

## **Hubungan Antara Informasi Program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* Melalui Facebook dengan Sikap Partisipasi *Followers*** Relationship Between Information on the Indonesian Arts and Culture Scholarship Program through Facebook and Attitudes of Participant Followers

<sup>1</sup>Muhamad Iqbal Setiawan, <sup>2</sup>M. Husen Fahmi

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116  
muhiqbals.mis7@gmail.com<sup>1</sup> husen.fahmi@yahoo.com<sup>2</sup>*

**Abstract.** The purpose of this study is to see the relationship between information program of Art and Culture Scholarship Indonesia through facebook with the attitude of participation of followers by using integration information theory that is divided into seven problems, namely relationship between information with attitude, relationship between message valance with cognitive, affective, and conative, and also relationship between information quality with cognitive, affective, and conative. The research method used in this research is correlational quantitative research method. The research data was obtained through the distribution to 63 respondents and interview with the party from the Ministry of Foreign Affairs Indonesia. The results of this study revealed that message valance and information quality in information of program Indonesian Arts and Cultural Scholarship has a significant relationship in making attitude of participation of followers. This is evidenced by the probability of each correlation less than 0.05.

**Keywords:** Information, Message Valence, Information Quality, Attitude

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan sikap partisipasi *followers* dengan perspektif teori integrasi informasi yang dibagi menjadi tujuh identifikasi masalah, yaitu hubungan informasi dengan sikap, hubungan valensi pesan dengan kognitif, afektif, dan konatif, serta hubungan bobot informasi dengan kognitif, afektif, dan konatif. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif korelasional. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 63 responden serta wawancara dengan pihak dari Kementerian Luar Negeri RI. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa valensi pesan dan bobot informasi dalam informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* memiliki hubungan yang cukup signifikan dalam membentuk sikap partisipasi *followers*. Hal ini terbukti dengan angka probabilitas dari setiap korelasi lebih kecil dari 0,05.

**Kata Kunci:** Informasi, Valensi Pesan, Bobot Informasi, Sikap

### **A. Pendahuluan**

Kebutuhan manusia akan informasi sangat besar pada era sekarang, dan untuk mengakses informasi pun sangat mudah dan cepat. Informasi dapat diakses melalui media apapun baik itu media cetak, elektronik, dan internet. Hal paling mudah dalam mendapatkan informasi yaitu dengan melakukan komunikasi dengan orang lain. Tidak hanya

individu yang melakukan komunikasi untuk mendapatkan dan memberi informasi, namun instansi pemerintahan pun melakukan hal tersebut juga untuk terciptanya hubungan baik dengan publik.

Direktorat Diplomasi Publik telah melaksanakan program Indonesian Arts and Culture Scholarship sejak tahun 2003 sebagai tindak lanjut komitmen Pemerintah RI dalam meningkatkan kerjasama

regional dan promosi budaya, khususnya dalam menciptakan para sahabat Indonesia di luar negeri. Hingga tahun 2017, kegiatan tersebut telah menghasilkan 776 alumni dari 69 negara yang menjadi friends of Indonesia dan Indonesianis yang kiranya dapat dimanfaatkan untuk membantu promosi Indonesia di luar negeri ([www.kemlu.go.id](http://www.kemlu.go.id))

Selama ini Direktorat Diplomasi Publik selaku yang mengelola program ini belum memiliki secara resmi halaman facebook untuk program Indonesian Arts and Culture Scholarship. Informasi tentang program ini hanya dibagikan sebanyak sekali pada timeline halaman facebook resmi Kementerian Luar Negeri RI, yaitu pada hari dimana dibukanya pendaftaran program ini tanggal 22 november 2017. Sedangkan pendaftaran untuk program ini jangka waktunya lumayan lama hingga tanggal 10 Januari 2018, yang notabennya followers yang tidak membuka facebook pada tanggal dipublikasikan untuk pertama kalinya informasi program ini tidak akan mengetahuinya.

Hal lain menunjukkan bahwa informasi yang disajikan tidak dirancang eye-catching dan tidak diperbaharui serta tertimpa oleh informasi lain. Berikut penuturan dari Pratika Rizki Devi selaku followers:

“Saya kurang paham dengan bahasa yang digunakan, karena memang tidak intens mengikuti infonya tapi mungkin penyebarannya juga masih kurang. Informasi kurang lengkap karena tampilannya tidak mengajak seolah berdialog alias berinteraksi dengan pembaca, sehingga hanya dilihat sepiantas”.

Jika beberapa permasalahan diatas dibiarkan tanpa adanya perubahan maka dikhawatirkan minat followers untuk mengikuti program tersebut akan

menurun. Program beasiswa tersebut juga akan sulit dikenal atau populer di masyarakat. Hal tersebut akan berimbas terhadap pandangan followers terhadap kurang baiknya kredibilitas sumber daya manusia dari Kemlu RI selaku yang membuat dan mengelola program tersebut.

Berdasarkan hasil penuturan narasumber, dikatakan bahwa kebutuhan followers terhadap informasi tentang program beasiswa tersebut tidak terpenuhi sepenuhnya. Bahasa yang disajikan dalam informasinya membuat sebagian followers kurang paham. Informasi yang dibagikan tidak diperbaharui dan tertimpa oleh postingan yang lain. Penyebaran informasi tentang program ini juga tidak sepenuhnya diketahui oleh followers sehingga sikap mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan ini rendah. Dengan adanya halaman facebook resmi Kemlu RI bertujuan untuk memnuhi harapan followers untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan seputar program yang pada realitanya belum terpenuhi.

Rumusan masalah pada penelitian ini ingin mengetahui sejauhmana hubungan antara informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook oleh Kementerian Luar Negeri RI dengan sikap *followers*. Selanjutnya, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Sejauhmana hubungan antara valensi pesan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook oleh Kementerian Luar Negeri RI dengan aspek kognitif *followers*
2. Sejauhmana hubungan antara valensi pesan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook oleh Kementerian Luar Negeri RI dengan aspek afektif

- followers*
3. Sejauhmana hubungan antara valensi pesan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook oleh Kementrian Luar Negeri RI dengan aspek konatif *followers*
  4. Sejauhmana hubungan antara bobot informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook oleh Kementrian Luar Negeri RI dengan aspek kognitif *followers*
  5. Sejauhmana hubungan antara bobot informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook oleh Kementrian Luar Negeri RI dengan aspek afektif *followers*
  6. Sejauhmana hubungan antara bobot informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook oleh Kementrian Luar Negeri RI dengan aspek konatif *followers*?

## B. Landasan Teori

Menurut Martin Fishbein dalam buku yang berjudul "Teori Komunikasi" menuliskan mengenai salah satu teori informasi yaitu Teori Integrasi Informasi (Information Integration Theory) yang merupakan teori tentang pengorganisasian pesan atau informasi. Asumsi dari teori ini adalah:

"Cara mengakumulasikan dan mengatur informasi tentang semua orang, objek, situasi, dan gagasan yang membentuk sikap atau kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang positif atau negatif terhadap beberapa objek (Littlejohn, 2009:111)."

Pendekatan penggabungan informasi adalah salah satu model paling populer yang menawarkan

untuk menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap (Littlejohn, 2009:111). Fishbein dalam Littlejohn kemudian mengemukakan bahwa merujuk pada teori ini semua informasi mempunyai kekuatan potensial yang dapat mempengaruhi orang untuk memiliki sikap tertentu. Besar tidaknya pengaruh tersebut tergantung kepada dua hal yaitu Valensi dan Bobot Informasi.

7. Valensi atau arahan. Mengacu pada apakah informasi mendukung keyakinan anda atau menyangkal mereka. Ketika informasi menyokong keyakinan anda, maka informasi tersebut mempunyai valensi "positif". Ketika tidak menyokong, maka valensi "negatif".

8. Bobot adalah sebuah kegunaan dari kredibilitas. Jika anda berpikir bahwa informasi tersebut adalah benar, maka anda memberikan bobot yang lebih tinggi pada informasi tersebut; jika tidak, maka anda akan memberikan bobot yang lebih rendah. Jelasnya, semakin besar bobotnya, semakin besar pula dampak dari informasi tersebut pada sistem keyakinan anda (Littlejohn, 2009: 111).

Berpengaruhnya isi pesan terhadap sikap mengindikasikan bahwa pesan-pesan yang sesuai dengan tema yang dibahas, menggunakan bahasa yang jelas, dan menarik memiliki kecenderungan untuk disukai oleh komunikan. (Mulyana, 2002:319). Menurut Secord & Backman (1964), mendefinisikan sikap sebagai 'keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya' (Azwar, 2011:5). Sebuah sikap dianggap

sebagai sebuah akumulasi dari informasi tentang sebuah objek, seseorang, situasi, atau pengalaman (Littlejohn, 2009:111).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang memiliki sarat dengan nuansa angka – angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Dalam analisis data, metode penelitian kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan ilmu statistik, baik statistik deskriptif maupun inferensial (yang memerlukan rumus – rumus statistik non-parametrik) (Ardianto, 2010:47). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan mengirimkan kuisisioner elektronik kepada setiap followers aktif yang sebelumnya sudah dilakukan pemilihan melalui metode pengambilan sampel, yaitu *total sampling*. Kuesioener ini disebarkan kepada 84 responden dari keseluruhan populasi (*total sampling*) dan diperoleh 63 responden (75%) yang mengisi dalam jangka waktu tujuh (7) hari atau seminggu.

### C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui dengan uraian sebagai berikut:

#### Hubungan Valensi Pesan ( $X_1$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Kognitif ( $Y_1$ ) Followers

**Tabel 4.39** Hubungan Valensi Pesan ( $X_1$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship dengan Kognitif ( $Y_1$ ) Followers

Var iabe l	$r_s$ hit un g	t hit un g	t ta be l	Kep utus an	Kesi mpul an	Keter anga n
$X_1$ dan	0,3	2,4	1,99	$H_0$ ditola	Rend	Signif

$Y_1$	03	83	8	k	ah	ikan
-------	----	----	---	---	----	------

Berdasarkan tabel 4.39 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *Rank Spearman* ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,303 atau berada dalam kategori rendah. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,483, dan  $t$  tabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah 1,998, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} (2,483) > t_{tabel} (1,998)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara valensi pesan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan kognitif *followers*.

Dari hasil penghitungan hipotesis minor maka terdapat hubungan yang signifikan antara sub variabel valensi pesan dengan sub variabel kognitif *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa valensi pesan dalam informasi program tersebut untuk memberikan dan menambah keyakinan belum bisa diperoleh dengan baik oleh *followers*. Sehingga hal tersebut kurang memberikan pengetahuan baru untuk *followers* seputar program, juga memberikan pemahaman akan informasi programnya.

#### Hubungan Valensi Pesan ( $X_1$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Afektif ( $Y_2$ ) Followers

**Tabel 4.40** Hubungan Valensi Pesan ( $X_1$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Afektif ( $Y_2$ ) Followers

Var iabe l	$r_s$ hit un g	t hit un g	t ta be l	Kep utus an	Kesi mpul an	Keter anga n
$X_1$ dan $Y_2$	0,436	3,784	1,998	$H_0$ ditolak	Rendah	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.40 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *Rank Spearman* ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,436 atau berada dalam kategori rendah. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,784, dan  $t$  tabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah 1,998, maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung ( $3,784 > t$  tabel ( $1,998$ )) sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan valensi pesan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan afektif *followers*.

Dari hasil penghitungan hipotesis minor maka terdapat hubungan yang signifikan antara sub variabel valensi pesan dengan sub variabel afektif *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa valensi pesan dalam program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* untuk *followers* kurang membantu mereka dalam membentuk minat mereka untuk berpartisipasi dalam program tersebut.

**Hubungan Valensi Pesan ( $X_1$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Konatif ( $Y_3$ ) Followers**

**Tabel 4.41** Hubungan Valensi Pesan ( $X_1$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Konatif ( $Y_3$ ) Followers

Var iabel	$r_s$ hit un g	$t$ hit un g	$t$ ta ble	Kep utus an	Kesi mpulan	Keter angan
$X_1$ dan $Y_3$	0,414	3,52	1,998	$H_0$ ditolak	Rendah	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.41 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *Rank Spearman* ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,414 atau berada dalam kategori rendah. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,552, dan  $t$  tabel

dengan  $\alpha = 5\%$  adalah 1,998, maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung ( $3,552 > t$  tabel ( $1,998$ )) sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara valensi pesan program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* dengan konatif *followers*.

Dari hasil penghitungan hipotesis minor maka terdapat hubungan yang signifikan antara sub variabel valensi pesan dengan sub variabel konatif *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa valensi pesan tentang program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* kepada *followers* kurang bisa mengajak mereka untuk merespon informasi ini pada facebook dan dalam penyebaran kembali informasinya.

**Hubungan Bobot Informasi ( $X_2$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Kognitif ( $Y_1$ ) Followers**

**Tabel 4.42** Hubungan Bobot Informasi ( $X_2$ ) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Kognitif ( $Y_1$ ) Followers

Var iabel	$r_s$ hit un g	$t$ hit un g	$t$ ta ble	Kep utus an	Kesi mpulan	Keter angan
$X_2$ dan $Y_1$	0,260	2,103	1,998	$H_0$ ditolak	Rendah	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.42 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *Rank Spearman* ( $r_s$ ) adalah sebesar 0,260 atau berada dalam kategori rendah. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,103, dan  $t$  tabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah 1,998, maka dapat dilihat bahwa  $t$  hitung ( $2,103 > t$  tabel ( $1,998$ )) sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara bobot

informasi program Indonesian Arts and Culture Scholarship dengan kognitif followers.

Dari hasil penghitungan hipotesis minor maka terdapat hubungan yang signifikan antara sub variabel bobot informasi dengan sub variabel kognitif followers. Hal ini menunjukkan bahwa bobot informasi tentang program Indonesian Arts and Culture Scholarship bagi followers kurang jelas sehingga pengetahuan mereka seputar program ini kurang bisa terpenuhi.

#### Hubungan Bobot Informasi (X<sub>2</sub>) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Afektif (Y<sub>2</sub>) Followers

**Tabel 4.43** Hubungan Bobot Informasi (X<sub>2</sub>) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Afektif (Y<sub>2</sub>) Followers

Var iabe l	r <sub>s</sub> hit un g	t hit un g	t ta be l	Kep utus an	Kesi mpul an	Keter anga n
X <sub>2</sub> dan Y <sub>2</sub>	0,493	4,426	1,998	H <sub>0</sub> ditolak	Cuku p Kuat	Signif ikan

Berdasarkan tabel 4.43 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *Rank Spearman* (r<sub>s</sub>) adalah sebesar 0,493 atau berada dalam kategori cukup kuat. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 4,426, dan t tabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah 1,998, maka dapat dilihat bahwa thitung (4,426) > t tabel (1,998) sehingga H<sub>0</sub> ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara bobot informasi program Indonesian Arts and Culture Scholarship dengan afektif followers.

Dari hasil penghitungan hipotesis minor maka terdapat hubungan yang signifikan antara sub

variabel bobot informasi dengan sub variabel afektif followers. Hal ini menunjukkan bahwa bobot informasi tentang program Indonesian Arts and Culture Scholarship yang dibagikan melalui facebook sangat membantu followers dalam membentuk ketertarikan mereka untuk berpartisipasi dalam program tersebut. Sehingga dapat dikatakan ketertarikan followers terhadap program tersebut cukup baik.

#### Hubungan Bobot Informasi (X<sub>2</sub>) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Konatif (Y<sub>3</sub>) Followers

**Tabel 4.44** Hubungan Bobot Informasi (X<sub>2</sub>) Program Indonesian Arts and Culture Scholarship Melalui Facebook dengan Konatif (Y<sub>3</sub>) Followers

Var iabe l	r <sub>s</sub> hit un g	t hit un g	t ta be l	Kep utus an	Kesi mpul an	Keter anga n
X <sub>2</sub> dan Y <sub>3</sub>	0,397	3,378	1,998	H <sub>0</sub> ditolak	Rend ah	Signif ikan

Berdasarkan tabel 4.44 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *Rank Spearman* (r<sub>s</sub>) adalah sebesar 0,397 atau berada dalam kategori rendah. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 3,378, dan t tabel dengan  $\alpha = 5\%$  adalah 1,998, maka dapat dilihat bahwa thitung (3,378) > t tabel (1,998) sehingga H<sub>0</sub> ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara bobot informasi program Indonesian Arts and Culture Scholarship dengan konatif followers.

Dari hasil penghitungan hipotesis minor maka terdapat hubungan yang signifikan antara sub variabel bobot informasi dengan sub variabel konatif followers. Hal ini

menunjukkan bahwa bobot informasi tentang program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* yang dibagikan melalui facebook kurang bisa mengajak *followers* untuk memberikan respon mereka. Respon disini dalam bentuk menyukai informasinya atau membagikan kembali informasinya.

Menurut Basri (2016: 111) penyampaian pesan tidak hanya sebatas kognitif (persepsi dan penilaian) dan efektif (emosional dan evaluatif), namun sampai pada taraf dapat mengajak komunikasi untuk berperilaku. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pada aspek konatif responden yaitu perilaku mereka terhadap informasi yang diperolehnya tergolong cukup tinggi. Dengan demikian bahwa *followers* memberikan respon yang cukup positif terhadap informasi program *indonesian arts and culture scholarship*. *Followers* membentuk atau merubah sikap mereka setelah mendapatkan informasi tentang program *Indonesian arts and culture scholarship* dalam bentuk membagikan kembali informasi program ini melalui facebook, media sosial lainnya, dan secara langsung kepada teman – teman nya.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, *followers* menerima informasi tentang program *Indonesian arts and culture scholarship* yang dibagikan melalui facebook, mereka memberikan valensi pesan berdasarkan rasa kepercayaan mereka akan pesan yang memiliki hubungan dengan pengalaman atau personal dari diri mereka, selain itu *followers* menganggap informasi tersebut akurat, tepat waktu dan relevan memiliki nilai guna dan manfaat bagi mereka untuk berpartisipasi dalam menyebarkan kembali informasi program beasiswa tersebut. Pada akhirnya *followers* memiliki kecenderungan bersikap positif terhadap informasi tersebut

dengan bertambahnya pengetahuan mereka tentang program tersebut, memiliki ketertarikan terhadap program, dan memberikan respon serta membagikan kembali informasi program tersebut kepada teman – teman nya baik secara langsung atau melalui media sosial.

Secara keseluruhan, pembuktian teori integrasi informasi berhasil dilakukan. Informasi perlu disajikan cukup baik dari segi keakuratan, ketepatan waktu dan relevansinya. Sehingga informasi yang diterima tersebut dapat membentuk sikap *followers* dalam berpartisipasi membagikan kembali informasinya. Dengan terdapatnya hubungan yang signifikan pada setiap variabel maupun sub variabel yang dihipotesiskan maka membuktikan bahwa penelitian ini mendukung teori integrasi informasi (*integration information theory*) yang dikemukakan oleh Martin Fishbein tersebut.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab - bab sebelumnya, mengacu pada tujuan penelitian, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara valensi pesan pada informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan kognitif pada sikap partisipasi *followers* dengan kategori rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa *followers* belum mendapatkan sepenuhnya pengetahuan tentang informasi program tersebut. Apabila dilihat dilapangan pada kiriman informasinya hanya disajikan poster dan deskripsi singkat serta

tautan yang merujuk pada *website* dimana lebih lengkap informasinya.

2. Terdapat hubungan yang signifikan antara valensi pesan pada informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan afektif pada sikap partisipasi *followers* dengan kategori rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa *followers* belum terlalu yakin untuk bisa berpartisipasi dalam program beasiswa tersebut. Berawal dari keragu-raguan mereka terhadap informasi programnya.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara valensi pesan pada informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan konatif pada sikap partisipasi *followers* dengan kategori rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa keyakinan *followers* akan kualitas informasi program beasiswa tersebut rendah. Mereka berpendapat bahwa informasi mengenai program beasiswa yang berfokus pada seni dan budaya tidak hanya program tersebut saja, akan tetapi masih ada yang lainnya.
4. Terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi pada informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan kognitif pada sikap partisipasi *followers* dengan kategori rendah. Hal

tersebut menunjukkan bahwa *followers* merasa penjelasan programnya yang di bagikan melalui facebook kurang jelas, dibandingkan dengan di twitter yang dirasa oleh sebagian *followers* cukup jelas.

Sehingga menyebabkan pengetahuan mereka tentang program ini masih belum terpenuhi. Selain itu, beberapa *followers* menyebutkan juga bahwa program ini tidak selalu diperbaharui informasinya.

5. Terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi pada informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan afektif pada sikap partisipasi *followers* dengan kategori cukup kuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi beberapa *followers* terhadap program ini cukup baik. Mereka tertarik dengan ilmu, wawasan dan juga pengalaman yang akan didapatkan dalam program tersebut dengan hanya membaca informasi program tersebut di facebook.
6. Terdapat hubungan yang signifikan antara bobot informasi pada informasi program *Indonesian Arts and Culture Scholarship* melalui facebook dengan konatif pada sikap partisipasi *followers* dengan kategori rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa beberapa *followers* menganggap bahwa

informasi program tersebut belum akurat, relevan dan tepat waktu. Karena tidak didukung dengan detail informasi kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan, juga informasinya dibagikan ketika beberapa *followers* tidak sedang membuka facebook.

## E. Saran

### Saran Teoritis

1. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya memperluas kajian komunikasi dan majemen merek dengan menambah media periklanan yang diteliti, yaitu tidak hanya televise saja tetapi radio, surat kabar dan berbagai media lainnya sehingga lebih memahami dampak terpaan iklan terhadap khalayak. Selain itu, tidak secara spesifik meneliti satu merek saja, sehingga didapatkan hasil yang lebih akurat mengenai merek mana yang menjadi *top of mind* di khalayak ramai.
1. Hendaknya penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan membahas mengenai keputusan pembelian produk dari konsep perilaku konsumen, agar dapat diketahui sejauhmana terpaan iklan dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk berdasarkan iklan yang disaksikannya.

### Saran Praktis

1. Untuk meningkatkan perhatian khalayak terhadap iklan Le Minerale, hendaknya pihak produsen air mineral Le Minerale mengevaluasi dan memperbaiki isi dan kemasan iklan yang ditayangkan di

televise sehingga memiliki ciri khas dan daya tarik lebih baik dibandingkan iklan produk sejenis lainnya. Daya tarik dan ciri khas tersebut dapat dibentuk dengan cara pemilihan alur cerita yang lebih menarik, *jingle* atau lagu yang cukup dikenal, kata-kata dalam iklan yang menarik perhatian dan berbeda dengan iklan lainnya, menggunakan bintang iklan yang sedang dikenal khalayak dan cara-cara lain yang dianggap dapat menambah daya tarik iklan. Dengan adanya daya tarik dan ciri khas iklan akan membuat khalayak yang menonton akan memperhatikan serta mengingat iklan produk yang ditayangkan.

2. Untuk meningkatkan kesadaran merek konsumen, pihak Le Minerale hendaknya melakukan inovasi kemasan produk yang memiliki ciri khas serta memperbanyak program bauran promosi lainnya seperti promosi penjualan, pemberian sampel produk, ataupun *sponsorship* sehingga lebih banyak masyarakat yang mengenali produk air mineral merek Le Minerale.

### Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2010. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekratama Media.
- Azwar, S. 2011. Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- LittleJohn, Stephen W & Karen A Foss. 2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta Salemba Humanika.

Jurnal:

Mulyana, Dadan. 2002. “Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan di Televisi terhadap Sikap Hidup Sehat Keluarga”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 3 No. 2: 309-322

Basri, Hasan. 2016. “Pengaruh Karakteristik Pesan Kampanye Kesehatan Terhadap Sikap Hidup Sehat Ibu Ibu Anggota Posyandudi Kota Bandar Lampung”, *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol. 02 No. 01: 102-113

Sumber Lain:

<https://www.kemlu.go.id/id/berita/berita>

-

[perwakilan/Pages/Pengumuman-Beasiswa-Seni-dan-Budaya-Indonesia-2018.aspx](https://www.kemlu.go.id/id/berita/berita/perwakilan/Pages/Pengumuman-Beasiswa-Seni-dan-Budaya-Indonesia-2018.aspx) , diakses pada tanggal 3 Februari 2018 pukul 19.20 WIB