

Sikap pelajar pelaku tawuran terhadap iklan layanan masyarakat tentang tawuran yang menggunakan dan tidak menggunakan daya tarik menakut-nakuti

Ardi Prastowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284706&lokasi=lokal>

Abstrak

Fear appeal adalah salah satu bentuk pendekatan kreatif yang kerap digunakan dalam komunikasi periklanan. Ray dan Wilkie menyatakan bahwa fear appeal sesuai digunakan untuk "menembus" khalayak yang memiliki

harga diri tinggi terhadap suatu issue tertentu.

Efektifitas fear appeal dalam menembus khalayak ini diuji cobakan terhadap para pelajar pelaku aktif tawuran, melalui penelitian ini. Khalayak dipilih berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa para pelaku tawuran memiliki harga diri yang tinggi sehingga akan sulit menerima pesan yang menghimbau mereka untuk berhenti tawuran.

Teori social judgement yang dikembangkan oleh Sherif digunakan sebagai landasan teori penelitian ini.

Menurut teori ini, seseorang akan menilai suatu pesan berdasarkan acuan internalnya disebut anchor yang terbentuk oleh pengalaman masa lalu dan keterlibatannya. Diprediksikan, bila seseorang memiliki keterlibatan

ego yang tinggi dalam suatu issue maka ia akan menolak pesan yang berisi issue tersebut. Dengan demikian, maka asumsi penelitian ini adalah iklan fear appeal akan lebih mampu menembus khalayak dibandingkan dengan iklan

yang tidak menggunakan fear appeal. Metodologi penelitian ini adalah eksperimen lapangan dengan desain afteronly no control group.

Subyek eksperimen dibagi dalam 2 kelompok sampel yaitu kelompok penerima treatment fear appeal dan non fear appeal. Penelitian dilakukan dengan membandingkan sikap subyek pada kedua kelompok ini.

Sampel dipilih secara

purposif. Untuk mengukur sikap, digunakan kuesioner

yang menggunakan skala Likert. Metode Focus Group Discussion juga digunakan untuk melihat reaksi spontan responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik treatment yang menggunakan daya tarik menakut-nakuti

maupun bukan, sama-sama menghasilkan sikap yang positif.

Responden penelitian masih memiliki ketergantungan terhadap sekolah dan keluarga. Banyak sangsi yang dianggap dapat menghambat cita-cita mereka dan akan membebani keluarga mereka. Sehingga bila hal ini (sekolah, keluarga, cita-cita) diangkat dalam membahas masalah tawuran, maka responden akan bersikap sangat sensitif.