

**RESPON MAHASISWA MENGENAI KEBIJAKAN SELASA TANPA  
ROKOK DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

*Studi Deskriptif Mengenai Respon Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi  
Angkatan 2010 Mengenai Kebijakan Walikota Selasa Tanpa Rokok di media  
Sosial Twitter Ditinjau Dari Tahap Stimulus Respons.*

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu

Komunikasi

Oleh

**Toriq Abdurahman**

**10080010245**

**Bidang Kajian Ilmu Jurnalistik**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG**

**2014**

**STUDENT RESPONSE ON NO SMOKING DAY POLICY IN SOCIAL  
MEDIA TWITTER**

A Descriptive Study Response Students Islamic Bandung University Faculty Of  
Communication

**RESEARCH PAPER**

Entitled For Completing The Bachelor Degree of Communication Science

By :

**Toriq Abdurahman**

**10080010245**

**Journalism Science Studies**



**THE FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE**

**ISLAMIC UNIVERSITY OF BANDUNG**

**2014**

RESPON MAHASISWA MENGENAI KEBIJAKAN SELASA TANPA ROKOK DI MEDIA  
SOSIAL TWITTER

<sup>1</sup>Toriq Abdurahman, <sup>2</sup> Aziz Taufik Hirzi

<sup>1,2</sup> Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1

Bandung 40116

e-mail : <sup>1</sup> [toriq.abdurahman@yahoo.co.id](mailto:toriq.abdurahman@yahoo.co.id), <sup>2</sup> [azizhirzi@yahoo.com](mailto:azizhirzi@yahoo.com)

**Abstract.** *The development of technology increasingly facilitated communication, especially the spreading of information based on social media. The existence of technology such as internet provides convenience to the public regarding the dissemination of information, now everyone can accept new information by accessing the internet for example, online media or social media. The ease like this helped the government especially in sending new information, concerning the policy of the government one of them on Tuesday without cigarettes (no smoking day on Tuesday) that were spread through the social media twitter. The purpose of this study was to determine how the student responses on policies made by the government on (no smoking day on Tuesday) distributed through social media twitter. The research methodology used by the researchers is the descriptive method. Its population is a student at the Faculty of Communication Sciences, Bandung Islamic University class of 2010, using purposive sampling of the entire population of 314 people found 75 to be the object of research. The conclusion of this study is the stimulus given to respondents about the no smoking policy Tuesday twitter socially mediated get diverse reactions from each respondent. On the whole the respondents learned the existence of the policy on (no smoking day on Tuesday) went through the social media twitter but the implementation in the everyday life was not yet implemented maximally.*

**Keywords :** response, policy, stimulus respons

**Abstrak.** Perkembangan teknologi semakin mempermudah komunikasi khususnya penyebaran informasi yang berbasis media sosial. Adanya teknologi seperti internet memberikan kemudahan kepada khalayak mengenai penyebaran informasi, kini setiap orang bisa menerima informasi baru atau berita baru dengan mengakses jaringan internet contohnya media online atau media sosial. Kemudahan seperti ini membantu pemerintah khususnya dalam menyampaikan informasi baru, mengenai kebijakan pemerintah salah satunya hari selasa tanpa rokok yang disebarakan melalui media sosial *twitter*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon mahasiswa mengenai kebijakan yang dibuat pemerintah mengenai hari selasa tanpa rokok yang disebarakan melalui media sosial *twitter*. Metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif. Populasinya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2010, dengan menggunakan *purposive sampling* dari keseluruhan populasi yang berjumlah 314 didapatkan 75 orang untuk dijadikan objek penelitian. Temuan penelitian ini memperlihatkan stimulus yang diberikan kepada responden mengenai kebijakan hari selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* mendapatkan reaksi yang bermacam-macam dari setiap responden. Secara keseluruhan responden mengetahui adanya kebijakan hari selasa tanpa rokok tersebut melalui media sosial *twitter* namun implementasi pada kehidupan sehari-hari belum terlaksana secara maksimal.

**Kata kunci :** respon, kebijakan, stimulus respons

## A. Pendahuluan

Dengan berkembangnya teknologi, media massa pun ikut mengalami perubahan yang sangat pesat seperti saat ini berkembangnya media online. Teknologi baru seperti ini memberikan kemudahan kepada pembaca untuk dapat mengakses informasi lebih mudah melalui media internet, mengingat sekarang sudah banyak sekali *smartphone* yang bisa menghubungkan pengguna dengan dunia maya. Banyak media massa beralih menggunakan media sosial seperti *twitter*, *facebook*, *blog* untuk menyampaikan berita kepada masyarakat, tujuannya adalah agar berita tersebut dapat diterima oleh masyarakat secara cepat.

*Twitter* adalah salah satu media sosial yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Pada era ini hampir setiap orang dewasa maupun anak-anak memiliki *account twitter*, mengingat media ini sangat disukai oleh banyak orang tidak terkecuali selebriti hingga presiden pun mempunyai *account twitter*. Kini *twitter* tidak hanya dikenal sebagai media tegur sapa antara sesama pengguna *twitter* lainnya tetapi sudah menjadi alat informasi yang populer, dengan 140 karakter informasi yang disampaikan bisa langsung diterima pengguna *twitter* secara cepat. Banyak orang mencari informasi atau berita melalui media *twitter* ini, karena dinilai lebih praktis dan cepat bisa dimana saja kapan saja, kemudahan ini tentunya menjadi keuntungan bagi pengguna *twitter*.

Kemudahan seperti ini dimanfaatkan oleh walikota Bandung yaitu Ridwan Kamil dalam menyampaikan program-program yang direncanakan beliau kepada masyarakat luas khususnya kota Bandung melalui media sosial *twitter*. Hal ini dinilai Ridwan Kamil efektif untuk dapat lebih dekat dengan masyarakat kota Bandung, dalam menyampaikan program-programnya tersebut diharapkan agar masyarakat pun ikut menilai berjalan atau tidak program-program yang beliau rencanakan tersebut.

Seperti program walikota Bandung mengenai selasa tanpa rokok, yang berlaku untuk semua kalangan masyarakat kota Bandung baik disemua lingkungan instansi pemerintah dan pendidikan untuk turut serta guna melatih ketidak tergantungan terhadap rokok, diharapkan program ini menjadi berkelanjutan dan para konsumen rokok di kota Bandung pun berkurang. Alasan walikota membuat program tersebut adalah melihat perokok aktif semakin tahun semakin meningkat baik kalangan remaja, hingga usia tua.

Seperti kita tahu bahaya asap rokok sangat mengganggu kesehatan manusia, tidak sedikit nyawa melayang karena rokok setiap tahunnya. Mahasiswa yang berada dilingkungan pendidikan seharusnya menyadari akan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tersebut, namun fakta di lapangan masih banyak terdapat mahasiswa yang merokok khususnya pada hari selasa yang merupakan hari tanpa asap rokok. Perlu kesadaran yang tinggi untuk dapat ikut serta dalam kebijakan pemerintah tersebut.

Bertitik tolak pada kenyataan tersebut, maka penting dilakukan penelitian untuk melihat bagaimana respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok yang dibuat oleh Wali Kota Bandung Ridwan Kamil di media sosial twitter.

Berbagai manfaat dapat diperoleh dari kajian ini. Pada level internal kampus, kajian ini dapat menghimbau para mahasiswa untuk turut serta menjaga kelestarian lingkungan yaitu dengan tidak mencemarinya dengan asap rokok, selain itu kepada perokok pasif dapat menghimbau kepada temannya untuk tidak merokok untuk satu hari saja agar lingkungan kampus dapat lebih nyaman. Lebih jauh lagi, dengan adanya kebijakan ini diharapkan para mahasiswa khususnya perokok aktif dapat mengurangi konsumsi rokok dan ketergantungan terhadap rokok.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan tersebut yakni : “Bagaimana Respon Mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2010 Mengenai Kebijakan Selasa Tanpa Rokok di Media Sosial Twitter?” Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Bagaimana Respon Mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2010 Mengenai Kebijakan “Selasa Tanpa Rokok” di Media Sosial Twitter ditinjau dari aspek presentasi ?
2. Bagaimana Respon Mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2010 Mengenai Kebijakan “Selasa Tanpa Rokok” di Media Sosial Twitter ditinjau dari aspek perhatian ?
3. Bagaimana Respon Mahasiswa Fikom Unisba Angkatan 2010 Mengenai Kebijakan “Selasa Tanpa Rokok” di Media Sosial Twitter ditinjau dari aspek reaksi ?

### C. Kajian Pustaka

Penelitian ini bertitik tolak dari respons dan reaksi individual, yang menganggap efek media pada individu harus dimulai dengan perhatian atau terpaan pada pesan di media. Hasil dari peristiwa ini dapat melebar menerobos waktu dan mengambil bentuk kolektif yang berbeda.

Efeknya sendiri sebagai contoh: mendapatkan pengetahuan tentang suatu peristiwa dari berita, tidak bisa disebut jangka panjang atau jangka pendek, tetapi dapat diperlakukan sebagai keduanya. Karena pemasukan dari media sangat banyak, bervariasi dan saling berkaitan, pada praktiknya kita tidak dapat memisahkan efek media berdasarkan hal ini atau dimensi lain walaupun hal tersebut harus dilakukan untuk dianalisis. Bagaimanapun, model stimulus-respons sangat jelas berjangka pendek dan individualistis (McQuail, 2011: 226).

Prinsip stimulus respons mengasumsikan bahwa pesan dipersiapkan dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat tersedia bagi sejumlah besar individu, dan bukannya di tujukan pada orang per orang. Penggunaan teknologi untuk reproduksi dan distribusi diharapkan dapat memaksimalkan jumlah penerimaan dan respons oleh audience. Teori stimulus respons menjadi landasan bagi penelitian ini, dimana terpaan media mengenai suatu informasi mendapatkan reaksi beragam tidak semua khalayak dapat menerima suatu stimulus dari media tersebut. Keberhasilan Stimulus yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa dapat terlihat melalui beberapa tahap di antaranya melalui cara presentasi komunikator, perhatian dari khalayak, selanjutnya yaitu reaksi dari khalayak itu sendiri. Dengan kata lain, keberhasilan stimulus respons suatu informasi kepada khalayak dapat diketahui dengan meneliti ketiga aspek tersebut.

Dalam hal ini tidak diperhitungkan kemungkinan adanya intervensi dari struktur sosial atau kelompok dan seolah-olah terdapat kontak langsung antara media dan individu. Konsekuensinya, seluruh individu yang menerima pesan dianggap sama/seimbang. Jadi hanya agregasi jumlah yang dikenal, seperti konsumen, supporter, dan sebagainya (Rohim, 2009: 168).

*The Second Media Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. “Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas. (LittleJohn, 2009: 414)”

Internet masih dalam jumlah terbatas, yakni pada publik yang mempunyai alat komputer penerima. Tetapi pada akhirnya internet menjadi media massa sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Internet merupakan suatu fenomena yang sangat baru namun telah mempengaruhi dan

membentuk keseharian dari individu-individu dalam masyarakat.

Menurut Septiawan Santana mengatakan dalam *Jurnalisme Kontemporer* (2005:135). Radio tidak menggantikan surat kabar, namun menjadi sebuah alternatif, menciptakan sebuah kerajaan dan khalayak baru. Demikian pula dengan televisi, meskipun televisi (TV) melemahkan radio, tetap tidak dapat secara total mengeliminasinya.

Lebih dari sekedar pengaruh, keberadaan internet ini merupakan suatu fenomena multi-wajah yang secara radikal mengubah keyakinan mengenai berekspresi dan bagaimana kekuatan itu dipergunakan. CMC atau komunikasi berbasis komputer ini mempunyai keuntungan tersendiri diantaranya adalah tidak adanya pola diskriminasi komunikasi yang didasarkan pada keadaan sosial seperti gender, ras, status sosial ekonomi. CMC juga mempertinggi interaksi seseorang dengan orang lain yang tidak terbatas pada tempat, waktu, luas bidang yang diperbincangkan atau dengan kata lain interaksi yang bersifat multidimensional serta tidak lagi terganggu oleh batas-batas konvensional dalam berinteraksi (Raharjo, 2002: 95-96).

Kebijaksanaan (*policy*) diberi arti yang bermacam-macam, Harold D.Laswell dan Abraham Kaplan memberi arti kebijakan suatu kesamaan sebagai “*a projected program of goals, values and practice*”. (Suatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dan praktek-praktek yang terarah)”. (Islamy, 2009:17)

Aturan atau peraturan tersebut secara sederhana kita pahami sebagai kebijakan publik, jadi kebijakan publik ini dapat kita artikan suatu hukum. Akan tetapi tidak hanya sekedar hukum namun kita harus memahaminya secara utuh dan benar. Ketika suatu isu yang menyangkut kepentingan bersama dipandang perlu untuk diatur maka formulasi isu tersebut menjadi kebijakan publik yang harus dilakukan dan disusun serta disepakati oleh para pejabat yang berwenang. Ketika kebijakan publik tersebut ditetapkan menjadi suatu kebijakan publik; apakah menjadi Undang-Undang.

Sementara itu pakar kebijakan publik mendefinisikan bahwa kebijakan publik adalah segala sesuatu yang dikerjakan atau tidak dikerjakan oleh pemerintah, mengapa suatu kebijakan harus dilakukan dan apakah manfaat bagi kehidupan bersama harus menjadi pertimbangan yang holistik agar kebijakan tersebut mengandung manfaat yang besar bagi warganya dan berdampak kecil dan sebaiknya tidak menimbulkan persoalan yang merugikan, walaupun demikian pasti ada yang diuntungkan dan ada yang dirugikan, disinilah letaknya pemerintah harus bijaksana dalam menetapkan suatu kebijakan.

Dengan konteks penelitian ini, basis data terpilah digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai respon mahasiswa mengenai kebijakan pemerintah yang diinformasikan melalui media sosial *twitter*. Dengan memperoleh data terpilah seputar respon mahasiswa akan diketahui apakah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah melalui media sosial *twitter* telah tepat sasaran kepada mahasiswa agar dapat ikut berpartisipasi dalam kebijakan tersebut.

#### **D. Metode dan Sasaran Penelitian**

Penelitian yang dipakai oleh penulis adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif.

Metode penelitian deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data, mengolah, dan mengelompokkan, menyusun dan akhirnya data siap dipergunakan yang nantinya akan menjadi satu kesimpulan. Metode deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang ada mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi (Rakhmat, 2012: 25).

Guna memudahkan pengambilan data, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2010 yang berjumlah 314 mahasiswa sehingga didapatkan 75 orang dari total populasi untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan toleransi kesalahan sebesar 10%. Teknik pengambilan data dilakukan dengan tiga cara, yaitu (1) menggunakan angket yang disebarakan kepada objek penelitian, (2) wawancara dengan narasumber kunci dalam kebijakan selasa tanpa rokok yang berurusan dengan kebijakan tersebut, dan (3) kepustakaan memperoleh data-data dengan menelaah teori-teori dari berbagai buku ilmiah dan peraturan yang tertulis, yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini bermaksud memperlihatkan gambaran data mengenai respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter*.

#### **E. Temuan Penelitian**

Cara yang ditempuh dalam mengumpulkan data adalah melalui angket yang meliputi daftar pertanyaan disertai beberapa alternatif jawaban. Penyebaran angket dilakukan dengan cara mendatangi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2010 yang berjumlah 314 orang sebagai

*total sampling* dalam penelitian ini yang kemudian dijadikan sebagai sampel sebanyak 75 orang atas angket yang disebar.

Selanjutnya penulis akan menguraikan hasil angket yang disebar dalam bentuk tabel-tabel agar dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap masalah yang perlu diteliti agar mudah dipahami. Data responden yang akan penulis deskripsikan adalah jenis kelamin dan banyaknya responden yang memiliki kebiasaan merokok, baik itu laki-laki maupun perempuan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel-tabel berikut ini.

Seperti terlihat pada tabel 1, yang memperlihatkan data menyeluruh objek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2010 yang berjumlah 75 orang. Komposisi antara mahasiswa laki-laki (42) dan perempuan (33).

**Tabel 1. Jenis Kelamin**

No	Pernyataan	Satuan	%
1.	Laki-laki	42	56
2.	Perempuan	33	44
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Diolah

Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah responden perempuan. Hal ini bisa terjadi karena penulis lebih memfokuskan kepada responden laki-laki yang sebagian besar memiliki kebiasaan merokok dibandingkan dengan perempuan.

Hal ini berkaitan dengan responden yang memiliki kebiasaan merokok. Pada tabel 2 bisa terlihat dari responden yang memiliki kebiasaan merokok, responden laki-laki yang berjumlah 42 orang seluruhnya memiliki kebiasaan merokok sedangkan 2 orang perempuan memiliki kebiasaan merokok.

**Tabel 2 Kebiasaan Merokok**

No	Pernyataan	Satuan	%
1.	Ya (laki-laki)	42	56
2.	Ya (perempuan)	2	3
3.	Tidak (laki-laki)	0	0
4.	Tidak (perempuan)	31	41
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Diolah

Keseluruhan responden laki-laki memiliki kebiasaan merokok, sedangkan 2 orang responden perempuan memiliki kebiasaan merokok. Proporsisi antara perokok laki-laki dan perempuan sangat timpang persentasenya. Namun, jumlah perempuan sebanyak 33 responden hanya 2 orang saja yang memiliki kebiasaan merokok.

Data penelitian yang akan penulis deskripsikan adalah mengenai aspek presentasi dari narasumber atau komunikator sebagai pembuat kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter*, aspek perhatian dari responden yaitu mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2010 dan aspek reaksi dari responden yaitu mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2010.

### 1. Respon Mahasiswa dari Aspek Presentasi Komunikator

Presentasi merupakan sebuah proses dimana seorang individu (komunikator) mengirimkan rangsangan (stimulus, yang biasanya berbentuk verbal) untuk mengubah perilaku individu lain (*audiens*). Agar sebuah pesan dalam komunikasi bisa tersampaikan dengan baik, ada tiga komponen penting yaitu pemberi pesan, media yang digunakan, dan *audiens*. (Dewi, 2010: 47)

Hasil data kumulatif telah memperlihatkan bahwa respon mahasiswa ditinjau dari aspek presentasi komunikator dapat dikatakan tinggi.

**Tabel 3. Kumulatif Presentasi Dari Respon Mahasiswa Mengenai Kebijakan Selasa Tanpa Rokok di Media Sosial Twitter**

Kategori presentasi	Frekuensi	%
Tinggi	59	79
Sedang	16	21
Rendah	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan perhitungan akumulatif di atas, diperoleh hasil 79% responden termasuk kedalam kategori tinggi dan 21% masuk kedalam kategori sedang. Dengan demikian dalam aspek presentasi dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* menurut mayoritas responden termasuk kedalam kategori tinggi yaitu sebanyak 79%. Hal ini bisa terjadi dikarenakan cara presentasi

Ridwan Kamil sebagai Wali Kota Bandung dinilai responden sangat baik dalam menyampaikan semua kebijakannya, salah satu keunggulannya yaitu dekat dengan masyarakat dan terbuka di media sosial *twitter*.

Penilaian responden terhadap aspek presentasi dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dibagi kembali menjadi tiga bagian, yaitu : (1) Dimensi gaya bahasa. (2) Intensitas, (3) Dimensi pesan. Dimensi pesan menjadi dimensi yang paling menonjol dalam aspek presentasi dalam kaitannya responden memberikan respon mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dilihat dari skor total penjumlahan jawaban dari responden.

## 2. Respon Mahasiswa Dari Aspek Perhatian

Untuk mengetahui aspek perhatian dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dari 75 responden yang diteliti masuk kedalam kategori tinggi, sedang dan rendah maka dilakukan perhitungan melalui tabel akumulatif.

**Tabel 4. Kumulatif Aspek Perhatian Dari Respon Mahasiswa Mengenai Kebijakan Selasa Tanpa Rokok di Media Sosial Twitter**

Kategori perhatian	Frekuensi	%
Tinggi	62	83
Sedang	13	17
Rendah	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan perhitungan akumulatif di atas, diperoleh hasil 83% responden termasuk kedalam kategori tinggi dan 17% masuk kedalam kategori sedang. Dengan demikian dalam aspek perhatian dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* menurut mayoritas responden termasuk kedalam kategori tinggi yaitu sebanyak 83%. Hal ini bisa terjadi dikarenakan responden selalu memperhatikan apa yang disampaikan oleh Ridwan Kamil sebagai Wali Kota Bandung dan menganggap penting setiap informasi yang disebarakan melalui media sosial *twitter*.

Penilaian responden terhadap aspek perhatian dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dibagi kembali menjadi empat bagian, yaitu : (1) Dimensi pemahaman. (2) Dimensi kesadaran, (3) Dimensi kepentingan (4) Dimensi ketertarikan. Dimensi kesadaran menjadi dimensi yang paling menonjol dalam aspek perhatian dalam kaitannya responden memberikan respon

mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dilihat dari skor total penjumlahan jawaban dari responden.

### 3. Respon Mahasiswa Dari Aspek Reaksi

Reaksi kolektif, efek yang sama dirasakan secara simultan oleh banyak orang dalam situasi dan konteks yang dirasakan bersama-sama, mengarah pada aksi bersama, biasanya tidak diatur. Ketakutan, kekhawatiran dan kemarahan adalah reaksi yang paling kuat yang dapat mengarah kepada kepanikan dan kekacauan. (McQuail, 2011:222)

Untuk mengetahui aspek reaksi dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dari 75 responden yang diteliti masuk kedalam kategori tinggi, sedang dan rendah maka dilakukan perhitungan melalui tabel akumulatif.

**Tabel 5. Kumulatif Aspek Reaksi Dari Respon Mahasiswa Mengenai Kebijakan Selasa Tanpa Rokok di Media Sosial Twitter**

Kategori perhatian	Frekuensi	%
Tinggi	25	33
Sedang	45	60
Rendah	5	7
<b>Jumlah</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan perhitungan akumulatif di atas, diperoleh hasil 33% responden termasuk kedalam kategori tinggi, 60% masuk kedalam kategori sedang dan 7% masuk dalam kategori rendah. Dengan demikian dalam aspek reaksi dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* menurut mayoritas responden termasuk kedalam kategori sedang yaitu sebanyak 60%. Hal tersebut terjadi dikarenakan masih kurangnya reaksi atau implementasi dari responden untuk mau ikut serta dalam kebijakan hari selasa tanpa rokok. Stimulus yang diberikan kepada responden belum sepenuhnya dapat dilakukan langsung oleh responden.

Penilaian responden terhadap aspek reaksi dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dibagi kembali menjadi tiga bagian, yaitu : (1) Dimensi persuasi. (2) Dimensi aktualisasi diri, (3) Dimensi menerima. Dimensi persuasi menjadi dimensi yang paling menonjol dalam

aspek reaksi dalam kaitannya responden memberikan respon mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dilihat dari skor total penjumlahan jawaban dari responden.

## F. Diskusi

Temuan–temuan penelitian memperlihatkan bahwa respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* belum sepenuhnya dapat diterima oleh mahasiswa. Hal ini mengindikasikan berlakunya stimulus respons yang menganggap efek media pada individu harus dimulai dengan perhatian atau terpaan pada pesan di media. Hasil dari peristiwa ini dapat melebar menerobos waktu dan mengambil bentuk kolektif yang berbeda. Efeknya sendiri sebagai contoh: mendapatkan pengetahuan tentang suatu peristiwa dari berita, tidak bisa disebut jangka panjang atau jangka pendek, tetapi dapat diperlakukan sebagai keduanya. Karena pemasukan dari media sangat banyak, bervariasi dan saling berkaitan, pada praktiknya kita tidak dapat memisahkan efek media berdasarkan hal ini atau dimensi lain walaupun hal tersebut harus dilakukan untuk dianalisis. Bagaimanapun, model stimulus-respons sangat jelas berjangka pendek dan individualistis (McQuail, 2011: 226).

Dalam kasus respon mahasiswa mengenai kebijakan tersebut, terlihat bahwa teori stimulus respons diaplikasikan sepenuhnya tanpa dibatasi kelemahan media yang dipakai yaitu melalui media sosial *twitter*.

Ditinjau dari teori lain yang berkaitan dengan respon mahasiswa mengenai kebijakan tersebut, yaitu Kebijaksanaan (*policy*) diberi arti yang bermacam-macam, Harold D.Laswell dan Abraham Kaplan memberi arti kebijakan suatu kesamaan sebagai “*a projected program of goals, values and practice*”. (Suatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dan praktek-praktek yang terarah). (Islamy, 2009:17)

Aturan atau peraturan tersebut secara sederhana kita pahami sebagai kebijakan publik, jadi kebijakan publik ini dapat kita artikan suatu hukum. Akan tetapi tidak hanya sekedar hukum namun kita harus memahaminya secara utuh dan benar. Kebijakan mengenai selasa tanpa rokok di media sosial *twitter*, memang masih sebatas himbuan saja belum menjadi peraturan daerah yang mempunyai hukum jika melanggarnya. Karena hanya masih bersifat himbuan, kebijakan tersebut tidak mewajibkan seluruh masyarakat untuk ikut serta dalam hari selasa tanpa rokok. Berdasarkan temuan lapangan satu-satunya yang menjadi kelemahan dari kebijakan tersebut adalah kebebasan atau hak dari setiap masyarakat untuk tidak mengikuti kebijakan selasa tanpa rokok. Tetapi para responden hampir seluruhnya tertarik untuk ikut serta

dalam kebijakan pemerintah tersebut khususnya para perokok aktif, lalu selanjutnya para responden yang tidak merokok siap untuk saling mengingatkan kepada temannya mengenai kebijakan ini.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data pengisian angket serta pembahasannya, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dari penelitian yang diajukan pada bab-bab sebelumnya. Adapun hal-hal yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek presentasi dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* ditinjau dari dimensi gaya bahasa, intensitas dan pesan sudah dapat dikatakan tinggi dengan persentase sebesar 79%. Ciri khas atau keunggulan Ridwan Kamil yang dekat dengan masyarakat dan terbuka di media sosial *twitter* menjadi faktor utama tingginya respon mahasiswa ditinjau dari aspek presentasi.
2. Aspek perhatian dari respon mahasiswa mengenai kebijakan selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dinyatakan tinggi dengan persentase 83%. Mahasiswa selalu memperhatikan apa yang disampaikan oleh komunikator mengenai kebijakan selasa tanpa rokok, dan mahasiswa mengerti mengenai maksud dari diadakannya kebijakan tersebut.
3. Aspek reaksi dari respon mahasiswa mengenai kebijakan hari selasa tanpa rokok di media sosial *twitter* dinyatakan sedang dengan persentase 60%. Pada aspek reaksi ini, belum sepenuhnya mahasiswa dapat mengikuti kebijakan tersebut. Namun pada segi tertarik mahasiswa mulai tertarik untuk ikut serta dalam kebijakan selasa tanpa rokok ini. Semua ini bukan dikarenakan adanya pengaruh intervensi mengenai kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, melainkan karena kebijakan tersebut masih dalam tahap himbauan jadi tidak ada sanksi atau mewajibkan responden untuk wajib ikut serta dalam kebijakan selasa tanpa rokok.

## DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Said Zainal. 2004. *Kebijakan Publik*. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah

Dewi, Puspita. 2010. *Presentasi kunci sukses pemimpin*. Jakarta: Salemba Humanika.

Enterprise, Jubilee. 2012. *Jurus Sakti Copywriting di Twitter, Facebook, dan Blog*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Islamy, Irfan. 2009. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijaksanaan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.

Littlejohn, Stephen. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Raharjo, Agus. 2002. *Cyber Crime Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam dan Aplikasi*. Jakarta : Rineka Cipta.

Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

### Sumber Lain :

Riszal Juniar. 2013. "Pengertian dan Kegunaan Twitter", <http://riszal-juniar-arifin.blogspot.com/2013/01/twitter.html>. Tanggal akses 1 Mei 2014, pkl 06.07 WIB.

Wiraswati, Widya. 2003. "Tanggapan Mahasiswa Terhadap Penyebaran Informasi Perusahaan Melalui [www.indonesian-aerospace.com](http://www.indonesian-aerospace.com): Suatu Studi Deskriptif Analisis tentang Tanggapan Mahasiswa Teknik Penerbangan Institut Teknologi Bandung terhadap Penyebaran Informasi Produk-produk PT Dirgantara Indonesia Melalui WWW.INDONESIAN-AEROSPACE.COM". Skripsi. Bandung. Universitas Islam Bandung.