

**PENGARUH *MESSAGE APPEALS*, *INFORMATION SOURCES*, DAN
PRESENTATION MODALITY PADA KONTEN INFORMASI PROTOKOL
KESEHATAN COVID-19 DI INSTAGRAM TERHADAP *INFORMATION*
CREDIBILITY, *ATTITUDE TOWARD INFORMATION* DAN *WILLINGNESS TO*
FOLLOW ADVICE DENGAN *INFORMATION SKEPTICISM* SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH:

MUHAMMAD DAFFA PRIAMBODO

NIM: 041811233235

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *MESSAGE APPEALS*, *INFORMATION SOURCES*, DAN
PRESENTATION MODALITY PADA KONTEN INFORMASI PROTOKOL
KESEHATAN COVID-19 DI INSTAGRAM TERHADAP *INFORMATION*
CREDIBILITY, *ATTITUDE TOWARD INFORMATION* DAN *WILLINGNESS*
TO FOLLOW ADVICE DENGAN *INFORMATION SKEPTICISM* SEBAGAI**

VARIABEL MODERASI

DIAJUKAN OLEH:

MUHAMMAD DAFFA PRIAMBODO

NIM: 041811233235

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



SONY KUSUMASONDJAJA, SE., M.com., Ph.D. TANGGAL: 31 MARET 2022

NIP. 197605012000031001

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



Dr. DIEN MARDHIYAH, SE., M.Si

TANGGAL: 31 MARET 2022

NIP. 197211181999032001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Muhammad Daffa Priambodo (041811233235), menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah hasil asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 12 Juli 2022



Muhammad Daffa Priambodo

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Message Appeals*, *Information Sources*, dan *Presentation Modality* Pada Konten Informasi Protokol Kesehatan COVID-19 Di Instagram Terhadap *Information Credibility*, *Attitude Toward Information* dan *Willingness To Follow Advice* dengan *Information Skepticism* Sebagai Variabel Moderasi”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Strata 1 pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga. Selama proses penulisan skripsi ini, banyak pihak yang membantu penulis dengan memberikan masukan, nasehat, semangat, serta doa, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang berperan besar selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CMA., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
2. Dr. Gancar Candra Premananto, S.E., M.Si. selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
3. Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Surabaya.
4. Sony Kusumasondjaja, S.E., M.Com., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selalu berkenan memberikan arahan, bimbingan, saran, dan nasihat baik serta mendukung secara jasmani atau rohani penulis terkait dengan penyusunan skripsi. Serta, hal lain untuk mempersiapkan karir masa depan.
5. Almarhumah Ibu Nidya Ayu Arina, SM.,MSM. selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama perkuliahan berlangsung hingga akhir hayatnya.
6. Made Gitanadya Ayu Ariani, SE.,MSM. selaku dosen wali kedua yang telah membimbing penulis selama perkuliahan berlangsung.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah mendidik dan mengajarkan banyak ilmu pengetahuan dan pelajaran bagi penulis.
8. Bapak Tri Harjoko dan Ibu Nila Nur Suhada selaku orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan doa tulus yang tidak pernah berhenti mengalir kepada penulis.
9. Nadiah Ekawati, Nabilah Deviyanti, Arivandana dan Maulana Reza Pradipta selaku Kakak Kandung Pertama, Kakak Kandung Kedua dan Kedua Kakak Ipar yang selalu memberikan semangat serta selalu menghibur penulis ketika mengalami kesulitan saat penyusunan skripsi.
10. Saudara dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.

11. Gilar Ryandhi, Farhan Rizky Setiawan, Hilman Aziz Zein, Kalam Ikhsani Akbar, Dzaki, dan Lutfi Nisrina Hamidah selaku sahabat penulis sejak SMA yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat dan doa yang tulus, serta menemani penulis dalam menyusun skripsi ini.
12. Mario Wellington Pakpahan selaku sahabat atau kakak berbeda ibu yang selalu menjadi tempat bercerita, membantu penulis saat terjangkit virus COVID-19 hingga sembuh serta membantu penulis dari awal penulisan skripsi dimulai hingga akhir. Ia selalu ada disaat menjalani skripsi yang cukup melelahkan ini.
13. Chika Berlianti Chandrasari, selaku *partner* penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat tersendiri dengan selalu meluangkan waktu untuk menemani penulis dalam menyusun skripsi, membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner dan menghibur penulis ketika sedang lelah dan jenuh.
14. Rekan-rekan seperjuangan dalam grup bimbingan “Skripsi Lama Sekali 2021” yakni Rara, Umi, Rahma, Silvi, Hakim, Niken, dan Mario yang senantiasa meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan penulis, menguatkan, memberikan dukungan dan saran, serta membantu penulisan skripsi ini.
15. Airlangga S. Sidharta, M. Sadam Khadafi, Hafizh Irhamna, Emirza Rajendra dan Alma Shafira Salsabila selaku sahabat kuliah dari awal masuk hingga saat ini yang senantiasa meluangkan waktu untuk mendengarkan penulis bercerita, menghibur disaat lelah dan membantu disaat penulis merasa kesulitan disaat penulisan skripsi ini berlangsung.
16. Segenap Staff Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah mempermudah segala proses penulis dalam menyelesaikan skripsi.
17. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga doa baik dan dukungan yang Anda berikan semuanya dibalas dengan kebaikan yang lebih baik oleh Allah SWT.

Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 17 Juli 2022

Muhammad Daffa Priambodo

ABSTRAK

Peneliti ini menguji pengaruh perbedaan *message appeals*, *information sources*, dan *presentation modality* pada konten informasi protokol kesehatan COVID-19 di Instagram terhadap *information credibility*, *attitude toward information* dan *willingness to follow advice* dengan *information skepticism* sebagai variabel moderasi menggunakan uji MANOVA yang kemudian dilanjutkan dengan menggunakan uji *Macro PROCESS* dengan aplikasi SPSS 26.0. Penelitian ini menggunakan desain faktorial 2 (*informational message appeals vs emotional message appeals*) x 2 (*government information sources vs celebrity information sources*) x 2 (*photo presentation modality vs video presentation modality*) dan mengumpulkan data dari 240 partisipan. Variabel terukur *information credibility* (5 indikator), *attitude toward information* (5 indikator), *information skepticism* (5 indikator) dan *willingness to follow advice* (5 indikator) diukur dengan masing-masing skala Likert 5 poin. Dalam penelitian ini pada *main effect* MANOVA ditemukan bahwa *message appeals*, *information sources* dan *presentation modality* menghasilkan perbedaan signifikan terhadap *information credibility*, *attitude toward information* dan *willingness to follow advice*. Pada *interaction effect* ditemukan bahwa kombinasi antara *informational message appeals*, *government information sources* dan *photo presentation modality* menghasilkan perbedaan yang signifikan pada *information credibility* dan *attitude toward information*. Selain itu, dengan menggunakan *Macro PROCESS* dalam penelitian ini terbukti bahwa *information skepticism* memoderasi pengaruh *information credibility* dan *attitude toward information* terhadap *willingness to follow advice*.

Kata kunci: *informational message appeals*, *message appeals*, *information sources*, *presentation modality*, *information credibility*, *attitude toward information*.

ABSTRACT

This study examines the effect of differences in message appeals, information sources, and presentation modality on the information content of the COVID-19 health protocol on Instagram on information credibility, attitude toward information and willingness to follow advice with information skepticism as a moderation variable using the MANOVA test, followed by using the Macro PROCESS test with the SPSS 26.0 application. This study used a factorial design 2 (informational message appeals vs emotional message appeals) x 2 (government information sources vs celebrity information sources) x 2 (photo presentation modality vs video presentation modality) and collected data from 240 participants. Measurable variables of information credibility (5 indicators), attitude toward information (5 indicators), information skepticism (5 indicators) and willingness to follow advice (5 indicators) were measured with each Likert scale of 5 points. In this study on the main effect of MANOVA, it was found that message appeals, information sources and presentation modalities resulted in significant differences in information credibility, attitude toward information and willingness to follow advice. In the interaction effect, it was found that the combination of informational message appeals, government information sources and photo presentation modalities resulted in significant differences in information credibility and attitude towards information. In addition, by using Macro PROCESS in this study, it was proven that information skepticism moderates the influence of information credibility and attitude toward information on willingness to follow advice.

Keywords: *informational message appeals, message appeals, information sources, presentation modality, information credibility, attitude toward information.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	16
1. Manfaat bagi Akademisi.....	16
2. Manfaat bagi Pemasar	16
1.5. Sistematika Isi Penulisan Skripsi.....	16
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu	17
2.1.2 Iklan Layanan Masyarakat.....	19
2.1.3 <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM).....	20
2.1.4 Message Appeals	22
2.1.5 Information Sources.....	24
2.1.6 <i>Presentation Modality</i>	25
2.1.7 <i>Information Credibility</i>	26
2.1.8 <i>Attitude Toward Information</i>	27
2.1.9 <i>Information Skepticism</i>	28

2.1.10 <i>Willingness to Follow the Advice</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.2.1 Rietveld <i>et al.</i> , 2020	30
2.2.2 Tsang <i>et al.</i> , 2021	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1 Hubungan <i>Message Appeal</i> dan <i>Information Credibility</i>	34
2.3.2 Hubungan <i>Message Appeal</i> dan <i>Attitude Toward Information</i>	36
2.3.3 Hubungan <i>Information Source</i> dan <i>Information Credibility</i>	37
2.3.4 Hubungan <i>Information Sources</i> dan <i>Attitude Toward Information</i>	39
2.3.5 Hubungan <i>Presentation Modality</i> dan <i>Information Credibility</i>	40
2.3.6 Hubungan <i>Presentation Modality</i> dan <i>Attitude Toward Information</i>	42
2.3.7. Efek Interaksi <i>Message Appeals</i> , <i>Information Sources</i> dan <i>Presentation Modality</i> pada <i>Information Credibility</i>	43
2.3.8 Efek Interaksi <i>Message Appeals</i> , <i>Information Sources</i> dan <i>Presentation Modality</i> pada <i>Attitude Toward Information</i>	44
2.3.9 Hubungan <i>Information Credibility</i> dan <i>Willingness to Follow the Advice</i>	45
2.3.10 Hubungan <i>Attitude Toward Information</i> dan <i>Willingness to Follow the Advice</i>	46
2.3.11 Efek Moderasi <i>Information skepticism</i> pada Hubungan <i>Information Credibility</i> dan <i>Willingness to Follow the Advice</i>	47
2.3.12 Efek Moderasi <i>Information Skepticism</i> pada Hubungan <i>Attitude Toward Information</i> dan <i>Willingness to Follow the Advice</i>	48
2.4 Kerangka Konseptual.....	50
BAB III	50
METODE PENELITIAN	50
3.1. Pendekatan Penelitian	51
3.2. Desain Penelitian	51
3.2.1. Desain Penelitian Eksperimen	51
3.2.2. Rancangan Stimuli Penelitian.....	54
3.3. Identifikasi Variabel	57
3.3.1 Variabel Manipulasi	57
3.3.2. Variabel Terukur.....	57
3.4. Definisi Operasional	58
3.4.1. <i>Message Appeals</i>	58
3.4.2. <i>Information Sources</i>	58
3.4.3. <i>Presentation Modality</i>	59
3.4.4. <i>Information Credibility</i>	59
3.4.5. <i>Attitude Toward Information</i>	60
3.4.6. <i>Information Skepticism</i>	60
3.4.7. <i>Willingness to Follow the Advice</i>	61
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	61

3.6. Partisipan Penelitian	62
3.7. Prosedur Pengumpulan Data.....	63
3.8. Teknik Analisis	64
3.8.1. Uji MANOVA.....	64
3.8.2. Uji Hipotesis MANOVA	66
3.8.2. Uji <i>Macro PROCESS</i>	67
BAB IV	69
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.2 Analisis Hasil Penelitian	70
4.2.1 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.2.4 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pengeluaran	71
4.2.5 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Durasi Menggunakan Instagram.....	72
4.3 Deskripsi Tanggapan Partisipan	73
4.3.1 Deskripsi Respon Partisipan pada <i>Information Credibility</i>	73
4.3.2 Deskripsi Respon Partisipan pada <i>Attitude Toward Information</i>	74
4.3.3 Deskripsi Respon Partisipan pada <i>Information Skepticism</i>	75
4.3.4 Deskripsi Respon Partisipan pada <i>Willingness to Follow Advice</i>	76
4.4 Uji MANOVA	77
4.4.1 Uji Asumsi MANOVA.....	77
4.4.2 Uji Hipotesis MANOVA	80
4.5 Uji <i>Macro PROCESS</i>	85
4.5.1 Uji <i>Indirect Effects</i>	85
4.6 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	89
4.7 Pembahasan.....	90
4.7.1. Hubungan <i>Message Appeals</i> dan <i>Information Credibility</i>	90
4.7.2. Hubungan <i>Message Appeals</i> dan <i>Attitude Toward Information</i>	91
4.7.3. Hubungan <i>Information Sources</i> dan <i>Information Credibility</i>	92
4.7.4. Hubungan <i>Information Sources</i> dan <i>Attitude Toward Information</i>	94
4.7.5. Hubungan <i>Presentation Modality</i> dan <i>Information Credibility</i>	95
4.7.6. Hubungan <i>Presentation Modality</i> dan <i>Attitude Toward Information</i>	96
4.7.7. Hubungan Interaksi antara <i>Message Appeals</i> , <i>Information Sources</i> , dan <i>Presentation Modality</i> terhadap <i>Information Credibility</i>	97
4.7.8. Hubungan Interaksi antara <i>Message Appeals</i> , <i>Information Sources</i> , dan <i>Presentation Modality</i> terhadap <i>Attitude Toward Information</i>	98
4.7.9. Hubungan <i>Information Credibility</i> terhadap <i>Willingness To Follow Advice</i>	99
4.7.10. Hubungan <i>Attitude Toward Information</i> terhadap <i>Willingness To Follow Advice</i>	100

4.7.11. Hubungan <i>Information Credibility</i> terhadap <i>Willingness To Follow Advice</i> yang dimoderasi oleh <i>Information Skepticism</i>	101
4.7.12. Hubungan <i>Attitude Toward Information</i> terhadap <i>Willingness To Follow Advice</i> yang dimoderasi oleh <i>Information Skepticism</i>	102
BAB V	103
SIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Simpulan	103
5.2 Saran	105
5.2.1 Bagi Pihak Akademisi.....	105
5.1.2 Bagi Pihak Pemasar	106
5.3 Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Berikutnya	107
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1_Desain Faktorial.....	54
Tabel 3.2_Kelompok Perlakuan Desain Faktorial.....	64
Tabel 4.1_Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2_Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.3_Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.4_Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	73
Tabel 4.5_Karakteristik Partisipan Durasi Menggunakan Instagram.....	73
Tabel 4.6_Kategori <i>Mean</i> dari Skor Interval.....	74
Tabel 4.7_Statistik Deskriptif Variabel <i>Information Credibility</i>	75
Tabel 4.8_Statistik Deskriptif Variabel <i>Attitude Toward Information</i>	76
Tabel 4.9_Statistik Deskriptif Variabel <i>Information Skepticism</i>	77
Tabel 4.10_Statistik Deskriptif Variabel <i>Willingness to Follow Advice</i>	78
Tabel 4.11_Hasil Uji <i>Levene's Test of Equality of Error Variances</i>	79
Tabel 4.12_Analisis Faktor, Uji Validitas dan Reliabilitas.....	80
Tabel 4.13_Hasil Uji <i>Multivariate</i>	81
Tabel 4.14_Hasil Uji <i>Main Effect</i>	82
Tabel 4.15_Hasil Uji <i>Interaction Effect</i>	85
Tabel 4.16_Efek Moderasi Variabel <i>Advertising Skepticism</i>	87
Tabel 4.17_Rangkuman Uji Hipotesis.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1_Kerangka Konseptual.....	50
--	-----------