



**PENGARUH PERAN PUBLIC RELATIONS DAN MISINFORMASI
DALAM DISONANSI KOGNITIF KOMUNIKASI PENANGANAN PANDEMI
COVID-19 TERHADAP ADOPSI PERILAKU ADAPTASI KEBIASAAN BARU
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi pada Pengguna Media Sosial Whatsapp Di DKI Jakarta)



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

AHMAD FACHRUL ALI

55219110026

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



**PENGARUH PERAN PUBLIC RELATIONS DAN MISINFORMASI
DALAM DISONANSI KOGNITIF KOMUNIKASI PENANGANAN PANDEMI
COVID-19 TERHADAP ADOPSI PERILAKU ADAPTASI KEBIASAAN BARU
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi pada Pengguna Media Sosial Whatsapp Di DKI Jakarta)



TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

MERCU BUANA

OLEH

AHMAD FACHRUL ALI

55219110026

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Ahmad Fachrul Ali
NIM : 55219110026
Jenjang Pendidikan : Strata Dua
Kosentrasi : Corporate Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Peran Public Relations dan Misinformasi
Dalam Disonansi Kognitif Komunikasi Penanganan
Pandemi COVID-19 Terhadap Adopsi Perilaku
Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi
COVID-19 (Studi pada Pengguna Media Sosial
Whatsapp di DKI Jakarta)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 7 September 2022

Dosen Pembimbing

Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd., M.Si

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh Peran Public Relations dan Misinformasi
Dalam Disonansi Kognitif Komunikasi Penanganan
Pandemi COVID-19 Terhadap Adopsi Perilaku
Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi
COVID-19 (Studi pada Pengguna Media Sosial
Whatsapp di DKI Jakarta)

Nama : Ahmad Fachrul Ali

NIM : 55219110026

Jenjang Pendidikan : Strata Dua

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Marketing Communication

Tanggal : 7 September 2022

MERCU BUANA

Jakarta, 7 September 2022
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Afdal Makkuraga, M.Si
2. Penguji Ahli :
Dr. Heri Budianto, M.Si
3. Pembimbing :
Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd., M.Si



(.....)

(.....)

(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Peran Public Relations dan Misinformasi
Dalam Disonansi Kognitif Komunikasi Penanganan
Pandemi COVID-19 Terhadap Adopsi Perilaku
Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi
COVID-19 (Studi pada Pengguna Media Sosial
Whatsapp di DKI Jakarta)

Nama : Ahmad Fachrul Ali

NIM : 55219110026

Jenjang Pendidikan : Strata Dua

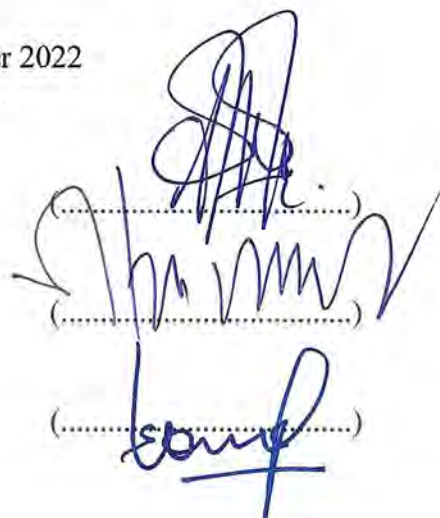
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Marketing Communication

Tanggal : 7 September 2022

Jakarta, 7 September 2022
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Afdal Makkuraga, M.Si
2. Penguji Ahli :
Dr. Heri Budianto, M.Si
3. Pembimbing :
Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd., M.Si



(.....)

(.....)

(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

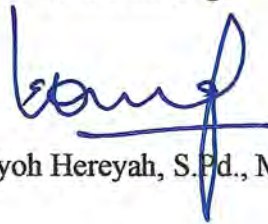
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Ahmad Fachrul Ali
NIM : 55219110026
Jenjang Pendidikan : Strata Dua
Kosentrasi : Corporate Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Peran Public Relations dan Misinformasi
Dalam Disonansi Kognitif Komunikasi Penanganan
Pandemi COVID-19 Terhadap Adopsi Perilaku
Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi
COVID-19 (Studi pada Pengguna Media Sosial
Whatsapp di DKI Jakarta)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

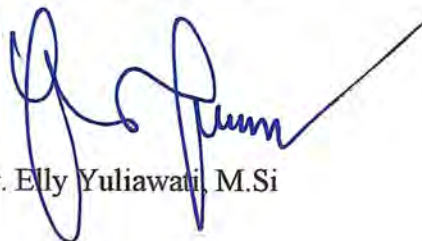
Jakarta, 7 September 2022

Dosen Pembimbing



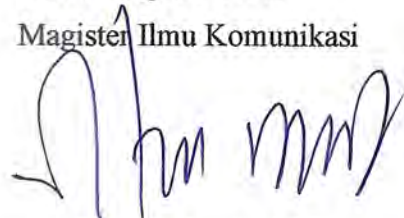
Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd., M.Si

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliawati, M.Si

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Heri Budianto, M Si

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Ahmad Fachrul Ali

NIM : 55219110026

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul Pengaruh Peran Public Relations Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional terhadap Adaptasi Kebiasaan Baru Masyarakat Jakarta pada Masa Pandemi COVID-19 telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 27 Agustus 2022 didapatkan nilai presentase sebesar 26%.



Jakarta, 28 Agustus 2022

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sukadi', with a long horizontal stroke extending to the right.

Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Peran Public Relations dan Misinformasi Dalam Disonansi Kognitif Komunikasi Penanganan Pandemi COVID-19 Terhadap Adopsi Perilaku Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada Pengguna Media Sosial Whatsapp di DKI Jakarta)

Nama : Ahmad Fachrul Ali

NIM : 55219110026

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 7 September 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengelolaannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 7 September 2022



METERAI
PENAFES
216D6A X000216043

Ahmad Fachrul Ali

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan harapan dan kemampuan peneliti. Di mana dalam penyusunan tesis ini peneliti mengangkat judul: Pengaruh Peran Public Relations dan Misinformasi Dalam Disonansi Kognitif Komunikasi Penanganan Pandemi COVID-19 Terhadap Adopsi Perilaku Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada Pengguna Media Sosial Whatsapp di DKI Jakarta).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Secara khusus penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd., M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan arahan untuk tesis ini.
2. Dr. Elly Yulawati, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Heri Budianto, M.Si sebagai Dosen Penguji Ahli sekaligus Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Afdal Makkuraga, M.Si sebagai Ketua Sidang.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan Ilmu yang bermanfaat dan berharga selama perkuliahan dan

staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, terima kasih atas bantuan selama ini pada saat pandemi COVID-19.

6. Bapak Amran, Ibu Ana, Ananda Aulia Putri, keluarga yang selalu memberikan dukungan, mendoakan, memberi semangat dan menjadi inspirasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Serta seluruh teman seperjuangan mahasiswa Program Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta 2019 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu semangat dan pantang menyerah saat pandemi COVID-19.

Peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan tesis ini di masa pandemi COVID-19. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini tidak terlepas dari kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti yang masih terbatas, sehingga peneliti senantiasa mengharapkan kepada pembaca untuk memberikan saran dan kritiknya. Semoga tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

Terima Kasih,



Ahmad Fachrul Ali
(NIM. 55219110026)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vi
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	vii
PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1 LATAR BELAKANG	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	15
a. Konteks Akademis	16
b. Konteks Praktis	16
c. Konteks Sosial.....	16

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Teori Disonansi Kognitif	32
C. Public Relations	39
D. Misinformasi	51
E. Adopsi	55
F. Kerangka Berpikir.....	58
G. Hipotesis Penelitian	59
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	63
A. Paradigma Penelitian	63
B. Metode Penelitian	64
C. Populasi dan Sampel	65
D. Definisi dan Operasionalisasi Konsep	69
a. Definisi Konsep.....	69
b. Tabel Operasionalisasi Konsep	71
E. Teknik Pengumpulan Data.....	81
1. Data Primer	81
2. Data Sekunder	83
F. Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas	83
a. Validitas	83
b. Reliabilitas.....	89
c. Normalitas	92

G. Teknik Analisis Data.....	92
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	103
A. Gambaran Umum.....	103
1. Logo Organisasi	105
2. Tugas dan Wewenang	105
3. Sinergi Kementerian/Lembaga.....	108
4. Susunan Komite dan Satgas	117
B. Hasil Penelitian	119
a. Karakteristik Responden	120
b. Public Relations.....	124
c. Misinformasi	128
d. Disonansi Kognitif	131
e. Adaptasi Kebiasaan Baru	135
f. Uji Confirmatory Factor Analysis.....	140
g. Uji Hipotesis Penelitian.....	147
C. Pembahasan.....	150
a. Pengaruh Peran Public Relations Terhadap Disonansi Kognitif.....	153
b. Pengaruh Peran Public Relations Terhadap Adaptasi Kebiasaan Baru.....	159
c. Pengaruh Misinformasi Terhadap Disonansi Kognitif.....	165
d. Pengaruh Misinformasi Terhadap Adaptasi Kebiasaan Baru	170
e. Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Adaptasi Kebiasaan Baru	175
f. Pengaruh Peran Public Relations Terhadap Misinformasi.....	181

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	189
A. KESIMPULAN.....	189
B. SARAN.....	190
1. Saran Akademis.....	191
2. Saran Praktis.....	191
DAFTAR PUSTAKA	193
LAMPIRAN	205



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Disonansi Kognitif	32
Gambar 2. Model Perencanaan Komunikasi	48
Gambar 3. Kuadran Tipe Proses Adopsi	51
Gambar 4. Kerangka Pemikiran	59
Gambar 5. Outer Model (n=30).....	85
Gambar 6. Model Hipotesis Penelitian.....	101
Gambar 7. Logo KPCPEN	105
Gambar 8. Model Hipotesis Penelitian (n=100).....	140



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. Operasionalisasi Konsep	71
Tabel 3. Hasil Uji Convergent Validity (n=30).....	86
Tabel 4. Hasil Uji Cross Loading (n=30).....	88
Tabel 5. Hasil Uji Average Variance Extracted (n=30)	89
Tabel 6. Hasil Uji Composite Reliability (n=30)	91
Tabel 7. Kementerian/Lembaga Pendukung KPCPEN	108
Tabel 8. Susunan Komite Kebijakan.....	117
Tabel 9. Susunan Satuan Tugas COVID-19 dan Satuan Tugas Pemulihan dan Transformasi Ekonomi Nasional	118
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	120
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	121
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	121
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	122
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	122
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan Whatsapp Untuk Berkomunikasi	123

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti Atau Mendapat Informasi Seputar Penanganan COVID-19 Di DKI Jakarta Melalui Whatsapp	124
Tabel 17. Peran Public Relations (KSI1) Dimensi Teknisi Komunikasi (X1)	125
Tabel 18. Peran Public Relations (KSI1) Dimensi Expert Prescriber (X2).....	126
Tabel 19. Peran Public Relations (KSI1) Dimensi Fasilitator Komunikasi (X3)	127
Tabel 20. Peran Public Relations (KSI1) Dimensi Fasilitator Pemecah Masalah (X4).....	128
Tabel 21. Misinformasi (KSI2) Dimensi Fakta (X5)	129
Tabel 22. Misinformasi (KSI2) Dimensi Intensi (X6)	130
Tabel 23. Disonansi Kognitif (ETA1) Dimensi Irrelevance (Y1)	131
Tabel 24. Disonansi Kognitif (ETA1) Dimensi Consonance (Y2).....	132
Tabel 25. Disonansi Kognitif (ETA1) Dimensi Dissonance (Y3).....	133
Tabel 26. Adopsi Perilaku (ETA2) Dimensi Awareness (Y4)	135
Tabel 27. Adopsi Perilaku (ETA2) Dimensi Interest (Y5).....	136
Tabel 28. Adopsi Perilaku (ETA2) Dimensi Evaluation (Y6)	137
Tabel 29. Adopsi Perilaku (ETA2) Dimensi Trial (Y7).....	138
Tabel 30. Adopsi Perilaku (ETA2) Dimensi Adoption (Y8).....	139
Tabel 31. Hasil Uji Convergent Validity (n=100).....	141
Tabel 32. Hasil Uji Cross Loading (n=100).....	142

Tabel 33. Hasil Uji Average Variance Extracted (n=100)	143
Tabel 34. Hasil Uji Composite Reliability (n=100)	144
Tabel 35. Hasil Uji Cronbach's Alpha (n=100)	145
Tabel 36. Hasil Uji Normalitas (n=100).....	146
Tabel 37. Hasil Uji Model Penelitian (n=100)	147
Tabel 38. Hasil Uji Hipotesis Penelitian (n=100)	148
Tabel 39. Interval Koefisien Korelasi	151
Tabel 40. Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi (n=100)	152



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian/Pengumpulan Data KPCPEN	205
Lampiran 2. Surat Permohonan Penelitian/Pengumpulan Data RSUPN Cipto	206
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	207
Lampiran 4. Studi Kepustakaan Pendukung	211
Lampiran 5. Tabulasi Data	215
Lampiran 6. Hasil Output Olah Data Penelitian	219
Lampiran 7. <i>Curriculum Vitae</i>	225

