UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Daftar Pustaka

Bigsby, E., Cappella, J. N., & Seitz, H. H. (2013). Efficiently and Effectively Evaluating Public Service Announcements: Additional Evidence for the Utility of Perceived Effectiveness. Communication Monographs, 80(1), 1–23. doi:10.1080/03637751.2012.739706

Bohner, G., Ruder, M., & Erb, H. P. (2002). When expertise backfires: Contrast and assimilation effects in persuasion. British Journal of Social Psychology, 41, 495–519. doi:10.1348/014466602321149858

Copley, P. (2015). For the love of AIDA – developing the Hierarchy of Effects model in SME social media marketing strategy. Conference: ISBE, Glasgow

CSIS. (2020). Southeast Asia Covid-19 Tracker. Dikutip dari csis.org/programs/southeast-asia-program/southeast-asia-covid-19-tracker-0

Derwin,K. C., Chun-Qing, Z., & Karin, W. J. (2020). Why people failed to adhere to COVID-19 preventive behaviors? Perspectives from an integrated behavior change model. *Infection Control & Hospital Epidemiology*. https://doi.org/10.1017/ice.2020.245

Diehl, S., Terlutter, R., & Peter Weinberg (2003). Advertising Effectiveness in Different Cultures: Results of an Experiment Analyzing the Effects of Individualistic and Collectivistic Advertising on Germans and Chines. *European Advances in Consumer Research*. 6.128-136. Darach Turley and Stephen Brown, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages:

Dryhurst, S., Schneider, C. R., Kerr, J., Freeman, A. L. J., Recchia, G., Van Der Bles, A. M., Spiegelhalter, D., & Van Der Linden, S. (2020). Risk perceptions of COVID-19 around the world. *Journal of Risk Research*,23(7-8), 994-1006. https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193

Dutta, M. J. (2007). Communicating about culture and health: Theorizing culture-centered and cultural sensitivity approach. Communication Theory, 17, 304–328

Gupta, M., Shoja, A. & Mikalef, P. (2021) Toward the understanding of national culture in the success of non-pharmaceutical technological interventions in mitigating COVID-19 pandemic. https://doi.org/10.1007/s10479-021-03962-z

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1).

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014

Hofstede-insight. (2021). Country Comparison Tool. Diakses dari: https://www.hofstede-insights.com/

Irawanto, D. W. (2009). An Analysis Of National Culture And Leadership Practices In Indonesia. *Journal of Diversity Management (JDM)*, *4*(2), 41-48. https://doi.org/10.19030/jdm.v4i2.4957

Jensen, J.D.; Carcioppolo, N.; King, A.J.; Scherr, C.L.; Jones, C.L.; Niederdeppe, J. (2014). The cancer information overload (CIO) scale: Establishing predictive and discriminant validity. Patient Educ. Couns. 94, 90–96.

Jung, W. S., & Villegas, J. (2011). The Effects of Message Framing, Involvement, and Nicotine Dependence on Anti-Smoking Public Service Announcements. *Health Marketing Quarterly*, 28(3), 219–231. doi:10.1080/07359683.2011.595641

Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality. *Psychology.* 58, 697–720. doi: 10.1037/0003-066X.58.9.697

Kim, H. S., Bigman, C. A., Leader, A. E., Lerman, C., & Cappella, J. N. (2012). Narrative Health Communication and Behavior Change: The Influence of Exemplars in the News on Intention to Quit Smoking. *Journal of Communication, 62(3), 473–492.* doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01644.x

Kim, M., Shi, R., & Cappella, J. N. (2016) Effect of Character–Audience Similarity on the Perceived Effectiveness of Antismoking PSAs via Engagement, Health Communication, 31(10), 1193-1204, DOI: 10.1080/10410236.2015.1048421

KPI. (2020). Media Penyiaran Diminta Terus Sosialisasikan Bahaya Covid-19. Dikutip dari: http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/35985-media-penyiaran-diminta-terus-sosialisasikan-bahaya-covid-19?detail3=13831&detail5=13678

Kwon, E. S., King, K. W., Nyilasy, G., & Reid, L. N. (2018). *Impact of Media Context On Advertising Memory. Journal of Advertising Research, JAR–2018–016.* doi:10.2501/jar-2018-016

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lee, S. H. (Mark), & Hoffman, K. D. (2015). Learning the ShamWow: Creating Infomercials to Teach the AIDA Model. Marketing Education Review, 25(1), 9–14. doi:10.1080/10528008.2015.999586

Lee, W.-N. (2019). Exploring the Role of Culture in Advertising: Resolving Persistent Issues and Responding to Changes. *Journal of Advertising*, 1–11. doi:10.1080/00913367.2019.1579686

Mangundjaya, W. L. H. (2013). Is there cultural change in the national cultures of Indonesia? In Y. Kashima, E. S. Kashima, & R. Beatson (Eds.), *Steering the cultural dynamics: Selected papers from the 2010 Congress of the International Association for Cross-Cultural Psychology*. https://scholarworks.gvsu.edu/iaccp_papers/105/

McDowell, J. (2010). *WHAT IS THE CONTENT OF AN INTENTION IN ACTION? Ratio, 23(4), 415–432.* doi:10.1111/j.1467-9329.2010.00476.x

Montazeribarforoushi, S., Keshavarzsaleh, A., & Ramsøy, T. Z. (2017). On the hierarchy of choice: An applied neuroscience perspective on the AIDA model. *Cogent Psychology*, 4(1) doi:10.1080/23311908.2017.1363343

Nisa, N. (2015). STRATEGI KREATIF IKLAN LAYANAN MASYARAKAT (ILM) DALAM PEMASARAN SOSIAL. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4*(2), 158-164. https://doi.org/10.14710/interaksi.4.2.158-164

Petty, R., Priester, J., & Briñol, P. (2002). Mass Media Attitude Change: Implications on the Elaboration Likelihood Model of Persuasion.

Pornpitakpan, C., & Francis, J. N. P. (2000). The Effect of Cultural Differences, Source Expertise, and Argument Strength on Persuasion. *Journal of International Consumer Marketing, 13(1), 77–101*. doi:10.1300/j046v13n01_06

Republika. (2020). Tiga Penyebab Indonesia Sulit Atasi Pandemi Covid-19. Dikutip dari https://republika.co.id/berita/qadh90409/tiga-penyebab-indonesia-sulit-atasi-pandemi-covid19

Ruhi, U. (2020). A Socio-Psychological Perspective on Flattening the COVID-19 Curve: Implications for Public Health Program Delivery in Canada. Canadian Health Policy, Forthcoming, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=3582071

Shefner-Rogers, C. L., & Sood, S. (2004). Involving Husbands in Safe Motherhood: Effects of the SUAMI SIAGA Campaign in Indonesia. *Journal of Health Communication, 9(3), 233–258.* doi:10.1080/10810730490447075

Shen, L. (2010). The Effect of Message Frame in Anti-Smoking Public Service Announcements on Cognitive Response and Attitude Toward Smoking. *Health Communication, 25(1), 11–21*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Steele, L.G., Lynch, S.M. (2013). The Pursuit of Happiness in China: Individualism, Collectivism, and Subjective Well-Being During China's Economic and Social Transformation. Soc Indic Res 114, 441–451. https://doi.org/10.1007/s11205-012-0154-1

Stipp, H. (2018). How Context Can Make Advertising More Effective. *Journal of Advertising Research, 58(2), 138–145.* doi:10.2501/jar-2018-022

Sumartono & Djabar, H. Basril (2002). Terperangkap dalam iklan : meneropong imbas pesan iklan televisi. Alfabeta, Bandung

Updegraff, J. A., & Rothman, A. J. (2013). *Health Message Framing: Moderators, Mediators, and Mysteries. Social and Personality Psychology Compass, 7(9), 668–679.* doi:10.1111/spc3.12056

Uskul, A. K., Sherman, D. K., & Fitzgibbon, J. (2009). The cultural congruency effect: Culture, regulatory focus, and the effectiveness of gain- vs. loss-framed health messages. *Journal of Experimental Social Psychology, 45(3), 535–541.* doi:10.1016/j.jesp.2008.12.005

Warne, R. T. (2014). A Primer on Multivariate Analysis of Variance (MANOVA) for Behavioral Scientists. *Practical Assessment, Research & Evaluation, 19*.

Wiyaya, B. S. (2012). The development of hierarchy of effects model in advertising. International Research Journal of Business Studies, 5(1), 73–85

Webb, T. L., & Sheeran, P. (2006). Does changing behavioral intentions engender behavior change? A meta-analysis of the experimental evidence. *Psychological Bulletin, 132(2), 249–268.* doi:10.1037/0033-2909.132.2.249

Wen, J., Aston, J., Liu, X., & Ying, T. (2020). Effects of misleading media coverage on public health crisis: a case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China. *Anatolia*, 31(2), 331–336. https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1730621

WHO. (2020). Archived: WHO Timeline - COVID-19. https://www.who.int/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19

WHO. (2021). WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. https://www.who.int/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19

Xu, Y. (2020). Unveiling the origin and transmission of 2019-nCoV. Trends in Microbiology,28(4), 239–240 https://doi.org/10.1016/j.tim.2020.02.001

Yoo, K.-H., & Gretzel, U. (2011). Creating more credible and persuasive recommender systems: The influence of source characteristics on recommender system evaluations. In F. Ricci, L. Rokach, B. Shapira, & P. B. Kantor (Eds.), Recommender systems handbook (pp. 455–477). New York, NY: Springer

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

LAMPIRAN

Blue Print Alat Ukur

Blue Print Skala AIDA

AIDA	ASPEK	INDIKATOR
ATTENTION	Keganasan virus	Dampak kematian
		Dampak kerusakan organ tubuh
	Penularan virus	Penularan melalui droplet (air)
		Laju pertambahan kasus positif
	Protokol pengurangan risiko tertular	Physical distancing
		Penggunaan alat pelindung diri (masker)
		Cuci tangan secara rutin
		Membatasi aktivitas yang tidak perlu
	Mata rantai penularan	Risiko setiap orang menjadi sumber penularan covid-19
		Tanggung jawab setiap orang untuk melindungi diri
INTEREST	Keganasan virus	Mengetahui lebih lanjut tentang gejala-2 tertular covid-19
	Penularan virus	Memantau laju penularan covid-19
	Protokol pengurangan risiko tertular	Memantau pelanggaran physical distancing
		Memantau pelanggaran penggunaan masker
		Memantau ketersediaan tempat cuci tangan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

		Memantau dukungan lingkungan untuk isolasi mandiri
DESIRE	Menjaga diri sendiri	Menjaga keselamatan dari risiko covid-19
	Menjaga keluarga	Menjaga keselamatan dari risiko covid-19
	Menjaga teman dekat	Menjaga keselamatan dari risiko covid-19
	Menjaga orang lain	Menjaga keselamatan dari risiko covid-19
ACTION	Niat bagi diri sendiri	Penerapan protokol pencegahan Covid-19
	Niat bagi keluarga	Penerapan protokol pencegahan Covid-19
	Niat terhadap teman dekat	Penerapan protokol pencegahan Covid-19
	Niat terhadap orang lain	Penerapan protokol pencegahan Covid-19

Alat Ukur Penelitian

Skala AIDA

No	Item
1	Semakin memahami besarnya risiko kematian akibat covid-19
2	Semakin tersadar adanya risko kerusakan organ tubuh seperti paru-paru akibat terjangkit covid-19
3	Semakin memahami banyaknya sumber penularan covid-19 di lingkungan sekitar saya
4	Semakin memaklumi laju penularan covid-19 telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan
5	Semakin memahami perlunya melakukan *phisical distancing* untuk mengurangi risiko tertular covid-19
6	Semakin memahami perlunya menggunakan masker untuk mengurangi risiko tertular covid-19
7	Semakin memahami mengapa secara rutin kita perlu mencuci tangan dengan sabun atau *hand-sanitizer*
8	Semakin memahami mengapa kita harus mengurangi aktivitas yang tidak perlu di luar rumah

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

9	Semakin memahami bahwa kita bisa menjadi sumber penularan covid-19 bagi orang lain
10	Semakin memahami mengapa setiap orang bertanggungjawab untuk melindungi diri dari covid-19
11	Semakin tertarik untuk memahami lebih lanjut tentagn gejala-gejala telah tertular covid-19
12	Semakin merasa perlu untuk mengikuti perkembangan laju penularan covid-19 di masyarakat
13	Semakin merasa perlu untuk mencermati kedisiplinan masyarakat dalam menjaga *phisical distancing*
14	Semakin merasa perlu untuk memperhatikan kepatuhan masyarakat dalam mengenakan masker
15	Semakin merasa perlu untuk mencermati ketersediaan fasilitas cuci tangan di tempat umum
16	Semakin merasa perlu untuk waspada terhadap kegiatan pengumpulan massa untuk tujuan apa pun
17	Semakin termotivasi untuk menjaga diri saya dari kemungkinan tertular covid-19
18	Semakin termotivasi untuk menjaga keluarga saya dari kemungkinan tertular covid-19
19	Semakin termotivasi untuk menjaga teman-teman saya dari kemungkinan tertular covid-19
20	Semakin termotivasi untuk menjaga keselamatan siapa pun di sekitar saya dari kemungkinan tertular covid-19
21	Semakin kuat niat saya untuk menerapkan protokol kesehatan pencegahan covid-19
22	Semakin bersemangat untuk memastikan keluarga saya mematuhi protokol kesehatan covid-19
23	Semakin tidak ragu untuk menegur teman dekat kalau mereka tidak mematuhi protokol kesehatan covid-19
24	Saya akan menegur siapa pun yang saya lihat tidak mematuhi protokol kesehatan covid-19

Deskripsi Data Penelitian

No	Frame	Power Distance	Attention	Interest	Desire	Action
1	1.00	2.00	46.00	25.00	25.00	20.00
2	1.00	2.00	41.00	20.00	25.00	18.00
3	1.00	2.00	45.00	23.00	24.00	18.00
4	1.00	2.00	41.00	25.00	25.00	18.00

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5	1.00	2.00	40.00	19.00	20.00	14.00
6	1.00	2.00	45.00	21.00	23.00	17.00
7	1.00	2.00	45.00	24.00	25.00	18.00
8	1.00	2.00	44.00	19.00	24.00	16.00
9	1.00	2.00	31.00	17.00	20.00	15.00
10	1.00	2.00	50.00	25.00	25.00	19.00
11	1.00	2.00	35.00	21.00	21.00	11.00
12	1.00	2.00	47.00	22.00	25.00	18.00
13	1.00	2.00	49.00	19.00	25.00	18.00
14	1.00	2.00	43.00	22.00	22.00	17.00
15	1.00	2.00	43.00	24.00	24.00	15.00
16	1.00	2.00	48.00	21.00	25.00	19.00
17	1.00	2.00	36.00	24.00	20.00	17.00
18	1.00	2.00	50.00	25.00	25.00	20.00
19	1.00	2.00	48.00	18.00	23.00	14.00
20	1.00	2.00	47.00	23.00	25.00	20.00
21	1.00	2.00	35.00	18.00	20.00	13.00
22	1.00	2.00	49.00	25.00	25.00	20.00
23	1.00	2.00	39.00	18.00	22.00	15.00
24	1.00	2.00	42.00	23.00	25.00	18.00
25	1.00	2.00	45.00	22.00	25.00	17.00
26	1.00	2.00	46.00	17.00	23.00	19.00
27	1.00	2.00	46.00	25.00	25.00	20.00
28	1.00	2.00	50.00	24.00	25.00	16.00
29	1.00	2.00	50.00	25.00	25.00	20.00
30	1.00	2.00	47.00	22.00	22.00	19.00
31	1.00	2.00	39.00	19.00	20.00	16.00
32	1.00	2.00	42.00	23.00	25.00	16.00
33	1.00	2.00	41.00	18.00	25.00	20.00
34	1.00	2.00	48.00	23.00	25.00	19.00
35	1.00	2.00	50.00	16.00	19.00	12.00
36	1.00	2.00	46.00	24.00	25.00	18.00
37	1.00	2.00	46.00	21.00	20.00	16.00
38	1.00	2.00	33.00	19.00	20.00	12.00
39	1.00	2.00	46.00	22.00	20.00	16.00
40	1.00	2.00	47.00	23.00	25.00	19.00
41	1.00	2.00	48.00	25.00	25.00	20.00
42	1.00	2.00	42.00	16.00	21.00	11.00
43	1.00	2.00	49.00	25.00	25.00	20.00
44	1.00	2.00	38.00	19.00	22.00	16.00
45	1.00	1.00	38.00	11.00	16.00	12.00
46	1.00	1.00	48.00	19.00	24.00	16.00
47	1.00	1.00	45.00	24.00	24.00	20.00
48	1.00	1.00	43.00	20.00	20.00	16.00

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

49	1.00	1.00	38.00	16.00	24.00	17.00
50	1.00	1.00	45.00	20.00	20.00	16.00
51	1.00	1.00	35.00	25.00	25.00	17.00
52	1.00	1.00	34.00	20.00	16.00	15.00
53	1.00	1.00	35.00	22.00	24.00	17.00
54	1.00	1.00	42.00	16.00	19.00	12.00
55	1.00	1.00	44.00	22.00	24.00	19.00
56	1.00	1.00	33.00	19.00	19.00	16.00
57	1.00	1.00	31.00	25.00	25.00	20.00
58	1.00	1.00	30.00	15.00	19.00	13.00
59	1.00	1.00	40.00	24.00	20.00	12.00
60	1.00	1.00	43.00	16.00	20.00	15.00
61	1.00	1.00	39.00	20.00	20.00	15.00
62	1.00	1.00	41.00	19.00	20.00	15.00
63	1.00	1.00	37.00	19.00	21.00	15.00
64	1.00	1.00	41.00	25.00	25.00	20.00
65	1.00	1.00	32.00	18.00	20.00	15.00
66	1.00	1.00	44.00	19.00	20.00	15.00
67	1.00	1.00	49.00	19.00	20.00	15.00
68	1.00	1.00	40.00	25.00	25.00	20.00
69	1.00	1.00	38.00	20.00	20.00	16.00
70	1.00	1.00	49.00	25.00	20.00	17.00
71	1.00	1.00	46.00	10.00	19.00	14.00
72	1.00	1.00	44.00	16.00	15.00	12.00
73	1.00	1.00	36.00	15.00	20.00	15.00
74	1.00	1.00	41.00	18.00	21.00	16.00
75	1.00	1.00	30.00	15.00	15.00	16.00
76	1.00	1.00	38.00	24.00	25.00	20.00
77	1.00	1.00	35.00	22.00	25.00	17.00
78	1.00	1.00	41.00	21.00	25.00	17.00
79	1.00	1.00	50.00	22.00	25.00	16.00
80	1.00	1.00	36.00	18.00	20.00	14.00
81	1.00	1.00	38.00	20.00	20.00	15.00
82	1.00	1.00	43.00	21.00	24.00	19.00
83	1.00	1.00	45.00	18.00	20.00	15.00
84	1.00	1.00	38.00	22.00	17.00	14.00
85	1.00	1.00	38.00	19.00	19.00	18.00
86	1.00	1.00	46.00	21.00	24.00	18.00
87	1.00	1.00	50.00	23.00	23.00	17.00
88	2.00	2.00	41.00	20.00	20.00	15.00
89	2.00	2.00	44.00	20.00	25.00	18.00
90	2.00	2.00	45.00	25.00	24.00	19.00
91	2.00	2.00	50.00	25.00	25.00	20.00
92	2.00	2.00	34.00	19.00	20.00	14.00

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

93	2.00	2.00	49.00	25.00	25.00	19.00
94	2.00	2.00	50.00	25.00	25.00	19.00
95	2.00	2.00	39.00	15.00	23.00	18.00
96	2.00	2.00	43.00	22.00	25.00	18.00
97	2.00	2.00	32.00	13.00	16.00	11.00
98	2.00	2.00	48.00	23.00	25.00	17.00
99	2.00	2.00	38.00	16.00	16.00	12.00
100	2.00	2.00	50.00	25.00	25.00	20.00
101	2.00	2.00	44.00	18.00	21.00	12.00
102	2.00	2.00	40.00	22.00	23.00	16.00
103	2.00	2.00	45.00	19.00	24.00	13.00
104	2.00	2.00	36.00	20.00	20.00	15.00
105	2.00	2.00	48.00	16.00	19.00	16.00
106	2.00	2.00	49.00	24.00	25.00	19.00
107	2.00	2.00	46.00	25.00	25.00	20.00
108	2.00	2.00	48.00	22.00	25.00	16.00
109	2.00	2.00	42.00	14.00	23.00	16.00
110	2.00	2.00	36.00	14.00	18.00	12.00
111	2.00	2.00	40.00	20.00	20.00	16.00
112	2.00	2.00	32.00	21.00	24.00	18.00
113	2.00	2.00	39.00	20.00	20.00	15.00
114	2.00	2.00	47.00	23.00	25.00	17.00
115	2.00	2.00	47.00	25.00	24.00	18.00
116	2.00	2.00	49.00	20.00	25.00	18.00
117	2.00	2.00	29.00	20.00	16.00	12.00
118	2.00	2.00	41.00	17.00	23.00	17.00
119	2.00	2.00	34.00	25.00	25.00	20.00
120	2.00	2.00	31.00	13.00	17.00	13.00
121	2.00	2.00	47.00	25.00	25.00	20.00
122	2.00	2.00	46.00	22.00	25.00	19.00
123	2.00	2.00	37.00	18.00	20.00	14.00
124	2.00	2.00	50.00	25.00	25.00	19.00
125	2.00	2.00	41.00	20.00	20.00	16.00
126	2.00	2.00	39.00	19.00	20.00	14.00
127	2.00	2.00	36.00	20.00	17.00	13.00
128	2.00	2.00	39.00	13.00	17.00	11.00
129	2.00	2.00	50.00	25.00	25.00	19.00
130	2.00	2.00	49.00	25.00	25.00	18.00
131	2.00	2.00	38.00	11.00	24.00	19.00
132	2.00	2.00	36.00	19.00	20.00	10.00
133	2.00	1.00	40.00	22.00	23.00	16.00
134	2.00	1.00	48.00	25.00	25.00	19.00
135	2.00	1.00	47.00	21.00	24.00	18.00
136	2.00	1.00	28.00	10.00	15.00	11.00

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

137	2.00	1.00	44.00	20.00	24.00	19.00
138	2.00	1.00	41.00	20.00	20.00	17.00
139	2.00	1.00	33.00	18.00	20.00	15.00
140	2.00	1.00	33.00	15.00	18.00	14.00
141	2.00	1.00	40.00	13.00	17.00	14.00
142	2.00	1.00	49.00	20.00	22.00	14.00
143	2.00	1.00	30.00	17.00	18.00	10.00
144	2.00	1.00	42.00	17.00	21.00	17.00
145	2.00	1.00	40.00	19.00	20.00	15.00
146	2.00	1.00	43.00	19.00	19.00	16.00
147	2.00	1.00	40.00	14.00	20.00	15.00
148	2.00	1.00	43.00	18.00	25.00	17.00
149	2.00	1.00	50.00	25.00	25.00	20.00
150	2.00	1.00	39.00	17.00	21.00	15.00
151	2.00	1.00	41.00	19.00	20.00	13.00
152	2.00	1.00	42.00	20.00	21.00	16.00
153	2.00	1.00	44.00	19.00	25.00	16.00
154	2.00	1.00	44.00	22.00	24.00	18.00
155	2.00	1.00	46.00	17.00	25.00	17.00
156	2.00	1.00	49.00	22.00	25.00	19.00
157	2.00	1.00	46.00	25.00	25.00	20.00
158	2.00	1.00	46.00	15.00	21.00	13.00
159	2.00	1.00	39.00	20.00	23.00	19.00
160	2.00	1.00	33.00	16.00	23.00	15.00
161	2.00	1.00	48.00	21.00	24.00	19.00
162	2.00	1.00	35.00	15.00	19.00	15.00
163	2.00	1.00	46.00	25.00	25.00	20.00
164	2.00	1.00	50.00	25.00	25.00	20.00
165	2.00	1.00	48.00	25.00	25.00	19.00
166	2.00	1.00	48.00	24.00	25.00	20.00
167	2.00	1.00	45.00	25.00	20.00	15.00
168	2.00	1.00	35.00	20.00	21.00	12.00
169	2.00	1.00	50.00	25.00	25.00	20.00
170	2.00	1.00	30.00	18.00	17.00	14.00
171	2.00	1.00	50.00	25.00	25.00	18.00
172	2.00	1.00	48.00	24.00	24.00	20.00
173	3.00	2.00	49.00	22.00	25.00	16.00
174	3.00	2.00	42.00	23.00	25.00	18.00
175	3.00	2.00	43.00	22.00	25.00	16.00
176	3.00	2.00	44.00	25.00	25.00	20.00
177	3.00	2.00	40.00	20.00	24.00	19.00
178	3.00	2.00	47.00	23.00	25.00	19.00
179	3.00	2.00	43.00	25.00	25.00	20.00
180	3.00	2.00	33.00	15.00	16.00	14.00

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

181	3.00	2.00	50.00	25.00	25.00	19.00
182	3.00	2.00	44.00	22.00	25.00	20.00
183	3.00	2.00	48.00	23.00	25.00	18.00
184	3.00	2.00	44.00	22.00	20.00	18.00
185	3.00	2.00	50.00	25.00	25.00	20.00
186	3.00	2.00	50.00	25.00	25.00	20.00
187	3.00	2.00	50.00	25.00	25.00	20.00
188	3.00	2.00	47.00	24.00	25.00	20.00
189	3.00	2.00	48.00	21.00	24.00	20.00
190	3.00	2.00	46.00	22.00	25.00	16.00
191	3.00	2.00	45.00	25.00	22.00	18.00
192	3.00	2.00	39.00	21.00	25.00	13.00
193	3.00	2.00	32.00	19.00	19.00	14.00
194	3.00	2.00	50.00	25.00	25.00	16.00
195	3.00	2.00	48.00	23.00	21.00	17.00
196	3.00	2.00	43.00	18.00	24.00	17.00
197	3.00	2.00	47.00	16.00	23.00	15.00
198	3.00	2.00	36.00	21.00	23.00	15.00
199	3.00	2.00	49.00	25.00	25.00	20.00
200	3.00	2.00	36.00	18.00	23.00	16.00
201	3.00	2.00	50.00	24.00	25.00	20.00
202	3.00	2.00	50.00	25.00	25.00	18.00
203	3.00	2.00	43.00	23.00	23.00	17.00
204	3.00	2.00	35.00	18.00	16.00	15.00
205	3.00	2.00	48.00	21.00	24.00	18.00
206	3.00	2.00	46.00	20.00	25.00	18.00
207	3.00	2.00	50.00	23.00	24.00	19.00
208	3.00	2.00	48.00	17.00	21.00	13.00
209	3.00	2.00	38.00	16.00	19.00	15.00
210	3.00	2.00	43.00	19.00	24.00	15.00
211	3.00	2.00	40.00	17.00	20.00	16.00
212	3.00	2.00	50.00	25.00	25.00	17.00
213	3.00	2.00	43.00	21.00	25.00	17.00
214	3.00	2.00	49.00	21.00	25.00	19.00
215	3.00	2.00	48.00	24.00	25.00	18.00
216	3.00	2.00	49.00	21.00	25.00	18.00
217	3.00	2.00	49.00	25.00	25.00	19.00
218	3.00	2.00	40.00	23.00	25.00	16.00
219	3.00	2.00	49.00	25.00	25.00	20.00
220	3.00	2.00	36.00	15.00	18.00	11.00
221	3.00	1.00	42.00	20.00	20.00	16.00
222	3.00	1.00	44.00	19.00	22.00	16.00
223	3.00	1.00	38.00	20.00	24.00	13.00
224	3.00	1.00	47.00	17.00	22.00	18.00

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

225	3.00	1.00	31.00	15.00	20.00	12.00
226	3.00	1.00	40.00	20.00	20.00	16.00
227	3.00	1.00	49.00	24.00	25.00	20.00
228	3.00	1.00	43.00	16.00	21.00	14.00
229	3.00	1.00	40.00	20.00	20.00	16.00
230	3.00	1.00	41.00	18.00	24.00	18.00
231	3.00	1.00	48.00	24.00	25.00	17.00
232	3.00	1.00	41.00	23.00	25.00	18.00
233	3.00	1.00	30.00	17.00	16.00	15.00
234	3.00	1.00	41.00	15.00	21.00	17.00
235	3.00	1.00	48.00	25.00	25.00	20.00
236	3.00	1.00	44.00	25.00	24.00	18.00
237	3.00	1.00	45.00	21.00	23.00	17.00
238	3.00	1.00	48.00	23.00	25.00	18.00
239	3.00	1.00	50.00	25.00	25.00	19.00
240	3.00	1.00	48.00	23.00	24.00	16.00
241	3.00	1.00	41.00	23.00	23.00	14.00
242	3.00	1.00	36.00	16.00	23.00	16.00
243	3.00	1.00	47.00	21.00	25.00	18.00
244	3.00	1.00	35.00	19.00	23.00	15.00
245	3.00	1.00	28.00	14.00	17.00	10.00
246	3.00	1.00	32.00	12.00	14.00	13.00
247	3.00	1.00	48.00	25.00	25.00	17.00
248	3.00	1.00	35.00	23.00	24.00	18.00
249	3.00	1.00	46.00	21.00	22.00	15.00
250	3.00	1.00	43.00	24.00	23.00	19.00
251	3.00	1.00	33.00	18.00	23.00	16.00
252	3.00	1.00	46.00	21.00	18.00	13.00
253	3.00	1.00	50.00	24.00	25.00	20.00
254	3.00	1.00	30.00	15.00	18.00	12.00
255	3.00	1.00	39.00	16.00	21.00	18.00
256	3.00	1.00	41.00	19.00	21.00	15.00
257	3.00	1.00	31.00	13.00	15.00	15.00
258	3.00	1.00	34.00	18.00	18.00	12.00
259	3.00	1.00	50.00	25.00	25.00	20.00

Uji Asumsi dan Hipotesis

Uji Normalitas

Attention

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Standardized Residual	.077	259	.001	.968	259	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Interest

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Standardized Residual	.077	259	.001	.968	259	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Desire

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Standardized Residual	.077	259	.001	.968	259	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Action

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Standardized Residual	.077	259	.001	.968	259	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Data Demografi Partisipan

Dimensi Budaya	Konteks Pemberitaan			Total	Usia			
	Positif	Netral	Negatif		19-20	21-23	24-26	27-30
Power Distance Tinggi	44	45	48	137	52	193	12	1
Power Distance	43	40	39	122				

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Rendah								
Total	87	85	88	259	52	194	12	1

Uji Homogenitas

Levene's Test of Equality of Error Variances[a]

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Attention	Based on Mean	1.452	5	253	.206
	Based on Median	1.497	5	253	.191
	Based on Median and with adjusted df	1.497	5	245.185	.191
	Based on trimmed mean	1.521	5	253	.184
Interest	Based on Mean	1.374	5	253	.235
	Based on Median	1.413	5	253	.220
	Based on Median and with adjusted df	1.413	5	233.108	.220
	Based on trimmed mean	1.492	5	253	.193
Desire	Based on Mean	3.023	5	253	.011
	Based on Median	1.838	5	253	.106
	Based on Median and with adjusted df	1.838	5	240.106	.106
	Based on trimmed mean	3.247	5	253	.007
Action	Based on Mean	1.668	5	253	.143
	Based on Median	1.431	5	253	.214
	Based on Median and with adjusted df	1.431	5	242.689	.214
	Based on trimmed mean	1.655	5	253	.146

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + Frame + Power_Distance + Frame * Power_Distance

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Data Deskriptif

Descriptive Statistics

	Frame	Power_Distance	Mean	Std. Deviation	N
Attention	1.00	1.00	40.2093	5.40968	43
		2.00	44.0455	4.92244	44
		Total	42.1494	5.48895	87
	2.00	1.00	42.3250	6.20747	40
		2.00	42.0889	6.07462	45
		Total	42.2000	6.10191	85
	3.00	1.00	41.1026	6.55662	39
		2.00	44.7292	5.13121	48
		Total	43.1034	6.05601	87
	Total	1.00	41.1885	6.07029	122
		2.00	43.6423	5.47419	137
		Total	42.4865	5.88083	259
Interest	1.00	1.00	19.7209	3.60109	43
		2.00	21.5682	2.83990	44
		Total	20.6552	3.35090	87
	2.00	1.00	19.9250	3.91832	40
		2.00	20.2889	4.05990	45
		Total	20.1176	3.97436	85
	3.00	1.00	19.9231	3.77934	39
		2.00	21.7292	3.03693	48
		Total	20.9195	3.48825	87
	Total	1.00	19.8525	3.73430	122
		2.00	21.2044	3.38930	137
		Total	20.5676	3.61284	259
Desire	1.00	1.00	21.0930	2.95855	43
		2.00	23.2955	2.10845	44
		Total	22.2069	2.77923	87
	2.00	1.00	22.1000	2.85370	40
		2.00	22.2000	3.12323	45
		Total	22.1529	2.98211	85
	3.00	1.00	21.8974	3.06761	39
		2.00	23.5000	2.47541	48
		Total	22.7816	2.85472	87
	Total	1.00	21.6803	2.96889	122
		2.00	23.0073	2.64713	137
		Total	22.3822	2.87542	259
Action	1.00	1.00	16.0233	2.23061	43
		2.00	17.0455	2.58758	44
		Total	16.5402	2.45804	87
	2.00	1.00	16.5000	2.72688	40
		2.00	16.2444	2.90889	45
		Total	16.3647	2.81089	85
	3.00	1.00	16.1538	2.51876	39
		2.00	17.3542	2.25492	48
		Total	16.8161	2.43773	87
	Total	1.00	16.2213	2.48138	122
		2.00	16.8905	2.61410	137
		Total	16.5753	2.56941	259

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Uji Asumsi

Tests of Between-Subjects Effects

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Attention	654.189[a]	5	130.838	4.003	.002
	Interest	175.853[b]	5	35.171	2.788	.018
	Desire	181.982[c]	5	36.396	4.719	.000
	Action	64.029[d]	5	12.806	1.976	.083
Intercept	Attention	463707.014	1	463707.014	14188.508	.000
	Interest	108585.698	1	108585.698	8607.343	.000
	Desire	128716.173	1	128716.173	16690.027	.000
	Action	70623.696	1	70623.696	10899.961	.000
Frame	Attention	32.454	2	16.227	.497	.609
	Interest	23.849	2	11.924	.945	.390
	Desire	15.964	2	7.982	1.035	.357
	Action	6.275	2	3.138	.484	.617
Power_Distance	Attention	373.887	1	373.887	11.440	.001
	Interest	115.537	1	115.537	9.158	.003
	Desire	109.171	1	109.171	14.156	.000
	Action	27.699	1	27.699	4.275	.040
Frame * Power_Distance	Attention	224.335	2	112.167	3.432	.034
	Interest	30.444	2	15.222	1.207	.301
	Desire	50.166	2	25.083	3.252	.040
	Action	26.886	2	13.443	2.075	.128
Error	Attention	8268.514	253	32.682		
	Interest	3191.714	253	12.615		
	Desire	1951.177	253	7.712		
	Action	1639.253	253	6.479		
Total	Attention	476444.000	259			
	Interest	112931.000	259			
	Desire	131883.000	259			
	Action	72861.000	259			
Corrected Total	Attention	8922.703	258			
	Interest	3367.568	258			
	Desire	2133.158	258			
	Action	1703.282	258			

a. R Squared = ,073 (Adjusted R Squared = ,055)

b. R Squared = ,052 (Adjusted R Squared = ,033)

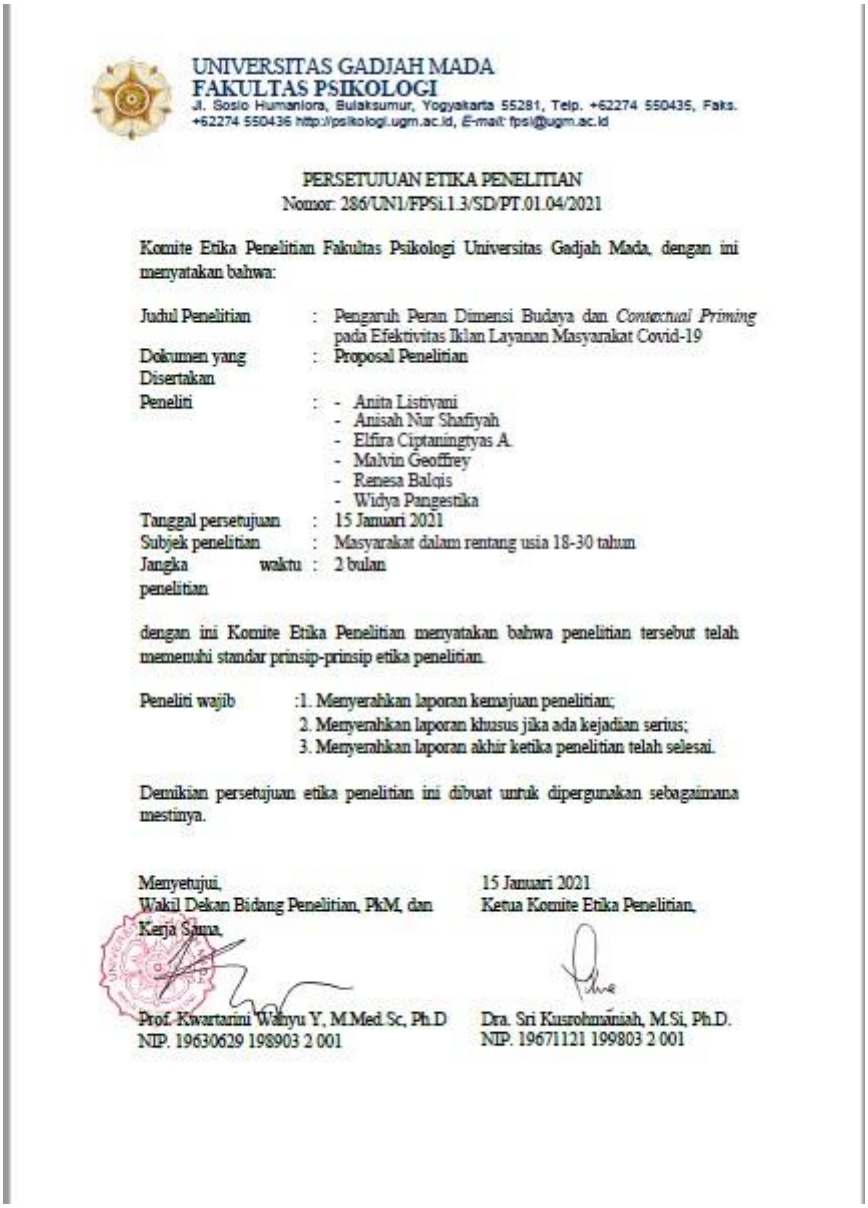
c. R Squared = ,085 (Adjusted R Squared = ,067)

d. R Squared = ,038 (Adjusted R Squared = ,019)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lembar Ethical Clearance



UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS PSIKOLOGI
Jl. Sosio Humaniora, Bulaksumur, Yogyakarta 55281, Telp. +62274 550435, Faks. +62274 550436 http://psikologi.ugm.ac.id, E-mail: fpsi@ugm.ac.id

PERSETUJUAN ETIKA PENELITIAN
Nomor: 286/UN1/FPSi.1.3/SD/PT.01.04/2021

Komite Etika Penelitian Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, dengan ini menyatakan bahwa:

Judul Penelitian	:	Pengaruh Peran Dimensi Budaya dan *Contextual Priming* pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
Dokumen yang Disertakan	:	Proposal Penelitian
Peneliti	:	- Anita Listiyani - Anisah Nur Shafiyah - Elfira Ciptaningtyas A. - Malvin Geoffrey - Renesa Balqis - Widya Pangestika
Tanggal persetujuan	:	15 Januari 2021
Subjek penelitian	:	Masyarakat dalam rentang usia 18-30 tahun
Jangka waktu penelitian	:	2 bulan

dengan ini Komite Etika Penelitian menyatakan bahwa penelitian tersebut telah memenuhi standar prinsip-prinsip etika penelitian.

Peneliti wajib :1. Menyerahkan laporan kemajuan penelitian;
2. Menyerahkan laporan khusus jika ada kejadian serius;
3. Menyerahkan laporan akhir ketika penelitian telah selesai.

Demikian persetujuan etika penelitian ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Menyetujui,
Wakil Dekan Bidang Penelitian, PkM, dan Kerja Sama,

Prof. Kwartarini Wahyu Y, M.Med.Sc, Ph.D
NIP. 19630629 198903 2 001

15 Januari 2021
Ketua Komite Etika Penelitian,

Dra. Sri Kusrohmaniah, M.Si, Ph.D.
NIP. 19671121 199803 2 001

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Dimensi Budaya Power Distance dan Konteks Pemberitaan pada Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Covid-19
ELFIRA C.A, Rahmat Hidayat, S.Psi. M. Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lembar Informed Consent

INFORMED CONSENT

Kami (nama) mahasiswa Fakultas Psikologi UGM sedang melakukan penelitian mengenai iklan layanan masyarakat Covid-19 di Indonesia. Pada penelitian ini, pertanyaan dan tayangan iklan diberikan kepada partisipan yang telah memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Data yang diberikan oleh partisipan akan digunakan sebagaimana mestinya dan tidak disebarluaskan diluar keperluan penelitian.

Dengan mengisi data diri di bawah ini saya **mengijinkan** peneliti untuk menggunakan data yang saya berikan untuk keperluan penelitian

Nama :

Usia :

E-mail :

Catatan :
Partisipan penelitian dimohon untuk tidak menyebarkan informasi apapun terkait penelitian ini kepada orang lain.