

## Framing Pesan dan Kredibilitas Sumber dalam Pemakaian Alat Kontrasepsi = Message Framing and Source Credibility in The Use of Contraceptives.

Maulidatur Rohmah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504558&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Pemakaian alat kontrasepsi terbukti memberikan manfaat bagi masyarakat. Terjadinya penurunan pemakaian alat KB menjadi isu yang harus untuk diperhatikan terutama dari segi keefektifan strategi komunikasinya. Strategi yang banyak digunakan dalam mempromosikan perilaku kesehatan adalah kombinasi framing pesan dan kredibilitas sumber. Menurut theory of planned behavior, perilaku dapat diprediksi berdasarkan niatnya, dan niat itu sendiri dipengaruhi oleh sikap. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung framing pesan, kredibilitas sumber dan interaksi keduanya terhadap niat pemakaian alat kontrasepsi secara langsung, maupun pengaruh tidak langsung melalui attitude toward message dan pengetahuan. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode kuasi eksperimental factorial design 2x2. Peneliti membagi 120 responden ke dalam 4 kelompok penelitian dengan memberikan stimulus pesan yang berbeda di tiap kelompok. Eksperimen dilakukan secara online dan offline. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode partial least square. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 12 hipotesis penelitian yang diajukan, 7 hipotesis diterima dan 5 ditolak. Framing pesan, kredibilitas sumber, dan interaksi keduanya secara signifikan berpengaruh pada attitude toward message, namun tidak memiliki pengaruh pada niat. Pengetahuan dan attitude toward message juga mempengaruhi niat pemakaian alat kontrasepsi. Kredibilitas sumber terbukti memoderasi pengaruh pembingkai pesan terhadap sikap dan niat. Dalam konteks pemakaian alat kontrasepsi, pesan dengan framing positif yang disampaikan oleh sumber yang kredibilitasnya tinggi merupakan kombinasi yang paling efektif dalam mempengaruhi sikap dan niat seseorang.

<hr>

#### <b>ABSTRACT</b><br>

The use of contraception is proven to have many benefits for individuals. Decreasing of contraceptive prevalence rate is a problem that must be considered, especially in its communication strategy. The strategy that is widely used in health promotion is a combination of message framing and source credibility. According to the theory of planned behavior, a behavior can be predicted from intention, and the intention itself is influenced by attitude. This study aims to examine how the direct effect of, framing messages, source credibility and both interaction effect on intention in the use of contraceptives, and also indirectly effect through attitudes toward message and knowledge. This research was conducted with a quantitative approach and used a quasi-experimental method, 2x2 factorial design. Researcher divided 120 participant into 4 groups by giving different stimulus messages in each group. Data obtained from online and offline experiments were analyzed using partial least square method. The results show that from the 12 hypotheses submitted, 7 hypotheses were accepted and 5 were rejected. Message framing, source credibility and both interaction were found to have a significant effect on attitude toward message, but haven't significant effect on intention to use contraception. Knowledge and attitude toward message was also found to have a

significant effect on intention. Source credibility is proven to moderate the effect of framing messages on attitudes and intentions. Positive framing message with credible source is the most effective combination in influencing the attitude and intention to use contraception.