIR	1. Rp.643.000	Promo berlaku sampai tanggal 11 november 2020 sampai tanggal 30 april 2021

*Sumber : Hasil Olahan, 2021*

Dengan di buatnya kebijakan tersebut apakah minat masyarakat untuk melakukan penerbangan akan kembali, atau justru itu akan menjadi momok buat masyarakat karena dengan kembali ramainya dunia penerbangan akan berpotensi terjadi nya penularan *covid 19* menjadi lebih luas, karena kita masih berada di era pandemic *covid 19*.

Dan yang menjadi concern penulis ialah bagaimana tanggapan atau persepsi masyarakat mengenai hal ini, mengingat setiap peristiwa dan kejadian selalu menarik perhatian masyarakat ditambah pada kasus pandemic ini sudah menjadi perhatian dunia.

Di sini penulis tertarik untuk mencari tahu mengenai persepsi masyarakat mengenai hal tersebut sehingga dibuat lah skripsi ini yang berjudul “PERSEPSI MASYARAKAT PADA PROMOSI TIKET MURAH AIR ASIA SAAT PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN MEDAN HELVETIA TENGAH”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana persepsi masyarakat pada promosi tiket murah AirAsia saat pandemic Covid 19 di Kelurahan Medan Helvetia Tengah?”

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian digunakan unruk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tercapainya suatu tujuan penelitian, Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokusnya hanya pada masyarakat Kota Medan Kelurahan Medan Helvetia Tengah.
2. Subjeknya hanya pada Masyarakat Kota Medan Kelurahan Medan Helvetia Tengah yang mulai berumur 17-25 Tahun.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan sudah pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a) Mengetahui persepsi masyarakat kelurahan Medan Helvetia terhadap promosi harga tiket murah Air Asia pada masa pandemic Covid-19.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dari segi praktis dan akademis, dan teoritis antara lain sebagai berikut:

- a) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya wawasan di bidang Ilmu Komunikasi dalam kajian Komunikasi Antarpribadi
- b) Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu dan memperkaya wawasan mengenai persepsi masyarakat dan penelitian kualitatif dalam bidang Ilmu Komunikasi.
- c) Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bersama dalam memahami konteks komunikasi antarpribadi yang terjadi disekitar kita.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

**BAB I** : Berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

**BAB II** : Berisikan teori komunikasi, komunikasi massa, persepsi, masyarakat, teori aidda, promosi, AirAsia, Covid-19.

**BAB III** : Berisikan tentang metode penelitian yang membahas, jenis penelitian, kerangka konsep, definisi operasional, kategorisasi, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data, tehnik analisi data, serta waktu dan lokasi penelitian.

**BAB IV** : Bab ini menguraikan hasil dari penelitian dan pembahasan

**BAB V** : Bab ini berisikan tentang penutup kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Komunikasi**

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Menurut Vardiansyah (2008:25), Seperti telah disebutkan pada bab sebelumnya istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata *Latin communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan *Latin communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya: Danil Vardiasnyah mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli, yakni sebagai berikut :

- 1) Jenis & Kelly menyebutkan “Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)”.
- 2) Berelson & Stainer “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain”

- 3) yhGode “Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih”
- 4) Brandlun “Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego”
- 5) Resuch “Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan”
- 6) Weaver “Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya”, (Vardiansyah, 2008:26).

Selain itu, menurut Mulyana (2010:68) juga memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain :

- 1) Theodore M.Newcomb, “Komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”
- 2) Carl.I.Hovland, “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain”
- 3) Gerald R.Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

- 4) Everett M. Rogers, “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.”
- 5) Raymond S. Ross, “Komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”
- 6) Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “(Komunikasi adalah) transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”
- 7) Harold Laswell, “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana”, (Mulyana, 2010:69).

Menurut Liliweri (2009:08) dalam bukunya Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:

- a. Komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
- b. Komunikasi merupakan pertukaran pesan
- c. pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.

- d. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
- e. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
- f. Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.
- g. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
- h. Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas makna.

### **2.1.2 Fungsi Komunikasi**

Fungsi komunikasi menurut Wiliam I. Gorden (Mulyana, 2015:434), terdiri dari 4 fungsi, yakni sebagai berikut :

#### **a) Komunikasi Sosial.**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan komunikasi penting untuk membangun kosep diri kita, aktualisasi-diri., untuk kelangsungan hidupa, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b) Komunikasi Ekspresif.

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendiri ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.

c) Komunikasi Ritual.

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual. Yang biasa dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, siraman, pernikahan hingga upacara kematian.

### 2.1.3 Proses Komunikasi

Menurut Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

a) Lambang Verbal

Effendy (2003 : 33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini

disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

#### b) Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal. Mark Knap (Cangara, 2004:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
- 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
- 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
- 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna.

#### 2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003:17). Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat pengeras suara.

### 3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003: 39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

### 4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan *sircular* yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003: 39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

#### **2.1.4 Unsur-Unsur Komunikasi**

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima pesan (komunikan) dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Harold Lasswell (Effendy, 2005:22) terdapat 5 unsur dalam komunikasi, yaitu:

- a) Komunikator (siapa yang mengatakan), adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan (penerima pesan) dalam sebuah proses komunikasi.
- b) Pesan (mengatakan apa), adalah setiap pemberitahuan, kata atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain.
- c) Alat atau media (kepada siapa), adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan.
- d) Komunikan (kepada siapa), adalah pathner atau rekan dari komunikator dalam berkomunikasi, seperti penerima pesan yang telah dikirim oleh komunikator.
- e) Efek (dengan dampak / efek apa?), adalah perubahan, hasil atau konsekuensi yang disebabkan oleh sesuatu (pesan) yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan.

Menurut Aristoteles (Cangara, 2004: 22) ahli filsafat Kuno dalam bukunya *Rhetorica* menyebutkan bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan.

Claude E. Shannon dan Werren Weaver 1949 (Cangara, 2004:23), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan 5 unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Meski pandangan Shannon dan Weaver ini pada dasarnya berasal dan pemikiran proses elektronika, tetapi para sarjana yang muncul di

belakangnya mencoba menerapkannya dalam proses komunikasi antarmanusia seperti yang dilakukan Miller.

Awal tahun 1960-an David K. Belo (Cangara, 2004:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula ini dikenal dengan nama “SMCR”, yakni *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *channel* (saluran-media) dan *Receiver* (penerima). Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dan Joseph De Vito, K Sereno dan Erika Vora (Cangara, 2004:24) yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.

### **2.1.5 Efek Komunikasi**

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk) dan konatif (tingkah laku yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu, Daryanto (2010:27).

Efek komunikasi adalah dampak yang di ikuti dari beragam bentuk pesan atau content, komunikasi yang ditransformasikan dalam interaksi komunikasi atau komunikasi massa. target audience yang menjadi sasaran media dan saluran politik lainnya.

Efek komunikasi dalam proses dan tindakan politik ada tiga jenis atau tahap, yaitu :

1. Kognitif yaitu efek komunikasi politik yang berlangsung pada level pemikiran.

2. Afektif yaitu efek komunikasi pada level emotional/ perasaan/sikap.
3. Efek Perilaku (*behavior*) yaitu efek komunikasi politik pada level perilaku

Kemudian ada juga efek jangka pendek dan panjang, antara lain sebagai berikut :

1. *Short tern* efek yaitu efek jangka pendek yang berlangsung pada individu, group, dan yang bersifat cepat dan sementara. misal : opini mengenai kasus politik.
2. *Long tern* efek yaitu efek komunikasi atau komunikasi massa yang bersifat lambat.

### **2.1.6 Hambatan Dalam Komunikasi**

Menurut Ruslan (2008 : 9-10), hambatan dalam komunikasi yang sering dijumpai adalah sebagai berikut:

#### a) Hambatan Dalam Proses Penyampaian (*Sender Barries*)

Hambatan di sini bisa datang dari pihak komunikatornya yang mendapat kesulitandalam menyampaikan pesan –pesannya, tidak menguasai materi pesan dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa jugaberasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik.Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan

sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor :

- 1) *Feed backnya*
- 2) Bahasa tidak tercapai
- 3) *Medium barrier* (media atau alat yang dipergunaan kurang tepat)
- 4) *Decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat)

b) Hambatan secara Fisik (*Phsysical Barries*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah/seminar/pertemuan. Hal ini dapat membuat pesan –pesan itu tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikan.

c) Hambatan Semantik (*Semantik Pers*)

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d) Hambatan Sosial (*sychossial noies*)

Hambatan adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat stiadat, kebiasaan, persepsi, dan nilai –nilai yang

dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan –harapan kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.

## **2.2 Komunikasi Massa**

### **2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi massa. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan. Dengan adanya media modern memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi ke hampir seluruh pelosok dunia. Berikut akan dipaparkan beberapa pendapat mengenai komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar pemancar yang berbentuk audio dan atau visual. Komunikasi massa akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televise, radio, surat kabar, majalah, film, dan buku. (Nurdin, 2004:11)

Menurut Elvinaro dan Lukiati (2007: 3) mengatakan bahwa “*mass communication is messages communicated throught a mass medium to large number people*”. (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).

Menurut Liliweri (2011: 3), komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan meninggalkan efek tertentu.

### 2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut De Vito dalam Winarni (2003:245), ada beberapa fungsi yang diemban komunikasi massa, yakni sebagai berikut :

#### 1. Fungsi menghibur

Media massa sebagian besar melakukan fungsi sebagai media yang memberikan penghiburan bagi khalayaknya. Hal ini terlihat pada acara acara humor, artikel humor, irama musik, tarian, dan lain lain. Dimana pesan pesan yang menghibur tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga menarik dan menghibur khalayak.

#### 2. Fungsi menyakinkan

Media mempunyai fungsi untuk meyakinkan khalayaknya. Persuasi ini dapat dilihat dalam bentuk :

- a. Mengkukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang
- b. Mengubah sikap, nilai, kepercayaan seseorang
- c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu
- d. Menawarkan etika atau system nilai tertentu

#### 3. Menginformasikan

Media memberikan informasi tentang peristiwa, baik yang bersifat local, regional, nasional, dan internasional kepada khalayaknya. Kita tahu bahwa sebagian besar informasi, kita dapatkan dari media. Baik itu informasi music, politik, film, seni, ekonomi, sejarah, dan lain lain.

#### 4. Menganugrahkan status

Menurut Lazarsfeld dan Meton dalam Winarni (2003:46), “Jika Anda benar benar penting, Anda akan menjadi pusat perhatian masa dan jika Anda menjadi pusat perhatian massa, berarti Anda memang penting”. Sebaliknya, “Jika Anda tidak mendapatkan perhatian massa, maka Anda tidak penting”. Orang orang yang penting setidaknya dimata masyarakat adalah orang orang yang sering dimuat dimedia.

#### 5. Fungsi membius

Fungsi membius media terjadi bila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sebagai akibatnya penerima terbius dalam keadaan tidak aktif seakan berada dalam pengaruh narkotik.

#### 6. Menciptakan rasa kebersatuan

Media mampu menciptakan atau membuat kita sebagai khalayak merasa menjadi anggota suatu kelompok, antara lain sebagai berikut :

##### a. Privatisasi

Media mampu atau memiliki kecenderungan menciptakan lawan dari rasa kesatuan dari hubungan yaitu membuat seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan menguatkan diri ke dalam dunianya sendiri.

##### b. Parasosial

Hubungan yang dikembangkan oleh pemirsa atau khalayak dengan tokoh tokoh media atau tokoh dramatic. Biasanya dalam bentuk

menulis surat, telepon, faksimili, e-mail, kepada tokoh -tokoh seperti dokter, pengacara, da i, dan lain lain untuk mendapatkan nasihat.

### **2.2.3 Efek Pesan Komunikasi Massa**

Menurut Ardiyanto dan Erdiyana (2004: 52), terdapat tiga efek pesan komunikasi massa, yakni sebagai berikut

#### a) Efek kognitif

Membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya

#### b) Efek afektif

Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu. Khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.

#### c) Efek behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

## **2.3 Masyarakat**

### **2.3.1 Pengertian Masyarakat**

Masyarakat adalah suatu kalimat yang memiliki pengertian yang berasal dari bahasa arab, yaitu *syaraka* yang artinya ikut serta atau berpartisipasi. Sedangkan dalam bahasa inggris pengertian daripada kalimat masyarakat adalah

*society* yang pengertiannya mencakup suatu proses interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Dalam literatur lainnya, masyarakat juga disebut dengan *sistem social*. *Masyarkat juga berarti bahwa kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama.* Untuk pemahaman lebih luas tentang pengertian masyarakat, akan dijelaskan beberapa para ahli yaitu:

- a. Karl Marx, Masyarakat adalah: Suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi ataupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah-pecah secara ekonomis.
- b. Max Weber, Masyarakat adalah: Suatu struktur atau aksi yang pada pokoknya ditentukan oleh harapan dan nilai- nilai yang dominan pada warganya.
- c. Selo Soemardjan, Masyarakat adalah :Orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan. Terbentuknya kelompok sosial atau masyarakat dikarenakan manusia-manusia menggunakan pikiran, perasaan, dan keinginannya dalam memberikan reaksi terhadap lingkungannya. Manusia mempunya naluri untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Hubungan yang berkesinambungan dan terus menerus ini menghasilkan pola pergaulan yang disebut pola interaksi sosial.

## **2.4 Persepsi**

### **2.4.1 Pengertian Persepsi**

Mulyana (2010: 180) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi selanjutnya Mulyana mengemukakan persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lain. Menurut Rahmad (2001: 51) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*).

Menurut para ahli di atas pengertian persepsi berbeda-beda. Namun, dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulannya bahwa persepsi adalah proses pemberian makna, interpretasi dari stimuli dan sensasi yang diterima oleh individu, disesuaikan dengan karakteristik masing – masing individu tersebut.

### **2.4.2 Proses Terbentuknya Persepsi**

Persepsi tidak terjadi begitu saja, tetapi melalui suatu proses. Walgito (1989) menyatakan bahwa terbentuknya persepsi melalui suatu proses, dimana secara alur proses persepsi dapat dikemukakan sebagai berikut: berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik). Kemudian rangsangan yang diterima oleh alat indra dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Selanjutnya terjadilah suatu proses

di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu rangsangan yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak/pusat kesadaran itulah dinamakan dengan proses psikologis. Dengan demikian taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indra (reseptor).

Persepsi merupakan bagian dari seluruh proses yang menghasilkan respon atau tanggapan yang dimana setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Subprosesnya adalah pengenalan, perasaan, dan penalaran. persepsi dan kognisi diperlukan dalam semua kegiatan psikologis. Rasa dan nalar bukan merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan-tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan, dianggap dipengaruhi oleh akal atau emosi atau kedua-duanya.

Proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

- a. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang kompleks menjadi sarjana.

Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi (Depdikbud, 1985), dalam Soelaeman, 1987. Jadi, proses

persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai. (<https://ainamulyana.blogspot.co.id/2016/01/pengertian-persepsi-syarat-proses-dan.html?m=1>)

### 2.4.3 Jenis – Jenis Persepsi

Mulyana (2010;184) persepsi terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (persepsi sosial). Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi lingkungan sosial. Perbedaan kedua tersebut yaitu :

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya).

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Beberapa prinsip mengenai persepsi sosial sebagaimana dikemukakan oleh Mulyana (2010;191-207) sebagai berikut :

- a. Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka

berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa.

- b. Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapat rangsangan indrawi sekaligus, untuk itu perlu selektif dari rangsangan yang penting. Untuk ini atensi suatu rangsangan merupakan faktor utama menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.
- c. Persepsi bersifat dugaan. Persepsi bersifat dugaan terjadi oleh karena data yang kita peroleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap.
- d. Persepsi bersifat evaluatif. Persepsi bersifat evaluatif maksudnya adalah kadangkala orang menafsirkan pesan sebagai suatu proses kebenaran, akan tetapi terkadang alat indera dan persepsi kita menipu kita, sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas yang sebenarnya.
- e. Persepsi bersifat kontekstual. Persepsi bersifat kontekstual merupakan pengaruh paling kuat dalam mempersepsi suatu objek.

#### **2.4.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Liliweri, (2011 : 155) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

1. Fisiologis, kemampuan sensoris
  - a) Visual dan audi
  - b) Fisik
  - c) Umur

2. Kebudayaan
  - a) Kepercayaan
  - b) Nilai-nilai
  - c) Pemahaman
  - d) Asumsi taken *for granted*
3. Standpoint Theory
  - a) Komsumsi sosial
  - b) Ras, etnisitas, gendre, kelas ekonomi, agama, spiritualitas, umur, dan orientasi seksual
  - c) Posisi kekuasaan dalam hierarki sosial
4. Peranan sosial
  - a) Peranan sosial ketika berkomunikasi dengan kita
  - b) Harapan terhadap kepenuhan peran
  - c) Pilihan karakter
5. Kemampuan kognitif
6. Kompleksitas kognitif

## **2.5 Teori AIDDA**

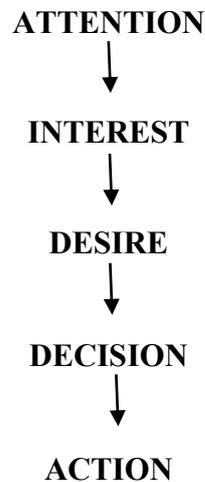
### **2.5.1 Pengertian Teori AIDDA**

Teori AIDDA disebut *A-A Procedure* atau *from attention to action procedure*, yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. Menurut Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (2003:305), AIDDA adalah akronim dari kata-kata *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Descicion* (keputusan), *Action* (tindakan/kegiatan). Adapun keterangan dari

elemen-elemen dari model ini adalah:

1. Perhatian (*Attention*) : Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.
2. Ketertarikan (*Interest*) : Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.
3. Keinginan (*Desire*) : Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.
4. Keputusan (*Decision*) : Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.
5. Tindakan (*Action*) : Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.

Model Teori AIDDA



Sumber: Effendy(2003)

Konsep AIDDA ini adalah proses psikologis dari diri khalayak. Berdasarkan konsep AIDDA agar khalayak melakukan *action*, maka pertamanya mereka harus dibangkitkan perhatiannya (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan,

hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator (Effendy, 2003:305).

## **2.6 Promosi**

### **2.6.1 Pengertian Promosi**

William (dalam Buchari, 2004:179) mengatakan bahwa pengertian promosi adalah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau perasaan audiens. Sedangkan menurut Swastha (1996:237) pengertian promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari, periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lainnya, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan salah satu cara dari promosi yang keempat, untuk mengetahui pengertian promosi penjualan maka penulis mengemukakan definisi yang diberikan oleh Philip Kotler (1997:121), adalah promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran selain penjualan oleh perorangan, advertising/ periklanan, dan publisitas, yang mendorong konsumen untuk membeli dan mendorong keberhasilan agen penjual, seperti misalnya

pajangan, pertunjukan, aksibisi, demonstrasi serta bebgai usaha penjualan yang sifatnya tidak menurut dan tidak dilaksanakan secara rutin.

Harga merupakan nilai uang yang ditentukan secara global yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan suatu produk atau pelayanan jasa yang diinginkan (Waluyo dan Aan, 2018). Selama masa pandemi COVID-19 ini Traveloka memberikan potongan harga pembelian tiket pesawat sebesar Rp. 200.000,- hingga Rp. 250.000,- dengan menggunakan *credit card*.

Promosi membuat produk atau jasa yang ditawarkan dapat dikenal oleh konsumen sehingga konsumen mengenali produk atau jasa tersebut, lalu muncul keinginan untuk membeli produk atau jasa tersebut (Waluyo dan Aan, 2018). Promosi berpengaruh kepada kepuasan konsumen Pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda Pada PT. Hamsa Tour and Travel.. Hasil perhitungan pengujian secara parsial dan secara simultan Promosi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda Pada PT. Hamsa Tour and Travel. (Fauzi, 2019). Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa promosi itu adalah sejenis komunikasi yang member penjelasan yang menyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

## **2.7 Air Asia**

### **2.7.1 Pengertian AirAsia**

AirAsia didirikan pada tahun 1993 dan mulai beroperasi pada tanggal 18 November 1996. Awalnya AirAsia dimiliki oleh DRB-HICOM milik pemerintah Malaysia, namun pada tanggal 2 Desember 2001 maskapai ini memiliki hutang yang berat dan akhirnya dibeli oleh eksekutif time warner, perusahaan pemilik

Tune Air Sdn Bhd, Tony Fernandes. Tony melakukan perubahan pada AirAsia dan berhasil membukukan laba pada tahun 2002 dan meluncurkan berbagai rute baru dari pangkalan utamanya di Kuala Lumpur, yang serta menghapus bentuk monopoli Malaysia Airlines dengan harga promosi MYR 1 USD 0,27. Pada 2003, dibukalah pangkalan kedua di Bandara Senai, Johor Bahru dekat Singapura dan AirAsia melakukan penerbangan internasionalnya ke Bangkok. Sejak itu, dibukalah Thai AirAsia dan dilakukanlah berbagai penambahan rute seperti ke Singapura dan Indonesia.

## **2.8 Covid 19**

### **2.8.1 Pengertian Covid 19**

COVID-19 adalah penyakit menular yang diakibatkan infeksi virus Jenis baru. Penyakit ini diketahui muncul pertama kali di Wuhan, China pada Desember 2019. Covid-19 merupakan penyakit pernapasan akut yang menjadi pandemic global dan disebabkan oleh novel coronavirus atau SAR-Cov-2 (Erlich,2020). Dana Moneter Internasional menyatakan bahwa pandemi Covid 19 telah menyebabkan resesi dunia yang ditandai dengan meningkatnya pengangguran dan kemiskinan di setiap negara di dunia. Sementara itu, pemulihan ekonomi dengan memperkuat stimulus ekonomi melalui strategi lokal merupakan alternatif untuk memulihkan institusionalisasi ekonomi di masing-masing negara. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan mengacu pada berbagai literatur sebagai data pendukung. Artikel ini berargumen bahwa dampak pandemi Covid-19 telah banyak memberikan dampak negatif terhadap perekonomian dunia yang berujung pada resesi ekonomi dunia. Artikel ini juga berpendapat bahwa setiap

negara wajib memperkuat stimulus ekonomi untuk menjaga stabilitas perekonomian bangsa. (Arianto, 10.36423/jumper.v2i2.665, 2021) Indonesia dengan keadaan wilayah yang besar dan masih terdapat penduduk terpencil, memiliki kesulitan tersendiri untuk memitigasi pandemi Covid-19 ini. Tetapi meskipun masih memiliki penduduk yang berada di wilayah terpencil, pada kenyataannya wilayah-wilayah tersebut masih terhindar dari sebaran Covid-19. Hal ini disebabkan karena wilayah tersebut masih memegang teguh kearifan lokalnya. Seperti halnya masyarakat adat Baduy yang hingga kini masih mempertahankan kearifan lokalnya dengan hidup menyatu dengan alam. Masyarakat tersebut masih terhindar dari pandemi Covid-19. Untuk itu, dengan didukung oleh hasil penelitian-penelitian sebelumnya, kajian literatur ini mencoba untuk menilik lebih dalam kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Baduy sehingga dapat terhindar dari pandemi Covid-19. Artikel ini menemukan bahwa beberapa kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Baduy dapat memitigasi pandemi Covid-19 tergambar pada tradisi perladangan, aturan dalam membuat bangunan, dan Hutan sebagai tempat perlindungan. (Satria, Kearifan Lokal Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur)

Gejala Covid-19 antara lain demam, batuk kering, dan sesak napas. Beberapa pasien mengalami gejala mirip pilek dan mengalami nyeri pada tenggorokan dan diare. Beberapa orang terinfeksi tidak menunjukkan gejala dan merasa sehat. Sebagian dapat pulih dengan sendirinya, sedangkan sebagian lainnya mengalami pemburukkan kondisi sehingga mengalami kesulitan bernafas dan perlu dirawat dirumah sakit.

Covid-19 dapat menular dari orang yang terinfeksi kepala orang lain disekitarnya melalui percikkan batuk dan bersin. Covid-19 juga dapat menular melalui benda-benda yang terkontaminasi percikkan batuk atau bersin penderita covid-19.

Orang-orang yang menyentuh benda yang terkontaminasi *virus corona* tersebut lalu menyentuh mata, hidung, dan mulut mereka dapat tertular penyakit ini. Virus penyebab Covid-19 dapat bertahan di udara sekitar satu jam sedangkan permukaan benda-benda dapat bertahan selama beberapa jam. Di permukaan berbahan plastic dan besi tahan karat virus dapat bertahan hingga 72 jam pada cardboard 24jam dan pada tembaga bertahan selama 4jam (Van Doremalen,2020).

### **2.8.2 Pencegahan Covid 19**

Pedoman kesiapsiagaan menghadapi virus corona disesase (Covid-19) revisi ke-3 disampaikan langkah-langkah yang paling efektif di masyarakat yaitu :

1. Melakukan kebersihan tangan menggunakan handsanitizer jika tangan tidak terlalu kotor atau cuci tangan dengan sabun jika terlihat kotor.
  - a. Menghindari menyentuh mata dan mulut.
  - b. Terapkan etika batuk dan bersin dengan menutup mulut dan hidung dengan lengan atas bagian dalam atau tisu. Lalu buanglah tisu pada tempatnya,
  - c. Pakailah masker medis jika memiliki gejala pernapasan dan melakukan kebersihan tangan setelah membuang masker.
  - d. Menjaga jarak minimal 1 meter dari orang yang mengalami pernapasan (Zendrato 2020: 242).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kualitatif. Menurut Suwanto dan Subyantoro (2007: 75-76), bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk melukiskan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, dan sebagainya yang merupakan obyek penelitian. Dengan lain perkataan, penelitian ini ditujukan untuk memecahkan masalah. Pelaksanaannya tidak terbatas kepada pengumpulan data saja melainkan juga meliputi analisis dan intepretasi dari data. Dengan demikian, penelitian ini berusaha menganalisis, mengklarifikasi, membandingkan sehingga pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan yang bersifat deduktif yang disebut hipotesis. Sebagai suatu tahap, penelitian deskriptif disejajarkan dengan penelitian pengembangan, dan merupakan persiapan bagi penelitian selanjutnya. Menurut Suwanto dan Subyantoro (2007: 78), metode kualitatif adalah metode yang berpangkal dari peristiwa-peristiwa sosial, yang pada hakekatnya tidak bersifat eksak.

#### **3.2 Kerangka Konsep**

Tohardi (2019: 258) mengatakan kata “konsep” yang sering kita dengar dalam percakapan sehari-hari tersebut sangat berbeda dengan pengertian konsep yang digunakan dalam istilah penelitian, khususnya pada penelitian yang menggunakan paradigma atau pendekatan penelitian kuantitatif. Padanan kata

konsep dalam percakapan sehari-hari lebih dekat dengan *draft*, rancangan, rencana, kisi-kisi dan sebagainya. Sehingga ada istilah *meng-konsep surat*, yang artinya lebih pada pembuatan *draft* atau kisi-kisi dari substansi surat yang bersangkutan, selanjutnya dari konsep surat tersebut ditelaah, baik dari sudut substansi (isi yang tersurat) maupun dari aspek bahasa atau redaksionalnya sampai akhirnya surat tersebut benar-benar siap untuk dikirim atau disampaikan kepada seseorang atau lembaga yang dimaksud. Dari proses direvisi *draft* surat tersebut akhirnya menjadi sebuah surat yang *final*. Dari uraian diatas maka kerangka konsep dapat digambarkan sebagai berikut:



*Tabel 3.1 kerangka konsep*

Konsep didefinisikan Tohardi (2019: 259), adalah fungsi dari sebuah visi atau menyamakan pemahaman tentang objek penelitian atau *subject matter* yang akan diteliti. Misalnya apa yang dimaksud dengan konsep miskin, konsep kaya, konsep desa, konsep kota, konsep hutan, konsep pertumbuhan, konsep efisien, konsep efektif, konsep untung, konsep rugi, konsep sejahtera, konsep negara, dan sebagainya. Adapun yang menjadi definisi konsep dalam kerangka konsep di atas adalah sebuah persepsi Masyarakat. Sedangkan persepsi masyarakat adalah cara

pandang sekelompok manusia yang hidup bersama dalam suatu lingkungan tertentu yang sama dalam memberikan kesimpulan dalam suatu obyek berdasarkan pada pengetahuan, penglihatan, dan pengamatan sehingga masyarakat satu dengan yang lainnya menghasilkan pendapat yang berbeda walaupun obyeknya sama (Ardiasyah, 2017.6).

### **3.3 Definisi Konsep**

Konsep adalah suatu makna yang berada di alam pikiran atau dunia kepehaman manusia yang dinyatakan kembali dengan sarana lambang perkataan atau kata-kata (Suryanto dan Sutinah, 2005: 49). Setelah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka selanjutnya adalah merumuskan kerangka konsep. Berdasarkan hal tersebut, maka batasan-batasan masalah konsep yang dipakai dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.
- b. Masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi ataupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok – kelompok yang terpecah – pecah secara ekonomis
- c. Promosi adalah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens
- d. AirAsia ialah maskapai penerbangan milik pengusaha Malaysia Tony Fernandes. AirAsia didirikan pada tahun 1993 dan mulai beroperasi pada tanggal 18 November 1996.

- e. Pandemi adalah epidemic penyakit yang menyebar di wilayah yang luas, misalnya di beberapa benua atau di seluruh dunia.
- f. Covid-19 adalah penyakit menular yang diakibatkan infeksi virus jenis baru. Penyakit ini diketahui muncul pertama kali di wuhan, china pada desember 2019.

### 3.4 Kategorisasi

Kategorisasi dalam penelitian ini untuk menunjukkan bagaimana caranya mengukur suatu variable penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisa variable tersebut. Kategorisasi dalam penelitian persepsi masyarakat pada promosi tiket murah air asia saat pandemic covid 19 di kelurahan Medan Helvetia Tengah, adalah sebagai berikut:

*Tabel 3.2 Kategorisasi*

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Persepsi Mengenai Promosi Tiket Murah Air Asia	1. Pelayanan 2. Fasilitas

### 3.5 Informan dan Narasumber

Narasumber dari penelitian ini adalah masyarakat kota Medan Kelurahan Medan Helvetia Tengah penelitian narasumber dengan menggunakan metode Purposive Sampling .

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data adalah cara-cara yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data. Sebagai salah satu cara penulis untuk menunjukkan suatu hal metode yang dipakai untuk mendapatkan data serta hasil yang di dapat dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative lama. Dengan melakukan metode ini diharapkan peneliti mampu mendapatkan data atau informasi melalui Tanya jawab dengan pihak-pihak yang berkompeten.

#### 2. Observasi

Nurdin dan Hartati (2019:173) observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Pengguna metode observasi merupakan

langkah awal yang digunakan peneliti untuk mengamati secara langsung lokasi dan proses yang terjadi pada lokasi yang diteliti

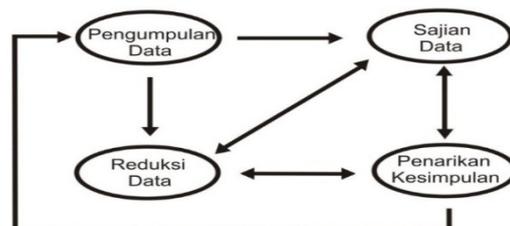
### 3. Dokumentasi

Menurut Nurdin dan Hartati (2019:201), dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Nurdin dan Hartati (2019:203), analisis data adalah suatu proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna untuk solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian. Analisis data juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil dari penelitian menjadi sebuah informasi baru yang dapat digunakan dalam membuat kesimpulan.

Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2011:246) menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sehingga datanya telah jenuh. Model interaktif Miles Huberman dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



*gambar 3. 1 model interaktif miles & huberman*

- 1) Pengumpulan data: Dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang telah didapatkan saat melakukan penelitian.
- 2) Kondensasi data: kondensasi data didapatkan dari data yang sudah dihasilkan saat dilapangan. Di dalam kondensasi data terjadi proses seleksi, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasikan data tertulis atau yang telah didapatkan dilapangan.
- 3) Penyajian data: penyajian data dilakukan dengan cara menyusun informasi secara sistematis sehingga ringkasan data yang telah diperoleh selanjutnya dibuat dalam suatu bentuk transkrip, gambar, skema dan lain sebagainya untuk mempermudah peneliti dalam menggambarkan atau mengamati fenomena yang terjadi dilapangan.
- 4) Kesimpulan: Merupakan akhir dari kegiatan analisis data kualitatif, yakni dengan penarikan kesimpulan dari topik pembahasan yang dibuat. Jika data yang terkumpul sudah cukup memadai dan belum didukung dengan bukti yang kuat maka dapat di tarik kesimpulan sementara, dan jika data dirasa sudah lengkap dan jelas maka peneliti dapat mengambil kesimpulan akhir.

### **3.8 Teknik Sampling**

Sampling dalam penelitian empiric diartikan sebagai proses pemilihan atau penentuan sampel. Secara konvensional, konsep sampel menunjuk pada bagian dari populasi. Akan tetapi, dalam penelitian kualitatif tidak bermaksud untuk menggambarkan karakteristik populasi atau menarik generalisasi kesimpulan yang

berlaku bagi suatu populasi, melainkan lebih berfokus kepada representasi terhadap fenomena social. Data atau informasi harus ditelusuri seluas-luasnya sesuai Dengan keadaan yang ada. Hanya Dengan demikian, peneliti mampu mendeskripsikan fenomena yang di teliti secara utuh (Burhan Bungin, 2012: 53)

Sugiyono, dalam penelitian kualitatif teknik sampling yang lebih sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awal jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2009:300). Sementara itu menurut Burhan Bungin (2012: 53), dalam prosedur sampling yang paling penting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi social tertentu yang sarat informasi. Memilih sampel, dalam hal ini informan kunci atau situasi social lebih tepat dilakukan dengan sengaja atau bertujuan, yakni dengan *Purposive Sampling*.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* Karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat mengenai promosi tiket murah AirAsia di era covid-19 di Medan Helvetia Tengah sehingga kriteria spesifik yang dicari ialah warga yang sudah sering melakukan penerbangan dengan maskapai AirAsia.

### 3.9 Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian ini dilakukan di lokus Kelurahan Medan Helvetia Tengah kota Medan. Informan yang di interview adalah masyarakat yang sering menggunakan Tiket Pesawat AirAsia. Penelitian akan dilakukan pada bulan Januari hingga Maret 2022.

*Tabel 3.3*  
**Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	April 2021	April/Juli 2021	Agustus 2021	September 2021				Febuari 2022			
		9	16	5	13	14	15	16	22	23	24	25
1.	Pengajuan Judul											
2.	Konsultasi/Bimbingan											
3	Pembuatan dan seminar proposal											
4	Pengumpulan data											
5	Analisis data											
6	Penyusun dan bimbingan tesis											
7	Seminar Hasil Penelitian											
8.	Penyusunan dan bimbingan tesis											

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini penulis mengambil judul **PERSEPSI MASYARAKAT PADA PROMOSI TIKET MURAH AIR ASIA SAAT PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN MEDAN HELVETIA TENGAH**” antara lain adalah apa tanggapan mereka mengenai peristiwa tersebut. Penelitian yang dilakukan penulis ini adalah dalam bentuk wawancara dan kemudian hasil dari wawancara tersebut penulis menganalisis dalam bentuk penjelasan berupa narasi. Selain itu penulis juga menjelaskan maksud dari pertanyaan yang diajukan kepada informan agar informan tersebut mudah memahami pertanyaan yang diajukan penulis. Penulis juga memberikan kebebasan kepada informan untuk menjawab setiap pertanyaan yang diajukan penulis dan juga tidak menilai salah ataupun benar dari setiap jawaban yang diberikan informan.

Teknik purposive sampling maka kriteria yang ditetapkan oleh penulis ialah masyarakat yang sudah sering menggunakan jasa penerbangan AirAsia sehingga jumlah narasumbernya sangat terbatas. Jumlah narasumber yang ditetapkan oleh penulis ialah sebanyak 15 orang.

Hasil penelitian penulis melalui wawancara langsung bersama 15 orang informan yaitu, Eric Samalo Siregar, Lasma Flora Herawati Sihombing, Miarel Ananda Fitri, Dinar Br Siagian, Melvia Ria Napitupulu, Arnold Rivai Napitupulu,

Rosmawti Sagala, Jovian Felix Sianipar, Bob Felix Sabar Silaban, Miarel Andan Fitri, Irawan Noto, Rosnani S, Okky Novendra, Indah Meutia Arisanti, Ahmad Faizal. Untuk mendeskripsikan bagaimana Persepsi Masyarakat Pada Promosi Tiket Murah AirAsia Saat Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Medan Helvetia Tengah, adalah sebagai berikut:

### Informan 1

Nama : Eric Samalo Siregar  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 34 Tahun  
Pekerjaan : Pegawai Negri Sipil  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Pak Eric mengatakan bahwa tiket yang ia gunakan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus karena mempermudah aktifitas masyarakat yang harus mobile di era pandemic, pak eric biasa membeli tiket pesawat melalui online seperti Traveloka, pak eric melihat promo tiket murah melalui internet, pak eric akan berangkat ke Jakarta, dan pak eric menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti untuk pekerjaa, pak eric terakhir membeli tiket AirAsia bulan januari lalu, pak eric memakai AirAsia karen harganya yang terjangkau, pak eric tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia, Pak eric biasa tidak membawa siapapun karena melakukan penerbangan hanya untuk

kepentingan pekerjaan, yang merekomendasi pak eric menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan pak eric mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas sangat memadai.

#### Informan 2

Nama : Lasma Flora Herawati Sihombing  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 41 Tahun  
Pekerjaan : Pegawai Negri Sipil  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Buk Lasma mengatakan bahwa tiket yang ia gunakan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus karena meringankan biaya masyarakat yang harus berpergian menggunakan pesawat, buk lasma biasa membeli tiket pesawat melalui online seperti Traveloka, buk lasma melihat promo tiket murah melalui internet, buk lasma akan berangkat ke padang, dan buk lasma menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti untuk pekerjaan dan juga untung mengunjungi keluarga, buk lasma terakhir membeli tiket AirAsia bulan oktober lalu, buk lasma memakai AirAsia karen harganya yang terjangkau, buk lasma tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia, buk lasma biasa sering membawa keluarga ketika melakukan penerbangan, yang merekomendasi buk lasma

menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan buk lasma mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas sangat memadai.

### Informan 3

Nama : Miarel Ananda Fitri  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 28 Tahun  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Buk miarel mengatakan bahwa tiket yang ia gunakan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat membantu karena biaya penerbangan di era pandemic sanagat mahal ditambah kewajiban untuk melakukan PCR/SWAB test tidak lah murah, oleh karena itu promo tiket murah AirAsia sangat membantu masyarakat yang akan melakukan penerbangan, buk miarel biasa membeli tiket pesawat melalui agen travel, buk miarel melihat promo tiket murah melauai internet, buk miarel akan berangkat ke Jakarta, dan buk miarel menggunakan tiket pesawat ketika ingin berlibur, buk miarel terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan desember lalu, buk miarel memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau, buk miarel tertarik melihat promosi tiket murah karena akan melakukan penerbangan, buk miarel biasa membawa keluarga ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi buk miarel menggunakan AirAsia adalah teman satu

pekerjaannya, tanggapan buk lasma mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas sangat memadai.

#### Informan 4

Nama : Dinar Br Siagian  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 66 Tahun  
Pekerjaan : Pegawai Negri Sipil  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Buk Dina mengatakan bahwa tiket yang ia gunakan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus karena mempermudah aktifitas masyarakat yang harus mobile di era pandemic, buk dina biasa membeli tiket pesawat melalui online seperti Traveloka, buk dina melihat promo tiket murah melalui pesan Whatsapp dari group kerja, buk dina akan berangkat ke Jakarta, dan buk dina menggunakan tiket pesawat ketika untuk pergi berlibur bersama keluarga, buk dina terakhir membeli tiket AirAsia bulan desember lalu, buk dina memakai AirAsia karena harga yang murah serta pelayanan dan fasilitas yang baik, buk dina tertarik melihat promosi karena ingin mencari tiket murah, buk dina biasa membawa keluarga untuk melakukan penerbangan karena untuk melakukan liburan bersama keluarga, yang merekomendasi buk dina menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan buk dina mengenai pelayanan AirAsia sangat

baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas sangat memadai.

#### Informan 5

Nama : Melvia Ria Napitupulu

Alamat : Jln.Melati 1

Usia : 33 Tahun

Pekerjaan : Wirausaha

Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Buk Melvia mengatakan bahwa tiket yang ia gunakan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus karena mempermudah aktifitas masyarakat yang harus berpergian keluarga kota di era pandemic, buk melvia biasa membeli tiket pesawat melalui online seperti Traveloka, buk melvia melihat promo tiket murah melalui internet, buk melvia akan berangkat ke Jakarta, dan buk melvia menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti untuk pekerjaan, buk melvia terakhir membeli tiket AirAsia bulan januari lalu, buk melvia memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau, buk melvia tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia, buk melvia biasa tidak membawa siapapun karena melakukan penerbangan hanya untuk kepentingan pekerjaan, yang merekomendasi buk melvia menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan buk melvia mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas sangat memadai.

### Informan 6

Nama : Arnold Rivai  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 30Tahun  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan pak Arnold AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat terutama dirinya sendiri karena mempermudah aktifitasnya yang harus mobile di era pandemic, pak arnold biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, pak arnold melihat promo tiket murah melalui internet, pak arnold akan berangkat ke Jakarta, dan pak arnold menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan, pak arnold terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan januari lalu, pak arnold memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, pak arnold tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, pak arnold biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa adik ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi pak arnold menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan pak arnold mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk

fasilitas dan pelayanan sangat baik.

#### Informan 7

Nama : Rosmawati Sagala  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 52 Tahun  
Pekerjaan : Pegawai Negri Sipil  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan buk rosma AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat terutama dirinya sendiri karena mempermudah aktifitasnya yang harus mobile di era pandemic, buk rosma biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, buk rosma melihat promo tiket murah melalui internet, buk rosma akan berangkat ke padang, dan buk rosma menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan, buk rosma terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan oktober lalu, buk rosma memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, buk rosma tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, buk rosma biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa adiknya ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi buk rosma menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan buk

rosma mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas dan pelayanan sangat baik.

### Informan 8

Nama : Jovian Felix Sianipar

Alamat : Jln.Melati 1

Usia : 21 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Pak jovian mengatakan bahwa tiket yang ia gunakan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus karena mempermudah aktifitas masyarakat yang harus mobile di era pandemic, pak jovian biasa membeli tiket pesawat melalui situs online seperti Traveloka, pak jovian melihat promo tiket murah melalui internet, pak jovian akan berangkat ke Jakarta, dan pak jovian menggunakan tiket pesawat ketika akan pergi berlibur, pak jovian terakhir membeli tiket AirAsia bulan januari lalu, pak jovian memakai AirAsia karen harganya yang terjangkau, pak jovian tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, Pak jovian biasa membawa teman-teman kampus untuk melakukan penerbangan, yang merekomendasi pak jovian menggunakan AirAsia adalah teman satu kampusnya, tanggapan pak jovian mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas

sangat memadai.

#### Informan 9

Nama : Bob Felix Sabar Silaban

Alamat : Jln.Melati 1

Usia : 34 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan pak Bob ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat terutama dirinya sendiri karena mempermudah aktifitasnya yang harus mobile di era pandemic, pak bob biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, pak bob melihat promo tiket murah melalui internet, buk rosma akan berangkat ke padang, dan buk rosma menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan, pak bob terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan november lalu, pak bob memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, pak bob tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, pak bob biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa adiknya ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi buk rosma menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan pak bob mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan

untuk fasilitas dan pelayanan sangat baik.

### Informan 10

Nama : Ingrid Silvania Hutagalung

Alamat : Jln.Melati 1

Usia : 42 Tahun

Pekerjaan : Pegawai Negri Sipil

Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan buku ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat yang harus bepergian di era pandemic, buku biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, buku melihat promo tiket murah melalui internet, buku akan berangkat ke Jakarta, dan buku menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan, buku terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan Oktober lalu, buku memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, buku tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, buku biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa keluarganya ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi buku menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan buku mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas juga sangat memadai.

### Informan I1

Nama : Irawan Noto  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 66 Tahun  
Pekerjaan : Wirausaha  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan pak iwan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat yang harus bepergian di era pandemic, pak iwan biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, pak iwan melihat promo tiket murah melalui internet, pak iwan akan berangkat ke jakarta, dan pak iwan menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan, pak iwan terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan oktober lalu, pak iwan memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, pak iwan tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, pak iwan biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa keluarganya ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi pak iwan menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan pak iwan mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas juga sangat memadai.

## Informan 12

Nama : Rosnani S  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 65 Tahun  
Pekerjaan : Wirausaha  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Buk Rosnani mengatakan bahwa tiket yang ia gunakan ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus karena mempermudah aktifitas masyarakat yang harus mobile di era pandemic, buk rosnani biasa membeli tiket pesawat melalui online seperti Traveloka, buk rosnani melihat promo tiket murah melalui internet, buk rosnani akan berangkat ke Palembang, buk rosnani menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan pekerjaan, buk rosnani terakhir membeli tiket AirAsia bulan Januari lalu, buk rosnani memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau serta pelayanan yang baik, buk rosnani tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia, buk rosnani biasa membawa mitra bisnis untuk melakukan penerbangan, yang merekomendasi buk rosnani menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan buk rosnani mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas sangat memadai.

### Informan I3

Nama : Okky Novendra  
Alamat : Jln.Melati 1  
Usia : 29 Tahun  
Pekerjaan : Wirswasta  
Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan pak oky ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat yang harus bepergian di era pandemic, pak oky biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, pak oky melihat promo tiket murah melalui internet, pak oky akan berangkat ke yogyakarta, dan pak oky menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan, pak oky terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan januari lalu, pak oky memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, pak oky tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, pak oky biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa keluarganya ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi pak oky menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan pak oky mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas juga sangat memadai.

#### Informan I4

Nama : Indah Meutia Arisanti

Alamat : Jln.Melati 1

Usia : 31 Tahun

Pekerjaan :Pegawai Negri Sipil

Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan bu Indah ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat yang harus bepergian di era pandemic, bu Indah biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, bu Indah melihat promo tiket murah melalui internet, bu Indah akan berangkat ke Lampung, dan bu Indah menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan, bu Indah terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan oktober lalu, bu Indah memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, bu Indah tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, bu Indah biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa keluarganya ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi bu Indah menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan bu Indah mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas juga sangat memadai.

## Informan 15

Nama : Ahmad Faizal

Alamat : Jln.Melati 1

Usia : 55 Tahun

Pekerjaan :Wirausaha

Tanggal Wawancara : 21 Maret 2022

Tiket yang digunakan pak faizal ialah AirAsia, dan tanggapan ia mengenai promosi tiket murah AirAsia di era Pandemi sangat bagus dan sangat membantu masyarakat yang harus bepergian keluar kota di era pandemic, pak faizal biasa membeli tiket pesawat melalui situs pembelian online seperti Traveloka, pak faizal melihat promo tiket murah melalui internet, pak faizal akan berangkat ke jakarta, dan pak faizal menggunakan tiket pesawat ketika ada kepentingan seperti bisnis dan kunjungan pekerjaan serta beberapa kali untuk pergi mengunjungi keluarga yang berada diluar kota, pak faizal terakhir membeli tiket AirAsia pada bulan desember lalu, pak faizal memakai AirAsia karena harganya yang terjangkau dan pelayanan serta fasilitas yang sesuai, pak faizal tertarik melihat promosi karena biasa menggunakan AirAsia dan ingin mencari tiket murah, pak faizal biasa membawa rekan kerjanya dan beberapa kali membawa keluarganya ketika akan melakukan penerbangan, yang merekomendasi pak faizal menggunakan AirAsia adalah teman satu pekerjaannya, tanggapan pak faizal mengenai pelayanan AirAsia sangat baik, pramugari nya sangat ramah dan untuk fasilitas juga sangat memadai.

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan pengamatan dan wawancara terhadap 15 orang informan yang sudah biasa menggunakan jasa penerbangan dan sudah lebih dari 5 kali menggunakan jasa penerbangan dari maskapai AirAsia, maka penulis akan mengambil pembahasan sebagai berikut :

Pada awalnya penelitian ini dilakukan karena penulis melihat adanya fenomena promosi tiket murah dari salah satu maskapai penerbangan di tanah air yaitu AirAsia, di samping itu, promosi tiket murah yang dilakukan oleh maskapai penerbangan tersebut masih dalam era pandemic. Dimana dunia penerbangan masih sangat dibatasi guna menekan angka *covid-19*, di samping itu masyarakat harus tetap bekerja dan beberapa harus berpergian keluar kota. Biaya tidak sedikit ketika masyarakat harus melakukan perjalanan keluar kota, karena pemerintah mewajibkan test *covid-19* seperti Swab/PCR test terlebih dahulu yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit ditambah lagi dengan biaya tiket pesawat. Disitu AirAsia sebagai salah satu maskapai penerbangan di tanah air mengeluarkan promosi tiket murah yang disambut baik oleh para pengguna setianya. Dari situ penulis tertarik untuk mencari tahu persepsi masyarakat mengenai promosi tiket murah yang dilakukan oleh AirAsia.

Akhirnya penulis dapat menarik pembahasan dari hasil wawancara diatas bersama beberapa informan, sebagai berikut :

Informan pertama Eric Samalo Siregar memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai,

dapat ditarik kesimpulan bahwa bapak Eric memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan kedua Lasma Flora Herawati memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa ibu Lasma memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan ketiga Miarel Andanda Fitri memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa buku Miarel memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan keempat Dinar Br Siagian memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa buku Dinar memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan kelima Melvia Ria Napitupulu memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa buku Melvia memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan keenam Arnold Rivai Napitupulu memberi tanggapan terhadap

promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa bapak Arnold memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan ketujuh Rosmawati Sagala memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa buk Rosma Eric memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia.

Informan kedelapan Jovian Felix Sianipar Siregar memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa bapak Jovian memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan kesembilan Bob Felix Sabar Silaban memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa bapak Bob memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan kesepuluh Miarel Andan Fitri memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai,

dapat ditarik kesimpulan bahwa buk Miarel memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan kesebelas Irawan Noto memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa pak iwan memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan kedua belas Rosnani S memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa buk Rosnani memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan ketigabelas Okky Novendra memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa pak Okky memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan keempat belas Indah Meutia Arisanti memberi tanggapan terhadap promosi tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa buk Indah memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia

Informan kelimabelas Ahmad Faizal memberi tanggapan terhadap promosi

tiket murah AirAsia yaitu sangat membantu masyarakat yang harus mobile di era pandemic, tanggapan ia mengenai fasilitas juga baik dan memadai, dapat ditarik kesimpulan bahwa pak Faizal memberikan persepsi yang positif terhadap promosi tiket murah AirAsia.

Dari hasil pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi tiket murah AirAsia mendapat respon positif oleh masyarakat karena dari ke limabelas informan memberi persepsi yang positif.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Persepsi masyarakat pada promosi tiket murah AirAsia saat pandemic Covid-19 berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti terhadap masyarakat di Kelurahan Helvetia Tengah, masyarakat menyatakan bahwa promosi tiket murah yang dilakukan AirAsia sangat membantu masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi. dengan adanya promosi tiket murah masyarakat sangat terbantu ditengah mahal nya biaya untuk persyaratan melakukan penerbangan di era *covid-19* seperti Swab/PCR test. dari segi pelayanan dan fasilitas masyarakat sangat puas terhadap AirAsia.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui situs AirAsia. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui situs AirAsia.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

Agar terus menjaga citra perusahaan tetap baik alangka baik nya AirAsia selalu konsisten dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang agar masyarakat selalu setia memakai AirAsia. Adapun saran terhadap masyarakat di Helvetia

Tengah ialah tetap mematuhi secara mutlak protokol kesehatan demi keamanan anda dan juga keluarga.

Bagi konsumen, sebaiknya dalam melakukan pembelian tiket AirAsia, konsumen tidak memandang negative pada maskapai penerbangan *low cost* (tarif rendah) melainkan melihat juga dari faktor perbaikan kualitas pelayanan yang terus dilakukan AirAsia sehingga konsumen merasakan perasaan yang tenang dan nyaman selama penerbangan.

AirAsia meningkatkan pelayanan dengan cara meningkatkan kemampuan karyawan dalam melayani kebutuhan konsumen terkait keamanan, keselamatan, kenyamanan, ketepatan waktu dan perlindungan konsumen sehingga konsumen merasa puas menggunakan transportasi pesawat terbang AirAsia

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Alo, Liliweri. (2011). *Komunikasi serba ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala. (2007). *Komunikasi Massa ( suatu pengantar)* Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Ardyanto dan Erdinaya. (2004). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arief, Subyanto & Suwanto. (2007) *Metode dan Teknik Penelitian Sosial*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Bagong, Suyanto. Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka
- Burhan Bungin.(2012). *Analisa Data Peneliutian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied.(2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Daryanto.(2010). *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Effendy Onong Uchajana.(2003). *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktek*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy Onong Uchajana.(2005). *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fauzi, Fitria, dkk. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan* Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyana Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakanya
- Nurdin, Ismail and Hartati, Sri (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Surabaya,Surabaya
- Nurdin.(2004). *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Rakmat, jalaludin.(2001).*Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung

- Ruslan, Roasdy.(2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Grafindi Persada
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Alfabeta
- Tohardi, Ahmad. (2019). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Vardiansyah, Dani. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Macana Jaya Cemerlang
- Winarni. (2003). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, MalangL Univ.Muhammadiyah Malang

**Website :**

Irwanto,(<https://ainamulyana.blogspot.co.id/2016/01/pengertian-persepsi-syarat-proses-dan.html?m=1>)

<https://www.republika.co.id/berita/qi339e383/dampak-pandemi-air-asia-obral-diskon>

<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14098/140502066.pdf?sequence=1>

<http://repository.stei.ac.id/1469/3/BAB%20I%20.pdf>

<https://www.dynamed.com/condition/covid-19-novel-coronavirus/>

<https://www.antaraneews.com/berita/1695690/airasia-ajak-masyarakat-tak-khawatir-terbang-di-masa-pandemi>

## LAMPIRAN



Foto bersama Ibu Rosmawati Sagala



Foto bersama Bapak Arnold Rivai



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjabar surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 09-april 2021.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : RIZA Ruliansyah Nasution  
N P M : 1703110198  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Tabungan sks : 1260 sks, IP Kumulatif 3,06

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Persepsi masyarakat pada promosi harga tiket murah air asia saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Medan Helvetia tengah	09/4-2021 ✓
2	Strategi pendekatan komunikasi petugas dinas sosial dalam kegiatan penanggulangan di kota Medan	
3	Komunikasi kesehatan dalam penyembuhan Pecandu narkoba pada panti rehabilitasi narkoba LRPPN BI	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 09 - april 2021.

Ketua,  
(.....)

Pemohon,

(Riza Ruliansyah NST)

(.....)  
2021-04-09



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kaptein Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**

**Nomor : 564/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/II.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **09 April 2021** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **RIZA RULIANSYAH NASUTION**  
N P M : 1703110148  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2020/2021  
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT PADA PROMOSI HARGA TIKET MURAH LION AIR SAAT PANDEMI COVID 19 DI KELURAHAN MEDAN HELVETIA**  
Pembimbing : **Dr. FAUSTYNA,S .Sos., M.M., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/II.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 097.17.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 09 April 2022.**



Ditetapkan di Medan,  
Medan, 21 Ramadhan 1442 H  
03 Mei 2021 M

Dekan   
  
**Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP.**

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapien Mughtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

SK-3

PERMOHONAN  
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 27 Agustus 2021

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Riza Ruliansyah NST  
 N P M : 1703110148  
 Jurusan : Ilmu komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 975.../SK/II.3/UMSU-03/F/20.21.. tanggal Jumat, 27 Agustus 2021.....dengan judul sebagai berikut :

Persepsi Masyarakat Pada Promosi tiket murah  
 air asia saat pandemi Covid-19 di Kelurahan Medan  
 Helvetia Tengah

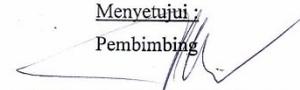
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

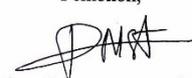
Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

  
 (DR. FAUSTYKA S.GUS MAM. Mj. IKOM)

Pemohon,

  
 (Riza Ruliansyah NST)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 880/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jum'at, 27 Agustus 2021  
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB  
Tempat : Online/Daring  
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	NUR LELA SARI	1703110039	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM MENYUKSESKAN PROGRAM GERAKAN LANSIA TANGGUH DI DESA LAUT DENDANG DELI SERDANG
2	NOVERINA	1703110166	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	ANLISIS SEMIOTIKA PERJUANGAN SEORANG IBU DALAM FILM MARS
3	ANNISA ANGGIA WICAKSANA	170311034	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA PANTAI BATU GAJAH DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN OLEH DINAS PARIWISATA
4	AGUNG EKA PUTRA	1703110071	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PERSEPSI MAHASISWA UIN SUMATERA UTARA TERKAIT PERATURAN PENGELOLAAN HAK CIPTA LAGU ATAU MUSIK
5	RIZA RULIANSYAH NASUTION	1703110148	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT PADA PROMOSI TIKET MURAH AIR ASIA SAAT PANDEMI COVID 19 DI KELURAHAN MEDAN HELVETIA TENGAH

Medan, 15 Muharram 1443H

24 Agustus 2021 M

  
 Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., MSP.



Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : Riza. Ruliansyah. Nasution  
 N P M : 1703110148  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : Persepsi masyarakat pada promosi tiket murah Airasia saat Pandemi Covid-19 di Kelurahan MEDAN HELVETIA TENGAH

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.)	16/4 2021	Bimbingan proposal pertama	<i>[Signature]</i>
2.)	29/4 2021	Bimbingan proposal kedua	<i>[Signature]</i>
3.)	28/5 2021	Bimbingan proposal ketiga	<i>[Signature]</i>
4.)	02/6 2021	Bimbingan proposal keempat	<i>[Signature]</i>
5.)	26/6 2021	Bimbingan proposal kelima.	<i>[Signature]</i>
6.)	09/7 2021	Bimbingan proposal kedam	<i>[Signature]</i>
7.)	05/8 2021	ACC proposal	<i>[Signature]</i>
8.)	13/12 2021	Bimbingan Draft wawancara	<i>[Signature]</i>
9.)	04/01 2022	ACC Draft wawancara	<i>[Signature]</i>
10.)	11/02 2022	Bimbingan Skripsi pertama	<i>[Signature]</i>
11.)	20/02 2022	Bimbingan Skripsi kedua	<i>[Signature]</i>
12.)	28/02 2022	Bimbingan Skripsi ketiga	<i>[Signature]</i>
13.)	08/02 2022	Bimbingan Skripsi keempat	<i>[Signature]</i>

Medan, .....2022.

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

*[Signature]*  
 DR. ABU FATHI SALEH, S.Sos, MSP

*[Signature]*  
 ACHYAR ANSHORI, S. Sos, MSP

*[Signature]*  
 DR. Fauziah, S.Sos, MHI, M. (Ker)