

Pendekatan rasa takut sebagai strategi pesan persuasif dalam iklan keselamatan jalan

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20428080&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi pendekatan rasa takut banyak digunakan untuk mempersuasi target khalayaknya dalam berbagai pesan kampanye keselamatan jalan di Indonesia. Namun, faktor perbedaan individual menjadi tantangan tersendiri bagi keefektifan penggunaan strategi ini. Tesis ini meneliti pengaruh penerimaan pesan rasa takut dalam iklan keselamatan jalan korlantas Polri terhadap motivasi khalayak usia muda berdasarkan faktor resonansi yang dimilikinya. Hubungan kausal tersebut dianalisis menggunakan model FPPM (extended parallel process model) melalui analisis jalur. Pengumpulan data dilakukan terhadap 85 siswa/i sekolah menengah kejuruan (SMK) dengan menggunakan desain eksperimen one-shot case study. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan pesan ancaman dapat memengaruhi motivasi para siswa/i untuk mengikuti rekomendasi pesan iklan, bila dimediasi oleh pesan efikasi. Hal ini hanya terjadi pada kelompok siswa/i yang tidak beresonansi hanya dapat dipengaruhi oleh pesan efikasi.