

Perubahan struktur kognitif dalam proses informasi (Studi eksperimental mengenai perubahan schema individu akibat pemberian stimulus berupa iklan layanan masyarakat "Smoking is Addictive")

Araneta Amalia Watjoko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284678&lokasi=lokal>

Abstrak

Berawalaari dampak negatif kebiasaan merokok baik dari segi kesehatan maupun kelangsungan hidup manusia. Dibuatlah Iklan Layanan Masyarakat "Smoking is Addictive" yang meminjam nama WHO sebagai lembaga dengan kredibilitas tinggi. Lebih lanjut permasalahan pada penelitian ini sebenarnya ingin melihat apakah akan terjadi perubahan schema akibat dari pemberian stimulus yang dalam penelitian ini berupa Iklan Layanan Masyarakat "Smoking is Addictive". Schema merupakan suatu struktur kognitif yang berwujud sebagai sikap kognitif individu, sehingga dengan asumsi jika terjadi perubahan sikap kognitif tentunya akan mempengaruhi perilaku dari individu tersebut.

Ada cara yang sering digunakan oleh para praktisi periklanan khususnya dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat yakni dengan memperlihatkan kepada individu tersebut bahwa apa yang dilakukannya adalah tidak konsisten dengan kepercayaan atau nilai-nilai yang dianutnya. Keadaan seperti ini memotivasi individu untuk berubah dan tentunya yang diharapkan adalah perubahan kearah yang lebih baik. Begitu pula dengan iklan Layanan Masyarakat ini yang bertujuan mengajak khalayak perokok untuk mau berhenti merokok dengan menggunakan keadaan yang inkonsisten untuk menjadi motivator.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksperimen dengan bentuk desain "Pre-test Post-test with control group" sehingga ada sebagai responden yang diberikan "treatment" berupa Iklan 'C' layanan Masyarakat Smoking is Addictive dan ada yang tidak mendapat "treatment" dimana pembagian kelompok tersebut dilakukan secara random sehingga kemungkinan terjadinya bias respon sangat kecil. Kemudian pada kedua kelompok tersebut hasil pengukuran pertama dan kedua (variabel operasional) yakni schema, dilihat perbandingannya untuk kemudian dilakukan uji hipotesa dengan Wilcoxon's Matched-pairs Signed-Rank test. Selanjutnya hasil pada kelompok kontrol dan kelompok eksperimen akan dilihat perbedaannya dengan menggunakan t-test for paired samples.

Sehingga dari hasil perhitungan statistik tersebut diharapkan dapat melihat apakah variabel manipulasi (ILM) mempunyai pengaruh terhadap perubahan schema sebagai variabel operasional dan ternyata pada kelompok eksperimen hasil yang diperoleh memperlihatkan bahwa terjadi perubahan pada variabel operasional (schema) akibat treatment iklan yang diberikan. Namun pada kelompok kontrol terjadi perubahan schema akibat dari Extraneous variable (conditioning/testing) yang sulit dijaga oleh peneliti. Perubahan yang terjadi pada kelompok eksperimen jika diamati lebih dalam cenderung sebagai penguatan dari schema yang sudah ada.