

Pengaruh pembingkaiian informasi yang dimoderasi gaya kognisi pada sikap terhadap program perubahan organisasi = The Effects of moderated by cognitive style on attitude towards organizational change programs

Tulus Winarsunu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453947&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan tentang 1 pembingkaiian informasi seperti apakah yang paling mempengaruhi sikap terhadap program perubahan organisasi dan 2 bagaimanakah gaya kognisi memoderasi pengaruh pembingkaiian informasi pada sikap terhadap program perubahan organisasi. Perspektif yang digunakan untuk menguji dua pertanyaan tersebut adalah expectancy value model of attitude dan cognitive-experiential self theory. Dengan menggunakan desain quasi eksperimental, dalam penelitian ini dilakukan manipulasi terhadap empat strategi pembingkaiian informasi yaitu pembingkaiian aksi positif, aksi negatif, atribut positif, dan atribut negatif. Data dikumpulkan dari 358 middle manager PT Pos Indonesia melalui case scenarios-questionnaires dan dianalisis melalui ANCOVA untuk pertanyaan pertama dan moderated multiple regression untuk pertanyaan kedua. Temuan penelitian menunjukkan; 1 pembingkaiian aksi positif paling mempengaruhi sikap terhadap program perubahan organisasi. 2 Gaya intuitif memiliki fungsi ganda; tidak hanya meningkatkan efek positif pembingkaiian aksi negatif dan atribut positif, tetapi juga memperlemah pengaruh pembingkaiian atribut negatif pada sikap terhadap program perubahan organisasi. 3 Gaya analitik memperlemah efek positif pembingkaiian aksi positif pada sikap terhadap program perubahan organisasi. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori informasi, framing effect, dan memperkaya teori Gaya Kognisi dalam pembentukan sikap.

ABSTRACT

This research aims to find out the answer of 1 strategy in information framing as what is the most dominant influence of attitude towards organizational change program and 2 how is analytic style and intuitive to moderate the influence of information framing on attitude towards organizational change program. Perspective used to examine those two question are expectancy value model of attitude and cognitive experiential self theory. This research using quasi experimental design and does manipulation towards four strategies of information framing that are positive action framing, negative action, positive attribute, and negative attribute. Data is collected from 358 middle managers of PT Pos Indonesia through case scenarios questionnaires and processed through ANCOVA to answer first question and moderated multiple regression for second question. The finding shows 1 positive action framing influences most dominant on attitude towards organizational change program. 2 Intuitive style has double role, not only increasing positive effect of negative action framing and positive attribute framing, but also weakening the influence of negative attribute framing on attitude towards organizational change program. 3 Analytic style weakening positive effect of positive action framing on attitude towards organizational change program. This current study contributes to the development of theories of information, framing effects, and to the enrichment of the cognition theory in the formation of attitudes.