



**PERBEDAAN PENGARUH PESAN PERSUASI NARASI DAN PESAN PERSUASI STATISTIK
MENGENAI COVID-19 TERHADAP
INTENSI PROSOSIAL MAHASISWA**

HAKAM AJI RAMADHAN, Sri Kusromaniah, Dra., M.Si., Psikolog.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**PERBEDAAN PENGARUH PESAN PERSUASI NARASI DAN
PESAN PERSUASI STATISTIK MENGENAI COVID-19 TERHADAP
INTENSI PROSOSIAL MAHASISWA**

Hakam Aji Ramadhan¹, Sri Kusrohmaniah²

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Email: ¹Hakam.aji.r@mail.ugm.ac.id, ²koes_psi@ugm.ac.id

Abstrak. Perilaku prososial menjadi hal yang penting bagi manusia. dalam keadaan pandemi COVID-19 seperti ini media massa menjadi salah satu sumber informasi utama bagi mahasiswa. paparan media massa merupakan salah satu faktor munculnya perilaku prososial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan pengaruh pesan persuasif yang berbentuk cerita narasi dan bukti statistik terhadap munculnya intensi perilaku prososial seseorang. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan intensi prososial ditinjau dari pesan persuasif naratif dan statistik terhadap mahasiswa. Partisipan berjumlah 97 Mahasiswa yang dibagi kedalam 3 kelompok (Kontrol, Eksperimen Statistik, dan Eksperimen Naratif). Metode penelitian yang digunakan adalah eksperimen kuantitatif komparatif kombinasi *within* dan *between subyek*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji *kruskal-walis* pada *gain score* ketiga kelompok nilai $p=0,000$. sedangkan dengan uji *Mann Whitney U Test* didapat hasil pada kelompok Kontrol-Naratif nilai $P=0,260$, Kontrol-Statistik nilai $P=0,000$, kelompok Naratif-Statistik nilai $P=0,000$. Dapat disimpulkan bahwa pesan dengan bukti statistik terbukti memiliki pengaruh lebih terhadap intensi prososial.

Kata kunci: Pesan Persuasif, Intensi Prososial, Narasi vs Statistik

Abstract. Prosocial behavior is important for humans. in this situation of the COVID-19 pandemic the mass media is one of the main sources of information for students. exposure to mass media is one of the factors in the emergence of prosocial behavior. This study aims to determine the difference in the effect of persuasive messages in the form of narrative stories and statistical evidence on the emergence of one's prosocial behavior intentions. The hypothesis in this study is that there are differences in prosocial intentions in terms of persuasive narrative messages and statistics for students. Participants totaled 97 students who were divided into 3 groups (Control, Statistical Experiment, and Narrative Experiment). The



**PERBEDAAN PENGARUH PESAN PERSUASI NARASI DAN PESAN PERSUASI STATISTIK
MENGENAI COVID-19 TERHADAP
INTENSI PROSOSIAL MAHASISWA**

HAKAM AJI RAMADHAN, Sri Kusromaniah, Dra., M.Si., Psikolog.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

research method used is a comparative quantitative experiment mixed within subjects and between subjects. The results of this study indicate that the results of the Kruskal-walis test on the gain score of the three groups are $p = 0.000$. Meanwhile, with the Mann Whitney U Test, the results obtained in the Control-Narrative group, the value of $P = 0.260$, the Control-Statistical group with the value of $P = 0.000$, the Narrative-Statistical group with the value of $P = 0.000$. It can be concluded that messages with statistical evidence are shown to have more influence on prosocial intentions.

Keyword: Persuasive Message, Prosocial Intention, Narrative vs statistic