

Prof. Dr. Sugiyono
Dr. Puji Lestari, M.Si.



Metode Penelitian **KOMUNIKASI**

(Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah
Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)



METODE PENELITIAN KOMUNIKASI

(Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara
Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional dan
Internasional)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang keras memperbanyak, memfotokopi sebagian atau seluruh isi buku ini, serta memperjualbelikannya tanpa mendapat izin tertulis dari Penerbit.

© 2021, Penerbit Alfabeta, Bandung

Pnlt31 (xxvi + 718) 16 x 24 cm

Judul Buku : Metode Penelitian Komunikasi

Penulis : Prof. Dr. Sugiyono
Dr. Puji Lestari, M.Si

Email Penulis : sugiyono_1953@yahoo.com

Editor : Prof. Dr. Sunarto, M.Si

Penerbit : ALFABETA, cv
Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung
Telp. (022) 200 8822 Fax. (022) 2020 373
Website: www.cvalfabeta.com
Email: alfabetabd@yahoo.co.id
Mobile/Message: 081.1213.9484

Cetakan Kesatu : 2021

ISBN : 978-602-289-672-2

Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)

Prof. Dr. SUGIYONO
Dr. PUJI LESTARI, M.Si

METODE PENELITIAN KOMUNIKASI

**(Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara
Menulis Artikel Untuk Jurnal Nasional dan
Internasional)**



PENERBIT ALFABETA BANDUNG

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

Pasal 9

- (1) Pencipta atau pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki Hak Ekonomi untuk melakukan:
 - a. Penerbitan Ciptaan;
 - b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;
 - e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya;
 - g. Pengumuman Ciptaan;
- (2) Setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.
- (3) Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.

Pasal 113

- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PERHATIAN

KECELAKAAN BAGI ORANG-ORANG YANG CURANG

(QS Al-Muthaffifin Ayat 1)

Para pembajak, penyalur, penjual, pengedar, dan PEMBELI BUKU BAJAKAN adalah bersekongkol dalam alam perbuatan CURANG. Kelompok genk ini saling membantu memberi peluang hancurnya citra bangsa, "merampas" dan "memakan" hak orang lain dengan cara yang bathil dan kotor. Kelompok "mahluk" ini semua ikut berdosa, hidup dan kehidupannya tidak akan diridhoi dan dipersempit rizkinya oleh ALLAH SWT.

(Pesan dari Penerbit ALFABETA)

KATA PENGANTAR

Penelitian karya ilmiah merupakan bagian dari tri dharma perguruan tinggi yang harus dilakukan oleh dosen maupun mahasiswa. Selain itu, penelitian juga menjadi fokus untuk peningkatan akreditasi dan peneringkatan perguruan tinggi. Pembelajaran berbasis *output* dan *outcome* menuntut sinergitas antara pembelajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat yang terpublikasi. Hal tersebut menjadikan metode penelitian harus dikuasai oleh civitas akademika. Penelitian semakin menjadi perhatian banyak kalangan akademisi sejak adanya beberapa peraturan perundang-undangan terkait kebijakan karya ilmiah yang harus dihasilkan oleh calon sarjana, magister dan doktor. Terlebih lagi, penelitian di bidang ilmu komunikasi tidak hanya untuk kepentingan akademis, namun juga untuk kepentingan bisnis, lembaga pemerintah, dan swasta lainnya.

Buku ini ditujukan untuk praktisi komunikasi maupun dosen dan/atau mahasiswa komunikasi. Bagi praktisi komunikasi, buku ini diharapkan dapat membantu dalam penelitian di bidang komunikasi, sehingga dapat diperoleh informasi akurat yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dalam perusahaan. Bagi mahasiswa, penulis berharap buku ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi dalam mempelajari metode penelitian komunikasi yang dapat digunakan untuk penelitian jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan laporan penelitian lainnya.

Banyak metode penelitian lapangan yang dapat digunakan untuk pengembangan ilmu dan teknologi, antara lain metode kuantitatif, kualitatif, kombinasi (*mixed methods*), *Research and Development (R&D)*, *Action Research*, *Evaluation Research* dan *Policy Research*. Namun dalam kesempatan ini hanya difokuskan pada metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Selain itu juga dikemukakan tentang metode kajian teks, dan cara mudah menulis artikel untuk jurnal nasional dan internasional.

Metode penelitian kuantitatif lebih berfungsi untuk menggambarkan komunikasi secara kuantitatif, dan mengembangkan ilmu melalui pembuktian hipotesis, yang dibangun berdasarkan teori, pemikiran baru atau gabungan keduanya. Metode penelitian kualitatif

lebih berfungsi untuk memahami proses dan makna suatu peristiwa, memastikan kebenaran informasi, mengkonstruksi fenomena dari informasi yang berserakan, dan mengeksplorasi untuk menemukan hipotesis. Selain metode kuantitatif dan kualitatif juga dikemukakan metode penelitian yang bersifat *content analysis* atau kajian teks.

Dalam buku juga dikemukakan level penelitian S1, S2 dan S3 berdasarkan KKNI (Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia). Penelitian S1 untuk membuat skripsi didasarkan pada KKNI level 6, yang lebih difokuskan pada penelitian yang bersifat aplikatif, yaitu menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Penelitian S2 untuk membuat tesis didasarkan pada KKNI level 8, yang lebih difokuskan pada penelitian yang bersifat inovatif, yaitu mengembangkan teori yang sudah ada. Penelitian S3 untuk membuat disertasi didasarkan pada KKNI level 9, yang lebih difokuskan pada penelitian yang bersifat kreatif atau menciptakan iptek yang sebelumnya belum pernah ada. Dengan memahami level penelitian ini diharapkan tidak ada tesis terasa skripsi, dan atau disertasi terasa tesis atau skripsi. Tetapi boleh skripsi terasa tesis atau disertasi.

Yogyakarta, 20 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xxi

BAGIAN I

PERSPEKTIF METODE PENELITIAN

KOMUNIKASI	1
-------------------------	----------

BAB I

KONSEP DASAR KOMUNIKASI DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN

A. Konsep Dasar Komunikasi	2
1. Pengertian Komunikasi	2
2. Prinsip Komunikasi	4
3. Tujuan Komunikasi	6
4. Macam-macam Komunikasi	7
B. Jenis Komunikasi	15
C. Ruang Lingkup Penelitian Komunikasi	18
D. Penelitian S1, S2 dan S3	19

BAB II

KONSEP DASAR METODE PENELITIAN KOMUNIKASI

A. Pengertian Metode Penelitian	29
B. Macam Data Penelitian	36
C. Variasi Metode Penelitian	41
D. Perbedaan Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi	58

BAGIAN 2

METODE PENELITIAN KUANTITATIF 68

BAB III

METODE PENELITIAN SURVEI 72

A. Pengertian Metode Survei	72
B. Proses Penelitian Survei	73
C. Masalah	76
D. Rumusan Masalah	80
E. Variabel Penelitian	86
F. Model Hubungan Antar Variabel	92

BAB IV

KAJIAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR

DAN HIPOTESIS 101

A. Pengertian Teori	101
B. Tingkatan dan Fokus Teori	105
C. Sejarah Perkembangan Ilmu Komunikasi Yunani Kuno	107
D. Teori Komunikasi Abad 20	109
E. Teori Komunikasi Abad 21	122
F. Refleksi Evaluasi Teori Komunikasi	123
G. Teori Komunikasi Dewasa Ini	126
H. Implikasi dan Aplikasi	127
I. Kegunaan Teori dalam Penelitian	129
J. Penggunaan Teori Untuk Perumusan Hipotesis	134
K. Hubungan Variabel, Rumusan Masalah dan Hipotesis	152
L. Karakteristik Hipotesis Yang Baik	154

BAB V

METODE PENELITIAN EKSPERIMEN 155

A. Kapan Metode Ini Digunakan	155
B. Pengertian Metode Eksperimen	155
C. Berbagai Desain Penelitian Eksperimen	157
D. Proses Penelitian Eksperimen	167
E. Penelitian Eksperimen Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi ...	168

BAB VI

POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN

KUANTITATIF	173
A. Populasi	173
B. Sampel	174
C. Teknik Sampling	175
D. Menentukan Ukuran Sampel	185
E. Contoh Menentukan Ukuran Sampel	192
F. Cara Mengambil Anggota Sampel	193

BAB VII

SKALA PENGUKURAN DAN INSTRUMEN

PENELITIAN	195
A. Macam-macam Skala Pengukuran	195
B. Instrumen Penelitian	208
C. Cara Menyusun Instrumen	210
D. Contoh Judul Penelitian dan Instrumen Yang Dikembangkan	219
E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	228
F. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	233

BAB VIII

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

250	
A. Interview (Wawancara)	251
B. Kuesioner (Angket)	256
C. Observasi	260

BAB IX

TEKNIK ANALISIS DATA

263	
A. Statistik Deskriptif dan Inferensial	263
B. Statistik Parametris dan Nonparametris	265
C. Judul Penelitian dan Statistik Yang Digunakan Untuk Analisis Data	271
D. Konsep Dasar Pengujian Hipotesis	278

BAB X

CONTOH ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN

HIPOTESIS	288
A. Contoh 1 Statistik Parametris	288
B. Contoh 2 Analisis Regresi Sederhana, dan Regresi Ganda ..	339
C. Contoh 3 Analisis Data Menggunakan Statistik Nonparametris	362

BAB XI

MEMBUAT JUDUL DAN PROPOSAL PENELITIAN

KUANTITATIF	441
--------------------------	------------

BAB XII

MENYUSUN LAPORAN PENELITIAN Kuantitatif ..	456
---	------------

BAGIAN 3

METODE PENELITIAN KUALITATIF	461
---	------------

BAB XIII

MASALAH, FOKUS, JUDUL, DAN TEORI DALAM PENELITIAN KUALITATIF

465

A. Pengertian	465
B. Kapan Metode Penelitian Kualitatif Digunakan Untuk Penelitian	476
C. Lingkup Penelitian Kualitatif	478
D. Jangka Waktu Penelitian Kualitatif	479
E. Masalah dalam Penelitian Kualitatif	481
F. Fokus Penelitian	483
G. Bentuk Rumusan Masalah	487
H. Judul Penelitian dan Rumusan Masalah	495
I. Teori dalam Penelitian Kualitatif	502

BAB XIV

POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN

KUALITATIF	505
-------------------------	------------

A. Pengertian	505
B. Teknik Pengambilan Sampel	508

BAB XV

INSTRUMEN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF 513

A. Instrumen Penelitian	513
B. Teknik Pengumpulan Data	516
C. Pengumpulan Data Dengan Observasi	517
D. Pengumpulan Data Dengan Wawancara	525
E. Teknik Pengumpulan Data Dengan Dokumen	
F. Trianggulasi	

BAB XVI

TEKNIK ANALISIS DATA KUALITATIF 539

A. Pengertian	539
B. Analisis Data Model Miles and Huberman	542
C. Analisis data Selama di Lapangan model Spradley	552
D. Analisis Data Kualitatif Menurut Creswell	555
E. Analisis Data Kualitatif Model Lain	558
F. Contoh Analisis Data Kualitatif	564

BAB XVII

VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN KUALITATIF 571

A. Pengertian	571
B. Pengujian validitas dan reliabilitas penelitian kualitatif	574
1. Uji Kredibilitas	575
2. Pengujian <i>Transferability</i>	583
3. Pengujian <i>Dependability</i>	583
4. Pengujian <i>Confirmability</i>	584

BAB XVIII

PROPOSAL PENELITIAN KUALITATIF 585

BAB XIX

LAPORAN PENELITIAN KUALITATIF 599

BAGIAN 4

**ANALISIS TEKS MEDIA DAN CARA MUDAH
MENULIS ARTIKEL UNTUK JURNAL 607**

BAB XX

ANALISIS TEKS MEDIA 608

- A. Analisis Isi 609
- B. Analisis Wacana 612
- C. Analisis Semiotik 616
- D. Analisi Binkai 618

BAB XXI

**CARA MUDAH MENULIS ARTIKEL UNTUK JURNAL
NASIONAL DAN INTERNASIONAL 623**

- A. Pentingnya Menulis Jurnal 623
- B. Karya Ilmiah dan Cara Penulisannya 627
- C. Mengetahui Jurnal Nasional dan Internasional 634
- D. Penulisan Jurnal Nasional Bereputasi atau Terindeks Sinta . 637
- E. Langkah Mengunggah Artikel Jurnal Nasional Terakreditasi 640
- F. Langkah Mengunggah Artikel Jurnal Internasional 647
- G. Panduan Penggunaan Software Manajemen Referensi
Mendeley (Versi 1.17.10) Untuk Windows 652
- H. Memulai Mendeley 662
- I. Mengatur File Referensi 667
- J. Mensinkronisasi File Referensi Dengan Akun Mendeley
Online 673

DAFTAR PUSTAKA 675

DAFTAR TABEL STATISTIK 695

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Orang Berkomunikasi	3
Gambar 1.2	Prinsip Komunikasi Seumur Hidup	5
Gambar 1.3	Unsur dan Konteks Komunikasi	10
Gambar 1.4	Jenjang Pendidikan Tinggi dan Tingkatan Ilmu yang Dikembangkan	20
Gambar 2.1	Visualisasi Validitas dan Reliabilitas Data	32
Gambar 2.2	Tujuan Umum Penelitian	33
Gambar 2.3	Kegunaan Umum Penelitian	36
Gambar 2.4	Macam Data Penelitian	38
Gambar 2.5	Data Ordinal, Berbentuk Ranking, Jarak Bisa Tidak Sama	40
Gambar 2.6	Data Interval, Jarak Sama. Ada Nilai Nol Tetapi Tidak Absolut	40
Gambar 2.7	Data Ratio, Jarak Sama, Nilai Nol Absolut	41
Gambar 2.8	Jenis-jenis Penelitian	42
Gambar 2.9	Fungsi Penelitian	44
Gambar 2.10	Bentuk-bentuk Rumusan Masalah	46
Gambar 2.11	Macam-macam Metode Penelitian	48
Gambar 2.12	Perbedaan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Kombinasi	59
Gambar 2.13	Generalisasi Model Penelitian Kuantitatif	63
Gambar 2.14	Generalisasi Model Penelitian Kualitatif. Hasil Penelitian Dapat Ditransferkan Pada Tempat Lain Yang Konteksnya Tidak Jauh Berbeda Dengan Tempat Penelitian	63
Gambar 3.1	Pola Pikir Penelitian Kuantitatif	71
Gambar 3.2	Langkah-langkah Penelitian Kuantitatif Survei .	75
Gambar 3.3	Bentuk-bentuk Rumusan Masalah	83
Gambar 3.4	Contoh Hubungan Variabel Independen-Dependen	89

Gambar 3.5a	Contoh Hubungan Variabel Independen-Moderator, Dependen	90
Gambar 3.5b	Contoh Hubungan Variabel Independent Moderator, dan Dependen	90
Gambar 3.6	Contoh Hubungan Variabel Independen- Moderator -Intervening, Dependen	91
Gambar 3.7	Contoh Hubungan Variabel Independen-Kontrol, Dependen	92
Gambar 3.8	Model Hubungan Sederhana	93
Gambar 3.9	Hubungan Sederhana	95
Gambar 3.10	Model Hubungan Ganda Dengan Dua Variabel Independen X_1 dan X_2 , dan Satu Variabel Dependen Y	95
Gambar 3.11	Model Hubungan Variabel Ganda Dengan Tiga Variabel Independen	96
Gambar 3.12	Model Hubungan Variabel Ganda Dengan Satu Variabel Independen dan Dua Dependen	97
Gambar 3.13	Hubungan Dua Variabel Independen dan Dua Variabel Dependen	97
Gambar 3.14	Hubungan Jalur Dengan Dua Variabel Independen	98
Gambar 3.15	Model Antar Variabel Model <i>Recursive</i>	100
Gambar 3.16	Model Struktural Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pilihan Siswa dalam Bidang Keahlian	101
Gambar 4.1	Fungsi Teori	106
Gambar 4.2	Tingkatan Teori	108
Gambar 4.3	Model Aristoteles	110
Gambar 4.4	<i>Model Lasswell</i>	112
Gambar 4.5	<i>Model Shannon dan Weaver</i>	113
Gambar 4.6	Model Schramm	115
Gambar 4.7	<i>Model Katz dan Lazarsfield</i>	117
Gambar 4.8	Model Westley dan MacLean	119

Gambar 4.9	Model Dance	121
Gambar 4.10	Model Watzlawick, Beavin dan Jackson	122
Gambar 4.11	<i>Thayer's Model</i>	123
Gambar 4.12	Model De Vito	125
Gambar 4.13	Transfer Informasi Satu-Arah	126
Gambar 4.14	Proses Penyusunan Kerangka Berfikir Untuk Merumuskan Hipotesis	138
Gambar 4.15	Penelitian Populasi, Tidak Ada Hipotesis Statistik	147
Gambar 4.16	Penelitian Bekerja Dengan Data Sampel, Terdapat Hipotesis Statistik	148
Gambar 5.1	Bermacam-macam Desain Penelitian Eksperimen	160
Gambar 5.2	Contoh <i>True Experiment Posttest Only Control Group Design</i>	164
Gambar 5.3	Contoh Desain True Experimental <i>Pretest-posttest Control Group Design</i>	165
Gambar 5.4	Berbagai Kemungkinan Hasil Penelitian Yang Menggunakan Desain Time Series	168
Gambar 5.5	Langkah-langkah Penelitian Kuantitatif Eksperimen	170
Gambar 6.1	Lima Orang Yang Ditutup Matanya Memilih Sampel Yang Salah Tentang Gajah Sehingga Kesimpulannya Juga Salah	177
Gambar 6.2	Macam-macam Teknik Sampling	178
Gambar 6.3	Teknik Simple Random Sampling	179
Gambar 6.4	Teknik Stratified Random Sampling	180
Gambar 6.5	Teknik Cluster Random Sampling	181
Gambar 6.6	Sampling Sistematis. Anggota Sampel Pertama (no3) Tidak Diambil Secara Random	182
Gambar 6.7	Snowball Sampling	186
Gambar 6.8	Bermacam-macam Level of Precision Sampel ...	188

Gambar 6.9	Sampel Yang Diambil dari Populasi Berstrata Dengan Kesalahan 5%	194
Gambar 7.1	Hasil Analisis Pendapat Karyawan	201
Gambar 7.2	Hasil Analisis Tentang Tata Ruang Kantor	207
Gambar 7.3	Tangga Loyalitas Konsumen (Murray & Raphel (1995)	217
Gambar 7.4	Skema Tentang Instrumen dan Cara-cara Pengujian Validitas dan Reliabilitas	232
Gambar 7.5	Pengujian Reliabilitas Gabungan	244
Gambar 9.1	Bermacam-macam Statistik Untuk Analisis Data	266
Gambar 9.2	Daerah Taksiran dan Besarnya Kesalahan	281
Gambar 9.3	Uji Dua Pihak	285
Gambar 9.4	Uji Pihak Kiri	286
Gambar 9.5	Uji Pihak Kanan	288
Gambar 10.1	Uji Hipotesis Pihak Kanan	313
Gambar 10.2	Uji Hipotesis Pihak Kiri	314
Gambar 10.3	Uji Hipotesis Dua Pihak	315
Gambar 10.4	Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Dengan Uji Dua Pihak (Hasil Perhitungan Dengan Uji t)	319
Gambar 10.5	Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Dengan Uji Dua Pihak (Hasil Membandingkan Dengan Tabel)	320
Gambar 10.6	Koefisien Korelasi dan Persamaan Regresi Antar Variabel	326
Gambar 10.7	Korelasi Antara X_1 Dengan Y Bila X_2 Tetap ...	329
Gambar 10.8	Korelasi Antara X_2 Dengan Y Bila X_1 Tetap ...	330
Gambar 10.9	Garis Regresi Y Karena Pengaruh X, Persamaan Regresinya $Y = 2,0 + 0,5 X$	342
Gambar 10.10	Garis Regresi Nilai Kualitas Layanan dan Nilai Rata-rata Penjualan Barang Tiap Bulan	347
Gambar 10.11	Cara Melakukan Interpolasi, Bila Harga dalam Tabel Tidak Ada	432

Gambar 11.1	Sistematika Proposal Penelitian Kuantitatif	444
Gambar 11.2	Pola Pikir dalam Merumuskan Masalah	448
Gambar 11.3	Kerangka Pikir Hubungan Variabel	453
Gambar 12.1	Keterkaitan dalam Kerangka Laporan Penelitian	462
Gambar 13.1	Pola Pikir Metode Penelitian Kualitatif	468
Gambar 13.2	Model Komunikasi Kelompok <i>Table Top Exercise</i>	475
Gambar 13.3	Model Komunikasi Bencana Erupsi Gunung Sinabung Melalui Latihan Simulasi Lapangan ..	476
Gambar 13.4	Kegunaan Metode Penelitian Kualitatif	481
Gambar 13.5	Scope Penelitian Kualitatif	484
Gambar 13.6	Situasi Sosial (<i>Social Situation</i>)	484
Gambar 13.7	Kemungkinan Masalah Sebelum dan Setelah Peneliti Memasuki Lapangan	486
Gambar 13.8a	Penelitian Kuantitatif, Membuat Pembatasan Masalah	487
Gambar 13.8b	Menentukan Fokus (satu domain)	488
Gambar 13.9	Proses Menentukan Fokus	489
Gambar 14.1	Situasi Sosial (<i>Social Situation</i>)	510
Gambar 14.2a	Model Generalisasi Penelitian Kuantitatif. Sampel Representatif, Hasilnya Digeneralisasikan ke Populasi	511
Gambar 14.2b	Model Generalisasi Penelitian Kualitatif. Sampel Purposive, Hasil dari A Dapat Ditransferkan Hanya ke B, C, D	511
Gambar 14.3	Proses Pengambilan Sampel Sumber Data dalam Penelitian Kualitatif, <i>Purposive Dan Snowball</i> .	514
Gambar 15.1	Macam-macam Teknik Pengumpulan Data	522
Gambar 15.2	Macam-macam Teknik Observasi	523
Gambar 15.3	Tahap Observasi	528
Gambar 15.4	Hubungan Antara Tahap Penelitian Dengan Waktu Yang Diperlukan Untuk Observasi	529
Gambar 15.5	Jenis-jenis Pertanyaan dalam Wawancara	537

Gambar 15.6a	Triangulasi “Teknik” Pengumpulan Data (bermacam-macam cara pada sumber yang sama)	541
Gambar 15.6a	Triangulasi “Sumber” Pengumpulan Data. (satu teknik pengumpulan data pada bermacam- macam sumber data A, B, C)	541
Gambar 16.1a	Komponen dalam Analisis Data (<i>Flow Model</i>)	547
Gambar 16.1b	Komponen dalam Analisis Data (<i>Interactive Model</i>)	547
Gambar 16.2	Ilustrasi: Reduksi Data, Display Data dan Verifikasi	549
Gambar 16.3a	Profil Tenaga Kerja Industri Modern Bidang Produksi. Bentuk Belah Ketupat	552
Gambar 16.3b	Profil Tenaga Kerja Industri Modern Bidang Teknologi. Bentuk Kerucut Terbalik	553
Gambar 16.4	Data Display Menggunakan Diagram Tulang Ikan, Tentang Beberapa Kesalahan Yang Mempengaruhi <i>Reject</i>	554
Gambar 16.5	Komponen Dalam Analisis Data Kualitatif/Model Interaktif	555
Gambar 16.6	Tahapan Penelitian Kualitatif	556
Gambar 16.7	Macam Analisis Data Kualitatif (Spradley, 1980)	558
Gambar 16.8	Langkah-langkah Analisis Data Kualitatif, Menurut Creswell 2014	559
Gambar 16.9	Konstruksi Hubungan Antar Tema/Kategori	561
Gambar 16.10	Langkah-langkah Analisis Data Kualitatif	564
Gambar 16.11	Penyajian/Deskripsi Data Mentah	565
Gambar 16.12	Hasil Analisis Kategorisasi Data	566
Gambar 16.13	Hasil Konstruksi/Connecting Antar Kategori Menghasilkan Bangunan Rumah	567
Gambar 16.14	Proses Analisis Data Kualitatif	571
Gambar 16.15	Konstruksi Hubungan Antar Kategori	574
Gambar 17.1	Uji Keabsahan Data dalam Penelitian Kualitatif	579
Gambar 17.2	Uji Kredibilitas Data dalam Penelitian Kualitatif	580

Gambar 17.3a	Triangulasi Dengan Tiga Sumber Data	583
Gambar 17.3b	Triangulasi Dengan Tiga Teknik Pengumpulan Data	583
Gambar 17.3b	Triangulasi Dengan Tiga Waktu Pengumpulan Data	583
Gambar 20.1	Proses Analisis Wacana Sebagai Metode Penelitian Sosial	618
Gambar 20.2	Model Trikotomi Charles Sanders Pierce	621
Gambar 20.3	Aspek-Aspek dalam Framing	624
Gambar 21.1	Alur Penelaah oleh Mitra Bestari	634
Gambar 21.2	Menyampaikan Gagasan Lewat Tulisan	635
Gambar 21.3	Struktur Umum Artikel	643
Gambar 21.4	Register Akun Jurnal	644
Gambar 21.5	Mengisi Data Register	645
Gambar 21.6	Pengajuan Naskah	645
Gambar 21.7	Tahap Start (Pengajuan Awal)	646
Gambar 21.8	Tahap Uploading the Submission	646
Gambar 21.9	Melengkapi Metadata Penulis Naskah	647
Gambar 21.10	Melengkapi Metadata Penulis Naskah	647
Gambar 21.11	Unggah Data Tambahan	648
Gambar 21.12	Melihat Status Artikel	649
Gambar 21.13	Unduh Dokumen Hasil Review	649
Gambar 21.14	Langkah-langkah mengunggah Artikel Jurnal Internasional	652
Gambar 21.15	Unggah Jurnal Internasional Langkah 1-3	653
Gambar 21.16	Unggah Jurnal Internasional Langkah 4-5	654
Gambar 21.17	Halaman Awal Website <i>Mendeley.com</i>	657
Gambar 21.18	Tampilan Pembuatan Akun Baru Mendeley	658
Gambar 21.19	Tampilan Pengisian Profil Awal	658
Gambar 21.20	Isian Tampilan Profil Publik Anda	659
Gambar 21.21	Tampilan website Mendeley Untuk Pemilik Akun	660
Gambar 21.22	Tampilan <i>Download Page Mendeley.com</i>	661

Gambar 21.23	Progres Download <i>Mendeley Desktop for Windows</i>	661
Gambar 21.24	Tampilan awal <i>Mendeley Desktop Setup</i>	662
Gambar 21.25	<i>License Agreement</i>	663
Gambar 21.26	Pilihan Lokasi Instalasi <i>Mendeley Desktop Manager</i>	663
Gambar 21.27	Pilihan Star Menu	664
Gambar 21.28	Progress Instalasi	664
Gambar 21.29	Tampilan Proses Selesai Instalasi	665
Gambar 21.30	Tampilan Awal <i>Mendeley Desktop Setup</i>	666
Gambar 21.31	Penambahan file ke Dalam <i>Mendeley Library</i> dengan Drag and Drop	667
Gambar 21.32	<i>1 PubMed Central® (PMC) website</i>	668
Gambar 21.33	Hasil pencarian via <i>PubMed Central</i>	668
Gambar 21.34	Proses penambahan file dengan Drag and Drop .	669
Gambar 21.35	Penggunaan Watch Folder	670
Gambar 21.36	Proses perbaikan Tags yang salah.....	671
Gambar 21.37	Penandaan bahwa file sudah dibaca	672
Gambar 21.38	Penandaan file referensi yang penting	672
Gambar 21.39	Pencarian kata atau istilah dalam file di <i>Mendeley Desktop</i>	673
Gambar 21.40	Penambahan catatan dalam file	673
Gambar 21.41	Integrasi <i>Mendeley Plug In</i> ke dalam <i>Ms Word</i> .	674
Gambar 21.42	Berhasil menginstal Plugin	675
Gambar 21.43	Insert Citation Menu dalam <i>Ms Word</i>	675
Gambar 21.44	Pencarian dalam <i>Library</i>	676
Gambar 21.45	Pilihan <i>Styte</i>	677
Gambar 21.46	<i>Bibliography</i>	677
Gambar 21.47	Sinkronisasi file referensi	678

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenjang 6 Sd 9 KKNI	23
Tabel 1.2	Perbedaan Utama kompetensi Lulusan Program Sarjana, Magister Dan Doktor Antara UU Pendidikan Tinggi Dan KKNI	25
Tabel 2.1	Perbedaan Aksioma Antara Metode Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi	61
Tabel 2.2	Karakteristik Metode Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi	64
Tabel 3.1	Perbandingan Human Development Index 16 Negara Tahun 1975 – 2010	81
Tabel 4.1	Model Komunikasi: Suatu Tinjauan	129
Tabel 4.2	Perbedaan Penggunaan Literatur Antara Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif	137
Tabel 6.1	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, Dan 10%	193
Tabel 7.1	Jawaban 30 Responden Tentang Tata Ruang Kantor	206
Tabel 7.2	Rangking Terhadap 10 Karyawan di PT. Samudera	209
Tabel 7.3	Rangking Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal Karyawan	210
Tabel 7.4	Dimensi, Definisi Dan Contoh Pertanyaan Tentang Kualitas Pelayanan	212
Tabel 7.5	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	219
Tabel 7.6	Kisi-Kisi Instrumen Yang Diperlukan Untuk Mengukur Pengaruh Efektifitas Komunikasi Interpersonal Terhadap Iklim Kerja Organisasi PT. KNJ	222
Tabel 7.7	Data Prestasi Kerja 7 Pegawai	236
Tabel 7.8	Data Intensitas Menonton Tayangan Televisi	237

Tabel 7.9	Hasil Perhitungan Pengujian Validitas Konstruk	238
Tabel 7.10	Kelompok Skor Tinggi Dan Rendah Pada Instrumen Untuk Mengukur Kinerja Kepala Dinas	239
Tabel 7.11	Kelompok Presentasi Tinggi Dan Rendah Pada Instrumen Untuk Mengukur Efektivitas Komunikasi Interpersonal	239
Tabel 7.12	Data Hasil Uji Coba Instrumen Situasi Kepemimpinan	247
Tabel 7.13	Hasil Analisis Item Instrumen Iklim Kerja Komunikasi Organisasi	248
Tabel 7.14	Data Untuk Item Ganjil	250
Tabel 7.15	Data Untuk Item Genap	251
Tabel 9.1	Penggunaan Statistik Parametris dan Nonparametris Untuk Menguji Hipotesis	270
Tabel 9.2	Contoh Judul Penelitian, Rumusan, Masalah, Hipotesis Dan Teknik Analisis Data Yang Digunakan (Satu Variabel Independen)	275
Tabel 9.3	Contoh Rumusan Masalah, Hipotesis Dan Teknik Statistik Yang Digunakan Untuk Analisis (Dua Variabel Independen)	277
Tabel 9.4	Hubungan Antara Keputusan Menolak atau Menerima Hipotesis	282
Tabel 10.1	Data Hasil Penelitian Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i>	300
Tabel 10.2	Data Hasil Penelitian Perilaku Komunikasi	301
Tabel 10.3	Data Hasil Penelitian Iklim Kerja Organisasi	302
Tabel 10.4	Rangkuman Data Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i> , Perilaku Komunikasi Dan Iklim Kerja Organisasi	304
Tabel 10.5	Tabel Penolong Untuk Pengujian Normalitas Data Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i>	305

Tabel 10.6	Tabel Penolong Untuk Pengujian Normalitas Data Perilaku Komunikasi	306
Tabel 10.7	Tabel Penolong Untuk Pengujian Normalitas Data Iklim Kerja Organisasi	307
Tabel 10.8	Jumlah Paparan Informasi Dan Perubahan Sikap Pegawai	317
Tabel 10.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	318
Tabel 10.10	Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i> (X_1) dan Iklim Kerja Organisasi (Y)	321
Tabel 10.11	Perilaku Komunikasi (X_2) dan Iklim Kerja Organisasi (Y)	324
Tabel 10.12	Rangkuman Pengujian Hipotesis Asosiatif	326
Tabel 10.13	Data Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i> Pejabat Eselon Kelompok Pria Dan Wanita	334
Tabel 10.14	Data Perbandingan Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i> Eselon Ii, Iii, Iv	337
Tabel 10.15	Tabel Penolong Untuk Perhitungan Anova Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i>	338
Tabel 10.16	Tabel Ringkasan Anova Untuk Menguji Hipotesis K Sampel	339
Tabel 10.17	Tabel Ringkasan Anova Hasil Perhitungan	339
Tabel 10.18	Nilai Kualitas Layanan dan Nilai Rata-Rata Penjualan Barang	344
Tabel 10.19	Tabel Penolong Untuk Menghitung Persamaan Regresi Dan Korelasi Sederhana	345
Tabel 10.20	Tabel Penolong Untuk Menghitung Persamaan Regresi Ganda Dua Prediktor	350
Tabel 10.21	Data Tentang Komunikasi Interpersonal, Perilaku Komunikasi, Motivasi Dan Produktivitas Kerja ..	353
Tabel 10.22	Tabel Penolong Untuk Menghitung Persamaan Regresi Dan Korelasi Tiga Prediktor	354

Tabel 10.23	Data Tentang Komunikasi Interpersonal, Perilaku Komunikasi, Iklim Komunikasi Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja	358
Tabel 10.24	Tabel Penolong Untuk Menghitung Persamaan Regresi Dan Korelasi Empat Prediktor	359
Tabel 10.25	Kecenderungan Masyarakat Dalam Memilih <i>Smartphone</i> Yang Dengan Sistem Operasi Android Os dan <i>Windows Phone</i>	365
Tabel 10.26	Frekuensi Yang di Observasi dan yang Diharapkan Pemilih Warna <i>Smartphone</i>	367
Tabel 10.27	Waktu Kursus Bahasa Inggris Karyawati	370
Tabel 10.28	Perubahan Penjualan Setelah Penayangan Iklan ..	373
Tabel 10.29	Perubahan Konsumen Setelah Ada Penayangan Iklan	374
Tabel 10.30	Data Tingkat Komunikasi Interpersonal Menurut Karyawan Dan Karyawati	377
Tabel 10.31	Peringkat Perubahan Komunikasi Interpersonal Menurut Karyawan Dan Karyawati	378
Tabel 10.32	Produktivitas Kerja Pegawai Sebelum dan Sesudah Menggunakan Aplikasi <i>Online Meeting</i>	381
Tabel 10.33	Tabel Penolong Untuk Test Wilcoxon	382
Tabel 10.34	Tabel Kontingensi	384
Tabel 10.35	Tingkat Pendidikan Masyarakat Memilih <i>Smartphone</i>	385
Tabel 10.36	Kesukaan Media Berita Antara Birokrat dan Akademisi	388
Tabel 10.37	Intensitas Penggunaan Media Sosial Divisi Marketing dan Divisi Humas (dalam Menit)	391
Tabel 10.38	Intensitas Penggunaan Media Sosial Divisi Marketing dan Divisi Humas	392
Tabel 10.39	Tabel Penolong Untuk Pengujian Dengan U-Test	394
Tabel 10.40	Tingkat Efektivitas Komunikasi Wort Of Mouth Lulusan SMK dan SMU	396

Tabel 10.41	Tabel Penolong Untuk Pengujian Dengan Kolmogorov-Smirnov	397
Tabel 10.42	Tabel Penolong Untuk Pengujian Dengan Kolmogorov-Smirnov	397
Tabel 10.43	Empati Antara Perawat Poli Umum dan Poli Anak (Dalam %)	401
Tabel 10.44	Prestasi Kerja Tiga Kelompok Karyawan dalam Menggunakan Model Komunikasi	404
Tabel 10.45	Efektivitas Kerja Tiga Kelompok Pegawai (Data Interval)	407
Tabel 10.46	Efektivitas Kerja Tiga Kelompok Pegawai (Data Ordinal)	408
Tabel 10.47	Pertimbangan Memilih Media Promosi Antara Karyawan Marketing Dan Humas	411
Tabel 10.48	Jumlah Media Cetak Yang Dibaca Oleh Pegawai Berdasarkan Golongan Gaji	414
Tabel 10.49	Jumlah Pegawai Yang Membaca Media Cetak di Atas dan di Bawah Median	415
Tabel 10.50	Prestasi Kerja Pegawai Berdasarkan Intensitas Penggunaan Sosial Media Di Kantor	417
Tabel 10.51	Rangking Prestasi Kerja Pegawai Berdasarkan Intensitas Penggunaan Sosial Media Di Kantor ...	418
Tabel 10.52	Tabel Penolong Untuk Menghitung Koefisien C ..	420
Tabel 10.53	Jenis Profesi Dan Media Sosial Yang Disenangi ..	421
Tabel 10.54	Media Sosial Yang Disenangi	423
Tabel 10.55	Nilai Dua Orang Juri Terhadap 10 Peserta Pidato	425
Tabel 10.56	Tabel Penolong Untuk Menghitung Koefisien Korelasi Spearman Rank	427
Tabel 10.57	Instrumen Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal Karyawan	430

Tabel 10.58	Rangking Pendapat 10 Kelompok Pria Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal	433
Tabel 10.59	Rangking Pendapat 10 Kelompok Wanita Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal	434
Tabel 10.60	Tabel Penolong Untuk Menghitung Korelasi Spearman Rank	435
Tabel 10.61	Rangking Daya Tarik Iklan Melalui <i>YouTube</i> dan Rangking Peningkatan Penjualan Produk <i>Smartphone</i>	438
Tabel 10.62	Tabel Penolong Untuk Menghitung Korelasi Kendal Tau	440
Tabel 11.1	Contoh Jadwal Penelitian	444
Tabel 13.1	Bentuk Rumusan Masalah Penelitian Kualitatif ...	494
Tabel 17.1	Perbedaan Istilah Dalam Pengujian Keabsahan Data Antara Metode Kuantitatif Dan Kualitatif ...	578
Tabel 18.1	Sistematika Proposal Penelitian Kualitatif	591
Tabel 18.2	Contoh Jadwal Penelitian Kualitatif	601
Tabel 21.1	Tugas Tanggung Jawab Publikasi Karya Ilmiah Untuk Kenaikan Pangkat dalam Jabatan Akademik. Reguler Sebagai Penulis Pertama Dan Penulis Korespondensi	630
Tabel 21.2	Jumlah Angka Kredit Kumulatif Paling Sedikit Dari Unsur Utama Dan Unsur Penunjang	630

BAGIAN 1: PERSPEKTIF METODE PENELITIAN KOMUNIKASI

Pada bagian satu ini terdiri atas 2 bab, Bab I dan Bab II. Bab I, tentang Konsep dasar komunikasi dan ruang lingkup penelitian komunikasi. Bab II, tentang konsep dasar metode penelitian lapangan bidang komunikasi yang terdiri atas, metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi/Mixed Methods

BAB I

KONSEP DASAR DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN KOMUNIKASI

A. Konsep Dasar Komunikasi

Berikut ini dikemukakan pengertian komunikasi, tujuan, prinsip-prinsip dan ruang lingkup penelitian komunikasi.

1. Pengertian Komunikasi

Croucher and Daniel Cronn-Mills (2015) dalam bukunya *Understanding Communication Research Methods a Theoretical and Practical Approach*; menyatakan bahwa: *Communication is a process of sharing meaning with others. There are a few elements of this definition that should be explained. A process explains how in communication there is a sender, a message, and a receiver. When the receiver provides feedback (a response of some kind), a transaction occurs between the communicators.* Komunikasi adalah sebuah proses berbagi makna dengan orang lain. Adapun elemen komunikasi terdiri dari adanya pengirim, pesan, dan penerima. Ketika penerima memberikan umpan balik atau respon, disitulah terjadi transaksi antara komunikator.

Selanjutnya dinyatakan bahwa: *Communications is a technological system for the transmission of information. Examples of communications systems include telephone, cable, television, fiber optics, the Internet.* Alat komunikasi merupakan sebuah sistem teknologi untuk mengirim dan menerima informasi. Misalnya telepon, kabel, televisi, jaringan optik, internet.

Komunikasi menurut pendekatan teoritis dan praktis merupakan hal penting yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia karena merupakan proses berbagi arti dengan makhluk lainnya. Komunikasi secara mudah dipahami sebagai sebuah aktivitas penyampaian

informasi atau gagasan dari seorang komunikator (pemberi informasi) kepada komunikan (penerima informasi) melalui saluran atau media tertentu dengan tujuan untuk memperoleh saling pengertian (Gambar 1.1). Ketika penerima memberikan umpan balik (semacam respons), suatu transaksi terjadi antara komunikator.



Gambar 1.1. Orang-orang berkomunikasi

(Sumber: Freepik, 2020)

Komunikasi sendiri dapat terjadi baik secara verbal maupun nonverbal. Di mana komunikasi verbal biasanya lebih berupa pada ucapan atau kata-kata. Sementara komunikasi nonverbal tidak menggunakan bahasa secara langsung, melainkan dengan bahasa tubuh (sentuhan, gerakan tangan, ekspresi wajah, kontak mata) sehingga memerlukan logika dan interpretasi tersendiri. Berbagai faktor dapat mempengaruhi proses komunikasi. Dengan kata lain proses komunikasi sangatlah kompleks dan tidak sesederhana pengertiannya.

Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi. Faktor tersebut diantaranya adalah keadaan lingkungan dan sosial budaya, emosi atau suasana hati baik pihak komunikator maupun komunikan, media yang dipergunakan dalam komunikasi, serta faktor lainnya. Jika ada salah satu faktor yang tidak sesuai dalam proses komunikasi, sudah dapat dipastikan informasi (ide, pesan, maupun gagasan) yang ingin di sampaikan akan sulit dimengerti dan sulit mendapatkan kesamaan pengertian. Komunikasi juga mempengaruhi bagaimana seseorang bertindak dan mempengaruhi bagaimana seseorang menganalisis situasi (Hartley & Bruckmann, 2002).

2. Prinsip Komunikasi

Prinsip-prinsip komunikasi adalah dasar timbulnya komunikasi yang efektif. Prinsip-prinsip inilah yang menjadi dasar utama dalam melakukan komunikasi dengan orang sekitar, individu, maupun dalam kelompok. Prinsip-prinsip komunikasi dibedakan menjadi 5 prinsip (Mehl, 2017), yaitu: sadar, verbal, nonverbal, dengar dan tanggap, serta sesuai (Gambar 1.2).

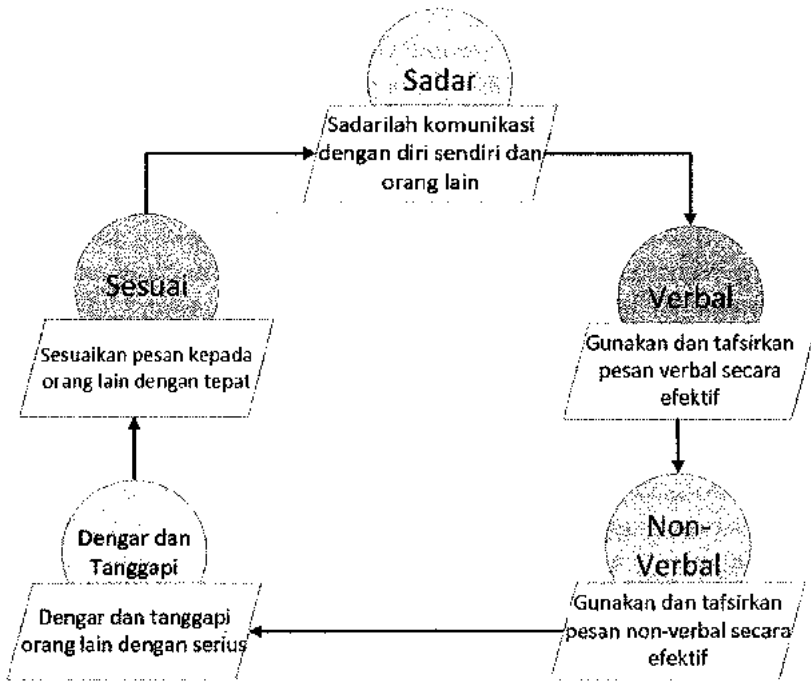
Prinsip-prinsip komunikasi tersebut harus diterapkan dalam kehidupan, yaitu:

- a. Sadarilah komunikasi dengan diri sendiri dan orang lain

Komunikator yang efektif apabila komunikator tersebut sadar dan berpikir ketika melakukan interaksi dengan diri sendiri maupun orang lain, sedangkan komunikasi yang tidak efektif (berbicara tanpa berpikir dan sadar) dapat menimbulkan penyesalan di kemudian hari. Contoh dalam kehidupan sehari-hari, sering kita menemukan orang-orang yang berkomunikasi dengan semangat dan terlihat marah. Hal ini mempengaruhi citra, jati diri, dan persepsi orang kepada diri kita. Dalam berkomunikasi harus menyadari siapa diri kita, agar segala sesuatu yang di komunikasi dapat berjalan secara efektif.

- b. Gunakan dan tafsirkan pesan verbal secara efektif.

Pesan verbal diciptakan oleh bahasa. Bahasa dibedakan menjadi simbol dan grammar yang menjadikan orang-orang mengerti satu dengan yang lain. Simbol yang dimaksudkan adalah kata, suara, gerak tubuh, atau gambar visual yang menafsirkan pemikiran, konsep, objek, dan pengalaman. Sebagai contoh ketika kita membaca, kita akan mencari simbol yang memicu arti dari kalimat tersebut. Kemampuan dalam membaca akan membawa seseorang mengartikan simbol tersebut. Hal inilah yang perlu diperhatikan bahwa kata-kata memiliki kekuatan dalam menggambarkan diri seseorang dapat digunakan untuk mendeskripsikan dan mempengaruhi seseorang dalam pesan yang kita sampaikan. Kata-kata yang kita gunakan untuk menggambarkan diri kita dan dunia kita memiliki pengaruh yang cukup besar pada diri sendiri dan orang lain.

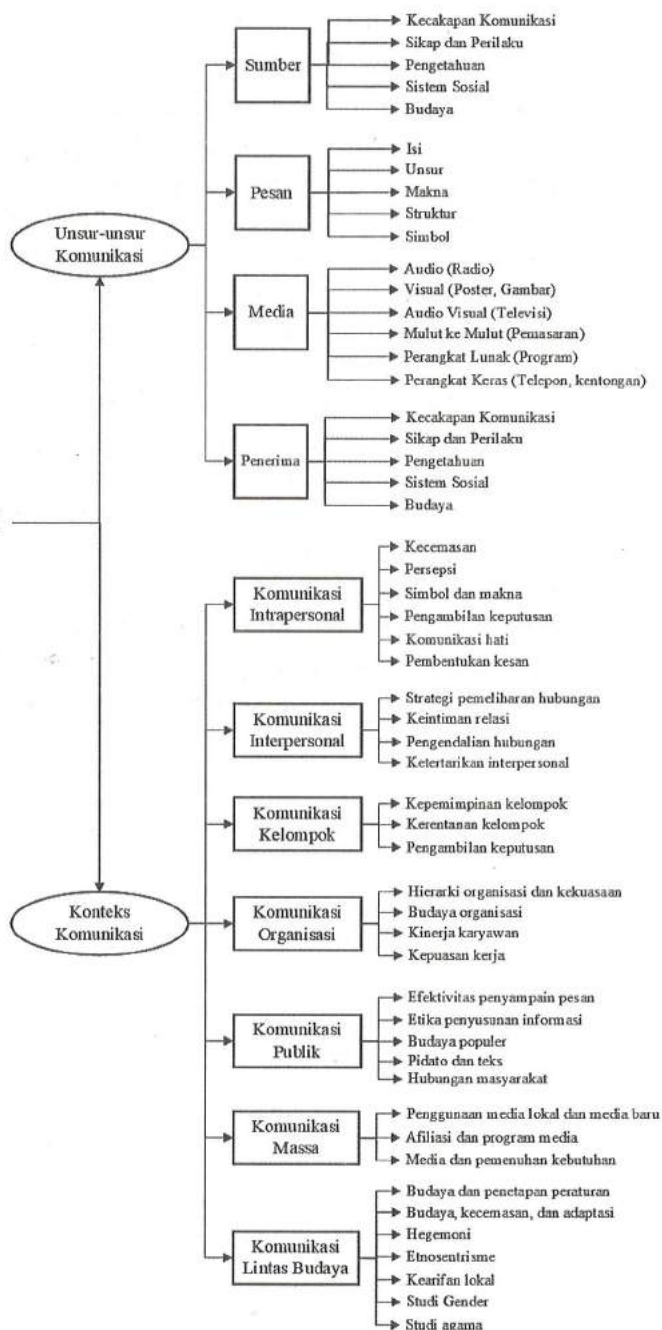


Gambar 1.2. Prinsip komunikasi seumur hidup
(Modifikasi Penulis dan Mehl, 2017)

c. **Gunakan dan tafsirlah pesan non-verbal secara efektif.**

Pesan juga dapat tersirat secara nonverbal. Komunikasi nonverbal adalah komunikasi selain bahasa tertulis atau lisan yang menciptakan makna bagi seseorang. Pesan nonverbal dapat pula digunakan dalam mengkomunikasikan ide-ide atau mengekspresikan emosi yang memberikan dampak besar dari sekedar kata-kata saja. Tidak semua simbol nonverbal dapat ditafsirkan dengan jelas. Sebagai contoh ketika seseorang sedang memakan makanan, dan menyatakan bahwa makanan itu enak, namun terlihat ekspresi wajah datar. Orang yang melihat sudah mengerti makna sebenarnya adalah makanan tersebut kurang enak. Komunikator yang efektif mengembangkan keterampilan dalam menafsirkan pesan nonverbal kepada orang lain. Pada penggunaan nonverbal harus akurat agar orang lain mengerti maksud dan tujuan dari pesan yang disampaikan.

KOMUNIKASI



Gambar 1.3. Unsur dan konteks komunikasi

(Sumber diadaptasi penulis dari Berlo (1960) dan West & Turner, 2020)

b. Pesan

Pesan adalah elemen komunikasi tertulis, lisan, dan tidak terucapkan. Seseorang dapat mengirim pesan sengaja (berbicara dengan orang lain) atau tidak sengaja (tertidur di ruang kelas); secara verbal ("Halo, apa kabar?"), nonverbal (senyum atau jabat tangan), atau secara tertulis form (buku); atau melalui sejumlah saluran elektronik. Pesan berkaitan dengan ruang lingkup komunikasi dalam studi pesan (*says what*). Pesan terbagi atas lima (5) macam, yaitu:

- 1) **Isi** merupakan langkah dimana data mentah diolah menjadi makna, sehingga dalam berkomunikasi isi pesan harus jelas. Contoh penelitian mengenai isi pesan ditulis oleh Redyta Septiani tahun 2014 (Septiani, 2014) tentang "Analisis Wacana Isi Pesan Iklan Politik Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta Di Media Internet".
- 2) **Unsur-unsur** komunikasi sering dikaitkan dengan penggunaan teori SMCR (*Source-Media-Channel-Receiver*) yang berpusat pada penekanan makna dan proses komunikasi yang terjadi, sehingga penafsiran makna bergantung pada pemaknaan kata ataupun gerak. Contoh penelitian mengenai unsur pesan ditulis oleh Toto Haryadi tahun 2018 (Haryadi, 2018) tentang "Adaptasi Teori Difusi-Inovasi Dalam Game "Yuk Benahi" Dengan Pendekatan Komunikasi SMCR".
- 3) **Makna** merupakan sesuatu yang diperoleh dari suatu pesan dan berperan penting dalam komunikasi. Satu pesan dapat memiliki lebih dari satu makna, namun tidak semua makna dapat tersampaikan dengan benar oleh orang lain. Makna pesan juga dipengaruhi oleh konteks lingkungan sosial pada saat komunikasi berlangsung. Contoh penelitian mengenai makna pesan ditulis oleh Sulvinajayanti, Hafied Cangara, Tuti Bahfiarti tahun 2015 (Sulvinajayanti et al., 2015) tentang "Makna Pesan Komunikasi Motif Kain Sutera di Kota Makassar".
- 4) **Struktur** terlihat dari hubungan komunikasi antara komunikator dan komunikan yang terjadi saat menyampaikan pesan. Hubungan komunikasi bisa horizontal dan vertikal. Hubungan komunikasi ini biasa terjadi dalam komunikasi

organisasi antara pimpinan dan bawahan, serta antara sesama karyawan. Selain itu struktur komunikasi juga terdapat pada komunikasi komunitas dan keluarga. Contoh penelitian mengenai struktur pesan ditulis oleh Mohd. Rafiq tahun 2014 (Mohd. Rafiq, 2014) tentang “Hubungan Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Keluarga Dan Interaksi Sosial Terhadap Kenakalan Siswa SMA Swasta Di Kota Padangsidempuan”.

- 5) **Simbol** adalah representasi dari sebuah fenomena. Simbol terdiri beberapa jenis, yaitu simbol konkret dan simbol abstrak, verbal dan nonverbal. Simbol konkret adalah simbol mempresentasikan sebuah objek, sedangkan simbol abstrak adalah simbol yang merepresentasikan sebuah ide untuk pemikiran. Simbol verbal adalah simbol yang berupa kata-kata, dan simbol nonverbal adalah simbol yang menggunakan gambar, grafik, dan selain kata-kata. Contoh penelitian mengenai simbol pesan ditulis oleh Muhammad Febry Ramadhon dan Ahmad Rudy Fardiyan tahun 2018 (Ramadhon & Fardiyan, 2018) tentang “Simbol-Simbol Pesan Persuasif Melalui Design Poster Event Musik Ngayogjazz Festival”.

c. Media

Pesan dikomunikasikan dari pengirim ke penerima melalui beberapa jalur disebut media atau saluran. Banyak hal yang digunakan sebagai media penyampai pesan, seperti cetak, gelombang udara, dan nirkabel. Media yang digunakan dapat pula sesuai dengan indra yang dimiliki seseorang, seperti seseorang mencium aroma parfum, maka media atau saluran yang digunakan adalah penciuman. Media berkaitan dengan ruang lingkup komunikasi dalam studi media (*in which channel*). Media terbagi atas enam (6) macam, yaitu:

- 1) **Audio** adalah media yang hanya mengeluarkan suara dalam menyampaikan pesan. Contoh audio antara lain radio, telepon, *tape recorder*, dan lain sebagainya. Contoh penelitian mengenai media audio ditulis oleh Siska Widayanti, Ali Sudin, dan Dede Tatang Sunarya tahun 2017 (Widayanti et al., 2017) tentang “Penerapan Metode *Cooperative Script* Berbantuan Media Audio Untuk Meningkatkan Kemampuan Membaca Puisi (Penelitian Tindakan Kelas di Kelas III SDN Kebon Buah Kecamatan Darmaraja Kabupaten Sumedang)”.

- 2) **Visual** merupakan media penyampai pesan berdasarkan penglihatan. Contoh media visual, antara lain poster, gambar, peta, dan lain sebagainya. Contoh penelitian mengenai media visual ditulis oleh Toto Haryadi dan Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin tahun 2016 (Haryadi & Ulumuddin, 2016) tentang “Penanaman Nilai dan Moral pada Anak Sekolah Dasar dengan Pendekatan *Storytelling* Melalui Media Komunikasi Visual”.
- 3) **Audio visual** merupakan gabungan dari penglihatan dan pendengaran dalam penyampaian pesan. Contoh media audio visual, antara lain televisi, video, film, dan media lainnya. Contoh penelitian mengenai media audio visual ditulis oleh Henie Kurniawati tahun 2012 (Kurniawati, 2012) tentang “Media Audio Visual Sebagai Sarana Pengenalan Ekspresi Emosi”.
- 4) **Mulut ke mulut** merupakan informasi yang diterima dari seseorang lewat orang lain (secara oral), sebagai contoh adalah pemasaran suatu produk secara *personal selling*. Contoh penelitian mengenai media mulut ke mulut ditulis oleh Raniawati Rachman dan Totok Wahyu Abadi tahun 2017 (Rachman & Abadi, 2017) tentang “Komunikasi *Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan”.
- 5) **Perangkat lunak** merupakan salah satu media yang digunakan dalam komunikasi. Contoh perangkat lunak, antara lain aplikasi *Microsoft Office*, *WhatsApp*, Telegram, dan lain sebagainya. Contoh penelitian mengenai media perangkat lunak ditulis oleh Amelia Anjani, Ike Atikah Ratnamulyani, Ali Alamsyah Kusumadinata tahun 2018 (Anjani et al., 2018) tentang “Penggunaan Media Komunikasi *WhatsApp* terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan”.
- 6) **Perangkat keras** merupakan media komunikasi yang sering juga digunakan untuk menyampaikan pesan. Contoh perangkat keras antara lain kentongan, telepon, dan lain sebagainya. Contoh penelitian mengenai media perangkat keras ditulis oleh Firdaus Perdana, Sunarto, Udi Utomo tahun 2017 (Perdana et al., 2017) tentang “Kesenian Rampak Kenthong sebagai Media Ekspresi Estetik Masyarakat Desa Kalirejo Kabupaten Pekalongan”.

d. Penerima

Penerima adalah orang yang menerjemahkan pesan dan berusaha mengartikan pesan yang disampaikan dari pengirim. Penerima berkaitan dengan ruang lingkup komunikasi dalam studi khalayak (*to whom*). Penerima harus memiliki (5) macam, yaitu:

- 1) **Kecakapan komunikasi** dari sisi penerima dilihat dari kemampuan mendengarkan dan memberikan respon kepada sumber informasi. Contoh penelitian mengenai kecakapan komunikasi ditulis oleh Dani Kurniawan tahun 2018 (Kurniawan, 2018) tentang “Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan”.
- 2) **Sikap dan perilaku** dari penerima terlihat dari respon setelah menerima pesan. Sikap dan perilaku satu penerima dengan penerima lain berbeda, tergantung penafsiran pesan. Sikap dan perilaku positif oleh penerima pesan dapat mempengaruhi terciptanya komunikasi yang efektif, sebaliknya persepsi yang negatif akan mempengaruhi sikap dan perilaku yang negatif juga sehingga komunikasi kurang efektif. Contoh penelitian mengenai sikap dan perilaku ditulis oleh Arifuddin tahun 2011 (Arifuddin, 2011) tentang “Pengaruh Pesan Politik Caleg PKS Melalui Layanan Pesan Singkat (SMS) terhadap Sikap dan Perilaku Pemilih dalam Pemilu Legislatif 2009 di Kota Makassar”.
- 3) **Pengetahuan** penerima mengenai pesan yang disampaikan sesuai dengan maksud si pemberi informasi, mempengaruhi efektivitas komunikasi. Contoh penelitian mengenai pengetahuan ditulis oleh Herlina Sukmawati tahun 2009 (Sukmawati, 2009) tentang “Tingkat Pengetahuan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Surabaya tentang Sosialisasi Posyandu Lansia”.
- 4) **Sistem sosial** diartikan tatanan atau nilai-nilai yang ada di lingkungan penerima pesan berpengaruh pada efektivitas komunikasi. Penerima yang memiliki tatanan sosial yang berbeda dengan komunikator akan mempengaruhi sikap dan berperilaku dalam berkomunikasi. Contoh penelitian mengenai sistem sosial ditulis oleh Karina Banowati tahun

2018 (Banowati, 2018) tentang “Pengaruh Jingle Iklan Pesona Indonesia di Televisi terhadap Respon Afektif Khalayak”.

- 5) **Budaya** merupakan kebiasaan yang terbentuk di kalangan penerima pesan dan mempengaruhi proses penerimaan pesan. Contoh penelitian mengenai budaya ditulis oleh Wira Yanti tahun 2014 (Yanti, 2014) tentang “Memahami Peranan Perempuan Suku Minang Perantauan dalam Menjaga dan Meneruskan Komunikasi Budaya Matrilineal”.

B. Jenis Komunikasi

Dari sudut pandang konteks komunikasi, konteks komunikasi terbagi menjadi tujuh jenis (West & Turner, 2008), yaitu:

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri dan merupakan dialog internal yang dapat terjadi bahkan saat bersama dengan orang lain. Penelitian dalam komunikasi intrapersonal berfokus pada kognisi, simbol, dan niat yang dimiliki oleh seseorang. Komunikasi intrapersonal telah difokuskan pada peranan diri sendiri dalam proses komunikasi yang dapat dilakukan secara sengaja (*‘style saya lumayan keren’*, berkata pada diri) dan tidak disengaja (*‘saya sungguh bodoh’*, setelah terjatuh di lantai). Komunikasi intrapersonal terbagi atas enam (6) macam, yaitu: a) kecemasan; b) persepsi; c) simbol dan makna; d) pengambilan keputusan; e) komunikasi hati; f) pembentukan kesan. Contoh penelitian komunikasi intrapersonal tentang “Dialektika Komunikasi Intrapersonal: Mengkaji Pesona Komunikasi Dengan Diri Sendiri” oleh Ferry Adhi Dharma pada tahun 2017 (Dharma, 2017).

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang secara langsung antara dua orang secara bertatap muka. Dalam komunikasi interpersonal mencerminkan adanya keintiman relasi, pengendalian hubungan, ketertarikan interpersonal, dan strategi pemeliharaan hubungan. Komunikasi interpersonal terbagi atas empat (4) macam, yaitu: a) strategi pemeliharaan hubungan; b) keintiman relasi; c) pengendalian hubungan; d) ketertarikan interpersonal. Contoh penelitian komunikasi interpersonal tentang

Ada pula data reliabel namun belum tentu valid, peneliti yang selalu menyatakan bahwa hasil penelitian tentang sistem komunikasi bencana melalui *website* 100% telah diimplementasikan oleh mitra kerja penelitian (BPBD). Informasi yang dikatakan oleh peneliti terus diucapkan secara konsisten dalam setiap diskusi, namun kenyataannya mitra kerja peneliti tersebut belum mengimplementasikan *website* yang dihasilkannya. Hal ini disebabkan karena adanya kendala keterbatasan sumber daya manusia dari mitra kerja peneliti, bukan *website* yang dihasilkan. Dengan demikian data ini reliabel yaitu menghasilkan penelitian berupa *website*, tetapi tidak valid karena belum diimplementasikan.

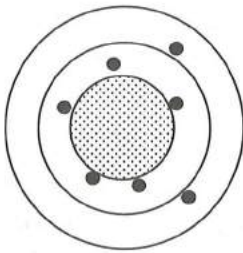
Objektivitas (lawannya subjektif) berkenaan dengan *interpersonal agreement* (kesepakatan banyak orang). Hal ini berarti semakin banyak orang yang memberikan data atau informasi yang sama, maka data tersebut menjadi data yang objektif. Misalnya pada penelitian yang dilakukan Lestari & Sularso (2020) mengenai kearifan lokal Gending Jawa dalam mengatasi COVID-19. Hasil penelitian tersebut menyatakan 95% dari 20 responden setuju bahwa hingga saat ini Gending masih menjadi tradisi di masyarakat Jawa, sedangkan 5% responden tidak setuju. Data yang objektif adalah data yang telah disepakati oleh 95% responden.

Adapula data *objektif yang belum tentu valid*, misalnya hasil penelitian mengenai efektivitas penggunaan media online untuk belajar di masa COVID-19. Hasil tersebut menyatakan bahwa 77% responden menyatakan efektif, 23% responden menyatakan kurang efektif. Setelah ditelusuri melalui metode lain bahwa 23% responden memang benar menyatakan media online kurang efektif sebagai metode pembelajaran saat COVID-19. Data tersebut terlihat objektif tetapi tidak valid, maka penggunaan metode penelitian harus ditelusuri secara cermat.

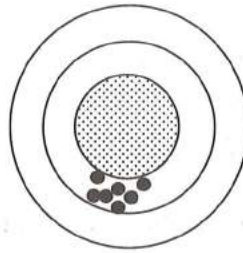
Validitas dan reliabilitas data dapat dipahami dengan melihat gambar 2.1 berikut. Berdasarkan gambar 2.1 tersebut dapat diberikan penjelasan sebagai berikut. Sasaran tembaknya adalah lingkaran di tengah yang ada titik-titiknya. Pada gambar 1.1a adalah gambaran data yang tidak valid dan tidak reliabel. Pada gambar terlihat bahwa pelurunya tidak mengenai sasaran tembak, dan menyebar, sehingga tembakannya tidak valid dan tidak reliabel. Pada gambar 2.1b adalah gambaran data yang reliabel tetapi tidak valid. Pada gambar terlihat

pelurunya mengelompok (reliabel) tetapi tidak mengenai sasaran tembak, sehingga data dinyatakan tidak valid. Pada gambar 2.1c adalah gambaran data yang valid dan reliabel. Pada gambar terlihat pelurunya mengenai sasaran (valid) dan mengelompok (reliabel). Penelitian yang dilakukan diharapkan memperoleh data yang valid dan reliabel.

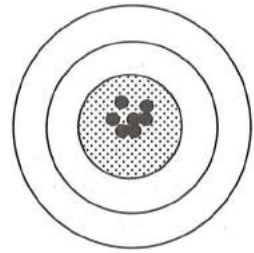
Untuk mendapatkan data yang valid, reliabel, dan objektif dalam penelitian kuantitatif, maka instrumen penelitiannya harus valid dan reliabel, pengumpulan dan analisis data dilakukan dengan cara yang benar pada sampel yang representatif (mewakili populasi). Untuk mendapatkan data dalam penelitian kualitatif yang valid dan reliabel, maka peneliti harus dapat menjadi *human instrument* yang valid, mengumpulkan data secara triangulasi (gabungan observasi wawancara, dokumentasi) dari berbagai sumber data yang tepat, dan melakukan pengujian keabsahan data, khususnya pengujian kredibilitas data. Untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan objektif dalam penelitian kombinasi, maka dilakukan dengan menggabungkan cara yang dilakukan dalam metode kuantitatif dan kualitatif.



Gambar 2.1a. Data Tidak Valid dan Tidak Reliabel



Gambar 2.1b. Data Tidak Valid tetapi Reliabel



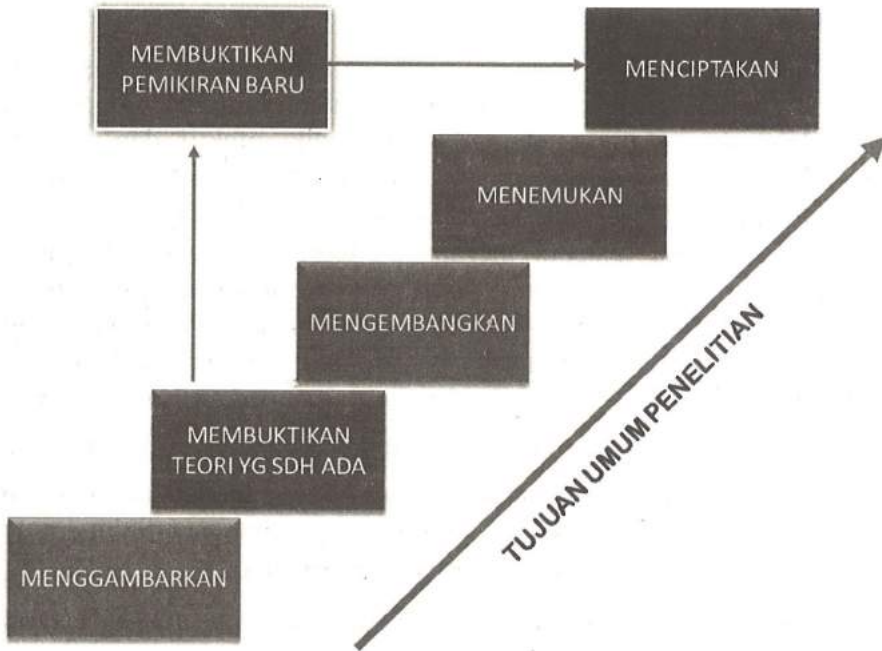
Gambar 2.1c. Data Valid dan Reliabel

Gambar 2.1. Visualisasi Validitas dan Reliabilitas Data

Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian untuk menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan, dan untuk menciptakan. Hal tersebut dapat digambarkan seperti gambar 2.2 berikut.

Penelitian yang bersifat menggambarkan berarti mendeskripsikan apa yang terjadi pada objek yang diteliti. Penelitian deskriptif baik secara kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi adalah

penelitian yang bersifat menggambarkan. Contoh judul penelitian: 1) Literasi Informasi tentang Kemasan Produk Obat Bebas (Dini & Lestari, 2015); 2) *Audience Reception Analysis Toward Political Messages In President Joko Widodo YouTube Channel* (Utami & Lestari, 2017); 3) *Audit of Disaster Communication on TVOne Kabar Petang Program* (Lestari, Astari, & Asyraf, 2019).



Gambar 2. 2 Tujuan Umum Penelitian

Membuktikan berarti data yang diperoleh itu digunakan untuk membuktikan adanya keragu-raguan terhadap informasi, teori, pemikiran baru, kebijakan, tindakan atau produk yang telah ada. Penelitian yang bersifat membuktikan biasanya menggunakan metode kuantitatif. Yang dibuktikan adalah hipotesis. Hipotesis dapat dirumuskan berdasarkan teori yang sudah ada atau pemikiran baru. Hipotesis yang dibuktikan berdasarkan teori yang sudah ada, lebih bersifat aplikasi terhadap teori tersebut. Sedangkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan pemikiran baru, dan bila terbukti secara konsisten, maka akan menjadi teori baru. Hal ini berarti peneliti menciptakan teori baru.

Contoh judul penelitian yang menguji teori yang sudah ada: 1) Kompetensi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya (Lestari, Hendariningrum, & Prayudi, 2011); 2) Peranan faktor-Faktor Individual Dalam Mengembangkan Usaha (Inggarwati & Kaudi, 2010); 3) Peran Sampling dan Distribusi Data Dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif (Imran, 2017); 4) Persepsi Mahasiswa Penyandang Disabilitas Tentang Sistem Pendidikan Segregasi Dan Pendidikan Inklusi (Triutari, 2014).

Mengembangkan berarti memperdalam, memperluas, dan menyempurnakan, pengetahuan, teori, kebijakan, tindakan dan produk yang telah ada, sehingga menjadi lebih baik, efektif dan efisien. Pengembangan teori dengan metode kuantitatif dapat dilakukan dengan memadukan dua teori atau lebih yang sudah ada lalu dibuktikan. Bila terbukti maka teori tersebut merupakan teori hasil pengembangan. Pengembangan dengan metode kualitatif dapat dilakukan dengan eksplorasi untuk melengkapi teori yang sudah ada. Penelitian yang bersifat mengembangkan produk menggunakan metode penelitian dan pengembangan (*research and development. R&D*). Pada tahap **Research** menghasilkan informasi untuk merancang produk yang dikembangkan dan pada tahap **Development**, membuat dan menguji produk yang telah dihasilkan. Contoh: pengembangan diklat untuk menghasilkan SDM yang adaptif terhadap perubahan.

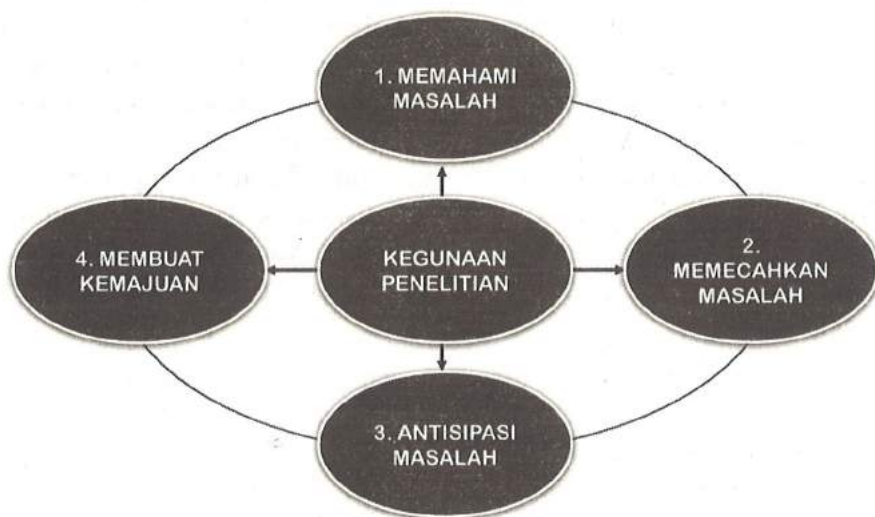
Menemukan berarti mendapatkan sesuatu yang sudah ada tetapi belum diketahui, kemungkinan hilang atau masih terpendam. Biasanya metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif akan lebih cocok digunakan untuk meneliti yang bersifat eksplorasi pada suatu tempat sehingga nanti akan menghasilkan suatu temuan. Contoh judul penelitian tentang menemukan, yaitu: 1) Mengembangkan model yang efektif, seperti *Disaster Communication Uses Field Training Exercise Simulation as an Important Aspect of Disaster Risk Reduction* (Lestari, Ritonga, Ruliana, & Barus, 2020); 2) Strategi dalam meningkatkan kinerja karyawan, seperti *Internal Communication Role in Improving Performance of Employees Hotel: Descriptive Study at Employees Sari Ater Hotel & Resort in Ciater, Subang Regency, West Java Province* (Ruliana, Lestari, Andrini, & Atmaja, 2019); 3) Model Komunikasi Bencana “Table Top Exercise” dalam Pengurangan Risiko Bencana (Lestari, Paripurno, Rianto, & Nugroho, 2019).

Menciptakan atau invensi atau kreasi berarti membuat sesuatu yang sebelumnya belum pernah ada. Yang diciptakan dapat berupa teori, tindakan, dan produk baru. Penelitian yang bersifat menciptakan misalnya, menciptakan Gending tentang *Coronavirus* untuk pengurangan dampak COVID-19; menciptakan metode pengumpulan data dalam penelitian komunikasi bencana melalui simulasi; menciptakan komunikasi bencana himbauan tidak mudik berbasis kearifan lokal campur sari. Metode penelitian yang biasa digunakan untuk penelitian yang bersifat “menciptakan” produk baru adalah menggunakan metode penelitian dan pengembangan (*research and development* atau R&D). Metode kuantitatif dapat menciptakan teori baru, berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan pemikiran baru yang rasional, bukan berdasarkan teori yang telah ada. Metode kualitatif lebih berfungsi untuk menemukan dan bukan untuk menciptakan.

Melalui penelitian manusia dapat menggunakan hasilnya. Secara umum data yang telah diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk **memahami masalah, memecahkan masalah, mengantisipasi masalah dan untuk membuat kemajuan**. Hal ini ditunjukkan pada gambar 2.3. **Memahami** berarti penelitian digunakan untuk memperjelas suatu masalah atau informasi yang tidak diketahui sehingga menjadi jelas. **Memecahkan** berarti meminimalkan atau menghilangkan masalah, dan mengantisipasi berarti mengupayakan agar masalah tidak terjadi, dan membuat kemajuan berarti dengan penelitian dapat digunakan untuk memperbaiki keadaan dari kondisi sekarang menjadi kondisi baru yang lebih baik.

Penelitian yang digunakan untuk **memahami masalah** misalnya, memahami perilaku mahasiswa suku Karo di Yogyakarta karena adanya perbedaan budaya, dalam artikel *The Changing Communication Behavioral on Student of Karo Ethnic In Yogyakarta* (Lestari, 2018b). Penelitian yang bersifat **memecahkan masalah** misalnya, penelitian untuk mengatasi masalah bencana terkait kebijakan pemerintah daerah dapat dilihat pada artikel *Disaster Communication Uses Field Training Exercise Simulation as an Important Aspect of Disaster Risk Reduction* (Lestari et al., 2020). Penelitian yang bersifat **antisipasi masalah** misalnya penelitian untuk menemukan cara agar mengurangi risiko bencana kebakaran, dalam artikel *Kesiap-siagaan Pengunjung Pusat Perbelanjaan Modern Terhadap Bahaya Kebakaran di Lippo Plaza Yogyakarta* (Ismail,

Lestari, & Paripurno, 2019). Penelitian untuk *membuat kemajuan*, misalnya menemukan atau menciptakan tindakan baru di dalam masyarakat untuk mengurangi dampak COVID-19, dalam artikel *The COVID-19 Impact Crisis Communication Model Using Gending Jawa Local Wisdom* (Lestari & Sularso, 2020).



Gambar 2.3 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dikemukakan bahwa, metode penelitian komunikasi dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan objektif dengan tujuan untuk menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan dan menciptakan ilmu, produk, dan tindakan baru sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, mengantisipasi masalah, dan membuat kemajuan dalam bidang komunikasi.

B. Macam Data Penelitian

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat bermacam-macam data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Macam-macam data ditunjukkan pada gambar 2.4. Data hasil penelitian komunikasi bila dilihat dari sumbernya dapat dibagi menjadi data hasil penelitian lapangan dan data dokumentasi. Data dokumentasi bisa berupa data hasil penelitian yang

mempengaruhi. Judul asosiatif simetris, diawali dengan kata hubungan atau korelasi. Judul asosiatif kausal diawali dengan kata pengaruh, atau faktor determinan. Judul asosiatif resiprokal judul penelitian diawali dengan kata hubungan interaktif atau pengaruh interaktif. Penelitian asosiatif lebih sulit daripada penelitian komparatif.

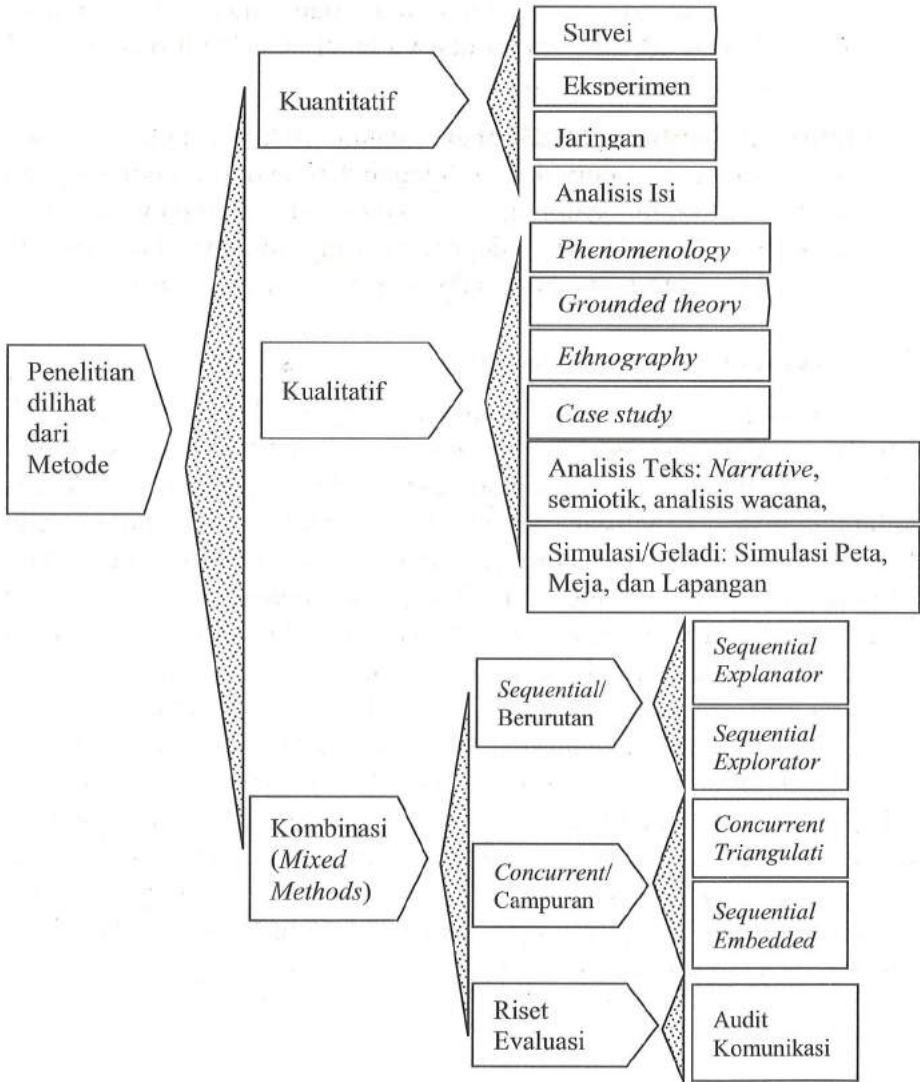
- d. **Judul penelitian komparatif-asosiatif**, adalah judul penelitian yang bermaksud menggambarkan dan menguji hipotesis perbandingan korelasi antara dua variabel atau lebih pada sampel atau populasi yang berbeda.
- e. **Judul penelitian struktural** adalah judul penelitian yang bermaksud menggambarkan hubungan dan menguji hipotesis yang bersifat struktural. Hubungan struktural adalah hubungan antara variabel independen dan dependen yang dimana diantara dua variabel tersebut terdapat variable penyela (*entervening*).

5. Penelitian Menurut Waktunya

Penelitian menurut waktunya dapat dibedakan menjadi penelitian *cross sectional* dan *longitudinal*. Penelitian *cross sectional* adalah penelitian yang dilakukan sekali selesai, sehingga tidak ada kelanjutannya. Penelitian *longitudinal*, adalah penelitian yang bersambung, bertahap, sehingga tidak selesai dalam satu waktu. Metode penelitian kombinasi desain *sequential*, penelitian dan pengembangan (*research and development*) adalah merupakan contoh penelitian *longitudinal*. Pada penelitian kombinasi desain *sequential* pada tahap pertama menggunakan metode kuantitatif atau kualitatif, dilanjutkan pada tahap ke dua dengan metode kualitatif atau kuantitatif. Dalam penelitian (*research*) dan pengembangan (*Development*), pada tahap pertama peneliti melakukan penelitian dan studi literatur sehingga hasilnya digunakan untuk membuat rancangan produk. Selanjutnya pada tahap *development*, peneliti membuat produk dan mengujinya secara berulang-ulang sehingga sampai menghasilkan produk yang teruji secara empiris dan konsisten.

6. Penelitian Menurut Metode

Berbagai-bagai metode penelitian bila dilihat dari landasan filsafat, data, dan analisisnya dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu metode penelitian **kuantitatif**, metode penelitian **kualitatif**, dan metode penelitian **kombinasi** (*mixed methods*) (Creswell, 2009). Berikut pengembangan macam-macam penelitian di bidang ilmu komunikasi, ditunjukkan pada gambar 2.11



Gambar 2.11 Macam Metode Penelitian

Berdasarkan gambar 2.11 tersebut terlihat bahwa, yang termasuk dalam metode **kuantitatif** adalah metode survei dan eksperimen; yang termasuk dalam metode **kualitatif** adalah *phenomenology, grounded theory, ethnography, case study* dan analisis teks: *narrative*, semiotik, analisis wacana, *framing*. Selanjutnya, yang termasuk dalam penelitian kombinasi adalah model *sequential* (kombinasi berurutan), *model concurrent* (kombinasi campuran), dan *riset evaluasi*. Model urutan (*sequential*) ada dua yaitu model *sequential explanatory* (urutan pembuktian) dan *sequential exploratory*. (Urutan penemuan). Model *concurrent* (campuran) ada dua yaitu, model *concurrent triangulation* (campuran kuantitatif dan kualitatif secara berimbang) dan *concurrent embedded* (campuran kuantitatif dan kualitatif tidak seimbang). Riset evaluasi dalam bidang komunikasi dapat berupa audit komunikasi.

Dalam hal metode kuantitatif dan kualitatif Borg and Gall (1989) menyatakan sebagai berikut.

Many labels have been used to distinguish between traditional research methods and these new methods: positivistic versus postpositivistic research; scientific versus artistic research; confirmatory versus discovery-oriented research; quantitative versus interpretive research; quantitative versus qualitative research. The quantitative- qualitative distinction seems most widely used. Both quantitative researchers and qualitative researchers go about inquiry in different ways.

Metode kuantitatif dan kualitatif sering dipasangkan dengan nama metode yang tradisional, dan metode baru; metode positivistik dan metode postpositivistik; metode *scientific* dan metode artistik, metode konfirmasi dan *discovery* temuan; serta kuantitatif dan interpretif. Jadi metode kuantitatif sering dinamakan metode tradisional, positivistik, *scientific* dan metode konfirmatif. Selanjutnya, metode kualitatif sering dinamakan sebagai metode baru, postpositivistik; artistik; dan *interpretive research*. Kedua penelitian kuantitatif dan kualitatif, sama-sama akan mencari temuan dengan cara yang berbeda.

a. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi kebiasaan sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode

positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, sistematis, dan *replicable* atau dapat diulang. Metode ini juga disebut metode konfirmatif, karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian hipotesis. Inti dari metode kuantitatif adalah untuk mengembangkan ilmu melalui pengujian hipotesis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Dengan demikian **metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.**

Filsafat positivisme memandang realitas atau gejala atau fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara *random*, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil.

Dalam hal ini metode kuantitatif dapat dibagi menjadi dua, yaitu metode eksperimen dan metode survei. Metode penelitian eksperimen adalah metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh *treatment* tertentu (perlakuan) dalam kondisi yang terkontrol (laboratorium). Dalam hal metode eksperimen Creswell (2009) menyatakan "*experimental research seeks to determine if a specific treatment influences an outcome in a study. This impact is assessed by*

providing a spesific treatment to one group and withholding it from another group and then determining how both groups score on an outcome”.

Selanjutnya dalam hal metode survei dinyatakan bahwa “*survei design provides a plan for a quantitative or numeric description of trend, attitudes, or opinions of population by studying a sample of that population*”. Kerlinger (1973) mengemukakan bahwa, penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Jadi penelitian survei dapat digunakan untuk mencari dan menguji hipotesis hubungan variabel sosiologis dan psikologis.

Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif (David Kline: 1980).

b. Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif pada tahun 1990-an dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau interpretif. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Metode ini juga sering disebut sebagai metode konstruktif karena, dengan metode kualitatif dapat ditemukan data-data yang berserakan, selanjutnya dikonstruksikan dalam suatu tema yang lebih bermakna dan mudah dipahami.

Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode *etnografi*, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Filsafat postpositivisme sering juga disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*). Penelitian dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap situasi sosial yang diteliti, maka teknik pengumpulan data bersifat triangulasi, yaitu menggunakan berbagai teknik pengumpulan data secara gabungan atau simultan. Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada pemahaman makna dan mengkonstruksi fenomena. Generalisasi dalam penelitian kualitatif dinamakan *transferability*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa, **metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau interpretif, atau konstruktif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif dapat bersifat temuan potensi dan masalah, keunikan objek, makna suatu peristiwa, proses dan interaksi sosial, kepastian kebenaran data, konstruksi fenomena, dan temuan hipotesis.**

c. Metode Penelitian Kombinasi

Metode penelitian kombinasi, merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat pragmatisme (gabungan positivisme dan postpositivisme). Menurut Creswell (2009), filsafat pragmatisme berpandangan bahwa:

- 1) *Pragmatist not see the world as an absolute unity. In a similar way, mixed methods researcher look to many approaches for collecting and analyzing data rather than subscribing to only one way (e.g. quantitative or qualitative).* Filsafat pragmatisme tidak memandang bahwa dunia itu bukan suatu kesatuan yang absolut. Dengan pandangan ini, peneliti kombinasi melihat dunia atau realitas dari berbagai pendekatan dalam mengumpulkan dan menganalisis data, dan tidak hanya dengan satu macam pendekatan saja.
- 2) *Pragmatism is not committed to any one system of philosophy and reality. This applies to mixed methods research in that inquires draw liberally from both quantitative and qualitative assumptions when they engage in their research.* Filsafat pragmatisme tidak hanya berpedoman pada satu landasan filsafat dalam memandang realitas, tetapi menggunakan kombinasi landasan filsafat yaitu filsafat penelitian kuantitatif dan kualitatif.
- 3) *Pragmatism, as a worldview or philosophy arises out of actions, situations, and consequences rather than antecedent condition (as in postpositivisme). There is concern with applications-what works-and solutions to problems. Instead of focusing on methods, researchers emphasize the research problem and use all approaches available to understand the problem.* Pragmatisme adalah suatu pandangan dasar, atau filsafat yang terkait dengan suatu tindakan, situasi dan akibat daripada sebab (seperti dalam filsafat positivisme). Pragmatisme terkait dengan suatu aplikasi –bagaimana cara bekerja dan cara pemecahan masalah. Bila dikaitkan dengan metode, maka peneliti dapat menggunakan semua metode yang mungkin dapat digunakan untuk memahami masalah.
- 4) *Thus for the mixed methods researcher, pragmatism opens the door to multiple method, different worldviews, and different*

No.	Metode Kuantitatif	Metode Kualitatif	Metode Kombinasi
7.	G. Analisis a. Setelah selesai pengumpulan data b. Deduktif c. Menggunakan statistik untuk menguji hipotesis	G. Analisis a. Terus menerus sejak awal sampai akhir penelitian b. Induktif c. Mencari pola, model, tema, teori	G. Analisis Analisis data kombinasi kualitatif dan kuantitatif
8.	H. Hubungan dengan Responden a. Dibuat berjarak, bahkan sering tanpa kontak supaya objektif b. Kedudukan peneliti lebih tinggi dari responden c. Jangka pendek sampai hipotesis dapat dibuktikan	H. Hubungan dengan Responden a. Empati, akrab supaya memperoleh pemahaman yg mendalam b. Kedudukan sama bahkan sebagai guru, konsultan c. Jangka lama, sampai datanya jenuh, dapat ditemukan hipotesis atau teori	H. Hubungan dengan Responden Hubungan peneliti dengan yang diteliti bisa berjarak, bisa akrab, kedudukan bisa lebih tinggi dan sama dengan responden, jangka pendek dan jangka panjang, hipotesis terbukti dg didukung data kualitatif
9.	I. Usulan Desain a. Luas dan rinci b. Literatur yang berhubungan dengan masalah, dan variabel yang diteliti c. Prosedur yang spesifik dan rinci langkah-langkahnya d. Masalah dirumuskan dengan spesifik dan jelas e. Hipotesis dirumuskan dengan jelas f. Ditulis secara rinci dan jelas sebelum terjun ke lapangan	I. Usulan Desain a. Singkat, umum bersifat sementara b. Literatur yang digunakan bersifat sementara, tidak menjadi pegangan utama c. Prosedur bersifat umum, seperti akan merencanakan tour/piknik d. Masalah bersifat sementara dan akan ditemukan setelah studi pendahuluan e. Tidak dirumuskan hipotesis, karena justru akan menemukan hipotesis f. Fokus penelitian ditetapkan setelah diperoleh data awal dari lapangan	I. Usulan Desain Untuk penelitian kombinasi model <i>sequential exploratory</i> , usulan desain bisa bersifat sementara tetapi untuk model <i>sequential explanatory</i> usulan desain sudah rinci

No.	Metode Kuantitatif	Metode Kualitatif	Metode Kombinasi
10.	J. Kapan penelitian dianggap selesai? Setelah semua kegiatan yang direncanakan dapat diselesaikan	J. Kapan penelitian dianggap selesai? Setelah tidak ada data yang dianggap baru atau jenuh	J. Kapan penelitian dianggap selesai? Setelah semua kegiatan yang direncanakan dapat diselesaikan dan Setelah tidak ada data yang dianggap baru lagi atau jenuh
11.	K. Kepercayaan terhadap hasil Penelitian Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen	K. Kepercayaan terhadap hasil Penelitian Pengujian kredibilitas, depenabilitas, proses dan hasil penelitian	K. Kepercayaan terhadap hasil Penelitian Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, Pengujian kredibilitas, depenabilitas, proses dan hasil penelitian kualitatif

2. Proses penelitian

Perbedaan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif juga dapat dilihat dari proses penelitian. Proses dalam metode penelitian kuantitatif bersifat linier, kualitatif bersifat sirkuler atau siklus, dan kombinasi bersifat gabungan linier dan sirkuler. Proses dan sistematika laporan penelitian masing-masing metode akan diberikan pada bab-bab berikut.

BAGIAN II: METODE PENELITIAN KUANTITATIF

Pada bagian dua ini merupakan Metode Penelitian Kuantitatif yang terdiri atas sepuluh bab yaitu: bab 3 sampai dengan bab 12. Bab 3 tentang metode penelitian survei; bab 4 tentang landasan teori, kerangka berpikir dan pengajuan hipotesis; bab 5 tentang metode penelitian eksperimen; bab 6 tentang populasi dan sampel; bab 7 tentang skala pengukuran dan instrumen penelitian; bab 8 tentang teknik pengumpulan data; bab 9 tentang teknik analisis data; bab 10 tentang contoh analisis data kuantitatif; bab 11 tentang proposal penelitian kuantitatif dan bab 12 tentang laporan penelitian kuantitatif

b. Terdapat penyimpangan antara apa yang telah direncanakan dengan kenyataan

Suatu rencana yang telah ditetapkan, tetapi hasilnya tidak sesuai dengan tujuan dari rencana tersebut, maka tentu ada masalah. Sebagai contoh dalam suatu hibah penelitian Ristek sudah ada pengumuman bahwa proposal yang bertujuan untuk menemukan model komunikasi bencana di Kabupaten Karo, Sumatera Utara diterima dan didanai tahun 2020. Peneliti sudah ke lapangan untuk mencari data, namun rencana penelitian tersebut tidak terlaksana akibat adanya pandemi COVID-19 karena dana penelitian dialihkan untuk penanganan COVID-19, sehingga timbul masalah. Jadi untuk menemukan masalah dapat diperoleh dengan cara melihat dari adanya penyimpangan antara yang direncanakan dengan kenyataan. Dari persoalan tersebut peneliti harus dapat mencari solusi, misalnya dengan melakukan penelitian yang dapat dijangkau.

c. Ada pengaduan

Pada penelitian Lestari, Kertamukti, & Ruliana (2019) menemukan masalah mengenai pengaduan warga Desa Lingga ke Badan Penanggulangan Bencana Daerah Karo, Sumatera Utara tentang penolakan terhadap program relokasi mandiri akibat erupsi Gunung Sinabung. Penolakan ini memunculkan masalah komunikasi krisis yang serius antara warga Desa Lingga dan petugas kepolisian hingga menimbulkan korban jiwa. Masalah yang timbul diantara warga dan kepolisian dapat dianalisis lebih mendalam dan dapat dijadikan sebagai masalah penelitian tentang komunikasi bencana.

d. Ada kompetisi

Adanya persaingan atau kompetisi dapat menimbulkan masalah besar, bila tidak dapat memanfaatkan untuk bekerjasama. Sebagai contoh dalam penelitian Barata, Lestari, dan Hendariningrum (2017) tentang model komunikasi untuk penanggulangan bencana Gunung Merapi melalui aplikasi *Plewangan*. Model komunikasi melalui aplikasi *Plewangan* dibuat oleh Badan Penyelidikan dan Pengembangan Teknologi Kebencanaan Geologi (BPPTKG) Yogyakarta, sedangkan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) membuat aplikasi *InaRisk* yang fungsinya hampir sama dengan *Plewangan*. *Plewangan* tidak dapat dioperasikan karena

kurang didukung oleh BNPB, sehingga ada masalah penerapan model komunikasi bencana melalui aplikasi *Plewangan*.

Dalam proposal penelitian, setiap masalah harus ditunjukkan dengan data. Misalnya penelitian tentang SDM, maka masalah SDM, harus ditunjukkan dengan data. Masalah SDM misalnya, jumlah SDM yang terbatas, jenjang pendidikan yang rendah, kompetensi dan produktivitas yang masih rendah. Data masalah dapat diperoleh dari hasil pengamatan pendahuluan terhadap hasil penelitian orang lain, atau dari dokumentasi. Data yang diberikan harus *up to date*, lengkap dan akurat. Jumlah data masalah yang dikemukakan tergantung pada jumlah variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Kalau penelitian berkenaan dengan lima variabel, maka data masalah yang dikemukakan minimal lima. Tanpa menunjukkan data, maka masalah yang dikemukakan dalam penelitian tidak akan dipercaya.

Pada tabel 3.1 berikut diberikan contoh data tentang data masalah *Human Development Index* bagi Indonesia. Pada data tersebut Indonesia, menduduki rangking 108 dari 169 negara. Ini menjadi masalah karena yang diharapkan SDM yang berkualitas tinggi tetapi kenyataannya SDM yang ada kualitasnya rendah bila dibandingkan negara-negara lain.

Masalah juga dapat diketahui dengan cara membandingkan antara teori dengan praktik di lapangan, antara aturan dari pedoman dengan pelaksanaan. Sebagai contoh dalam penelitian Lestari, Astari, & Asyraf (2019) yang mengaudit komunikasi bencana pada Kabar Petang TVOne periode Mei – Juni 2019. Sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran KPI tahun 2012 bagian keempat pasal 25 tentang peliputan bencana yang salah satunya menyatakan bahwa tidak menggunakan gambar korban bencana. Peneliti menemukan saat tayangan adanya pengulangan potongan video penderitaan korban. Hal ini termasuk tidak menaati sesuai dengan kebijakan yang ada, sehingga timbul masalah.

TABEL 3.1
PERBANDINGAN HUMAN DEVELOPMENT INDEX
16 NEGARA TAHUN 1975 – 2010

No.	Negara	Nilai HDI dan rangking Tahun							
		1975	1980	1985	1990	1990	2000	2010	Rk
1.	Norway	0,859	0,877	0,888	0,901	0,894	0,925	0,938	1
2.	Australia	0,844	0,861	0,873	0,888	0,927	0,939	0,937	2
3.	USA	0,863	0,884	0,898	0,914	0,925	0,939	0,902	4
4.	Germany	--	0,859	0,868	0,885	0,907	0,925	0,885	10
5	Korea	0,691	0,732	0,774	0,815	0,852	0,882	0,887	12
6.	Hongkong	0,756	0,795	0,823	0,859	0,877	0,888	0,862	21
7.	Singapura	0,722	0,755	0,782	0,818	0,857	0,885	0,846	27
8.	Brunei	-	-	-	-	-	0,856	0,805	37
9.	Panama	0,712	0,731	0,745	0,747	0,770	0,787	0,755	54
10.	Malaysia	0,616	0,659	0,693	0,722	0,760	0,782	0,744	57
11.	Saudi Arabia	0,587	0,646	0,670	0,706	0,737	0,759	0,752	55
12	<i>Indonesia</i>	<i>0,469</i>	<i>0,530</i>	<i>0,582</i>	<i>0,623</i>	<i>0,664</i>	<i>0,684</i>	<i>0,600</i>	<i>108</i>
13.	Vietnam	-	-	0,583	0,605	0,649	0,688	0,572	113
14.	India	0,407	0,434	0,473	0,511	0,545	0,577	0,519	119
15.	Pakistan	0,345	0,372	0,404	0,442	0,473	0,499	0,490	125
16.	Zimbabwe						0,140		169

Sumber: *Human Development Report (2010)*

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan penelitian (*research question*) yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Briggs and Coleman (2007) menyatakan bahwa *Research question are the vital first step in any research. They guide you to toward the kind of information you need and the ways you should collect the information. They also help you to analyses the information you have collect.* Pertanyaan penelitian merupakan langkah awal yang sangat penting pada setiap penelitian. Pertanyaan penelitian merupakan panduan bagi peneliti untuk mengumpulkan berbagai jenis informasi yang diperlukan. Pertanyaan penelitian juga memandu peneliti untuk menganalisis data.

Rumusan masalah berbeda dengan masalah. Kalau masalah itu merupakan kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang terjadi, maka rumusan masalah itu merupakan suatu pertanyaan yang akan

dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Namun demikian terdapat kaitan erat antara masalah dan rumusan masalah, karena setiap rumusan masalah penelitian harus didasarkan pada masalah.

1. Bentuk-bentuk Rumusan Masalah Penelitian

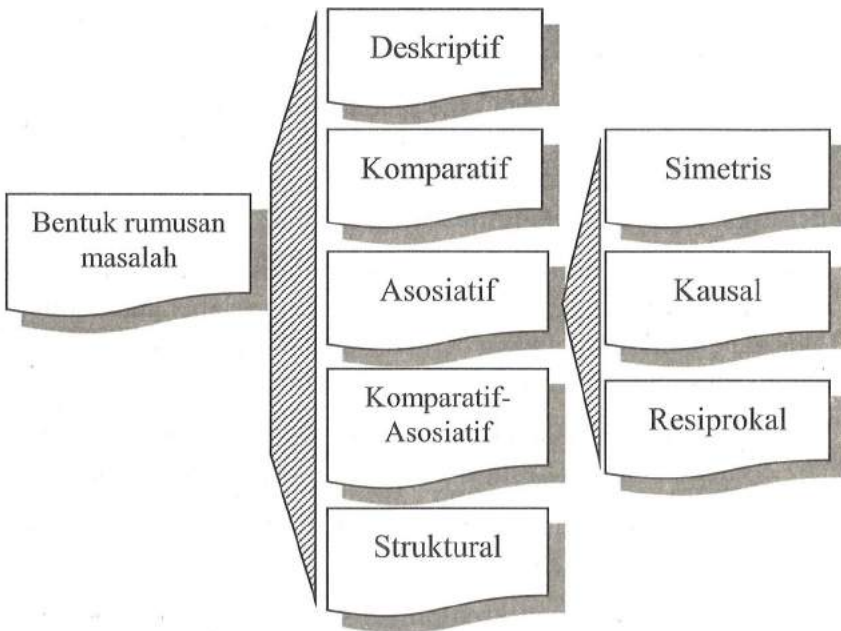
Seperti yang telah dikemukakan bahwa, rumusan masalah itu merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Bentuk-bentuk rumusan masalah penelitian ini dikembangkan berdasarkan penelitian menurut tingkat eksplanasi (*level of explanation*). Bentuk rumusan masalah dapat digambarkan seperti gambar 3.3 berikut. Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa rumusan masalah dikelompokkan menjadi lima bentuk yaitu: rumusan masalah *deskriptif*, *komparatif*, *asosiatif*, *komparatif asosiatif* dan *structure* (struktural). Bentuk rumusan masalah ini dikembangkan dari desain penelitian survei.

a. Rumusan masalah Deskriptif

Rumusan masalah deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Penelitian semacam ini untuk selanjutnya dinamakan penelitian deskriptif. Dalam metode kuantitatif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengukur nilai satu atau lebih secara mandiri.

Contoh rumusan masalah deskriptif:

- 1) Seberapa baik kualitas pesan dan media yang digunakan dalam menyampaikan informasi COVID-19?
- 2) Seberapa baik kualitas komunikator gugus tugas COVID-19 di Badan Nasional Penanggulangan Bencana?
- 3) Seberapa tinggi tingkat intensitas penggunaan *smartphone* di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom? (Gifary & Kurnia N, 2015)
- 4) Seberapa tinggi tingkat motivasi dan kinerja karyawan dalam bekerja di masa COVID-19?



Gambar 3.3. Bentuk-bentuk Rumusan Masalah

Dari beberapa contoh di atas terlihat bahwa setiap pertanyaan penelitian berkenaan dengan satu variabel atau lebih variabel secara mandiri (bandingkan dengan masalah komparatif dan asosiatif).

Peneliti yang bermaksud mengetahui kualitas pesan dan media yang digunakan dalam menyampaikan informasi COVID-19, kualitas komunikator gugus tugas COVID-19 di Badan Nasional Penanggulangan Bencana, intensitas penggunaan *smartphone* di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom, tingkat motivasi dan kinerja karyawan dalam bekerja di masa COVID-19 adalah contoh penelitian deskriptif kuantitatif.

Contoh judul penelitian deskriptif:

- 1) Kualitas pesan dan media yang digunakan dalam menyampaikan informasi COVID-19
- 2) Kualitas komunikator gugus tugas COVID-19 di Badan Nasional Penanggulangan Bencana

- 3) Intensitas penggunaan smartphone di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom
- 4) Tingkat motivasi dan kinerja karyawan dalam bekerja di masa COVID-19

b. Rumusan Masalah Komparatif

Rumusan masalah komparatif adalah rumusan masalah penelitian yang menanyakan perbandingan nilai satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Contoh Rumusan masalahnya adalah sebagai berikut.

- 1) Adakah perbedaan kompetensi komunikasi bisnis antara etnik Bali dan Cina? (Lestari, 2007) (satu variabel pada dua sampel)
- 2) Adakah kesamaan cara promosi produk sepatu antara perusahaan A dan B?
- 3) Adakan perbedaan kredibilitas sumber informasi pemerintah dan masyarakat dalam penanganan COVID-19 di tingkat pusat dan daerah? (dua variabel, pada dua sampel).
- 4) Adakah perbedaan tingkat kepuasan kerja karyawan menurut kelompok usia remaja, dewasa, dan lansia? (satu variabel, pada tiga sampel)
- 5) Adakah perbedaan persepsi tentang kebijakan bantuan sosial akibat bencana COVID-19 di daerah Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua? (satu variabel, pada beberapa sampel).

Contoh judul penelitian komparatif:

- 1) Perbedaan kompetensi komunikasi bisnis antara etnik Bali dan Cina? (satu variabel pada dua sampel)
- 2) Kesamaan cara promosi produk sepatu antara perusahaan A dan B? (satu variabel 2 sampel)
- 3) Perbedaan kredibilitas sumber informasi pemerintah dan masyarakat dalam penanganan COVID-19 di tingkat pusat dan daerah? (dua variabel, pada dua sampel).

- 4) Perbedaan tingkat kepuasan kerja karyawan menurut kelompok usia remaja, dewasa, dan lansia? (satu variabel, pada tiga sampel)
- 5) Adakah perbedaan persepsi tentang kebijakan bantuan sosial akibat bencana COVID-19 di daerah Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua? (satu variabel, pada beberapa sampel).

c. Rumusan Masalah Asosiatif

Rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Terdapat tiga bentuk hubungan yaitu: *hubungan simetris, hubungan kausal, dan hubungan interaktif atau reciprocal atau timbal balik.*

1) Hubungan simetris

Hubungan simetris adalah suatu hubungan antara dua variabel atau lebih yang kebetulan munculnya bersama. Jadi bukan hubungan kausal maupun interaktif. Contoh rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- a) Adakah hubungan antara kemampuan komunikator media televisi dan radio? Dalam hal ini yang menyebabkan komunikator televisi bukan karena kemampuan komunikator radio. Namun bila ada korelasi yang positif, maka kemampuan komunikator televisi dapat diprediksikan melalui kemampuan di radio.
- b) Adakah hubungan antara terpaan informasi COVID-19 dengan tingkat kematian masyarakat?

Contoh judul penelitiannya adalah sebagai berikut.

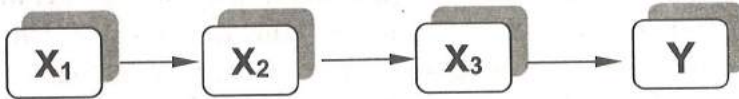
- a) Hubungan antara kemampuan komunikator media televisi dan radio
- b) Hubungan antara terpaan informasi COVID-19 dengan tingkat kematian masyarakat

2) Hubungan Kausal

Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi), contoh:

2. Model Sederhana Berurutan

Dalam model ini terdapat lebih dari dua variabel, tetapi hubungannya masih sederhana. Lihat gambar 3.9.



Gambar 3.9. Hubungan Sederhana

X_1 = kualitas input

X_3 = kualitas output

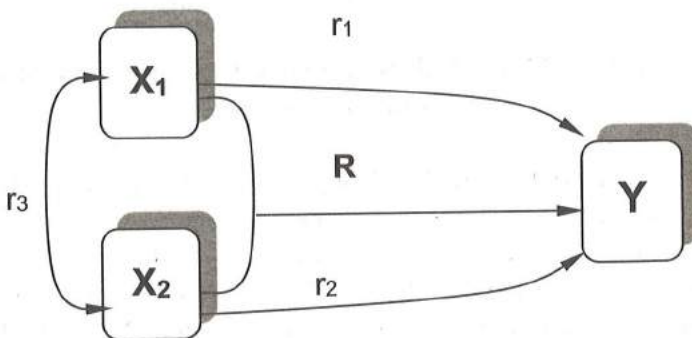
X_2 = kualitas proses

Y = kualitas outcome

Gambar 3.9 Model hubungan variabel sederhana, menunjukkan hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen secara berurutan. Untuk mencari hubungan antar variabel (X_1 dengan X_2 ; X_2 dengan X_3 dan X_3 dg Y) tersebut digunakan teknik korelasi sederhana. Naik turun harga Y dapat diprediksi melalui persamaan regresi Y atas X_3 , dengan persamaan $Y = a + bX_3$. Berdasarkan contoh 1 tersebut, berapa jumlah rumusan masalah, deskriptif dan asosiatif?

3. Model Ganda dengan Dua Variabel Independen

Dalam model ini terdapat dua variabel independen dan satu dependen. Dalam paradigma ini terdapat 3 rumusan masalah deskriptif, dan 4 rumusan masalah asosiatif (3 korelasi sederhana dan 1 korelasi ganda).



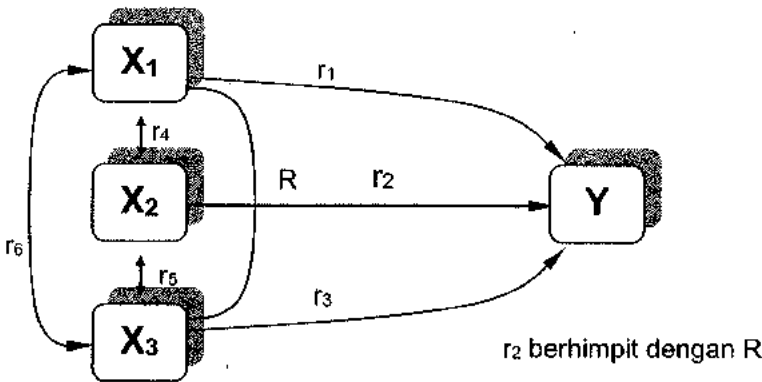
Gambar 3.10

X_1 = lingkungan keluarga; Y = keberhasilan usaha;
 X_2 = demografi;

Gambar 3.10 Model hubungan ganda dengan dua variabel independen X_1 dan X_2 , dan satu variabel dependen Y . Untuk mencari hubungan X_1 dengan Y dan X_2 dengan Y , menggunakan teknik korelasi sederhana. Untuk mencari hubungan X_1 dengan X_2 secara bersama-sama terhadap Y menggunakan korelasi ganda.

4. Model Ganda dengan Tiga Variabel Independen

Dalam hubungan variabel ini terdapat tiga variabel independen (X_1, X_2, X_3) dan satu dependen (Y). Rumusan masalah deskriptif ada 4 dan rumusan masalah asosiatif (**hubungan**) untuk yang sederhana ada 6 dan yang ganda minimal 1. (Lihat gambar 3.11 berikut)



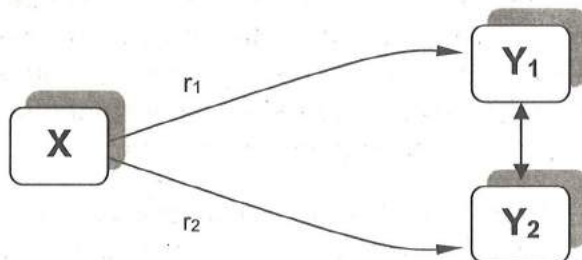
X_1 = Kualitas mesin; X_3 = Sistem karir;
 X_2 = Gaya kepemimpinan manajer; Y = Produktivitas kerja

Gambar 3.11 Model hubungan variabel ganda dengan tiga variabel independen

Gambar 3.11 adalah model hubungan variabel ganda dengan tiga variabel independen yaitu X_1, X_2 , dan X_3 . Untuk mencari besarnya hubungan antara X_1 dengan Y ; X_2 dengan Y ; X_3 dengan Y ; X_1 dengan X_2 ; X_2 dengan X_3 ; dan X_1 dengan X_3 dapat menggunakan korelasi sederhana. Untuk mencari besarnya hubungan antar X_1 secara bersama-sama dengan X_2 dan X_3 terhadap Y digunakan korelasi ganda. Regresi

sederhana, dan ganda serta korelasi parsial dapat diterapkan dalam model ini.

5. Model Hubungan Variabel Ganda dengan Dua Variabel Dependen



X = Tingkat pendidikan

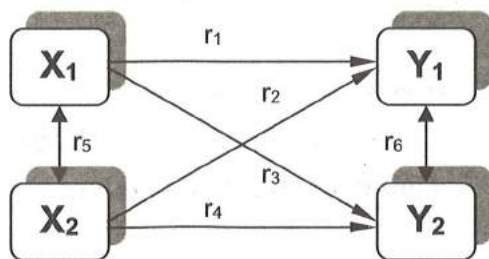
Y₁ = Gaya kepemimpinan

Y₂ = Disiplin kerja

Gambar 3.12 Model hubungan variabel ganda dengan satu variabel independen dan dua dependen. Untuk mencari besarnya hubungan antara X dan Y₁, dan X dengan Y₂ digunakan teknik korelasi sederhana. Demikian juga untuk Y₁ dengan Y₂. Analisis regresi juga dapat digunakan di sini.

6. Model Hubungan Variabel Ganda dengan Dua Variabel Independen dan Dua Dependen

Dalam model ini terdapat dua variabel independen (X₁, X₂) dan dua variabel dependen (Y₁ dan Y₂). Terdapat 4 rumusan masalah deskriptif, dan enam rumusan masalah hubungan sederhana. Korelasi dan regresi ganda juga dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel secara simultan.

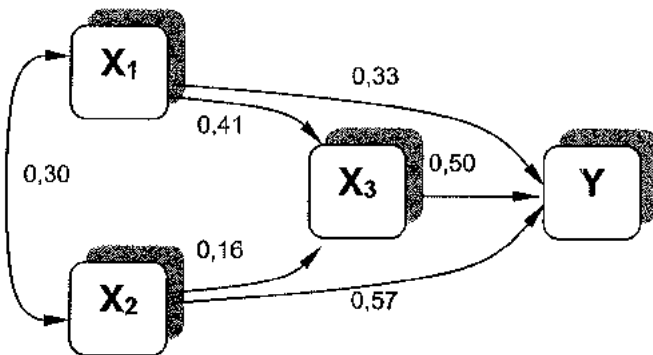


X_1 = kebersihan Kereta; Y_1 = jumlah tiket yang terjual;
 X_2 = pelayanan KA; Y_2 = kepuasan Penumpang KA;

Gambar 3.13 Adalah hubungan antar variabel r_1, r_2, r_3, r_4, r_5 , dan r_6 dapat dianalisis dengan korelasi sederhana. Hubungan antara X_1 bersama-sama dengan X_2 terhadap Y_1 dan X_1 dan X_2 bersama-sama terhadap Y_2 dapat dianalisis dengan korelasi ganda. Analisis regresi sederhana maupun ganda dapat juga digunakan untuk memprediksi jumlah tiket yang terjual dan kepuasan penumpang Kereta Api.

Gambar 3.13. Model jalur. Pada model ini teknik analisis Statistik yang digunakan dinamakan *path analysis* (analisis jalur). Analisis utama yang dilakukan adalah untuk menguji konstruk jalur apakah teruji secara empiris atau tidak. Analisis selanjutnya dilakukan untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung dengan menggunakan korelasi dan regresi sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel dependen terakhir, harus lewat jalur langsung, atau melalui variabel intervening. Dalam paradigma itu terdapat empat rumusan masalah deskriptif, dan enam rumusan masalah hubungan.

7. Model Jalur



X_1 = Status Sosial Ekonomi, X_2 = IQ;
 X_3 = Motivasi berprestasi, (n_{ach}) Y = Prestasi belajar (*achievement*)

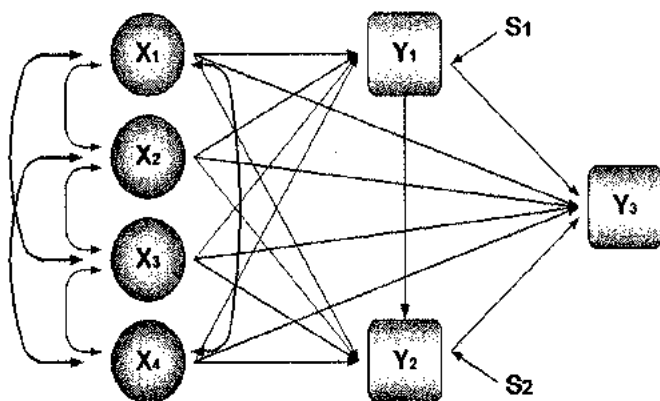
Gambar 3.14. Model jalur

Model hubungan antar variabel penelitian gambar 2.13 dinamakan hubungan jalur, karena terdapat variabel yang berfungsi sebagai jalur antara (X_3). Dengan adanya variabel antara ini, akan dapat digunakan untuk mengetahui apakah untuk mencapai sasaran akhir harus melewati variabel antara itu atau bisa langsung ke sasaran akhir.

Dari gambar terlihat bahwa, murid yang berasal dari status sosial ekonomi tertentu X_1 , tidak bisa langsung mencapai prestasi belajar yang tinggi Y (korelasi 0,33) tetapi harus melalui peningkatan motif berprestasinya X_2 ($r = 0,41$) dan baru dapat mencapai prestasi Y ($r = 0,50$). Tetapi bila murid mempunyai IQ yang tinggi (X_2), maka mereka langsung dapat mencapai prestasi (Y) dengan $r = 0,57$. Contoh tersebut diberikan oleh Kerlinger.

Pada saat ini penelitian kuantitatif yang tersulit adalah penelitian yang menggunakan analisis *Structure Equation Model* (SEM) atau Pemodelan Persamaan Struktural. Model ini merupakan pengembangan dari Path Analysis (analisis jalur), yang memunculkan variabel manifest pada setiap variabel yang diteliti. Dalam analisis Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) dapat dilakukan tiga macam kegiatan secara serentak, yaitu pengecekan validitas dan reliabilitas instrumen (berkaitan dengan analisis faktor konfirmatori), pengujian model hubungan antar variabel (berkaitan dengan analisis jalur), dan kegiatan untuk mendapatkan suatu model yang cocok untuk prediksi (berkaitan dengan analisis regresi atau analisis model struktural).

Pada gambar 3.14. dan 3.15 berikut diberikan contoh paradigma penelitian yang dapat dianalisis dengan Model Persamaan Struktural/*Structure Equation Model* (SEM).



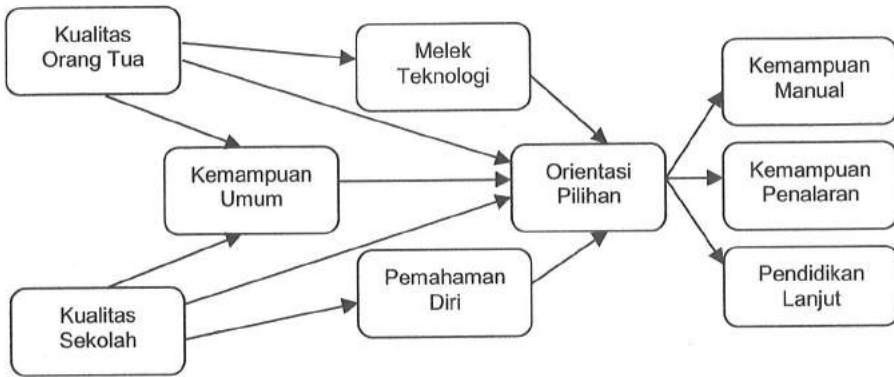
Gambar 3.15. Model antar Variabel Model *Recursive*

Keterangan gambar 2.14

- X_1 tingkat sosial ekonomi keluarga
- X_2 tingkat kecerdasan (IQ) siswa
- X_3 kualitas guru
- X_4 fasilitas sekolah
- Y_1 motivasi berprestasi
- Y_2 aspirasi pendidikan dan jabatan
- Y_3 prestasi belajar secara keseluruhan

Universitas Negeri Yogyakarta (1987) dalam pedoman penulisan tesisnya memberikan contoh paradigma penelitian seperti ditunjukkan pada gambar 2.14 berikut. Analisis statistik dengan *SEM* yang digunakan sudah lebih kompleks, dari pada paradigma yang telah diberikan pada contoh sebelumnya.

Sudji Munadi (2006) dalam disertasinya menguji persamaan struktural tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan siswa untuk menentukan bidang keahlian, yang ditunjukkan pada gambar 3.15.



Gambar 3.15 Model struktural faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan siswa dalam bidang keahlian

Bentuk-bentuk model hubungan antar variabel dalam penelitian yang lain masih cukup banyak, dan contoh-contoh yang diberikan terutama dikaitkan dengan teknik statistik yang dapat digunakan. Teknik statistik yang bersifat menguji *perbedaan tidak tercermin* pada model hubungan variabel yang telah diberikan, tetapi akan lebih nampak pada desain penelitian dengan metode eksperimen. Dalam eksperimen misalnya akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada tidaknya perbedaan produktivitas kerja antara lembaga yang dipimpin pria dengan wanita.

Dalam buku-buku metode penelitian asing, landasan teori ini disebut dengan *literature review*. Creswell (2012) menyatakan “*A literature review is written summary of journal, articles, books, and other documents that describe the past and current state of information on topic of your research study, it also organizes the literature into subtopics, and documents, the need for a proposed study*”. Study literature (studi kepustakaan), merupakan ringkasan tertulis dari jurnal, artikel, buku-buku dan dokumen lain, yang berisi tentang uraian informasi masa lalu atau sekarang yang relevan dengan judul penelitian. Study literatur juga mengorganisasikan berbagai literature ke dalam sub topic sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian. Tentang kegunaan dari studi literatur dalam penelitian kuantitatif, Creswell (2012) menyatakan “*this serves two major purposes; it justifies the important of the research problem, and its provide rationale for the purpose of the study and research questions or hypothesis*”. Study literatur mempunyai dua kegunaan yaitu: pertama, untuk menjelaskan tentang pentingnya penelitian dan masalah penelitian; ke dua sebagai panduan untuk membuat pertanyaan penelitian dan merumuskan hipotesis.

A. Pengertian Teori

Setelah masalah penelitian dirumuskan, maka langkah kedua dalam proses penelitian (kuantitatif) adalah mencari teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian (Sumadi Suryabrata, 1990). Landasan teori ini perlu ditegakkan agar penelitian itu mempunyai dasar yang kokoh, dan bukan sekedar perbuatan coba-coba (*trial and error*). Adanya landasan teoritis ini

McCroskey menelaah tentang tiga unsur penting dalam teori retorika Aristoteles, “semua dalih harus bersumber pada kemungkinan (apa yang dipercayai oleh khalayak menjadi benar) karena kebenaran yang dapat dibuktikan secara menyeluruh hanya dapat dilakukan dalam kasus tertentu; sementara itu adaptasi khalayak dalam memahami mengenai kemungkinan dalam membujuk seseorang merupakan kunci efektivitas pesan; dan ketidaksopanan (dimana teorinya dapat digunakan untuk tujuan yang bermanfaat maupun yang tidak bermanfaat)”.

Sementara itu, Plato, menjabarkan garis besar mengenai apa saja yang diperlukan untuk mempelajari retorika dan memberikan kontribusi untuk menjelaskan secara luas tentang perilaku manusia. Plato memiliki keyakinan bahwa bidang ini harus meliputi kajian tentang sifat dari kata-kata, sifat manusia dan cara menjalani kehidupan mereka, sifat sari aturan dan alat-alat dengan mana manusia dapat dipengaruhi. Oleh karena itu, kenyataan saat ini bahwa komunikasi berfokus pada studi berbicara di depan umum, harus tetap disadari bahwa untuk dapat memahami secara mendalam tentang bagaimana persuasi bekerja, maka diperlukan pengembangan teori yang lebih luas dan komprehensif.

D. Teori Komunikasi Abad ke-20

Komunikasi yang muncul pada tahun 1940, 1950 dan 1960-an dengan adanya pengaruh dari ide-ide yang dipaparkan oleh para ilmuwan Yunani kuno yang kemudian di perdalam pada masa berikutnya, memiliki banyak bukti yang menjadikan komunikasi menjadi bidang sekaligus disiplin ilmu tersendiri. Adanya evolusi dalam model proses komunikasi yang telah dibuat dan dipopulerkan, membawa perubahan pada acara berpikir mengenai sifat komunikasi sebagai bidang. Model-model komunikasi yang paling berpengaruh tersebut diantaranya adalah model Harold Lasswell, Claude Shannon dan Warren Weaver, Wilbur Schraamm, Elihu Katz dan Paul Lazarsfeld, dan Bruce Westley dan Malcolm Mavlean. Para ahli tersebut masing-masing memberikan perspektif mengenai sifat komunikasi yang dibangun berdasarkan konsep awal mengenai fenomena komunikasi.

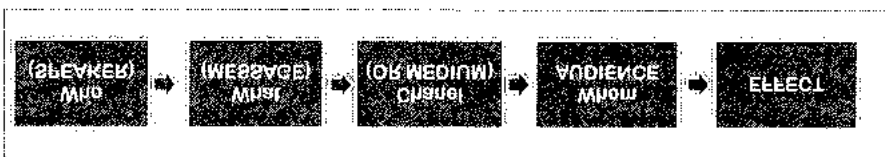
1. Model Komunikasi Lasswell

Salah satu model komunikasi yang sering dikutip adalah milik Harold Lasswell. Harold Lasswell adalah seorang ilmuwan politik (1940) yang melakukan pengembangan hasil karyanya dalam bidang propaganda politik. Dari sanalah Lasswell memberikan pandangan umum mengenai komunikasi yang dikembangkan dengan sangat baik hingga melampaui batasan ilmu politik. Lasswell menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi dapat dijelaskan dengan sebuah pernyataan sederhana:

“Who say what in which channel to whom with what effect?”
atau “siapa mengatakan apa kepada siapa melalui saluran apa dengan dampak apa?”

Pandangan komunikasi Lasswell ini seperti milik Aristoteles yang menekankan pada unsur pembicara, pesan dan juga khalayak, hanya saja menggunakan istilah yang berbeda (Lihat Gambar x), dimana keduanya memandang komunikasi sebagai suatu proses satu arah dari seorang individu dalam menyampaikan pesan untuk mempengaruhi orang lain.

Lasswell juga memberikan definisi yang lebih luas berkaitan dengan saluran komunikasi dengan memasukkan media massa bersama dengan pidato sebagai bagian dari proses komunikasi. Dalam pendekatannya, Lasswell menyertakan pandangan yang lebih umum tentang dampak atau tujuan komunikasi tidak seperti perspektif Aristotelian. Model Lasswell menunjukkan adanya kemungkinan mengenai berbagai efek atau hasil dari komunikasi, seperti menghibur, menginformasikan, membujuk atau memperburuk.



Gambar 4.4. Model Lasswell

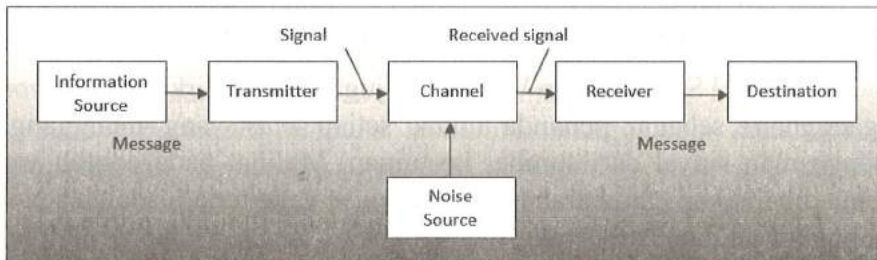
Sumber: Ruliana & Lestari, (2019)

2. Model Shannon dan Weaver

Claude Shannon mempublikasikan hasil penelitiannya di perusahaan Bell Telephone mengenai rekayasa pengiriman sinyal, satu tahun setelah kehadiran model Lasswell. Hasil dari penelitian tersebut yang kemudian menjadi dasar dari lahirnya model komunikasi Shannon dan Weaver (lihat Gambar 4.4).

Proses komunikasi Shannon dan Weaver adalah:

“Komunikasi mencakup seluruh prosedur dimana sebuah pikiran dapat memberikan pengaruh kepada orang lain, tidak hanya meliputi tulisan dan pidato lisan, namun juga termasuk music, seni gambar, balet, teater atau meliputi segala hal yang berkenaan dengan perilaku manusia.”



Gambar 4.5. Model Shannon dan Weaver

Sumber: *Mathematical Theory of Communication* by Claude E. Shannon and Warren Weaver. Copyright 1949, 1998 by Board of Trustees of the University of Illinois. Used with permission of the university of Illinois Press dalam Ruliana & Lestari, (2019)

Tidak jauh berbeda dari Lasswell, Shannon dan Weaver memandang komunikasi sebagai proses satu arah dimana pesan dikirim sari suatu sumber melalui sebuah saluran kepada penerima. Akan tetapi model Shannon dan Weaver ini lebih terperinci dalam beberapa hal sehingga membedakan model komunikasi ini dengan model komunikasi lainnya. Perbedaan yang ditunjukkan pada model ini adalah terkait mengenai cara mereka membedakan antara sinyal dan pesan; sumber informasi dan pemancar; serta penerima dan tujuan. Shannon dan Weaver menggambarkan cara kerja dari model komunikasinya seperti berikut ini:

“Sumber informasi memilih salah satu pesan yang diinginkan dari sekumpulan pesan yang ada, pesan yang dipilih tersebut dapat

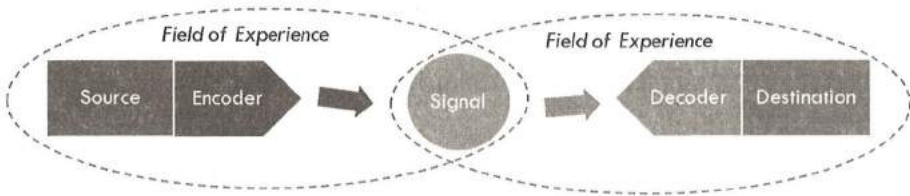
berupa kata-kata tertulis maupun lisan, music, gambar, dan lainnya, kemudian pemancar mengubah pesan tersebut menjadi sinyal yang sesungguhnya yang dikirim melalui saluran komunikasi dari pemancar ke penerima.”

Sebagai contoh, seseorang menjadikan sebuah serial drama yang disiarkan oleh televisi kabel, maka kabel merupakan *salurannya*, beragam arus listrik yang dibawa oleh kabel adalah *sinyalnya*; para pemain, latar belakang panggung dan lainnya adalah sebagai *sumber informasi*, seperangkat alat seperti kamera, sistem amplifikasi audio dan video, yang mengubah gambar visual dan vocal dari para pemain menjadi arus listrik adalah sebagai *pemancarnya*. Untuk *penerimanya* adalah pesawat televises dan perlengkapan kabel yang mengubah pesan menjadi sinyal, maksudnya adalah sinyal yang diubah menjadi pesan agar dapat diterima dan ditafsirkan di tempat *tujuan*.

Model Shannon dan Weaver ini juga menghadirkan istilah *noise* (gangguan) sebagai penanda untuk setiap *bias* yang mengganggu pengiriman sinyal dari sumber ke tujuan. Melihat pada contoh yang telah dipaparkan, gambaran mengenai *noise* yang terjadi adalah adanya gangguan aliran listrik yang menyebabkan bias terhadap penerimaan gambar yang ada dalam saluran televisi kabel tersebut. Selain itu model komunikasi ini juga memberikan konsep mengenai *correction channel* (saluran perbaikan) yang dianggap sebagai sarana mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh gangguan (*noise*). Saluran perbaikan ini digunakan oleh pengamat untuk membandingkan antara sinyal awal yang dikirim dengan sinyal akhir yang diterima, sehingga ketika keduanya tidak cocok akan dikirim sinyal tambahan untuk dapat memperbaiki kesalahan yang terjadi.

3. *Model Schramm*

Sebuah artikel berjudul “Bagaimana Komunikasi Bekerja” yang diterbitkan pada tahun 1954 oleh Wilbur Schraamm, memberikan beberapa tambahan mengenai model komunikasi seperti yang terlihat dalam Gambar 4.6.



Gambar 4.6. Model Schramm

Sumber: Process Effects of Mass Communication by Wilbur Schramm.

Copyright 1954 by Board of Trustees of the University of Illinois.

Used with permission of the University of Illinois Press dalam Ruliana & Lestari, (2019)

Dalam model komunikasinya, Wilbur Schramm menjelaskan bahwa:

“Sumber dari sebuah komunikasi dapat seorang individu yang sedang berbicara, menulis, menunjuk, menggambar atau sebuah organisasi komunikasi, seperti perusahaan penerbit, stasiun televisi, surat kabar, maupun audio film. Sementara pesan komunikasi dapat berupa bentuk tulisan di atas kertas, gelombang suara di udara, lambaian tangan, bendera di udara, impuls dalam arus listrik atau subtask lain yang dapat ditafsirkan dengan makna yang utuh. Dan untuk tujuan dapat merupakan seorang individu yang sedang menonton, mendengarkan, atau sedang membaca; sebuah anggota kelompok baik itu kelompok diskusi, peserta kuliah, seminar, maupun segerombolan orang; ataupun seseorang anggota sebuah kelompok yang dapat disebut sebagai massa khalayak seperti pemirsa televisi atau pembaca surat kabar.

Schramm memandang komunikasi sebagai usaha yang sengaja dilakukan untuk membentuk kesamaan/kesepahaman antara sumber dan penerima, sebagaimana asal mula kata komunikasi dari Bahasa latin *communis* yang memiliki arti bersama atau *common*.

Apa yang terjadi ketika sumber berusaha untuk membangun kesepahaman atau kesamaan dengan penerima yang menjadi sasarannya? Pertama-tama, sumber akan menyandikan pesan (encode) dengan memilih informasi yang akan disampaikan lalu mengubahnya ke dalam bentuk yang dapat untuk dikirimkan. Karena sebuah gambar yang ada dalam pikiran kita tidak akan dapat dikirimkan sebelum disandikan. Barulah setelah disandi dan dikirim pesan tersebut lepas

dari pengirimnya....Dan ketika pesan tersebut dapat diterima dan diinterpretasikan tanpa adanya distorsi dan sama dengan maksud pengirim maka akan menjadi alasan yang baik bagi pengirim untuk merasa heran.

Dalam model komunikasi Schramm juga dikenal sebuah konsep medan pengalaman (*field of experience*) yang dianggap penting untuk menentukan apakah pesan akan diterima di tujuan dengan cara yang diinginkan oleh sumbernya. Schramm berpendapat bahwa tanpa adanya kesamaan medan pengalaman Bahasa, latar belakang, budaya dan lainnya akan mempersempit kesempatan bagi pesan untuk dapat dipahami dengan baik. Model Schramm ini telah secara signifikan memperluas cakupan pemikiran dari Shannon dan Weaver.

Schramm juga menegaskan akan pentingnya umpan balik (*feedback*) sebagai upaya dalam mengayaso masalah gangguan atau *noise*. Umpan balik (*feedback*) menurut Schramm adalah “memberitahu komunikator mengenai bagaimana pesan yang disampaikan sedang diinterpretasikan, Seorang komunikator yang memiliki pengalaman akan memberikan perhatian pada umpan balik dan secara berkala memodifikasi pesannya berdasarkan atas apa yang diamati atau didengar dari khalayak nya.

Model komunikasi Schramm ini lebih terperinci daripada model komunikasi lainnya yang berkembang selama periode ini dan memberikan tambahan elemen baru dalam menggambarkan proses komunikasi. Hal tersebut dikarenakan model Schramm selain menekankan kembali unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, dan tujuan, juga memberikan penjelasan mengenai pentingnya interpretasi dan peran dari medan pengalaman (*field of experience*). Di saat model yang lainnya memberikan pemakluman bahwa penerima dapat terdiri dari satu orang maupun khalayak besar, model Schramm menyatakan bahwa sumber dapat hanya satu atau banyak orang.

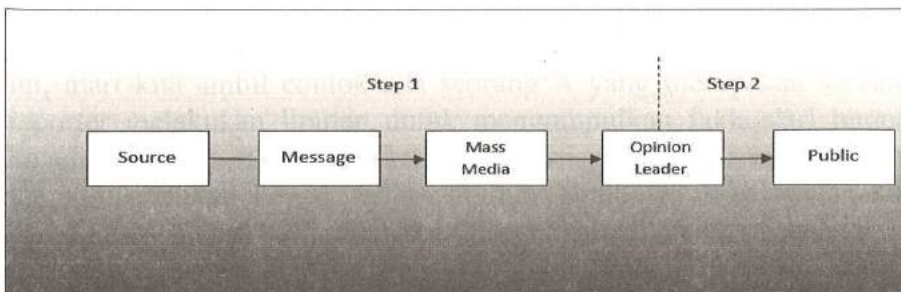
4. Model Katz dan Lazarsfeld

Tahun 1955, Elihu Katz dan Paul Lazarsfeld yang merupakan ilmuwan politik, dalam bukunya “Pengaruh Pribadi” (*Personal Influence*), menampilkan mengenai konsep dua langkah arus (*two-step flow*). Model Katz dan Lazarsfeld ini berdasarkan dari penelitian sebelumnya dan mereka menemukan bahwa informasi yang ditampilkan dalam media massa tidak memberikan atau memiliki

dampak terhadap individu secara langsung berbeda dengan pandangan terdahulu. Hasil penelitian mereka secara khusus mengungkapkan bahwa pesan politik melalui radio dan media cetak memiliki efek yang rendah bagi keputusan pemilih.

Mereka mengembangkan pandangan yang menghubungkan antara dinamika interpersonal dengan komunikasi massa dalam upaya mencari penjelasan pada ketiadaan efek. Katz dan Lazarsfeld mendapatkan bahwa pemilih yang merasa ragu lebih dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar mereka bukan oleh informasi dari media massa. Sebagaimana pasangan suami dan istri dipengaruhi oleh pasangan mereka, anggota sebuah klub dipengaruhi oleh anggota klub lainnya, para pekerja dipengaruhi oleh teman kerjanya, dan seterusnya. Dari penelitian mereka juga menjelaskan beberapa orang secara konsisten lebih berpengaruh daripada sebagian lainnya, sehingga Katz dan Lazarsfeld menyimpulkan bahwa “ide lebih terlihat mengalir dari media cetak dan radio kepada pemimpin pendapat dan dari merekalah kemudian disampaikan kepada warga yang kurang aktif.” Hal itulah yang disebut dengan dua langkah arus informasi (lihat Gambar 4.7).

Konsep dua langkah dari hasil penelitian ini hanya berlaku untuk beberapa situasi tertentu, namun selama bertahun-tahun formulasi dari model ini memiliki pengaruh yang kuat. Dalam penelitian Katz dan Lazarsfeld ini juga menunjukkan hubungan komunikasi tatap muka, komunikasi massa dan menghadirkan konsep pemuka pendapat. Selain itu penelitian Katz dan Lazarsfeld menjadi dasar untuk pengembangan *teori difusi (diffusion theory)* yang memberikan gambaran mengenai proses ide-ide baru serta inovasi teknologi diperkenalkan dan diangkat dalam sebuah kelompok, masyarakat atau organisasi.



Gambar 4.7. Model Katz dan Lazarsfeld

Sumber: Ruliana & Lestari, (2019)

instrumennya adalah *timbangan berat*. Instrumen-instrumen tersebut mudah didapat dan telah teruji validitas dan reliabilitasnya, kecuali yang rusak dan palsu. Instrumen-instrumen yang rusak atau palsu bila digunakan untuk mengukur harus diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dulu.

Instrumen-instrumen dalam penelitian pendidikan memang ada yang sudah tersedia dan telah teruji validitas dan reliabilitasnya, seperti instrumen untuk mengukur motif berprestasi, (*n-ach*) untuk mengukur sikap, mengukur IQ, mengukur bakat dan lain-lain.

Walaupun instrumen-instrumen tersebut sudah ada tetapi sulit untuk dicari, dimana harus dicari dan apakah bisa dibeli atau tidak. Selain itu instrumen-instrumen dalam bidang sosial walaupun telah teruji validitas analisis reliabilitasnya, tetapi bila digunakan untuk tempat tertentu belum tentu tepat dan mungkin tidak valid dan reliabel lagi. Hal ini perlu dimaklumi karena gejala atau fenomena sosial itu cepat berubah dan sulit dicari kesamaannya. Instrumen tentang kepemimpinan mungkin valid untuk kondisi Amerika, tetapi mungkin tidak valid untuk Indonesia.

Untuk itu maka peneliti-peneliti dalam bidang pendidikan instrumen penelitian yang digunakan sering disusun sendiri termasuk menguji validitas dan reliabilitasnya.

Untuk itu maka peneliti-peneliti dalam bidang komunikasi instrumen penelitian yang digunakan sering disusun sendiri termasuk menguji validitas dan reliabilitasnya.

Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti. Misalnya akan meneliti tentang "*PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL dan KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEBERHASILAN KEPUASAN PASIEN di RUMAH SAKIT KNJ*". Dalam hal ini ada tiga instrumen yang perlu dibuat yaitu:

1. Instrumen untuk mengukur komunikasi interpersonal
2. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan,
3. Instrumen untuk mengukur kepuasan pasien

C. Cara Menyusun Instrumen

Instrumen-instrumen penelitian dalam bidang sosial umumnya dan khususnya bidang SDM yang sudah baku sulit ditemukan. Untuk itu maka peneliti harus mampu membuat instrumen yang akan digunakan untuk penelitian.

Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan "*matrik pengembangan instrumen*" atau "*kisi-kisi instrumen*".

Sebagai contoh misalnya variabel penelitiannya "*tingkat kekayaan*" Indikator kekayaan misalnya: rumah, kendaraan, tempat belanja, pendidikan, jenis makanan yang sering dimakan, jenis olahraga yang dilakukan dan sebagainya. Untuk indikator rumah, bentuk pertanyaannya misalnya: 1) berapa jumlah rumah, 2) dimana letak rumah, 3) berapa luas masing-masing rumah, 4) bagaimana kualitas bangunan rumah dan sebagainya.

Untuk bisa menetapkan indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti, maka diperlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti, dan teori-teori yang mendukungnya. Penggunaan teori untuk menyusun instrumen harus secermat mungkin agar diperoleh indikator yang valid. Caranya dapat dilakukan dengan membaca berbagai referensi (seperti buku, jurnal) membaca hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, sering ikut seminar dan diskusi, serta konsultasi pada orang yang dipandang ahli.

Parasuraman dan Berry (1990) memberikan dimensi, indikator dan contoh pertanyaan tentang Kualitas Pelayanan seperti ditunjukkan pada tabel 7.4 berikut.

TABEL 7.4
DIMENSI, DEFINISI DAN CONTOH PERTANYAAN TENTANG
KUALITAS PELAYANAN

Dimension and Definition	Example of Specific Question Raised by Customer
<i>Tangibles:</i> Appearance of	1. Are the bank's facilities attractive? 2. Is my stockbroker dressed appropriately?

Dimension and Definition	Example of Specific Question Raised by Customer
physical facilities equipment, personnel, and communication materials.	3. Is my credit card statement easy to understand? 4. Do the tools used by the repair person look modern?
Reliability: Ability to perform the promised service dependably and accurately	5. When a loan officer says she will call me back in 15 minutes, does she do so? 6. Does the stockbroker follow my exact instruction to buy or sell? 7. Is my credit card statement free of errors? 8. Is my washing machine repaired right the first time?
Responsiveness: Willingness to help customers and provide prompt service	9. When there is a problem with my bank statement, does the bank resolve the problem quickly? 10. Is my stockbroker willing to answer my question? 11. Are charges for returned merchandise credited to my account promptly? 12. Is the repair firm willing to give me a specific time when the repair person will show up?
Competence: Possession of the required skills and knowledge to perform the service	13. Is the bank teller able to process my transactions without fumbling around? 14. Does my brokerage firm have the research capabilities to accurately track market development? 15. When I call my credit card company, is the person at the other end able to answer my questions? 16. Does the repair person appear to know what he is doing?
Courtesy: Politeness, respect, consideration, and friendliness of contact personnel.	17. Does the bank teller have a pleasant demeanor? 18. Does my broker refrain from acting busy or being rude when I ask questions? 19. Are the telephone operators in the credit card company consistently polite when answering my calls? 20. Does the repair person take off his muddy shoes before stepping on my carpet?

Dimension and Definition	Example of Specific Question Raised by Customer
Credibility: Trust worthiness, believability, honesty of the service provider.	21. Does the bank have a good reputation? 22. Does my broker refrain from pressuring me to buy? 23. Are the interest rates/fees charged by my credit card company consistent with the services provided? 24. Does the repair firm guarantee its service?
Security: Freedom from danger, risk, or doubt.	25. Is it safe for me to use the bank's automatic teller machines? 26. Does my brokerage firm know where my stock certificate is? 27. Is my credit card safe from unauthorized use? 28. Can I be confident that the repair job was done properly?
Access: Approachability and ease of contact	29. How easy is it for me to talk to senior bank officials when I have a problem? 30. Is it easy to get through to my broker over the telephone? 31. Does the credit card company have a 24-hour, toll-free telephone number? 32. Is the repair service facility conveniently located?
Communication: Keeping customer informed in language they can understand and listening to them	33. Can the loan officer explain clearly the various charges related to the mortgage loan? 34. Does my broker avoid using technical jargon? 35. When I call my credit card company, are they willing to listen to me? 36. Does the repair firm call when they are unable to keep a scheduled repair appointment?
Understanding the Customer: Making the effort to know customers and their needs	37. Does someone in my bank recognize me as a regular customer? 38. Does my broker try to determine what my specific financial objectives are? 39. Is the credit card company consistent with what I can afford (i.e., neither too high nor too low)? 40. Is the repair firm willing to be flexible enough to accommodate my schedule?

Terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi **efektifitas komunikasi interpersonal** menurut Devito (2011) yaitu; *openness, empathy, supportiveness, positiveness dan equity*. Dengan penjabaran sebagai berikut:

1. *Openness* (Keterbukaan)

Yaitu kesediaan untuk memberi tanggapan dengan kerelaan hati atas informasi yang di terima dalam menghadapi hubungan antar pribadi/ interpersonal. Sikap terbuka atau keterbukaan ini memberikan pengaruh untuk dapat mengembangkan komunikasi interpersonal yang efektif.

2. *Empathy* (Empati)

Yaitu sebuah proses dari seorang individu untuk merasakan perasaan atau apa yang dirasakan oleh orang lain sekaligus menangkap makna dari perasaan tersebut lalu mengkomunikasikannya berdasarkan kepekaan yang dalam yang menunjukkan bahwa individu tersebut benar-benar memahami perasaan orang lain tersebut.

3. *Supportiveness* (Dukungan)

Supportiveness merupakan keadaan terbuka yang mendukung untuk terjadinya komunikasi yang efektif. Adanya sikap yang mendukung atau suportif ini akan menekan sikap *defensive* dalam komunikasi yang terjadi.

4. *Positiveness* (Rasa positif)

Merupakan perasaan positif terhadap diri sendiri dan mampu mendorong partisipasi yang lebih aktif dari orang lain serta mampu mewujudkan situasi interaksi dalam komunikasi yang kondusif dan efektif.

5. *Equality* (Kesetaraan)

Yaitu penerimaan dari kedua belah pihak untuk dapat saling menghargai, mempunyai sesuatu yang berguna untuk disumbangkan.

Murray & Raphel (1995) mengemukakan bahwa, loyalitas pelanggan dapat disusun dalam bentuk tangga loyalitas yang dapat digambarkan seperti 6.1 berikut.

$$H_0 : \mu = 60 \% = 0,6 \times 56 = 33,6$$

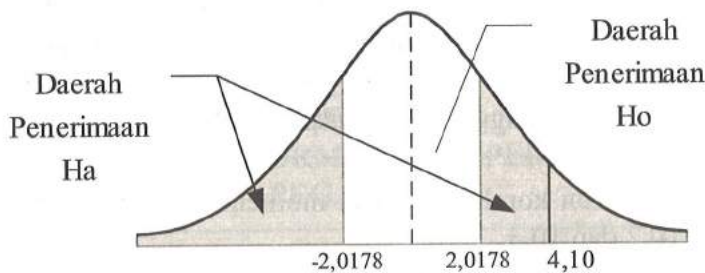
$$H_a : \mu \neq 60 \% \neq 0,6 \times 56 = 33,6$$

Untuk ini pengujian menggunakan uji dua pihak

$$t = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}} = \frac{36,39 - 33,6}{\frac{4,51}{\sqrt{44}}} = 4,10$$

Selanjutnya harga t tersebut dibandingkan dengan harga t tabel dengan $dk = n-1 = (44 - 1 = 43)$ dan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$, maka harga t tabel pada uji dua pihak = 2,01785 (dengan interpolasi). Karena t hitung lebih besar dari harga t tabel, $(4,10 > 2,01785)$ atau jatuh pada daerah penerimaan H_a , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa iklim kerja organisasi sama dengan 60% dari yang diharapkan ditolak. Berdasarkan pembuktian iklim kerja organisasi tidak sama dengan 60%, yaitu 64,9% (Dari perhitungan sampel diperoleh nilai iklim kerja organisasi = 64,9%).



Gambar 10.3. Uji Hipotesis Dua Pihak

b. Pengujian Hipotesis Asosiatif (hubungan)

Hipotesis asosiatif diuji dengan teknik korelasi. Terdapat berbagai macam teknik korelasi, yaitu korelasi *Pearson Product Moment* (r) korelasi Rasio (η), korelasi *Spearman Rank* (ρ), korelasi *Biserial* (r_b), korelasi *Point Biserial* (ϕ), korelasi *Tetrachoric* (r_t), korelasi Kontingensi (C), dan korelasi *Kendall's Tau* (τ), korelasi Ganda, korelasi Parsial. Kapan masing-masing teknik korelasi tersebut digunakan tergantung jenis data yang dikorelasikan serta jumlah variabel yang akan dikorelasikan.

Dalam contoh analisis ini data yang akan dikorelasikan berbentuk interval, dan dari sumber data yang sama. Untuk itu teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi Pearson Product Moment. Dalam contoh ini terdapat lima hipotesis asosiatif, yang terdiri atas tiga korelasi sederhana (hubungan antara satu variabel independen dan satu dependen), satu korelasi ganda (hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen), dan satu korelasi parsial (korelasi yang salah satu atau lebih variabelnya dikendalikan atau dibuat tetap). Hipotesisnya adalah sebagai berikut.

- 1) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan intensitas penggunaan *smartphone* dan iklim kerja organisasi.
- 2) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku komunikasi dengan iklim kerja organisasi.
- 3) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan *smartphone* dan perilaku komunikasi.
- 4) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan *smartphone* dan perilaku komunikasi secara bersama-sama dengan iklim kerja organisasi.
- 5) Bila variabel *perilaku komunikasi* dikendalikan atau dibuat tetap, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan *smartphone* dan iklim kerja organisasi.

Rumusan korelasi product moment antara lain seperti rumus 10.2 dan 10.3.

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) (\Sigma y^2)}}$$

Rumus 10.2

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma x_i y_i - (\Sigma x_i)(\Sigma y_i)}{\sqrt{\{n\Sigma x_i^2 - (\Sigma x_i)^2\} \{n\Sigma y_i^2 - (\Sigma y_i)^2\}}}$$

Rumus 10.3

Rumus 10.3 digunakan bila sekaligus akan menghitung persamaan regresi. Berikut ini sebelum dilakukan pengujian hipotesis akan diberi contoh perhitungan korelasi yang sederhana. Perhitungan menggunakan rumus 10.2 untuk menguji hipotesis hubungan.

Contoh:

Diduga ada hubungan antara paparan informasi Covid-19 dan perubahan sikap. Untuk keperluan itu dari populasi 100 orang, diambil sampelnya sebanyak 10 orang, untuk ditanya tentang paparan informasi Covid-19 dan perubahan sikap selama satu bulan. Data paparan informasi Covid-19 (X) dan perubahan sikap (Y), serta cara perhitungannya ditunjukkan pada tabel 8.8 berikut.

Dari tabel 10.8 berikut terlihat bahwa rata-rata paparan informasi = 7×100 dan rata-rata perubahan sikap 2×100 . Dari tabel terlihat $\Sigma x^2 = 20$; $\Sigma y^2 = 6$ dan $\Sigma xy = 10$. Harga-harga tersebut selanjutnya dimasukkan dalam rumus 10.2.

$$r_{xy} = \frac{10}{\sqrt{(20)(6)}} = 0,9129$$

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif sebesar 0,9129 antara paparan informasi Covid-19 dan perubahan sikap. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel 10.8

TABEL 10.8.
JUMLAH PAPAN INFORMASI DAN PERUBAHAN SIKAP
PEGAWAI

No. Respon	Paparan informasi (X)	Perubahan sikap (Y)	$(X_i - \bar{X})$ (x)	$(Y_i - \bar{Y})$ (y)	(x^2)	(y^2)	(xy)
1	8	3	+1	+1	1	1	1
2	9	3	+2	+1	4	1	2
3	7	2	0	0	0	0	0
4	6	2	-1	0	1	0	0
5	7	2	0	0	0	0	0
6	8	2	+1	0	1	0	0
7	9	3	+2	+1	4	1	2
8	6	1	-1	-1	1	1	1
9	5	1	-2	-1	4	1	2
10	5	1	-2	-1	4	1	2
Jumlah	70	20	0	0	20	6	10

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata } \bar{X} &= 70 : 10 = 7 & \Sigma (x^2) &= 20 & \Sigma xy &= 10 \\ \text{Rata-rata } \bar{Y} &= 20 : 10 = 2 & \Sigma (y^2) &= 6 \end{aligned}$$

TABEL 10.9.
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

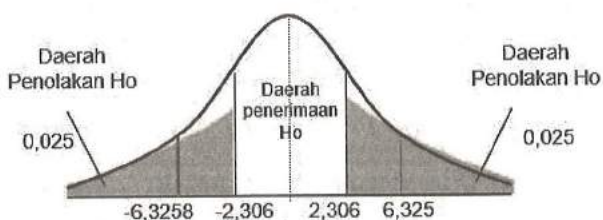
Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan tabel 9.9 tersebut, maka koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,9129 termasuk pada kategori sangat kuat. Jadi terdapat hubungan yang sangat kuat antara paparan informasi dan perubahan sikap. Hubungan tersebut baru berlaku untuk sampel yang 10 orang tersebut. Untuk menguji signifikansi hubungan, yaitu apakah hubungan yang ditemukan itu berlaku untuk seluruh populasi yang berjumlah 100 orang, maka perlu diuji signifikansinya. Rumus uji signifikansi korelasi product moment ditunjukkan pada rumus 8.4 berikut.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 8.4}$$

$$t = \frac{0,9129\sqrt{10-2}}{\sqrt{1-09129}} = 6,33$$

Harga t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga t tabel. Untuk kesalahan 5% uji dua pihak dan $dk = n - 2 = 8$, maka diperoleh t tabel = 2,306. Hal ini dapat digambarkan seperti berikut (gambar 10.4).



Gambar 10.4. Uji signifikansi koefisien korelasi dengan uji dua pihak (hasil perhitungan dengan uji t)

Untuk contoh di atas berlaku hipotesis statistik sebagai berikut.

$H_0 : \mu = 0$ (tidak ada hubungan)

$H_a : \mu \neq 0$ (ada hubungan)

Berdasarkan perhitungan dan yang ditunjukkan pada gambar 9.4, maka dinyatakan bahwa t hitung jatuh pada daerah penolakan H_0 , maka dapat dinyatakan hipotesis nol yang menyatakan tidak ada hubungan antara paparan informasi dan perubahan sikap ditolak, dan hipotesis alternatif diterima. Jadi kesimpulannya koefisien korelasi antara paparan informasi dan perubahan sikap. Sebesar 0,9129 adalah signifikan, artinya koefisien tersebut dapat digeneralisasikan atau dapat berlaku pada populasi di mana sampel yang 10 orang diambil.

Uji signifikansi korelasi product moment secara praktis, yang tidak perlu dihitung, tetapi langsung dikonsultasikan pada tabel r product moment (tabel III lampiran). Dari tabel III dapat dilihat bahwa, untuk $n = 10$, taraf kesalahan 5%, maka harga r tabel = 0,632. ***Ketentuannya bila r hitung lebih kecil dari tabel, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak. Tetapi sebaliknya bila r hitung lebih besar dari r tabel ($r_h > r$ tabel) maka H_a diterima.*** Ternyata r_h (0,9129) lebih besar dari r tabel (0,632). Dengan demikian koefisien korelasi 0,9129 itu signifikansi (hasilnya sama dengan cara sebelumnya, dengan uji t).

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi, dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Jadi koefisien determinasi untuk contoh di atas adalah $0,9129^2 = 0,83$. Hal ini berarti varian yang terjadi pada variabel perubahan sikap 83,33% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel paparan informasi. Pengertian ini sering diartikan

pengaruh paparan informasi terhadap perubahan sikap = 83,33%, dan sisanya 16,67% ditentukan faktor lain, seperti pengetahuan yang dimiliki masing-masing orang.

1) *Pengujian Hipotesis Asosiatif No.1, hipotesisnya berbunyi:*

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan smartphone dan iklim kerja organisasi

Perhitungan korelasi dapat menggunakan tabel penolong seperti ditunjukkan pada tabel 10.10.

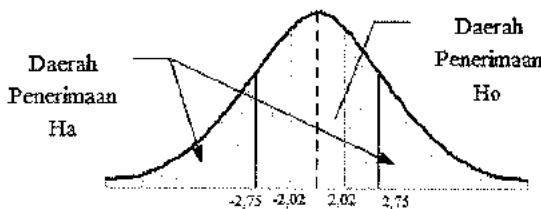
$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2)(\Sigma y^2)}} = \frac{495,45}{\sqrt{1839,64 \times 876,43}} = 0,39$$

Jadi terdapat korelasi yang positif sebesar 0,39 antara intensitas penggunaan *smartphone* dengan iklim kerja organisasi. Apakah harga tersebut signifikan atau tidak maka perlu diuji signifikansinya dengan rumus t berikut atau membandingkan dengan tabel korelasi (Tabel III, dalam lampiran).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,39\sqrt{44-2}}{\sqrt{1-0,39^2}} = 2,75$$

Harga t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga t tabel. Untuk kesalahan 5% uji dua pihak dan dk = n-2 = 42, maka diperoleh t tabel = 2,02. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 10.5. Uji signifikansi koefisien korelasi dengan uji dua pihak (hasil membandingkan dengan tabel)

a. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat perbedaan prestasi kerja pegawai berdasarkan intensitas penggunaan sosial media di kantor.

Ha : Terdapat perbedaan prestasi kerja pegawai berdasarkan intensitas penggunaan sosial media di kantor.

b. Kriteria pengujian hipotesis

Ho diterima bila harga Chi Kuadrat hitung lebih kecil dari harga Chi Kuadrat tabel.

c. Penyajian Data

Data hasil penelitian ditunjukkan pada tabel 9.50 berikut:

Karena Test Kruskal-Walls ini bekerja dengan data ordinal, maka data tersebut di atas yang berupa data interval tersebut diubah ke dalam data ordinal. Jadi 3 kelompok tersebut dibuat rangking dari yang terkecil sampai yang terbesar. Data ordinal tersebut selanjutnya disajikan pada tabel 10.51 berikut.

TABEL 10.50.

PRESTASI KERJA PEGAWAI BERDASARKAN INTENSITAS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA DI KANTOR

Intensitas penggunaan sosial media		
0 - 5 menit	>5 - 10 menit	> 10 menit
78	82	69
92	89	79
68	72	65
56	57	60
77	62	71
82	75	74
81	64	83
62	77	56
91	84	59
53	56	90
85	88	
	69	

TABEL 10.51.
RANGKING PRESTASI KERJA PEGAWAI BERDASARKAN
INTENSITAS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA DI KANTOR

Intensitas penggunaan sosial media					
0 - 5 menit	Rank	>5 - 10 menit	Rank	> 10 menit	Rank
78	21,0	82	24,5	69	13,5
92	33,0	89	30,0	79	22,0
68	12,0	72	15,0	65	11,0
56	3,0	57	5,0	60	7,0
77	19,5	62	8,5	71	16,0
82	24,5	75	18,5	74	17,0
81	23,0	64	10,0	83	26,0
62	8,5	77	19,5	56	3,0
91	32,0	84	27,0	59	6,0
53	1,0	56	3,0	90	31,0
85	28,0	88	29,0		
		69	13,5		
R1 =	205,5	R2 =	203,0	R3 =	152,5

Untuk memudahkan merangking urutan data dari yang terkecil ke terbesar, maka jumlah rangking terakhir harus sama dengan jumlah seluruh data.

d. Perhitungan untuk Pengujian Hipotesis

Jumlah rangking masing-masing kelompok seperti yang ditunjukkan pada tabel 9.46 tersebut di atas adalah: R1 = 205,5, R2 = 203 dan R3 = 152,5. Harga-harga tersebut selanjutnya dimasukkan dalam rumus 9.40

$$H = \frac{12}{N(N+1)} \sum_{j=1}^k \frac{R_j^2}{n_j} - 3(N+1)$$

$$H = \frac{12}{33(33+1)} \left[\frac{(205,5)^2}{11} + \frac{(203)^2}{12} + \frac{(152,5)^2}{10} \right] - 3(33+1)$$

$$H = 102,66 - 102 = 0,66$$

Harga H hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga Chi Kuadrat tabel (tabel VI) dengan $dk = k - 1 = 3 - 2 = 1$. Bila

taraf kesalahan 5% (0,05), maka harga Chi Kuadrat tabel 5,59. Harga H hitung tersebut ternyata lebih kecil dari tabel ($0,66 < 5,59$). Karena harga hitung lebih kecil dari tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

e. Kesimpulan:

Tidak terdapat perbedaan prestasi kerja berdasarkan intensitas penggunaan sosial media. Pegawai yang intensif menggunakan sosial media di kantor sama dengan pegawai yang tidak intensif menggunakan sosial media di kantor atau tidak ada hubungan antara intensitas penggunaan sosial media dengan prestasi kerja pegawai.

f. Saran:

Memberi perlakuan yang sama kepada seluruh pegawai baik yang intensitas menggunakan sosial media maupun yang tidak intensif menggunakan sosial media di kantor.

18. Koefisien Kontingensi

Koefisien kontingensi digunakan untuk menghitung hubungan antar variabel bila datanya berbentuk nominal. Teknik ini mempunyai kaitan erat dengan Chi Kuadrat yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif k sampel independen. Oleh karena itu rumus yang digunakan mengandung nilai Chi Kuadrat. Rumus itu adalah sebagai berikut:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{N + \chi^2}}$$

Rumus 10.42

Harga Chi Kuadrat dicari dengan rumus:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(OP_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Untuk memudahkan perhitungan, maka data-data hasil penelitian perlu disusun ke dalam tabel yang modelnya ditunjukkan pada tabel 10.52 berikut.

TABEL10.52.
TABEL PENOLONG UNTUK MENGHITUNG KOEFISIEN C

Var. B	Variabel A Jumlah				Jumlah
B1	(A ₁ B ₁)	(A ₂ B ₂)	(A _k B _k)	
B2	(A ₂ B ₂)	(A ₃ B ₃)	(A _k B _k)	
-	-	-	
-	-	-	
Br	(A ₁ B _r)	(A ₂ B _r)	(A _k B _k)	
Jumlah					

Contoh:

Dilakukan penelitian untuk mengetahui adakah hubungan antara Profesi Pekerjaan dengan Jenis sosial media yang sering dipergunakan. Profesi dikelompokkan menjadi empat yaitu: *Dokter, Pengacara, Dosen, Bisnis (Dr, P, Do, Bi)*. Jenis media sosial juga dikelompokkan menjadi empat yaitu: *WhatsApp Messenger, YouTube, Facebook, Instagram. (Wa, Yt, Fb, Ig)*. Jumlah dokter yang digunakan sebagai sampel = 58, pengacara 75, Dosen 68, Bisnis 81. Jumlah seluruhnya 282.

a. Hipotesis

- Ho* : Tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara jenis profesi dengan jenis media sosial yang disenangi
- Ha* : Ada hubungan yang positif dan signifikan antara jenis profesi dengan jenis media sosial yang disenangi

b. Kriteria Pengujian Hipotesis :

Ho diterima bila: harga Chi Kuadrat hitung lebih kecil dari tabel, dan ditolak bila harga Chi kuadrat hitung lebih besar atau sama dengan harga tabel. Jadi hubungan dinyatakan signifikan (dapat diberlakukan ke populasi) bila harga Chi Kuadrat hitung lebih besar atau sama dengan harga Chi Kuadrat Tabel.

c. Penyajian Data

Berdasarkan sampel empat kelompok profesi yang dipilih secara random, diperoleh data seperti yang ditunjukkan pada tabel 10.53

TABEL 10.53.

JENIS PROFESI DAN MEDIA SOSIAL YANG DISENANGI

Media sosial	Jenis Profesi				Jumlah
	Dr	P	Do	Bi	
Wa	17	23	10	30	80
Yt	23	14	17	26	80
-Fb	12	26	18	14	70
Ig	6	12	23	11	52
Jumlah	58	75	68	81	282

d. Perhitungan Untuk Menguji Hipotesis

Untuk menghitung f yang diharapkan (f_h) pertama-tama dihitung berapa persen dari masing-masing sampel yang menyenangi media sosial *WhatsApp messenger*, *YouTube*, *Facebook*, dan *Instagram*.

Dari sini dapat dihitung prosentase:

- 1) ke empat sampel yang menyenangi media sosial *WhatsApp messenger*, adalah:

$$\frac{(17 + 23 + 10 + 31)}{282} = \frac{80}{282} = 0,284$$

- 2) ke empat sampel yang menyenangi media sosial *YouTube* adalah:

$$\frac{(23 + 14 + 17 + 26)}{282} = \frac{80}{282} = 0,284$$

- 3) ke empat sampel yang menyenangi media sosial *Facebook*, adalah:

$$\frac{(12 + 26 + 18 + 14)}{282} = \frac{70}{282} = 0,248$$

- 4) ke empat sampel yang menyenangi media sosial *Instagram*., adalah:

$$\frac{(6 + 12 + 23 + 11)}{282} = \frac{52}{282} = 0,184$$

Selanjutnya masing-masing f_h (frekuensi yang diharapkan) kelompok yang menyenangi setiap media sosial dapat dihitung:

a) Yang menyenangi media sosial *whatsApp messenger*:

$$(1) f_h \text{ Dokter} = 0,284 \times 58 = 16,472$$

$$(2) f_h \text{ Pengacara} = 0,284 \times 75 = 21,300$$

$$(3) f_h \text{ Dosen} = 0,284 \times 68 = 19,312$$

$$(4) f_h \text{ Bisnis} = \underline{0,284 \times 81} = 23,004 \\ = 80$$

b) Yang menyenangi media sosial *YouTube*:

$$(1) f_h \text{ Dokter} = 0,284 \times 58 = 16,472$$

$$(2) f_h \text{ Pengacara} = 0,284 \times 75 = 21,300$$

$$(3) f_h \text{ Dosen} = 0,284 \times 68 = 19,312$$

$$(4) f_h \text{ Bisnis} = \underline{0,284 \times 81} = 23,004 \\ = 80$$

c) Yang menyenangi media sosial *Facebook*:

$$(1) f_h \text{ Dokter} = 0,248 \times 58 = 14,384$$

$$(2) f_h \text{ Pengacara} = 0,248 \times 75 = 18,600$$

$$(3) f_h \text{ Dosen} = 0,248 \times 68 = 16,864$$

$$(4) f_h \text{ Bisnis} = \underline{0,248 \times 81} = 20,088 \\ = 70$$

d) Yang menyenangi media sosial *Instagram*:

$$(1) f_h \text{ Dokter} = 0,184 \times 58 = 10,672$$

$$(2) f_h \text{ Pengacara} = 0,184 \times 75 = 13,800$$

$$(3) f_h \text{ Dosen} = 0,184 \times 68 = 12,512$$

$$(4) f_h \text{ Bisnis} = \underline{0,184 \times 81} = 14,904 \\ = 52$$

dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan ke empatnya.

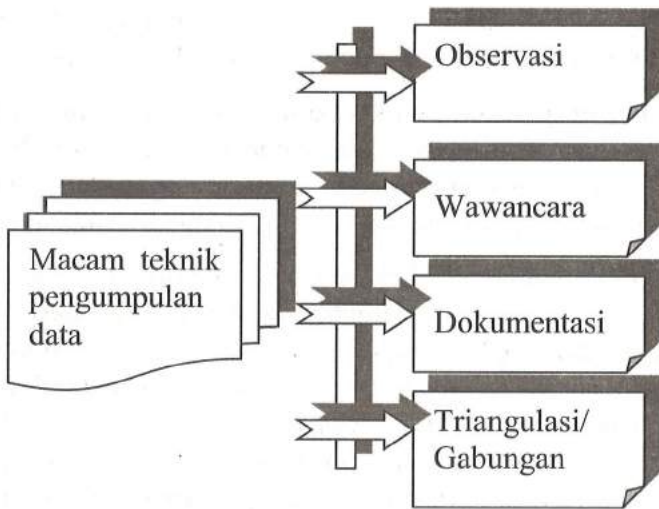
Ber macam-macam teknik pengumpulan data ditunjukkan pada gambar 15.1 berikut. Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan atau triangulasi.

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada natural *setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berpartisipansi (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi. Catherine Marshall, Gretchen B. Rossman, menyatakan bahwa "*the fundamental methods relied on by qualitative researchers for gathering information are, participation in the setting, direct observation, in-depth interviewing, document review*". Pengumpulan data pada penelitian kualitatif yang utama adalah peneliti berpartisipasi pada objek yang diteliti, melakukan observasi langsung, wawancara mendalam dan studi dokumentasi.

C. Pengumpulan Data Dengan Observasi

1. Macam-macam Observasi

Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.



Gambar 15.1. Macam-macam Teknik Pengumpulan Data

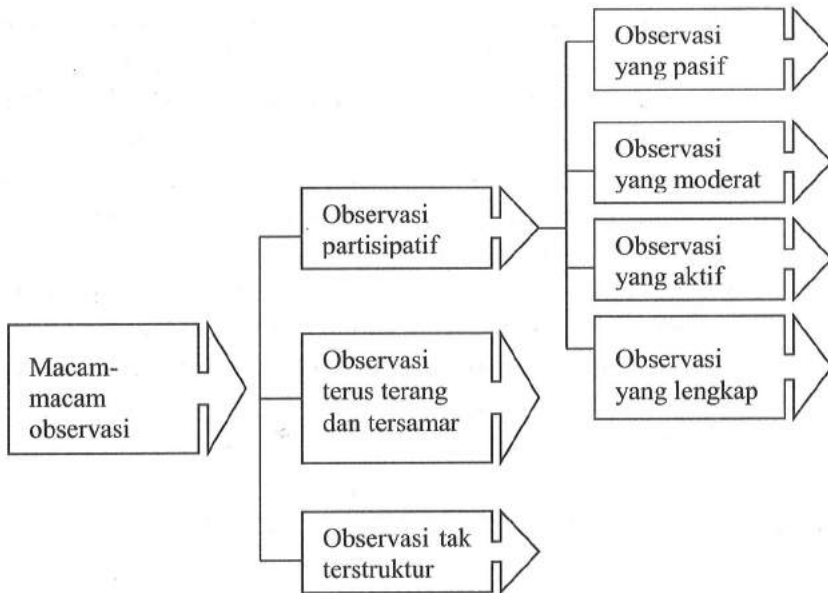
Marshall (1995) menyatakan bahwa “*through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior*”. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.

Sanafiah Faisal (1990) mengklasifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipasi (*participant observation*), observasi yang secara terang-terangan dan tersamar (*overt observation dan covert observation*), dan observasi yang tak berstruktur (*unstructured observation*). Selanjutnya Spradley, dalam Susan Stainback (1988) membagi observasi berpartisipasi menjadi empat, yaitu *passive participation, moderate participation, active participation, dan complete participation*. Untuk memudahkan pemahaman tentang bermacam-macam observasi, maka dapat digambarkan seperti gambar 15.2 berikut.

a. Observasi partisipatif.

Pada observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

Suatu perusahaan atau lembaga pendidikan misalnya, peneliti dapat berperan sebagai guru, ia dapat mengamati bagaimana perilaku guru dan murid dalam pembelajaran, bagaimana semangat belajar murid, bagaimana hubungan satu guru dengan guru lain, hubungan karyawan dengan pengawas dan pimpinan, keluhan dalam melaksanakan pekerjaan dan lain-lain.



Gambar 15.2. Macam-macam Teknik Observasi

Susan Stainback (1988) menyatakan “*In participant observation, the researcher observes what people do, listen to what they say, and participates in their activities*” Dalam observasi partisipatif, peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka.

Observasi ini dapat digolongkan menjadi empat, yaitu partisipasi pasif, partisipasi moderat, observasi yang terus terang dan tersamar, dan observasi yang lengkap.

- 1) Partisipasi pasif (*passive participation*) : *means the research is present at the scene of action but does not interact or participate.* Jadi dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

- 2) Partisipasi moderat (*moderate participation*): means that the researcher maintains a balance between being insider and being outsider. Dalam observasi ini terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dengan orang luar. Dalam mengumpulkan data, peneliti ikut dalam observasi partisipatif pada beberapa kegiatan, tetapi tidak semuanya.
- 3) Partisipasi aktif (*Active Participation*): means that the researcher generally does what others in the setting do. Dalam observasi ini peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh nara sumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap.
- 4) Partisipasi lengkap (*complete participation*): means the researcher is a natural participant. This is the highest level of involvement. Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti sudah terlibat sepenuhnya terhadap apa yang dilakukan sumber data. Jadi suasananya sudah natural, peneliti tidak terlihat melakukan penelitian. Hal ini merupakan keterlibatan peneliti yang tertinggi terhadap aktivitas kehidupan yang diteliti.

b. Observasi terus terang atau tersamar

Pada observasi terus terang atau tersamar, peneliti melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti sejak awal sampai akhir mengetahui tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi.

c. Observasi tak berstruktur

Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tidak berstruktur, karena fokus penelitian belum jelas. Fokus observasi akan berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Kalau masalah penelitian sudah jelas seperti dalam penelitian kuantitatif, maka observasi dapat dilakukan secara berstruktur dengan menggunakan pedoman observasi.

Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan di observasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan instrumen yang telah baku, **tetapi** hanya berupa rambu-rambu pengamatan.

Misalnya, dalam suatu pameran produk industri dari berbagai negara peneliti belum tahu pasti apa yang akan diamati, sehingga peneliti dapat melakukan pengamatan bebas, mencatat apa yang tertarik, melakukan analisis dan kemudian dibuat kesimpulan. Contoh lainnya ketika peneliti akan melakukan penelitian pada lembaga pendidikan asing yang belum dikenalnya, maka peneliti dapat melakukan observasi tidak terstruktur.

2. Manfaat Observasi

Menurut Patton dalam Nasution (1988), manfaat observasi adalah sebagai berikut.

- a. Dengan observasi di lapangan peneliti akan dapat lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, jadi akan dapat diperoleh pandangan yang holistik atau menyeluruh
- b. Dengan observasi maka akan diperoleh pengalaman langsung, sehingga memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan induktif, jadi tidak dipengaruhi oleh konsep atau pandangan sebelumnya. Pendekatan induktif membuka kemungkinan melakukan penemuan atau *discovery*.
- c. Dengan observasi, peneliti dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati orang lain, khususnya orang yang berada dalam lingkungan itu, karena telah dianggap "*biasa*" dan karena itu tidak akan terungkap dalam wawancara.
- d. Dengan observasi, peneliti dapat menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden dalam wawancara karena bersifat sensitif atau ingin ditutupi karena dapat merugikan nama lembaga.
- e. Dengan observasi, peneliti dapat menemukan hal-hal yang di luar persepsi responden, sehingga peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Pada peraturan tersebut persentase penilaian karya ilmiah lebih tinggi. Guna menghargai prestasi karya ilmiah dan kinerja dosen yang luar biasa. Terdapat perkembangan ragam karya tulis dan jenis tempat pemuatan karya tulis ilmiah. Pedoman kenaikan jabatan fungsional dosen ini diharapkan mampu mendorong produktivitas karya ilmiah para dosen perguruan tinggi, dan sekaligus meningkatkan mutu karya ilmiah dan penerbitannya. Jabatan akademik dosen pada dasarnya merupakan pengakuan, penghargaan dan kepercayaan atas kompetensi, kinerja, integritas dan tanggungjawab dalam pelaksanaan tugas, serta tata krama dosen dalam melaksanakan tugas tridharmanya. Selain itu diharapkan pula bahwa jabatan ini dapat berfungsi sebagai insentif non-materi bagi dosen dalam berkarya. Terdapat perkembangan positif ditunjukkan secara kuantitatif dan kualitatif dari jumlah karya ilmiah para dosen. Di antara indikasinya adalah meningkatnya jumlah jurnal terindeks nasional di Portal Garuda, terakreditasi (Sinta 1 sampai 6) dapat dilihat pada <https://sinta.ristekbrin.go.id/journals>, jurnal nasional yang telah terindeks pada lembaga pengindeks basis data internasional bereputasi seperti *Thomas Scientific*, *Art & Humanities Citation Index (AHCI)*, *Science Citation Index (SCI)*, *High Wire*, *The ACM Digital Library*, *The IEEE Explore Digital Library*, *Scopus*, *Cambridge Scientific Abstract (CSA)*, *CABI*, *Directory of Open Access Journal (DOAJ)*, *EBSCO*, *Gale*, *Proquest*, *Google Scholar*, *Index Copernicus*, *Web of Science (WoS)*.

Hal ini merupakan sebuah penanda yang baik tentang meningkatnya daya saing internasional karya tulis ilmiah para dosen di perguruan tinggi. Dampaknya reputasi dosen maupun perguruan tinggi juga semakin bagus dan hasil risetnya bermanfaat untuk masyarakat.

B. Karya Ilmiah dan Cara Penulisannya

Karya ilmiah tidak terlepas dari kaidah ilmu pengetahuan. Ilmu atau sains adalah pengetahuan tentang fakta-fakta yang berlaku umum dan sistematis. Ilmu juga berarti suatu pengetahuan yang sudah terorganisir serta tersusun secara sistematis menurut kaidah umum. Ilmu juga bisa dikatakan pengetahuan yang dapat disimpulkan dalil-dalil tertentu, menurut kaidah-kaidah yang umum serta pengetahuan yang sudah dicoba dan diatur menurut urutan dan arti serta menyeluruh. Berbicara ilmu, terdapat koherensi tentang gagasan melalui proses berpikir yang dikemukakan oleh Kelly (1930) meliputi (a) Timbul rasa

sulit (b) Rasa sulit tersebut didefinisikan (c) Mencari suatu pemecahan sementara (d) Menambah keterangan terhadap pemecahan untuk menuju pada kepercayaan bahwa pemecahan tersebut adalah benar. (e) Melakukan pemecahan lebih lanjut dengan verifikasi eksperimental (f) Mengadakan penilaian terhadap penemuan-penemuan eksperimental menuju pemecahan secara mental untuk dapat diterima atau ditolak sehingga kembali menimbulkan rasa sulit, dan (g) Memberikan suatu pandangan ke depan atau gambaran mental tentang situasi yang akan datang untuk dapat menggunakan pemecahan tersebut secara tepat.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh John Dewey (1933) tentang komunikasi gagasan melalui berpikir ilmiah ada beberapa unsur seperti (a) Adanya suatu kebutuhan (*the felt need*) (b) Menetapkan atau mendefinisikan masalah (*the problem*) (c) Menyusun hipotesis atau dugaan sementara (*the hypothesis*) (d) Pengumpulan data untuk pembuktian (*collection of data as evidence*) (e) Menarik kesimpulan yang diyakini kebenaran (f) Menetapkan manfaat dari kesimpulan yang berlaku secara umum (*general value of the conclusion*). Pokok-pokok itulah yang biasanya dilakukan oleh penulis ketika akan menuliskan gagasannya.

Penulis juga perlu mengetahui hal-hal yang harus disiapkan sebelum mulai menulis karya ilmiah yaitu menyiapkan topik atau pertanyaan penelitian. Topik ada di sekeliling kita. Selanjutnya memilih referensi utama, membuat kerangka berpikir. Perencanaan waktu juga harus diperhatikan kapan mulai menulis dan target selesainya. Selain itu faktor penting dalam menulis gagasan ilmiah adalah penulis harus fokus. Ini masalah yang harus segera dicari solusinya yaitu sulit untuk bisa fokus. Fokus harus diciptakan. Setelah fokus, penulis juga harus mempertimbangkan tiga pertanyaan penting menulis yaitu apa sumbangan kita untuk ilmu pengetahuan dan masyarakat?, siapa yang akan membaca? dan di mana artikel kita akan dipublikasikan?

Setelah semua persiapan dilakukan, saatnya memulai untuk membuat tulisan awal (*first draft*). Langkah pertama yang harus dilakukan adalah membuat kerangka. Kerangka untuk artikel biasanya mengikuti struktur yang baku seperti di bawah ini:

1. Judul (*Title*)/ Penulis(*Authors*)
2. Abstrak (*Abstract*)
3. Pendahuluan (*Introduction*)

4. Metode (*Methods*)
5. Hasil (*Results*) dan Diskusi atau Pembahasan (*Discussion*)
6. Kesimpulan (*Conclusion*)
7. Referensi (*References*)
8. Tabel dan Gambar (*Tables and Figures*)
9. Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Prinsip yang harus diingat dan dilakukan saat menulis:

Jangan lakukan plagiarisme namun lakukan parafrase.

Lakukan situasi dengan menuliskan referensi.

Tuliskan langsung sumber jurnal atau buku atau panduan yang dijadikan sebagai referensi.

Lakukan izin publikasi jika menggunakan atau menampilkan gambar atau tabel dari hasil publikasi orang lain.

Penulis perlu melakukan beberapa hal yaitu fokus dan menyediakan waktu yang cukup untuk menulis. Fokus ini sering menjadi permasalahan yang menghambat untuk menuliskan ide. Peneliti diharapkan segera fokus untuk menuliskan hasil penelitian. Setelah itu berkomunikasi dengan baik, gunakan kalimat sederhana dan jelas. Pilihlah tabel dan gambar yang akan ditampilkan dengan bijak. Selalu konsisten, menggunakan kata yang sama untuk menjelaskan hal yang sama. Lalu berdiskusilah dengan rekan sejawat, terutama yang sudah memiliki pengalaman dalam menulis dan menerbitkan artikel di jurnal ilmiah. Ikuti panduan untuk menulis dari jurnal yang dituju serta selalu ingat untuk memiliki *back up files*; simpan *file* dalam *external hard-disk*, atau kirimkan via *e-mail*, masukkan ke dalam *Dropbox®* atau *One Drive®*.

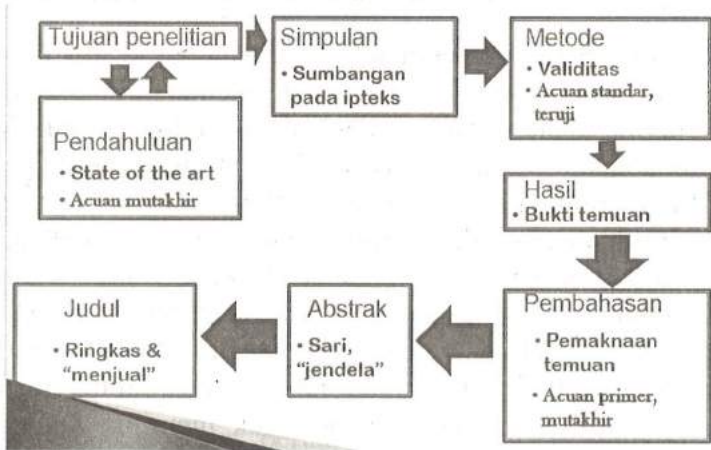
Penulis juga harus mengetahui apa saja yang harus dihindari dalam menulis yaitu memulai menulis tanpa adanya konsep dan kerangka penulisan, menunda-nunda penulisan, menulis lebih dari yang dibutuhkan dan menggunakan kata-kata yang tidak perlu, sebaiknya dibatasi penggunaan istilah atau jargon, dan singkatan.

Ada prasyarat mutlak sebelum menulis artikel, yaitu ada hasil penelitian yang sudah dirancang dan dilakukan dengan baik, kemudian dianalisis dengan baik dan benar, data telah disederhanakan dalam bentuk tabel

atau grafik, sudah dikuasai dan dibahas, sudah menghasilkan simpulan dan sudah menemukan implikasi. Penulis perlu mengetahui alur penelaah mitra bestari untuk mempermudah penulisan (Gambar 21.1).

Berikut ada tips menyiapkan karya ilmiah:

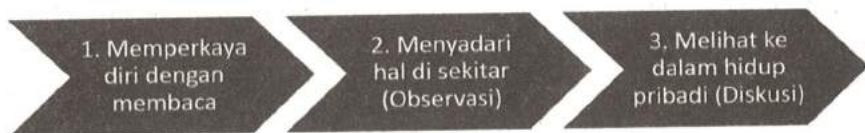
1. Penulis tidak sekadar menambahkan hasil, pembahasan, dan simpulan pada naskah proposal penelitian.
2. Jangan “membonsai” skripsi, tesis, atau disertasi.
3. Mulailah dengan menulis simpulan.
4. “Benang merah” naskah yang disiapkan oleh penulis ialah dari simpulan ke tujuan penelitian.
5. Memahami sikap dan alur kerja mitra bestari (*reviewer*).
6. “Benang merah” penelaahan naskah bagi mitra bestari ialah dari tujuan (*state of the art*) ke simpulan.
7. Taati petunjuk bagi penulis (*Guide for Authors*).



Gambar 21.1. Alur Penelaah oleh Mitra Bestari

Banyak artikel ilmiah Indonesia gagal masuk di jurnal terakreditasi karena pencarian, pengidentifikasian, dan perumusan masalah penelitian atau penelaahannya tidak memenuhi persyaratan minimum, sehingga pendekatan pemecahannya juga tidak menjanjikan dihasilkannya simpulan bermakna untuk disumbangkan demi kemajuan ilmu dan teknologi. Penulisan karya ilmiah membutuhkan kriteria penting berpikir secara nalar yaitu unsur logis dan unsur analitis. Unsur logis diartikan bahwa setiap bentuk berpikir mempunyai logikanya

sendiri. Sedangkan unsur analitis berarti dengan logika yang ada ketika berpikir, maka kegiatan berpikir itu secara sendirinya mempunyai sifat analitis, yang merupakan konsekuensi dari pola berpikir tertentu. Komunikasi gagasan karya ilmiah dalam usaha memecahkan masalah terdapat dua faktor yaitu cara berpikir alitik dan cara berpikir sintetik. Alitik merupakan berpikir atas dasar-dasar pengetahuan yang bersifat umum berupa teori-teori, hukum-hukum atau prinsip-prinsip dalam bentuk proposisi-proposisi yang berlaku secara umum. Sedangkan Sintetik adalah berpikir atas dasar pengetahuan-pengetahuan yang bersifat khusus atau tertentu atau fakta-fakta yang bersifat individual atau sampai pada kesimpulan yang bersifat umum. Setelah menangkap gagasan-gagasan di atas, mulailah menulis. Tuangkan gagasan dengan kata-kata dalam sebuah kalimat. Pada tahap ini penulis tidak perlu memperhatikan tata bahasanya ataupun kesalahan dalam melafalkannya. Akan ada waktunya nanti untuk membenahi hal tersebut. Gambar 21.2 menunjukkan hal-hal yang perlu untuk menyampaikan gagasan lewat tulisan, mulai dari banyak membaca, observasi, dan diskusi.



Gambar 21.2. Menyampaikan Gagasan Lewat Tulisan

Pada proses menuangkan gagasan dan penggunaan bahasa tulisan. Perlu kita ketahui menuliskan merupakan kemampuan menggunakan pola-pola bahasa secara tertulis untuk mengungkapkan suatu gagasan atau pesan. Artinya, gagasan yang ada pada penulis disampaikan dengan menggunakan bahasa yang terpola, sehingga pembaca dapat memahami apa yang dikomunikasikan oleh penulis. Berikut wujud gagasan dalam penelitian ilmiah meliputi:

1. Penelitian adalah terjemahan dari Bahasa Inggris *research*. Kata ini sering pula diterjemahkan sebagai riset. *Research* berasal dari kata *re*, yang berarti kembali dan *to search* yang berarti mencari. Dengan demikian, arti sebenarnya dan *research* atau riset adalah "mencari kembali".

2. Penelitian adalah penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta dan prinsip-prinsip; suatu penyelidikan yang amat cerdas untuk menetapkan sesuatu.
3. Menurut ilmuwan Hilway (dalam Nazir, 1995:13) penelitian tidak lain adalah suatu metode studi yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan yang hati-hati dan sempurna terhadap suatu masalah, sehingga diperoleh pemecahan yang tepat terhadap masalah tersebut.
4. Whitney menyatakan bahwa disamping untuk memperoleh kebenaran, kerja menyelidik harus pula dilakukan secara sungguh-sungguh dalam waktu yang lama. Maka penelitian merupakan suatu metode untuk menemukan kebenaran, sehingga penelitian juga merupakan metode berpikir secara kritis.

Peneliti harus mengetahui syarat-syarat sebuah penelitian dengan mengikuti metode yang ketat, yang secara berdisiplin berpegang teguh pada aturan-aturan tertentu agar mencapai hasil yang objektif. Peneliti harus meminimalisir atau membatasi kekeliruan atau kesalahan dalam data yang dikumpulkan maupun dalam penafsirannya dan peneliti harus memublikasikan hasil penelitian agar membuka kritik dari semua pihak. Peneliti dalam menuangkan gagasan melalui bahasa pada karya tulis ilmiah harus bersifat koheren, semua unsur pembentuk kalimat atau alinea mendukung satu makna atau ide pokok. Hal ini biasanya berkaitan dengan isi, adanya kekompakan antara gagasan yang dikemukakan kalimat yang lain, bersama-sama membahas satu gagasan utama, tidak ada loncatan kalimat yang membingungkan dan logis.

Membahas ide pokok, paragraf yang ide pokoknya atau kalimat utamanya terletak di awal paragraf disebut paragraf deduktif, yaitu diawali dari hal yang bersifat umum menuju ke hal yang bersifat khusus. Kemudian, paragraf yang ide pokoknya atau kalimat utamanya terletak di akhir paragraf disebut paragraf induktif, yaitu diawali dari hal yang bersifat khusus menuju ke hal yang bersifat umum. Berikut tabel paragraph induktif. Paragraf yang ide pokoknya atau kalimat utamanya terletak di awal dan di akhir paragraf disebut paragraf campuran, yaitu diawali dari hal yang bersifat umum menuju ke hal yang bersifat khusus dan diakhiri lagi ke hal yang umum. Berikut tabel paragraph campuran. Paragraf yang ide pokoknya atau kalimat utamanya terletak di tengah paragraf disebut paragraf ineratif, yaitu

diawali dari hal yang bersifat khusus menuju ke hal yang bersifat umum dan diakhiri lagi ke hal yang khusus. Paragraf yang ide pokoknya atau kalimat utamanya terletak di seluruh paragraf disebut paragraf deskriptif.

Keefektifan sebuah karya ilmiah berawal dari ide yang diungkapkan sesuai dengan ide yang dimaksudkan baik oleh penutur atau oleh penulis, maupun oleh penyimak atau pembaca. Penggunaan kalimat efektif dalam karya tulis ilmiah diukur dari dua sisi, yaitu dari sisi penulis dan pembaca. Dari sisi penulis, kalimat dikatakan efektif jika kalimat yang digunakan dapat mengakomodasi gagasan keilmuan penulis secara tepat dan akurat. Sedangkan dari sisi pembaca, pesan kalimat ditafsirkan dan dimaknai secara sama dengan yang dimaksudkan penulisnya. Jika pembaca masih mengalami kebingungan dan kesulitan yang mengakibatkan salah menafsirkan pesan kalimat maka kalimat tersebut belum dapat dikategorikan efektif.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan penulis sebelum menyusun naskah penelitian. Pertama, topik dan tren penelitian dalam *aim and scope* jurnal. Kemudian mencermati panduan penulisan, tata letak artikel, dan teknik referensi. Hal tersebut penting dilakukan supaya naskah menjadi rapi dan nyaman untuk dibaca. Terakhir penulis perlu teliti mencermati kesamaan artikel. Tidak boleh ada plagiasi di naskah penelitian yang disusun.

Langkah paling awal yang dilakukan adalah menetapkan ide penelitian. Pada langkah ini, penulis harus mempertimbangkan beberapa hal: kemampuan penulis mengembangkan ide dan memastikan ide yang mempunyai manfaat, baik di bidang akademik maupun praktis; menarik pembaca; spesifik; dan memberikan inovasi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Setelah itu, penulis perlu memastikan bahwa dirinya memiliki kemampuan mengembangkan ide tersebut serta aksesibilitas referensi atau data yang diperlukan untuk menyusun penelitian. Penelitian dapat dilakukan karena adanya masalah. Maka, masalah menjadi kunci keberhasilan dari artikel. Masalah tidak sama dengan judul. Masalah merupakan inti persoalan yang tersirat di dalam artikel. Pada umumnya penyajian masalah berupa pernyataan atau pertanyaan yang diajukan untuk mencari jawaban dan dapat berupa hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Permasalahan muncul ketika ada kesenjangan antara kenyataan aktual dan keinginan ideal yang dikehendaki.

Pada riset humanitas (sosial, ekonomi, dan budaya), formulasi permasalahan berkaitan dengan 4P, yaitu: *people* (individu, organisasi, grup, komunitas), *problems* (masalah, situasi, asosiasi, kebutuhan, komposisi penduduk, profil, dan lain-lain), *programs* (isi, efektivitas, hasil, kepuasan konsumen, layanan yang diberikan, dan lain-lain), serta *phenomena* (hubungan sebab-akibat, studi tentang fenomena itu sendiri).

C. Mengenal Jurnal Nasional, Nasional terakreditasi, Internasional, dan Internasional Bereputasi

Jurnal atau berkala ilmiah atau majalah ilmiah adalah bentuk pemberitaan atau komunikasi yang memuat karya ilmiah dan diterbitkan berjadwal dalam bentuk elektronik dan/atau tercetak. Pengertian lain dari jurnal adalah bentuk terbitan yang berfungsi meregistrasi kegiatan keceandekiaan, menyertifikasi hasil kegiatan yang memenuhi persyaratan ilmiah minimum, mendiseminasikannya secara meluas kepada khalayak ramai, dan mengarsipkan semua temuan hasil kegiatan keceandekiaan ilmuwan dan pandit yang dimuatnya.

Tipe jurnal ilmiah dibedakan menjadi:

1. Jurnal nasional,
2. Jurnal nasional terakreditasi,
3. Jurnal internasional,
4. Jurnal internasional bereputasi.

1. Jurnal ilmiah nasional adalah majalah ilmiah yang memenuhi kriteria sebagai berikut.
 - a. Karya ilmiah ditulis dengan memenuhi kaidah ilmiah dan etika akademik
 - b. Memiliki E ISSN.
 - c. Memiliki terbitan versi online.
 - d. Bertujuan menampung atau mengomunikasikan hasil-hasil penelitian ilmiah dan atau konsep ilmiah dalam disiplin ilmu tertentu.

- e. Ditujukan kepada masyarakat ilmiah atau peneliti yang mempunyai disiplin keilmuan yang relevan.
 - f. Diterbitkan oleh Penerbit atau Badan Ilmiah atau Organisasi Profesi atau Organisasi Keilmuan atau Perguruan Tinggi dengan unit-unitnya.
 - g. Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia dan/atau Bahasa Inggris dengan abstrak dalam Bahasa Indonesia dan/atau Bahasa Inggris
 - h. Memuat karya ilmiah dari penulis yang berasal dari minimal 2 (dua) institusi yang berbeda.
 - i. Mempunyai dewan redaksi atau editor yang terdiri dari para ahli dalam bidangnya dan berasal dari minimal 2 (dua) institusi yang berbeda.
2. Jurnal nasional terakreditasi adalah majalah ilmiah yang memenuhi kriteria sebagai jurnal nasional dan mendapat status terakreditasi dari Kemenristekdikti dengan masa berlaku hasil akreditasi yang sesuai. Akreditasi adalah kegiatan penilaian untuk penjaminan mutu Jurnal Ilmiah melalui kewajaran penyaringan naskah, kelayakan pengelolaan, dan ketepatan waktu penerbitan Jurnal Ilmiah. Akreditasi Jurnal Ilmiah adalah pengakuan resmi atas penjaminan mutu Jurnal Ilmiah. Pada akhir tahun 2020, terdapat lebih dari 5000 jurnal yang terakreditasi nasional melalui Akreditasi Jurnal Nasional (<http://arjuna.ristekdikti.go.id/>).

Jurnal nasional dapat dikatakan terakreditasi jika sesuai dengan Pasal 4 Permenristekdikti Nomor 9 Tahun 2018 sebagai berikut :

- a. memuat artikel yang secara nyata memajukan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni yang didasarkan pada hasil penelitian, perekayasaan, dan/atau telaahan yang mengandung temuan dan/atau pemikiran yang orisinal serta tidak plagiat;
- b. memiliki dewan penyunting jurnal berkualifikasi sesuai dengan bidang ilmu yang mewakili bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni;
- c. melibatkan mitra bestari berkualifikasi sesuai dengan bidang ilmu jurnal dari berbagai perguruan tinggi dan/atau badan penelitian dan pengembangan serta industri yang berbeda dari

dalam dan/atau luar negeri yang menyaring naskah secara objektif;

- d. menggunakan Bahasa Indonesia dan/atau bahasa resmi Perserikatan Bangsa-Bangsa;
- e. menjaga konsistensi gaya penulisan dan format penampilan;
- f. dikelola dan diterbitkan secara elektronik melalui jejaring teknologi informasi dan komunikasi;
- g. terbit sesuai dengan jadwal; dan
- h. memiliki nomor seri standar internasional secara elektronik (*Electronic International Standard Serial Number/EISSN*) dan pengenal objek digital (*Digital Object Identifier/DOI*).

Proses Akreditasi Jurnal Ilmiah dilakukan secara elektronik melalui jejaring teknologi informasi dan komunikasi. Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah berlaku untuk masa 5 (lima) tahun. Hasil Akreditasi Jurnal Ilmiah dimuat dalam sistem pengindeks ilmu pengetahuan dan teknologi (<https://sinta.ristekbrin.go.id/journals>). Hasil Akreditasi Jurnal Ilmiah terdiri atas:

- a. Peringkat 1 (satu) dengan nilai (n), $85 \text{ (delapan puluh lima)} \leq n \leq 100 \text{ (seratus)}$;
- b. Peringkat 2 (dua) dengan nilai (n), $70 \text{ (tujuh puluh)} \leq n < 85 \text{ (delapan puluh lima)}$;
- c. Peringkat 3 (tiga) dengan nilai (n), $60 \text{ (enam puluh)} \leq n < 70 \text{ (tujuh puluh)}$;
- d. Peringkat 4 (empat) dengan nilai (n), $50 \text{ (lima puluh)} \leq n < 60 \text{ (enam puluh)}$;
- e. Peringkat 5 (lima) dengan nilai (n), $40 \text{ (empat puluh)} \leq n < 50 \text{ (lima puluh)}$; dan
- f. Peringkat 6 (enam) dengan nilai (n), $30 \text{ (tiga puluh)} \leq n < 40 \text{ (empat puluh)}$.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2020). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kecerdasan Emosional, Supervisi dan Motivasi Berprestasi Terhadap Perilaku Caring Mahasiswa Ners Dalam Menerapkan Asuhan Keperawatan Pada Program Pendidikan NERS Di Provinsi Aceh*. Disertasi , UNIMED.
- Abraham, F. Z. (2014). *Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Komunikasi Massa*. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 18(1), 67 - 80. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v18i1.11>
- Afkarina, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Humas dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. *Jurnal Idaarah*, 2(1), 50–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5124>
- Aji, I. D. K., & Rahmawati, K. D. (2019). Tingkat Keramahan Dalam Komunikasi Karyawan Restoran Bakmi Sebagai Penunjang Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 4(1), 35–46.
- Akhyar, M. (2007). Penerapan Riset Evaluasi Dalam Bidang Pendidikan: Sebuah Pedoman Praktis.
- Alamsyah, F. F., Amaliasari, D., & Satriani, I. (2018). Tingkat Kepercayaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Di Media Massa Di Kota Bogor (Pengembangan Media Literasi Pada Khalayak). *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2), 266–273. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.16.2.266-273>
- Allchorne, K., Katarzyna., Cooper, R, N., & Simpson, A. (2017). The Relationship Between Television Exposure and Children's Cognition and Behaviour: A Systematic Review. *Development Review: Elsevier*.
- Ali, U. (2015). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. Retrieved January 10, 2019, from [pengertianpakar.com](http://www.pengertianpakar.com) website: <http://www.pengertianpakar.com/2015/05/teknik-pengumpulan-dan-analisis-data-kualitatif.html>
- Alwi, M., Damris, M., & Asyhar, R. (2014). Sikap dan Persepsi Siswa dan Guru SMA Kota Jambi terhadap E-Learning dalam Pembelajaran IPA. *Edu-Sains*, 3(1), 38–52.
- Amanah, S. (2010). Peran Komunikasi Pembangunan dalam

- Pemberdayaan Masyarakat Pesisir. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 08(1), 1–19.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.8.1.%25p>
- Anjani, Amelia, Ike Atikah Ratnamulyani, dan Ali Alamsyah Kusumadinata. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Whatsapp Terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio* 4(1): 41–50.
- Anselm S., & Juliet, C. (1995). *Basic of Qualitative Research, Techniques and procedures for Developing Grounded Theory*. London: Sage Publications, International Educational and Professional Publisher.
- Anwar, Y., Rustaman, N. Y., Widodo, A., & Redjeki, S. (2016). Perkembangan Kemampuan Pedagogical Content Knowledge the Development of Pedagogical Content Knowledge (PCK). *Cakrawala Pendidikan*, 35(3), 349–356.
- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardian, M. (2013). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Program Acara “PESBUKERS” Di ANTV. *E-Komunikasi*, 1(1), 1–11.
- Arifuddin. (2011). Pengaruh Pesan Politik Caleg PKS Melalui Layanan Pesan Singkat (SMS) Terhadap Sikap dan Perilaku Pemilih dalam Pemilu Legislatif 2009 di Kota Makassar. *Jurnal Penelitian Komunikasi* 14(1): 27–40.
<https://bppkbandung.id/index.php/jpk/article/view/166>.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asa, B. & Arthur. (2010). *Semiotika: Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*
- Atmojo, J. T. (2017). *Buku Ajar Metode Penelitian Komunikasi* (Edisi Revi). Jakarta: Universitas Mercubuana.
- Auerbach , C. F., and Silverstein, L. B. (2003). *Qualitative data: an introduction to coding and analysis*. New York: University Press.

- Awuy, V. P., Sayekti, Y., & Purnamawati, I. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(1), 15–26. <https://doi.org/10.9744/jak.18.1.15-26>
- Azizah, M. (2013). Etika Perilaku Periklanan Dalam Bisnis Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 3(1), 37–48. [https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3\(1\).37-48](https://doi.org/10.21927/jesi.2013.3(1).37-48)
- Banowati, Karina. (2018). Pengaruh Jingle Iklan Pesona Indonesia di Televisi Terhadap Respon Afektif Khalayak. *DIALEKTIKA* 5(1). <http://journal.unla.ac.id/index.php/dialektika/article/view/33>.
- Barata, G. K., Lestari, P., & Hendariningrum, R. (2017). Model Komunikasi untuk Penanggulangan Bencana Gunung Merapi melalui Aplikasi Plewengan. *Journal Communication Spectrum*, 7(2), 131–145. Diambil dari http://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/1782
- Baron & Greenberg. (1997). *Behavior in Organization Understanding and Managing The Human Side of Work*. 6th edition. USA: Prentice Hall
- Beaugrande, R. A., & Dressler, W. U. (1981). *Introduction to Text Linguistics*. London: Longman.
- Bellhouse, D. R. (2014). Systematic Sampling Methods. This article was originally published online in 2005 in Encyclopedia of Biostatistics, © John Wiley & Sons, Ltd, republished in *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online*. <https://doi.org/10.1002/9781118445112.stat05723>.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York : Free Press.
- Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Best, J.W., & Kahn, J.V. (2006). *Research in Education*. 10th Edition, Pearson Education Inc., Cape Town.
- Blake, N. & Manganello, J. (2010). A Study of Quantitative Content Analysis of Health Messages.

- Blackledge, D. and Barry H. (1985). *Sociological Interpretations of Education*. England: Billing and Sons Limited.
- Bogdanowicz, M. (1992). *The Communication Audit: Information Flow and the Organization*. *Discourse and Writing/Ré*
- Bogdan, R. C., & Biklen, K. S. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*.
- Bogdan, R. C., & Biklen, K. S. (1996). *Qualitative Research for Education. An Introduction to Theory and Methods*. London: Allyn and Bacon, Inc.
- Borg, W. R. and M. D. Gall. (1989). *Educational Research: An Introduction*. Fifth Edition. New York and London: Longman
- in U.S. Media From 1985 to 2005, *Health Communication*, 25:5
- Catherine, M., & Gretchen, B. R.. (1995). *Designing Qualitative Research*, Second Edition. London: Sage Publications, International Educational and Professional Publisher
- C, M. B., P, J., Hugar, M., P, K., H, G. A., & N, G. (2017). Evolution of Piaget's Cognitive Principles Among Pretend and Orphan Children in Belagavi City, Karnataka, India: A Comparative Study. *International Journal Clin Pediatr Dent*, 10(4), 346-350.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2003). *Business Research Methods*, International Edition, McGraw-Hill Companies, Inc. New York
- Cooper, Donald R. (2003). *Business Research Methods*. New York: McGraw-Hill
- Creswell, J.W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- Creswell, J.W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research 4th Edition*. Boston: Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). California: SAGE Publication, Inc.

- Croucher, Stephen M., & Cronn-Mills, Daniel. (2015). *Understanding Communication Research Methods: A Theoretical and Practical Approach*. New York: Routledge.
- Danesi, M. (2011). *Pesan, Tanda, dan Makna Teori Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jakarta: Jalasutra.
- David, F. (2008). *Peran Hati Nurani*.
- Des. (2009). Komunikasi Militer di Era Peradaban Islam. Retrieved June 24, 2019, from www.republika.co.id website: <https://www.republika.co.id/berita/ensiklopedia-islam/khazanah/09/06/19/57385-komunikasi-militer-di-era-peradaban-islam>
- Devito, Joshep. A. (2011). *Essentials of Human Communication*. Pearson Education, Limited.
- Dewey, J. (1933). *How We Think*. Boston: D. C. Heath & Company.
- Dini, C. P., & Lestari, P. (2015). Literasi Informasi tentang Kemasan Produk Obat Bebas. *Jurnal ASPIKOM*, 2(5), 357. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i5.87>
- Direktur Jenderal Peraturan Perundang-Undangan Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.2018.
- Djamaris, A. R. (2017). Panduan Penggunaan Mendeley (Versi 1.17.10). *Universitas Bakrie Jakarta*.
- Djunaedi, A. (2002). *Petunjuk Penulisan Usulan Penelitian dan Tesis*. Yogyakarta: Program Pasca Sarjana Perencanaan Kota & Daerah MPKD Universitas Gadjah Mada.
- Dharma, Ferry Adhi. (2017). Dialektika Komunikasi Intrapersonal: Mengkaji Pesona Komunikasi Dengan Diri Sendiri. *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(1): 25–44. <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/al-balagh/article/view/483>.
- Dodonov, Y., & Dodonova, Y. A. (2011). Basic Processes of Cognitive Development: Missing Component in Piaget's Theory. *Procedia Social and Behaviour Science : Elsevier*.
- Dukeshire, Steven and Thurlow, Jennifer. (2002). Understanding the Link Between Research and Policy. Rural Communities Impacting Policy.
- Effendy, O. U. (2003). *Teori, Ilmu, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Emory, W. (1985). *Social Research Methods*. Jakarta: Erlangga

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : LKiS.
- Erviani, O. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Kota Samarinda dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisata Kota Samarinda. *E Journal Ilmu Komunikasi*, 5(3), 235-247.
- Erving, G. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. America : Prentice Hall, Inc. Engle Wood cliffs, N.J United
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. New York: Mc. Graw Hill.
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling And Sampling Methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal: Med Crave*, 5(6), 215-217.
- Faisal, S. (1990). *Penelitian Kualitatif (dasar-dasar dan aplikasi)*. Malang: Ya3 Malang.
- Febriyani, S., Karimah, K. El, & Aristi, N. (2012). Dinamika Komunikasi Keluarga Single Mother. *Students E-Journal Universitas Padjadjaran*, 1(1). Retrieved from <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/795/pdf>
- Fitzpatrick, S. (2005). Explaining homelessness: a critical realist perspective. *Housing, Theory and Society*, 22(1), 1-17
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (1990). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York. McGraw-Hill Companies
- Freire, N. A. (2014). When luxury advertising adds the Identitary values of luxury: A semiotic analysis. *Journal of Business Research*, 67(12), 2666-2675.
- Gani, J. (2014). Pengaruh Hambatan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Midtown Surabaya. *E-Komunikasi*, 2(1), 1-10.
- Gebremedhin & Tweeten. (1994). *Research Methods and Communication in the Social Sciences*. London: Praeger, Westport, Connecticut.
- Gee, J.P., & Handford, M. (Eds.). (2012). *The Routledge of Handbook of Discourse Analysis*. New York : Routledge.
- Gifary, S., & Kurnia N, I. (2015). Intensitas Penggunaan Smartphone dan Perilaku Komunikasi. *Jurnal Sosio teknologi*, 14(2), 170-178. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.7>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of*

- experience*. Harvard University Press.
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (1992). *Communicating with strangers (an approach to intercultural communication)*. New York: Mc- Graw Hill Inc.
- Gultom, D. T., Sumardjo, Sarwoprasojo, S., & Mulyono, P. (2017). Strategi Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pertanian Melalui Pemanfaatan Cyber Extension Di Propinsi Lampung. *Sosiohumaniora*, 19(1), 64–69. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i1.9289>
- Habermas, J. (1973). *Theory and Practice* (asli: 1971, 'Theorie und Praxis'). Cambridge: Polity Press.
- Hadi, S. (1986). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Haditono, R.S. (1998). Psikologi Perkembangan. Yogyakarta: Psikologi. UGM.
- Halim, U., & Jauhari, K. D. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Partisipasi Politik Dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 45. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.385>
- Hartley, Peter, dan Clive G. Bruckmann. 2002. 39 ABCA Bulletin *Business Communication*. London and New York: Routledge.
- Harli, L. P. (2014). Kepuasan Pelanggan Atlas Sports Club Terhadap Isi Atlas Magazine. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(2), 1–8.
- Haryadi, Toto. (2018). “Adaptasi Teori Difusi-Inovasi dalam Game ‘Yuk Benahi’ dengan Pendekatan Komunikasi SMCR.” *Jurnal Audience*, 1(1), 1–13. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/audience/article/viewFile/2678/1574>.

- Haryadi, Toto, dan Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin. (2016). Penanaman Nilai dan Moral pada Anak Sekolah Dasar dengan Pendekatan Storytelling Melalui Media Komunikasi Visual. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(01), 56–72. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/1018>.
- Hatch, E., & Farhady, H. (1981). *Research Design & Statistics for Applied Linguistics*. Tehran: Rahnama Publications.
- Hidayatullah, A. (2018). Pola komunikasi tokoh adat dalam melestarikan budaya tradisional suku sambori. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 14(2), 1–17. http://jos.unsoed.ac.id/index.php/acta_diurna/article/view/1346.
- Hill, N. (1996). *Hand Book of Customer Satisfaction Measurement*. Cambridge: Great Britain University Press.
- Hutagalung, I. (2014). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Komunikasi Interpersonal, Komitmen Organisasi terhadap Manajemen Stres Kerja. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2): 103–111. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/8776>.
- <https://ejournal.ukm.my/mjc/pages/view/userguide>
- <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi>
- Imran, H. A. (2017). Peran Sampling Dan Distribusi Data Dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 21(1), 111–126. Retrieved from <http://www.irjbs.com/index.php/jurnalirjbs/article/view/69>
- Inggarwati, K., & Kaudi, A. (2010). Peranan faktor-Faktor Individual Dalam Mengembangkan Usaha. *International Research Journal of Business Studies*, 3(2), 185–202. Retrieved from <http://www.irjbs.com/index.php/jurnalirjbs/article/view/69>
- Irawan, D., & Venus, A. (2016). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Keluarga Berencana Jakarta Barat. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2): 122–32.

- Irawanto, B. (2004). Film Propaganda: Ikonografi Kekuasaan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jsp.11055>
- Ishak, Asmai. (2008). “Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Siasat Bisnis* 12(2): 71–88. <https://journal.uii.ac.id/JSB/article/view/2002>.
- Israel, G.D. (1992). *Determining Sample Size*. University of Florida.
- James A,F. Stoner. (1982). *Management*, edisi kedua, New York: Prentice/Hall International, Inc., Englewood Cliffs.
- Johnson, B. & Christensen, L. (2007). *Educational research: Quantitative, qualitative and mixed approaches*, 3 rd. Ed. Thousand Oaks, CA: Sage
- Kasnodihardjo. (1993). Langkah-langkah Menyusun Kuesioner. *Media of Health Research and Development*, 3(02), 21–27. <https://doi.org/10.22435/mpk.v3i02Jun.937>.
- Kerlinger, Fred N. (1973). *Foundations of behavioral research*. New York: Holt Rinehart and Winston
- Kidder. (1981). *Research Methods in Social Relations*. New York : Rinehart & Winston.
- Kline, David. (1980). *Metodologi Penelitian Riset*. Jakarta: Angkasa.
- Komariah, K., Perbawasari, S., Nugraha, A. R., & Budiana, H. R. (2017). Pola Komunikasi Kesehatan Dalam Pelayanan Dan Pemberian Informasi Mengenai Penyakit Tbc Pada Puskesmas Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.7>
- Kontributor NU Online. (2017). Peran Potensial Media Sosial. Retrieved from <http://www.nu.or.id/> website: <http://www.nu.or.id/post/read/78636/peran-potensial-media-sosial>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology*. New York: Sage Publication.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, Dani. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan* 2(1): 60–68. <http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/komdik/article/view/65>.
- Kurniawati, Henie. (2012). Media Audio Visual Sebagai Sarana Pengenalan Ekspresi Emosi. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah*

dan *Komunikasi* 6(2).
<http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/353>.

- Kusumadinata, Alialamsyah. (2014). Analisis Model Komunikasi Kelompok Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pada Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu)). *Jurnal Sosial Humaniora*, 5(1): 20–27.
<https://ojs.unida.ac.id/JSH/article/view/532>.
- Lawrence, N., W. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Lee Thayer. (1968). *Communications and Communications Systems in Organization*. Kansas City: University of Missouri.
- Lestari, P. (2007). Stereotip dan Kompetensi Komunikasi Bisnis Antar budaya Bali dan Cina (Studi Di Kalangan Pengusaha Perak Bali Dan Cina). *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(1), 41–72.
<https://doi.org/10.24002/jik.v4i1.230>
- Lestari, P. (2018). *Komunikasi Bencana: Aspek Penting Pengurangan Risiko Bencana*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Lestari, P. (2018b). The Changing Communication Behavioral on Student of Karo Ethnic in Yogyakarta. *PONTE International Scientific Researches Journal*, 74(8), 88–94.
<https://doi.org/10.21506/j.ponte.2018.8.7>
- Lestari, P., Astari, D. W., & Asyraf, A. L. (2019). Audit of Disaster Communication on TVOne Kabar Petang Program. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 116–127. <https://doi.org/10.25008/jkiskiki.v4i2.332>
- Lestari, P., Hendariningrum, R., & Prayudi. (2011). Kompetensi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 139–249.
- Lestari, P., Kertamukti, R., & Ruliana, P. (2019). Use of Local Wisdom (Purpusage) through Heart-to-Heart Communication in Settling of Social Conflicts in Karo , North Sumatra Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(3), 163–181. <https://doi.org/doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3503-10>
- Lestari, P., Paripurno, E. T., Rianto, A., & Nugroho, B. (2019). Model Komunikasi Bencana “Table Top Exercise” dalam Pengurangan Risiko Bencana. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 22(1), 17–30. <https://doi.org/10.20422/jpk.v22i1.587>
- Lestari, P., Ramadhaniyanto, B., & Wardyaningrum, D. (2018).

- Pemberitaan di Media Online untuk Pengurangan Risiko Bencana Gunung Sinabung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 106–120.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.15168>
- Lestari, P., Ritonga, R., Ruliana, P., & Barus, C. C. B. (2020). Disaster Communication Uses Field Training Exercise Simulation as an Important Aspect of Disaster Risk Reduction. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(24), 166–186. <https://doi.org/doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3601-10>
- Lestari, P., & Sularso. (2020). The COVID-19 impact crisis communication model using gending jawa local wisdom. *International Journal of Communication and Society*, 2(1), 47–57. <https://doi.org/doi.org/10.31763/ijcs.v2i1.150>
- Limakrisna, N. (2008). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kereliasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 13(1), 68–79.
- Lincoln, Y., S., & Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*. California: Sage.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2016). *Teori Komunikasi* (S. W. L. & K. A. Foss, Ed.). Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, dan John G. Oetzel. (2017). *Theories of Human Communication*. Eleventh. United States of America: Waveland Press, Inc.
- Luthfiani, T. A. (2015). *Analisis Karakter Diri Dan Kecerdasan Majemuk Siswa Sekolah Dasar Pada Model Pembelajaran Ipa Terpadu Yang Mengakomodasi Kecerdasan Majemuk*. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Manganello, J., & Blake, N. (2010). A study of quantitative content analysis of health messages in U.S. media from 1985 to 2005. *Health communication*, 25(5), 387–396. <https://doi.org/10.1080/10410236.2010.483333>
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1995). *Designing Qualitative Research*. California: Sage Publication Inc
- Masrun. (1979). *Reabilitas dan Cara-cara Menentukannya*. Yogyakarta: UGM.
- Mathison, Sandra. (1988). *Why Triangulate?*. Educational Researcher
- Mehl, Martin. (2017). *Principles of Communication : Public Speaking*.
- Melhem, Samer and Narissra M. Punyanunt-Carter. (2019). *Using Cultivation Theory to Understand American Collage Students Perceptions of Arabs in The Media*. *Journal of Muslim Minority Affairs*, Routledge Tylor and Francis Group: London & New York
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco; Jossey-Bass.
- Miles, M. B., & Huberman, A.M. (1984), *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. USA: Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). USA: SAGE Publication, Inc.
- Mathison, S. (1988). *Why Triangulate?*. Educational Researcher.
- Mohammed, Rosli and Hussein, Adnan. (2013). *Communication Climate and Organizational Performances: A Comparison Studies Between Two Public Organizations*.
- Link:https://www.researchgate.net/publication/236133199_Communication_Climate_and_Organizational_Performances
- Moleong, Lexy. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondy, R. Wayne., Sharplin, Arthur, Flippo, Edwin B. (1988). *Management: Concept and Practices*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Moorhead & Griffin. (2013). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Muliya, U. (2016). Kajian Pengembangan Ekowisata Bahari Berbasis Pengelolaan DPL Desa Bahoi di Likupang Barat. *Spasial: Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 3(1), 75–84.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyani, J. U., & Murdanu. (2017). Analisis Kesulitan Berhitung Siswa-Siswa SMK Diponegoro. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(8), 45–58.
- Munadi, S. (2006). Konstrak alat ungkap orientasi pilihan bidang keahlian siswa SMP dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Disertasi doctor*.
- Nasir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasor, M. (2016). Pemberdayaan Masyarakat melalui Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Studi Lintas Agama*, 11(1), 17–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/adyan.v11i1.1435>
- Nasution, S. (1988). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsiti
- Neuendorf, K. (2002). *Content Analysis Guide Book*. London: Sage Publications Ltd
- Neuman, W. L. (2003). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach*. New York: AB, Boston.
- Nilamsari, N., Saleh, A., Hubeis, M., & Pandjaitan, N. K. (2008). Komunikasi Corporate Social Responsibility Untuk Pemberdayaan Peternak Sapi Perah. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 296–310.
- Nugraha, A. L., & Kurniawati, S. (2019). The Models of Village Fund's Management at Wukirsari, Imogiri, Bantul, Yogyakarta. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 89–95. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(2\).89-95](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(2).89-95)
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231–240. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.468>
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110–1118. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Nuraflah, Cut Alma. (2019). “Peran Masyarakat sebagai Komunikator Pembangunan Peduli Lingkungan.” *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication* 5(2): 95–105.

- Oktavianus, H. (2015). Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis Di Dalam Film Conjuring. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 3(2), 1–12.
- Oliver, Sandra M. (2004). A Handbook of Corporate Communication and Public Relations *Handbook of Corporate Communication and Public Relations*. London dan New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (1994). *Organizational Communication*. 3rd.Edition. New Jersey: Prentice Hall
- Panda, T.K. (2003). “*Marketing Management*”. Excel Books: New Delhi.
- Papeo, A., Kalangi, J. A. F., & Punuindoong, A. Y. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Perusahaan PT. Telkom Indonesia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 69–78.
<https://doi.org/doi.org/10.35797/jab.6.003.2018.20291.%25p>
- Patzer, G. L. (1996). *Experiment-research Methodology in Marketing: Type and Applications*. Greenwood Publishing Group
- Perdana, Firdaus, Sunarto, dan Udi Utomo. (2017). Kesenian Rampak Kenthong sebagai Media Ekspresi Estetik Masyarakat Desa Kalirejo Kabupaten Pekalongan. *Catharsis: Journal of Arts Education* 6(1): 1–8.
- Phophan, J., W, & Sirotnik, K., A. (1973). *Educational statistic*. New York: Harper & Row Publisher.
- Potter, W. James. 1993. *Cultivation Theory and Research a Conceptual Critique*. *Human Communication Research: Indiana University*
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/catharsis/article/view/17019>.
- Powell, R. R. (2006). Evaluation Research: An Overview. *Library Trends*, 55(1), 102-120. doi:10.1353/lib.2006.0050.
- Powers, John. (1995). *On the Intellectual Structure of the Human Communication Discipline*, *Communication Education* 44.
- Presiden Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. , Indonesia § (2002).
- Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2018 tentang Akreditasi Jurnal Ilmiah.

- Peraturan Presiden Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), Indonesia, (2002).
- Prisgunanto, I. (2015). Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(2), 101–112.
- Purba, D. Y. br, & Rejeki, M. N. S. (2014). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Citra (Studi Kuantitatif Kualitas Website Pemerintah Kota Yogyakarta Terhadap Citra Pemerintah Kota Yogyakarta). *E-Journal*, 1–15.
- Purwanto, D. (2006). *Komunikasi Bisnis* (3rd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Rachman, Raniawati, dan Totok Wahyu Abadi. (2017). Komunikasi Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *Jurnal Aspikom* 3(2): 285–95. <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/136>.
- Rafiq, M. (2014). “Hubungan Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Keluarga Dan Interaksi Sosial Terhadap Kenakalan Siswa SMA Swasta Di Kota Padang sidimpuan.” *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, 9(1), 101–20.
- Rahayu, F. (2017). Penerapan Model Interpretasi Veverka Sebagai Pendukung Wisata Edukasi di Wisata Kebun Kina Bukit Unggul Kabupaten Bandung. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Rahmadiana, M. (2012). Komunikasi kesehatan: Sebuah tinjauan. *Jurnal Psychogenesis*, 1(1), 88-94.
- Rajiyem. (2005). Sejarah dan Perkembangan Retorika. *Jurnal Humaniora*, 17(2), 142–153.
- Ramadhon, Muhammad Febry, dan Ahmad Rudy Fardiyan. (2018). Simbol-Symbol Pesan Persuasif Melalui Design Poster Event Musik Ngayogjazz Festival. *Jurnal Meta Kom* 2(1): 23–36. <http://komunikasi.fisip.unila.ac.id/jurnal/index.php/metakom/article/view/18>.
- Rasyidin, M. (2019). *Metodologi Penelitian Hubungan International* (Edisi 2). Yogyakarta: Suluh Media.
- Rehman, S. U., & Ibrahim, M. S. (2011). Integrated marketing communication and promotion. *Researchers World, Journal of Arts, Science & Commerce, International Refereed Research Journal*, 2(4).
- Rejeki, M. N. S. (2010). Perspektif Antropologi dan Teori Komunikasi : Penelusuran Teori-teori Komunikasi dari Disiplin

- Antropologi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 41–60.
- Ristekdikti, (2019), *Pedoman Operasional Penilaian Angka Kredit Kenaikan Jabatan Akademik/Pangkat Dosen*. Direktorat Jenderal Sumber Daya Iptek dan Dikti. Jakarta.
- Rivalina, R., & Anwas, O. M. (2013). Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Optimalisasi Perpustakaan. *Jurnal Teknodik*, 17(2), 226–237. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.81>
- Robbins, Stephen P. (1982). *The Administrative Process*. New Delhi; Prentice-Hall.
- Roscoe. (1982). *Research Methods For Business*. New York: Mc Graw Hill.
- Rorimpandey, Paramitha Amanda, dan J.S. Kalangi. (2016). Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sam Ratulangi). *Acta Diurna*, 5(3), 1–5. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/12775>.
- Roring, F. P. (2018). Retorika Soekarno dalam Komunikasi Internasional Anti Imperialisme dan Kapitalisme. *Jurnal Oratio Directa*, 1(1), 44–62.
- Roudhonah. (2007). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta press.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruliana, P., Lestari, P., Andriani, S., & Atmaja, S. (2019). The Role of Communication Climate in Improving Work Performance, 34(1), 237–245.
- Saldaña, J. (2011). *Fundamentals of qualitative research (Understanding qualitative research)*, Oxford University Press, Inc.
- Saussure, F. D. (1996). *Course in General Linguistics*. Ed Charles Bally dan Albert Sechehaye. Trans Wade Baskin. New York : Philosophical Library
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6, B). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Selame, M. (2014). Pengaruh Kompetensi Supervisi Manajerial dan

- Supervisi Akademik Pengawas Sekolah Terhadap Kinerja Guru (Studi Deskriptif Kuantitatif pada SMP Negeri di Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pascasarjana Administrasi Pendidikan*, 2(1), 73–86.
- Septiani, R. (2014). “Analisis Wacana Isi Pesan Iklan Politik Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta Di Media Internet.” *THE MESSENGER* 6(1): 56–65.
<http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/170>.
- Setyono, F. (2013). Pengaruh kualitas komunikasi interpersonal pemimpin kelompok sel terhadap komitmen organisasi anggota kelompok sel di satelit Holy gereja Mawar Sharon Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2), 190–199.
- Silalahi, U. (2004). Komunikasi Pemerintahan: Mengirim Dan Menerima Informasi Tugas dan Informasi Publik. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(1), 36–54.
<https://doi.org/10.1164/rccm.201503-0440SO>
- Spradley, P. J. (1980). *Participant Observation*. Florida: Holt, Rinehart and Windston.
- Sriwimon, L., & Zilli, P. J. (2017). Applying Critical Discourse Analysis as a conceptual framework for investigating gender stereotypes in political media discourse. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(2), 136–142.
- Stainback, S. (2003). *How to help Your Child Succeed in School*. New York: Meadowbrook Press
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, H. (2009). Tingkat Pengetahuan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Surabaya Tentang Sosialisasi Posyandu Lansia. *Jurnal Ilmu komunikasi* 1(2): 1–8.
<http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/ilkom/article/view/361>.
- Sulaiman, A. I., Lubis, D. P., Susanto, D., & Purwaningsih, N. (2015). Komunikasi Stakeholder dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang). *MIMBAR*, 31(2), 367–378.
- Sulvinajayanti, S., Cangara, H., & Bahfiarti, T. (2015). Makna pesan

- komunikasi motif kain sutera Sengkang pilihan konsumen di Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 37-45.
- Sumadi, S. (1990). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : PT Rajawali
- Suriasumantri, J.S. (1997). *Filsafat Ilmu: sebuah pengantar populer*. Jakarta: Sinar Harapan
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Suryabrata, S. (1990). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Rajawali.
- Susan, S., & William, S. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Susanto, E. H. (2017). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.6>
- Susilo, I. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Retrieved from http://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=48553285&keywords=komunikasi+massa
- Sutrisno, H. (1986). *Metodologi Research*, Jilid 1 & 2. UGM.
- Syam, N. W. (2013). *Model-Model Komunikasi Perspektif Pohon Komunikasi* (Pertama; R. K. Soenendar, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Triutari, I. (2014). Persepsi Mahasiswa Penyandang Disabilitas Tentang Sistem Pendidikan Segregasi dan Pendidikan Inklusi. *E-JUPEHKhu: Jurnal Ilmiah Pendidikan Khusus*, 3(3), 221–229. <https://doi.org/doi.org/10.24036/jupe38470.64>
- Tuckman, B. W. (1988). *Conducting Educational Research*. Thirty Edition. Chicago: Harcourth Brace Jonavaich Publisher.
- Uma, S. (1984). *Research Methods for Business*. Carbondale: Southern Illinois University.
- Utami, K. D., & Lestari, P. (2017). Audience Reception Analysis Toward Political Messages n President Joko Widodo YouTube Channel. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 10(1), 26–40.
- West, Richard; dan Lynn H; Turner. (2008). *introducing Communication Theory: Analysis and Application*. 3 ed. New York: McGraw Hill Inc.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*. (3rd ed.; Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer, Ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibhisono, I. G. L. A. K. (2020). Framing Analysis of the Kompas' COVID-19 Coverage: January 2020 Edition. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 219-231.
- Widayanti, Siska, Ali Sudin, dan Dede Tatang Sunarya. (2017). Penerapan Metode Cooperative Script Berbantuan Media Audio untuk Meningkatkan Kemampuan Membaca Puisi (Penelitian Tindakan Kelas di Kelas III SDN Kebon buah Kecamatan Darmaraja Kabupaten Sumedang). *Jurnal Pena ilmiah* 2(1), 11–20. •
- Wiersma, W. (1986). *Research Methods in Educations: An Introduction*. Boston, London, Sydney, Toronto: Allyn and Bacon.
- Wulandari, S., C, Q. N., & Nugroho, D. R. (2019). Pengaruh Kampanye Komunikasi Pada Gerakan “Bogoh Ka Bogor” Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat (Studi Kasus Kecamatan Bogor Tengah). *Jurnal Apik*, 1(2), 33–48.
- Yanti, Wira. (2014). Memahami Peranan Perempuan Suku Minang Perantauan dalam Menjaga dan Meneruskan Komunikasi Budaya Matrilineal. *The Messenger*, 6(2), 29–36. <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/191>.

- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Yusuf, P. M. (1990). *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Instruksional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service*. Simon and Schuster.
- Zubair, F., Dewi, R., & Kadarisman, A. (2018). Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan PTNBH. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2): 74–84. <http://202.0.92.5/isoshum/profetik/article/view/1328>.

DAFTAR TABEL STATISTIK

I	Tabel Kurve Normal	700
II	Tabel t	701
III	Tabel r Product Moment	702
IV	Tabel Binomial	703
V	Tabel Harga Factorial	704
VI	Tabel χ^2	705
VII	a. Tabel Harga-harga Kritis dalam Test Run Satu Sampel	706
VII	b. Tabel harga-harga Kritis dalam Test Run Dua Sampel	707
VIII	Tabel Harga-harga Kritis Dalam Test Wilcoxon	708
IX	Tabel Harga-harga Kritis Dalam Test Man-Whitney.	709
X	Tabel Harga-harga Kritis Dalam Test Kolmogorov Smirnov	710
XI	Tabel Harga z Untuk Test Run Wald Wolfowitz	711
XII	Tabel F	712
XIII	Tabel Rho (Spearman Rank)	716
XIV	Tabel Harga-harga Kritis z Observasi dalam Distribusi Normal	717
XV	Tabel Harga-harga Kritis D dalam Test Dua Sampel Kolmogorov-Smirnov	718

TABEL I
LUAS DI BAWAH LENGKUNGAN KURVE NORMAL
DARI 0 S/D Z

z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0,0	00,00	00,40	00,80	01,20	01,60	01,99	02,39	02,79	03,19	03,59
0,1	03,98	04,38	04,78	05,17	05,57	05,96	06,36	06,75	07,14	07,53
0,2	07,93	08,32	08,71	09,10	09,48	09,87	10,26	10,64	11,03	11,41
0,3	11,79	12,17	12,55	12,93	13,31	13,68	14,06	14,43	14,80	15,17
0,4	15,54	15,91	16,28	16,64	17,00	17,36	17,72	18,08	18,44	18,79
0,5	19,15	19,50	19,85	20,19	20,54	20,88	21,23	21,57	21,90	22,24
0,6	22,57	22,91	23,24	23,57	23,89	24,22	24,54	24,86	25,17	25,49
0,7	25,80	26,11	26,42	26,73	27,03	27,34	27,64	27,94	28,23	28,52
0,8	28,81	29,10	29,39	29,67	29,95	30,23	30,51	30,78	31,06	31,33
0,9	31,59	31,86	32,12	32,38	32,64	32,89	33,15	33,40	33,65	33,89
1,0	34,13	34,38	34,61	34,85	35,08	35,31	35,54	35,77	35,99	36,21
1,1	36,43	36,65	36,86	37,08	37,29	37,49	37,70	37,90	38,10	38,30
1,2	38,49	38,69	38,88	39,07	39,25	39,44	39,62	39,80	39,97	40,15
1,3	40,32	40,49	40,66	40,82	40,99	41,15	41,31	41,47	41,62	41,77
1,4	41,92	42,07	42,22	42,36	42,51	42,65	42,79	42,92	43,06	43,19
1,5	43,32	43,45	43,57	43,70	43,82	43,94	44,06	44,19	44,29	44,41
1,6	44,52	44,63	44,74	44,84	44,95	45,05	45,15	45,25	45,35	45,45
1,7	45,54	45,64	45,73	45,82	45,91	45,99	46,08	46,16	46,25	46,33
1,8	46,41	46,49	46,56	46,64	46,71	46,78	46,86	46,93	46,99	47,06
1,9	47,13	47,19	47,26	47,32	47,38	47,44	47,50	47,56	47,61	47,67
2,0	47,72	47,78	47,83	47,88	47,93	47,98	48,03	48,08	48,12	48,17
2,1	48,21	48,26	48,30	48,34	48,38	48,42	48,46	48,50	48,54	48,57
2,2	48,61	48,64	48,68	48,71	48,75	48,78	48,81	48,84	48,87	48,90
2,3	48,98	48,96	48,98	49,01	49,04	49,06	49,09	49,11	49,13	49,16
2,4	49,18	49,20	49,22	49,25	49,27	49,29	49,31	49,32	49,34	49,36
2,5	49,38	49,40	49,41	49,43	49,45	49,46	49,48	49,49	49,51	49,52
2,6	49,53	49,55	49,56	49,57	49,59	49,60	49,61	49,62	49,63	49,64
2,7	49,65	49,66	49,67	49,68	49,69	49,70	49,71	49,72	49,73	49,74
2,8	49,74	49,75	49,76	49,77	49,77	49,78	49,79	49,79	49,80	49,81
2,9	49,81	49,82	49,82	49,83	49,84	49,84	49,85	49,85	49,86	49,86
3,0	49,87	49,87	49,87	49,88	49,88	49,89	49,89	49,89	49,90	49,90
3,1	49,90	49,91	49,91	49,91	49,92	49,92	49,92	49,92	49,93	49,93
3,2	49,93	49,93	49,94	49,94	49,94	49,94	49,94	49,95	49,95	49,95
3,3	49,95	49,95	49,95	49,96	49,96	49,96	49,96	49,96	49,97	49,97
3,4	49,97	49,97	49,97	49,97	49,97	49,97	49,97	49,97	49,97	49,98
3,5	49,98	49,98	49,98	49,98	49,98	49,98	49,98	49,98	49,98	49,98
3,6	49,98	49,98	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99
3,7	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99
3,8	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99	49,99
3,9	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00

TABEL II
NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI t

α untuk uji dua fihak (two tail test)						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
α untuk uji satu fihak (one tail test)						
dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

TABEL III
NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

TABEL IV
HARGA-HARGA x DALAM TEST BINOMIAL
(Harga-harga dalam tabel adalah 0,...)

N	Z															
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
5	031	188	500	812	969											
6	016	109	344	656	891	984										
7	008	062	227	500	773	938	992									
8	004	035	145	363	637	855	965	996								
9	002	020	090	254	500	746	910	980	998							
10	001	011	055	172	377	623	828	945	989	999						
11		006	033	113	274	500	726	887	967	994						
12		003	019	073	194	387	613	806	927	981	997					
13		002	011	046	133	291	500	709	867	954	989	998				
14		001	006	029	090	212	395	605	788	910	971	994	999			
15			004	018	059	151	304	500	696	849	941	982	996			
16			002	011	038	105	227	402	598	773	895	962	989	998		
17			001	006	025	072	166	315	500	685	834	928	975	994	999	
18			001	004	015	048	119	240	407	593	760	881	952	985	996	999
19				002	010	032	084	180	324	500	676	820	916	968	990	998
20				001	006	021	058	132	252	412	588	748	868	942	979	994
21				001	004	013	039	095	192	332	500	668	808	905	961	987
22					002	008	026	067	143	262	416	584	738	857	933	974
23					001	005	017	047	105	202	339	500	661	798	895	953
24					001	003	011	032	076	154	271	419	581	729	846	924
25						002	007	022	054	115	212	345	500	655	788	885

TABEL V
HARGA FACTORIAL

N	N !
0	1
1	1
2	2
3	6
4	24
5	120
6	720
7	5040
8	40320
9	362880
10	3628800
11	39916800
12	479001600
13	6227020800
14	87178291200
15	1307674368000
16	20922789888000
17	355687428096000
18	6402373705728000
19	121645100408832000
20	2432902008176640000

TABEL VI
NILAI-NILAI CHI KUADRAT

dk	Tarf signifikansi					
	50%	30%	20%	10%	5%,	1%
1	0,455	1,074	1,642	2,706	3,841	6,635
2	1,386	2,408	3,219	4,605	5,991	9,210
3	2,366	3,665	4,642	6,251	7,815	11,341
4	3,357	4,878	5,989	7,779	9,488	13,277
5	4,351	6,064	7,289	9,236	11,070	15,086
6	5,348	7,231	8,558	10,645	12,592	16,812
7	6,346	8,383	9,803	12,017	14,067	18,475
8	7,344	9,524	11,030	13,362	15,507	20,090
9	8,343	10,656	12,242	14,684	16,919	21,666
10	9,342	11,781	13,442	15,987	18,307	23,209
11	10,341	12,899	14,631	17,275	19,675	24,725
12	11,340	14,011	15,812	18,549	21,026	26,217
13	12,340	15,119	16,985	19,812	22,362	27,688
14	13,339	16,222	18,151	21,064	23,685	29,141
15	14,339	17,322	19,311	22,307	24,996	30,578
16	15,338	18,418	20,465	23,542	26,296	32,000
17	16,338	19,511	21,615	24,769	27,587	33,409
18	17,338	20,601	22,760	25,989	28,869	34,805
19	18,338	21,689	23,900	27,204	30,144	36,191
20	19,337	22,775	25,038	28,412	31,410	37,566
21	20,337	23,858	26,171	29,615	32,671	38,932
22	21,337	24,939	27,301	30,813	33,924	40,289
23	22,337	26,018	28,429	32,007	35,172	41,638
24	23,337	27,096	29,553	33,196	35,415	42,980
25	24,337	28,172	30,675	34,382	37,652	44,314
26	25,336	29,246	31,795	35,563	38,885	45,642
27	26,336	30,319	32,912	36,741	40,113	46,963
28	27,336	31,391	34,027	37,916	41,337	48,278
29	28,336	32,461	35,139	39,087	42,557	49,588
30	29,336	33,530	36,250	40,256	43,773	50,892

TABEL VIIa
HARGA-HARGA KRITIS r DALAM TEST RUN
SATU SAMPEL, UNTUK $\alpha = 5\%$

n1	n2																			
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
2											2	2	2	2	2	2	2	2	2	
3					2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	
4				2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
5			2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
6		2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	
7		2	2	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	
8		2	3	3	3	4	4	5	5	5	6	6	6	6	6	7	7	7	7	
9		2	3	3	4	4	5	5	5	6	6	6	7	7	7	7	8	8	8	
10		2	3	3	4	5	5	5	6	6	7	7	7	7	8	8	8	8	9	
11		2	3	4	4	5	5	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	9	9	
12	2	2	3	4	4	5	6	6	7	7	7	8	8	8	9	9	9	10	10	
13	2	2	3	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	9	10	10	10	10	
14	2	2	3	4	5	5	6	7	7	8	8	9	9	9	10	10	10	11	11	
15	2	3	3	4	5	6	6	7	7	8	8	9	9	10	10	11	11	11	12	
16	2	3	4	4	5	6	6	7	8	8	9	9	10	10	11	11	11	12	12	
17	2	3	4	4	5	6	7	7	8	9	9	10	10	11	11	11	12	12	12	
18	2	3	4	5	5	6	7	8	8	9	9	10	10	11	11	12	12	13	13	
19	2	3	4	5	6	6	7	8	8	9	10	10	11	11	12	12	13	13	13	
20	2	3	4	5	6	6	7	8	9	9	10	10	11	12	12	13	13	13	14	

TABEL VIIIb
HARGA-HARGA KRITIS r DALAM TEST RUN
DUA SAMPEL, UNTUK $\alpha = 5\%$

n1	n2																			
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
2																				
3																				
4				9	9															
5			9	10	10	11	11													
6			9	10	11	12	12	13	13	13	13									
7				11	12	13	13	14	14	14	14	15	15	15						
8				11	12	13	14	14	15	15	16	16	15	16	17	17	17	17	17	17
9					13	14	14	15	16	16	16	17	17	18	18	18	18	18	18	18
10					13	14	15	16	16	17	17	18	18	18	19	19	19	20	20	20
11					13	14	15	16	17	17	18	19	19	19	20	20	20	21	21	21
12					13	14	16	16	17	18	19	19	20	20	21	21	21	22	22	22
13						15	16	16	18	19	19	20	20	21	21	22	22	23	23	23
14						15	16	17	18	19	20	20	21	22	22	23	23	23	24	24
15						15	16	18	18	19	20	21	22	22	23	23	24	24	25	25
16							17	18	19	20	21	21	22	23	23	24	25	25	25	25
17							17	18	19	20	21	22	23	23	24	25	25	26	26	26
18							17	18	19	20	21	22	23	24	25	25	26	26	27	27
19							17	18	20	21	22	23	23	24	25	26	26	27	27	26
20							17	18	20	21	22	23	24	25	25	26	27	27	27	28

TABEL VIII
HARGA-HARGA KRITIS UNTUK
DALAM TEST WILCOXON

N	Tingkat Signifikansi Untuk Test Satu Fihak (One Tail Test)		
	0,025	0,010	0,005
	Tingkat Signifikansi Untuk Test Satu Fihak (One Tail Test)		
	0,05	0,02	0,01
6	0		
7	2	0	
8	4	2	0
9	6	3	2
10	8	5	3
11	11	7	5
12	14	10	7
13	17	13	10
14	21	16	13
15	25	20	16
16	30	24	20
17	35	28	23
18	40	33	28
19	46	38	32
20	52	43	38
21	59	49	43
22	66	56	49
23	73	62	55
24	81	69	61
25	89	77	68

TABEL IX

HARGA-HARGA KRITIS MAN-WHITNEY U TEST

$n_1 \backslash n_2$	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1					0	0	0	0	0	0	1	1
3	1	1	1	2	2	2	3	3	4	4	4	5
4	3	3	4	5	5	6	7	7	8	9	9	10
5	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
6	7	8	9	11	12	13	15	16	18	19	20	22
7	9	11	12	14	16	17	19	21	23	24	26	28
8	11	13	15	17	20	22	24	26	28	30	32	34
9	14	16	18	21	23	26	28	31	33	36	38	40
10	16	19	22	24	27	30	33	36	38	41	44	47
11	18	22	25	28	31	34	37	41	44	47	50	53
12	21	24	28	31	35	38	42	46	49	53	56	60
13	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	63	67
14	26	30	34	38	43	47	51	56	60	65	69	73
15	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80
16	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	82	87
17	33	38	44	49	55	60	66	71	77	82	88	93
18	36	41	47	53	59	65	70	76	82	88	94	100
19	38	44	50	56	63	69	75	82	88	94	101	107
20	40	47	53	60	67	73	80	87	93	100	107	114

TABEL X
TABEL HARGA-HARGA KRITIS
DALAM TEST KOLMOGOROV-SMIRNOV

N	One Tailed Test		Two Tailed Test	
	$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,01$	$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,01$
3	3			
4	4		4	
5	4	5	5	5
6	5	6	5	6
7	5	6	6	6
8	5	6	6	7
9	6	7	6	7
10	6	7	7	8
11	6	8	7	8
12	6	8	7	8
13	7	8	7	9
14	7	8	8	9
15	7	9	8	9
16	7	9	8	10
17	8	9	8	10
18	8	10	9	10
19	8	10	9	10
20	8	10	9	11
21	8	10	9	11
22	9	11	9	11
23	9	11	10	11
24	9	11	10	12
25	9	11	10	12
26	9	11	10	12
27	9	12	10	12
28	10	12	11	13
29	10	12	11	13
30	10	12	11	13
35	11	13	12	
40	11	14	13	

TABEL XI
HARGA-HARGA z UNTUK TEST RUN
WALD-WOLFOWITZ

Z	0,00	0,01	0,02	0,03	0,04	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09
0,0	0,5000	0,4960	0,4920	0,4880	0,4840	0,4801	0,4761	0,4721	0,4681	0,4641
0,1	0,4602	0,4562	0,4522	0,4483	0,4443	0,4404	0,4364	0,4325	0,4286	0,4247
0,2	0,4207	0,4168	0,4129	0,4090	0,4052	0,4013	0,3974	0,3936	0,3897	0,3859
0,3	0,3821	0,3783	0,3745	0,3707	0,3669	0,3632	0,3594	0,3557	0,3520	0,3483
0,4	0,3446	0,3409	0,3372	0,3336	0,3300	0,3264	0,3228	0,3192	0,3156	0,3121
0,5	0,3086	0,3050	0,3015	0,2981	0,2946	0,2912	0,2877	0,2843	0,2810	0,2776
0,6	0,2743	0,2709	0,2676	0,2643	0,2611	0,2578	0,2546	0,2514	0,2483	0,2451
0,7	0,2420	0,2389	0,2358	0,2327	0,2297	0,2266	0,2236	0,2206	0,2177	0,2148
0,8	0,2119	0,2090	0,2061	0,2033	0,2005	0,1977	0,1949	0,1922	0,1894	0,1867
0,9	0,1841	0,1814	0,1788	0,1762	0,1736	0,1711	0,1685	0,1660	0,1635	0,1611
1,0	0,1587	0,1562	0,1535	0,1515	0,1492	0,1469	0,1446	0,1423	0,1401	0,1379
1,1	0,1357	0,1335	0,1314	0,1292	0,1271	0,1251	0,1230	0,1210	0,1190	0,1170
1,2	0,1151	0,1131	0,1112	0,1093	0,1075	0,1056	0,1038	0,1020	0,1003	0,0985
1,3	0,0968	0,0951	0,0934	0,0918	0,0901	0,0885	0,0869	0,0853	0,0838	0,0823
1,4	0,0808	0,0793	0,0778	0,0764	0,0749	0,0735	0,0721	0,0708	0,0694	0,0681
1,5	0,0668	0,0655	0,0643	0,0630	0,0618	0,0606	0,0594	0,0581	0,0571	0,0559
1,6	0,0548	0,0537	0,0526	0,0516	0,0505	0,0495	0,0485	0,0475	0,0465	0,0455
1,7	0,0445	0,0436	0,0427	0,0418	0,0409	0,0401	0,0392	0,0384	0,0375	0,0367
1,8	0,0359	0,0351	0,0344	0,0336	0,0329	0,0322	0,0314	0,0307	0,0301	0,0294
1,9	0,0287	0,0281	0,0274	0,0268	0,0262	0,0256	0,0250	0,0244	0,0239	0,0233
2,0	0,0228	0,0222	0,0217	0,0212	0,0207	0,0202	0,0197	0,0192	0,0188	0,0183
2,1	0,0179	0,0174	0,0170	0,0166	0,0162	0,0158	0,0154	0,0150	0,0146	0,0143
2,2	0,0139	0,0136	0,0132	0,0129	0,0125	0,0122	0,0119	0,0116	0,0113	0,0110
2,3	0,0107	0,0104	0,0102	0,0099	0,0096	0,0094	0,0091	0,0089	0,0087	0,0084
2,4	0,0082	0,0080	0,0078	0,0075	0,0073	0,0071	0,0069	0,0068	0,0066	0,0064
2,5	0,0062	0,0060	0,0059	0,0057	0,0055	0,0054	0,0052	0,0051	0,0049	0,0048
2,6	0,0047	0,0045	0,0044	0,0043	0,0041	0,0040	0,0039	0,0038	0,0037	0,0036
2,7	0,0035	0,0034	0,0033	0,0032	0,0031	0,0030	0,0029	0,0028	0,0027	0,0026
2,8	0,0026	0,0025	0,0024	0,0023	0,0023	0,0022	0,0021	0,0021	0,0020	0,0019
2,9	0,0019	0,0018	0,0018	0,0017	0,0016	0,0016	0,0015	0,0015	0,0014	0,0014
3,0	0,0013	0,0013	0,0013	0,0012	0,0012	0,0011	0,0011	0,0011	0,0010	0,0010
3,1	0,0010	0,0009	0,0009	0,0009	0,0008	0,0008	0,0008	0,0008	0,0007	0,0007
3,2	0,0007	0,0007	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0005	0,0005
3,3	0,0005	0,0005	0,0005	0,0004	0,0004	0,0004	0,0004	0,0004	0,0003	0,0003
3,4	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0002
3,5	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002	0,0002
3,6	0,0002	0,0002	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001
3,7	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001
3,8	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001
3,9	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

TABEL XII
NILAI-NILAI UNTUK DISTRIBUSI F

Baris atas untuk 5%
Baris bawah untuk 1%

V = dk pembilang

Penyebut	1	2	3	4	6	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	34	38	40	50	75	100	200	500	∞
1	161	200	216	225	236	254	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	249	250	251	252	253	253	254	254	254
2	4,02	4,99	5,403	5,623	5,764	5,859	5,928	5,981	6,022	6,059	6,082	6,106	6,142	6,169	6,208	6,234	6,254	6,258	6,266	6,267	6,270	6,273	6,274	6,275	6,276
3	13,31	19,00	19,16	19,25	19,36	19,55	19,57	19,57	19,58	19,59	19,4	19,41	19,42	19,43	19,45	19,45	19,45	19,46	19,47	19,47	19,47	19,48	19,49	19,49	19,50
4	98,49	99,06	99,17	99,23	99,30	99,35	99,34	99,36	99,38	99,40	99,41	99,42	99,43	99,44	99,45	99,45	99,45	99,45	99,45	99,45	99,45	99,46	99,46	99,46	99,50
5	10,13	9,55	9,28	9,15	9,01	8,94	8,88	8,84	8,81	8,78	8,76	8,74	8,71	8,69	8,66	8,64	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62
6	34,12	30,81	29,40	28,11	28,24	27,91	27,67	27,49	27,34	27,23	27,13	27,05	26,92	26,85	26,69	26,60	26,50	26,41	26,35	26,27	26,23	26,23	26,18	26,14	26,12
7	1,11	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,95	5,91	5,87	5,84	5,80	5,77	5,74	5,74	5,71	5,70	5,68	5,66	5,63	5,64	5,63
8	21,20	18,06	16,69	15,98	15,52	15,21	14,98	14,80	14,66	14,54	14,45	14,37	14,28	14,15	14,01	13,93	13,85	13,74	13,68	13,61	13,57	13,57	13,52	13,48	13,46
9	6,61	5,76	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,78	4,74	4,70	4,68	4,64	4,60	4,56	4,53	4,50	4,46	4,44	4,42	4,40	4,38	4,37	4,38	4,38
10	16,26	13,24	12,00	11,39	10,97	10,67	10,45	10,27	10,15	10,05	9,96	9,89	9,77	9,63	9,55	9,47	9,38	9,29	9,24	9,17	9,15	9,07	9,04	9,02	9,02
11	3,90	3,14	2,76	2,55	2,40	2,31	2,24	2,19	2,15	2,11	2,08	2,05	2,02	2,00	1,97	1,94	1,91	1,88	1,86	1,84	1,82	1,80	1,79	1,78	1,78
12	13,74	10,92	9,78	9,15	8,75	8,47	8,28	8,10	7,98	7,87	7,79	7,72	7,60	7,52	7,38	7,31	7,25	7,14	7,09	7,05	6,98	6,94	6,90	6,88	6,88
13	5,59	4,74	4,33	4,14	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,51	3,49	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23	3,23
14	13,25	9,55	8,45	7,85	7,46	7,19	7,00	6,84	6,71	6,62	6,54	6,47	6,35	6,27	6,15	6,07	5,98	5,90	5,85	5,78	5,75	5,70	5,67	5,65	5,65
15	3,22	2,46	2,07	1,84	1,68	1,59	1,50	1,44	1,39	1,34	1,31	1,28	1,25	1,20	1,15	1,12	1,08	1,05	1,03	1,00	0,98	0,96	0,94	0,93	0,93
16	11,26	8,63	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,05	5,91	5,82	5,74	5,67	5,56	5,48	5,36	5,28	5,20	5,11	5,06	4,98	4,90	4,86	4,81	4,80	4,80
17	5,12	4,26	3,86	3,65	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,13	3,10	3,07	3,02	2,98	2,93	2,90	2,86	2,82	2,80	2,77	2,76	2,75	2,72	2,71	2,71
18	10,56	8,02	6,99	6,41	6,06	5,80	5,62	5,47	5,35	5,26	5,18	5,11	5,00	4,92	4,80	4,73	4,64	4,56	4,51	4,45	4,41	4,36	4,33	4,31	4,31
19	4,06	3,10	2,71	2,48	2,33	2,22	2,14	2,07	2,00	1,94	1,90	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,70	1,66	1,64	1,61	1,59	1,56	1,55	1,54	1,54
20	10,04	7,58	6,55	5,98	5,64	5,39	5,21	5,06	4,95	4,85	4,78	4,71	4,60	4,52	4,41	4,33	4,25	4,17	4,12	4,05	4,01	3,96	3,93	3,91	3,91
21	4,94	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,86	2,82	2,79	2,74	2,70	2,65	2,61	2,57	2,53	2,50	2,47	2,45	2,43	2,41	2,40	2,40
22	9,63	7,20	6,23	5,67	5,33	5,07	4,88	4,74	4,63	4,54	4,46	4,40	4,29	4,21	4,10	4,02	3,94	3,86	3,80	3,74	3,70	3,66	3,62	3,60	3,60

V_i = dk. pembulatan

V _i = dk. Penyebot	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.30	2.25	2.20	2.16	2.13	2.08	2.03	1.97	1.93	1.88	1.84	1.80	1.76	1.74	1.71	1.68	1.67
	7.68	5.49	4.60	4.11	3.79	3.56	3.39	3.26	3.14	3.06	2.98	2.93	2.83	2.74	2.63	2.55	2.47	2.38	2.33	2.25	2.21	2.16	2.12	2.10
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.44	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.06	2.02	1.96	1.91	1.87	1.81	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65
	7.64	5.45	4.57	4.07	3.76	3.53	3.36	3.23	3.11	3.03	2.95	2.90	2.80	2.71	2.60	2.52	2.44	2.35	2.30	2.22	2.18	2.13	2.09	2.06
29	4.16	3.33	2.95	2.70	2.54	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.05	2.00	1.94	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.68	1.65	1.64
	7.60	5.42	4.54	4.04	3.73	3.50	3.33	3.20	3.08	3.00	2.92	2.87	2.77	2.68	2.57	2.49	2.41	2.32	2.27	2.19	2.15	2.10	2.06	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.34	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.04	1.99	1.93	1.89	1.84	1.79	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62
	7.56	5.39	4.51	4.02	3.70	3.47	3.30	3.17	3.06	2.98	2.90	2.84	2.74	2.66	2.55	2.47	2.38	2.29	2.24	2.16	2.13	2.07	2.03	2.01
32	4.15	3.30	2.90	2.67	2.51	2.40	2.32	2.25	2.19	2.14	2.10	2.07	2.02	1.97	1.91	1.86	1.82	1.76	1.74	1.69	1.67	1.64	1.61	1.59
	7.50	5.34	4.46	3.97	3.66	3.42	3.25	3.12	3.01	2.94	2.86	2.80	2.70	2.62	2.51	2.42	2.34	2.25	2.20	2.12	2.08	2.02	1.98	1.96
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.30	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.00	1.95	1.89	1.84	1.80	1.74	1.71	1.67	1.64	1.61	1.59	1.57
	7.44	5.29	4.42	3.93	3.61	3.38	3.21	3.08	2.97	2.89	2.82	2.76	2.66	2.58	2.47	2.38	2.30	2.21	2.15	2.08	2.04	1.98	1.94	1.91
36	4.11	3.26	2.86	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.10	2.06	2.03	1.98	1.95	1.87	1.82	1.78	1.72	1.69	1.65	1.63	1.59	1.56	1.55
	7.39	5.25	4.38	3.89	3.58	3.35	3.18	3.04	2.94	2.86	2.78	2.72	2.63	2.54	2.45	2.35	2.26	2.17	2.12	2.04	2.00	1.94	1.9	1.87
38	4.10	3.25	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.96	1.92	1.85	1.80	1.76	1.71	1.67	1.63	1.6	1.57	1.54	1.53
	7.35	5.21	4.34	3.86	3.54	3.32	3.15	3.02	2.91	2.82	2.75	2.69	2.59	2.51	2.40	2.32	2.22	2.14	2.08	2.00	1.97	1.90	1.86	1.84
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.07	2.04	2.00	1.95	1.90	1.84	1.79	1.74	1.69	1.66	1.61	1.59	1.55	1.53	1.51
	7.31	5.18	4.31	3.83	3.51	3.29	3.12	2.99	2.88	2.80	2.73	2.66	2.56	2.49	2.37	2.29	2.20	2.11	2.05	1.97	1.94	1.88	1.84	1.81
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.02	1.99	1.94	1.89	1.82	1.78	1.73	1.68	1.64	1.6	1.57	1.54	1.51	1.49
	7.27	5.15	4.29	3.80	3.49	3.26	3.10	2.96	2.86	2.77	2.70	2.64	2.54	2.46	2.35	2.26	2.17	2.08	2.02	1.94	1.91	1.85	1.80	1.78
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.93	1.88	1.81	1.76	1.72	1.66	1.63	1.58	1.56	1.52	1.50	1.48
	7.24	5.12	4.26	3.78	3.46	3.24	3.07	2.94	2.84	2.75	2.68	2.62	2.52	2.44	2.32	2.24	2.15	2.06	2.00	1.92	1.88	1.82	1.78	1.75
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.14	2.09	2.04	2.00	1.97	1.91	1.87	1.80	1.75	1.71	1.65	1.62	1.57	1.54	1.51	1.48	1.46
	7.21	5.10	4.24	3.76	3.44	3.22	3.05	2.92	2.82	2.73	2.66	2.60	2.50	2.42	2.30	2.22	2.13	2.04	1.98	1.90	1.86	1.80	1.76	1.73
48	4.04	3.19	2.80	2.56	2.41	2.30	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.90	1.86	1.79	1.74	1.70	1.64	1.61	1.56	1.53	1.50	1.47	1.45
	7.19	5.08	4.22	3.74	3.42	3.20	3.04	2.90	2.80	2.71	2.64	2.58	2.48	2.40	2.28	2.20	2.11	2.02	1.96	1.88	1.84	1.78	1.73	1.70
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.90	1.85	1.78	1.74	1.69	1.63	1.60	1.55	1.52	1.48	1.46	1.44
	7.17	5.06	4.20	3.72	3.41	3.18	3.02	2.88	2.78	2.70	2.62	2.56	2.46	2.39	2.26	2.18	2.10	2.00	1.94	1.86	1.82	1.76	1.71	1.68
55	4.02	3.17	2.78	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.97	1.93	1.88	1.83	1.76	1.72	1.67	1.61	1.58	1.52	1.50	1.46	1.43	1.41
	7.12	5.01	4.16	3.68	3.37	3.15	2.98	2.85	2.75	2.66	2.59	2.53	2.43	2.35	2.23	2.15	2.06	1.96	1.90	1.82	1.78	1.71	1.66	1.64

V_i = df. pembahang

Pembayang	V _i = df. pembahang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	0
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,95	1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,48	1,44	1,41	1,39
70	4,08	4,96	4,13	3,65	3,34	3,12	2,95	2,82	2,72	2,65	2,56	2,50	2,40	2,32	2,20	2,12	2,03	1,95	1,87	1,79	1,74	1,68	1,63	1,60
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,24	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,54	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
70	7,04	4,95	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,54	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,84	1,76	1,71	1,64	1,60	1,56
80	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,14	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,84	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
90	7,01	2,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,63	1,56	1,53
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,48	1,42	1,39	1,34	1,30	1,28
125	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,43	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
150	6,84	4,78	3,94	3,47	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,47	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
200	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,54	1,47	1,44	1,37	1,34	1,20	1,25	1,22
250	6,81	4,75	3,91	3,44	3,14	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,2	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
300	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,8	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
400	6,76	4,71	3,88	3,41	3,11	2,9	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
500	3,86	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,73	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
1000	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
∞	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,66	4,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,45	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
	3,84	2,99	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,00
	6,64	4,60	3,78	3,32	3,02	2,80	2,64	2,51	2,41	2,32	2,24	2,18	2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,00

TABEL XIII
TABEL NILAI-NILAI RHO

N	Taraf	Signif	N	Taraf	Signif
	5%	1%		5%	1%
5	1,000		16	0,506	0,665
6	0,886	1,000	18	0,475	0,626
7	0,786	0,929	20	0,450	0,591
8	0,738	0,881	22	0,428	0,562
9	0,683	0,833	24	0,409	0,537
10	0,648	0,794	26	0,392	0,515
12	0,591	0,777	28	0,377	0,496
14	0,544	0,715	30	0,364	0,478

TABEL XIV
TABEL HARGA-HARGA KRITIS Z DALAM OBSERVASI
DISTRIBUSI NORMAL

Z	,00	,01	,02	,03	,04	,05	,06	,07	,08	,09
,0	,5000	,4960	,4920	,4880	,4840	,4801	,4761	,4721	,4681	,4641
,1	,4602	,4562	,4522	,4483	,4443	,4404	,4364	,4325	,4286	,4247
,2	,4207	,4168	,4129	,4090	,4052	,4013	,3974	,3936	,3897	,3859
,3	,3821	,3783	,3745	,3707	,3669	,3632	,3594	,3557	,3520	,3483
,4	,3446	,3409	,3372	,3336	,3300	,3264	,3228	,3192	,3156	,3121
,5	,3085	,3050	,3015	,2981	,2946	,2912	,2877	,2843	,2810	,2776
,6	,2743	,2709	,2676	,2643	,2611	,2578	,2546	,2514	,2483	,2451
,7	,2420	,2389	,2358	,2327	,2296	,2266	,2236	,2206	,2177	,2148
,8	,2119	,2090	,2061	,2033	,2005	,1977	,1949	,1922	,1894	,1867
,9	,1841	,1814	,1788	,1762	,1736	,1711	,1685	,1660	,1635	,1611
1,0	,1587	,1562	,1539	,1515	,1492	,1469	,1446	,1423	,1401	,1379
1,1	,1357	,1335	,1314	,1292	,1271	,1251	,1230	,1210	,1190	,1170
1,2	,1151	,1131	,1112	,1093	,1075	,1056	,1038	,1020	,1003	,0985
1,3	,0968	,0951	,0934	,0918	,0901	,0885	,0869	,0853	,0838	,0823
1,4	,0808	,0793	,0778	,0764	,0749	,0735	,0721	,0708	,0694	,0681
1,5	,0668	,0655	,0643	,0630	,0618	,0606	,0594	,0582	,0571	,0559
1,6	,0548	,0537	,0526	,0516	,0505	,0495	,0485	,0475	,0465	,0455
1,7	,0446	,0436	,0427	,0418	,0409	,0410	,0392	,0384	,0375	,0367
1,8	,0359	,0351	,0344	,0336	,0329	,0322	,0314	,0307	,0301	,0294
1,9	,0287	,0281	,0274	,0268	,0262	,0256	,0250	,0244	,0239	,0233
2,0	,0228	,0222	,0217	,0212	,0207	,0202	,0197	,0192	,0188	,0183
2,1	,0179	,0174	,0170	,0166	,0162	,0158	,0154	,0150	,0146	,0143
2,2	,0139	,0136	,0132	,0129	,0125	,0122	,0119	,0116	,0113	,0110
2,3	,0107	,0104	,0102	,0099	,0096	,0094	,0091	,0089	,0087	,0084
2,4	,0082	,0080	,0078	,0075	,0073	,0071	,0069	,0068	,0066	,0064
2,5	,0062	,0060	,0059	,0057	,0055	,0054	,0052	,0051	,0049	,0048
2,6	,0047	,0045	,0044	,0043	,0041	,0040	,0039	,0038	,0037	,0036
2,7	,0035	,0034	,0033	,0032	,0031	,0030	,0029	,0028	,0027	,0026
2,8	,0026	,0025	,0024	,0023	,0023	,0022	,0021	,0021	,0020	,0019
2,9	,0019	,0018	,0018	,0017	,0016	,0016	,0015	,0015	,0014	,0014
3,0	,0013	,0013	,0013	,0012	,0012	,0011	,0011	,0011	,0010	,0010
3,1	,0010	,0009	,0009	,0009	,0008	,0008	,0008	,0008	,0007	,0007
3,2	,0007									
3,3	,0005									
3,4	,0003									
3,5	,00023									
3,6	,00016									
3,7	,00011									
3,8	,00007									
3,9	,00005									
4,0	,00003									

TABEL XV
TABEL HARGA-HARGA KRITIS D DALAM TEST DUA
SAMPEL KOLOMOGOROV-SMIRNOV
(Sampel-sampel besar : Test Dua Sisi)

Level of significance	Value of D so large as to call for rejection of Ho at the indicated level of significance, where D = maximum Sn ₁ (X) - Sn ₂
.10	$1.22 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$
.05	$1.36 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$
.025	$1.48 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$
.01	$1.63 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$
.005	$1.73 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$
.001	$1.95 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$



DAFTAR BAB

- BAB I KONSEP DASAR KOMUNIKASI DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN
- BAB II KONSEP DASAR METODE PENELITIAN KOMUNIKASI
- BAB III METODE PENELITIAN SURVEI
- BAB IV KAJIAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS
- BAB V METODE PENELITIAN EKSPERIMEN
- BAB VI POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN KUANTITATIF
- BAB VII SKALA PENGUKURAN DAN INSTRUMEN PENELITIAN
- BAB VIII TEKNIK PENGUMPULAN DATA
- BAB IX TEKNIK ANALISIS DATA
- BAB X CONTOH ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS
- BAB XI MEMBUAT JUDUL DAN PROPOSAL PENELITIAN KUANTITATIF
- BAB XII MENYUSUN LAPORAN PENELITIAN KUANTITATIF
- BAB XIII MASALAH, FOKUS, JUDUL, DAN TEORI DALAM PENELITIAN KUALITATIF
- BAB XIV POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN KUALITATIF
- BAB XV INSTRUMEN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF
- BAB XVI TEKNIK ANALISIS DATA KUALITATIF
- BAB XVII VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN KUALITATIF
- BAB XVIII PROPOSAL PENELITIAN KUALITATIF
- BAB XIX LAPORAN PENELITIAN KUALITATIF
- BAB XX ANALISIS TEKS MEDIA
- BAB XXI CARA MUDAH MENULIS ARTIKEL UNTUK JURNAL NASIONAL DAN INTERNASIONAL

Penelitian - Perguruan Tinggi

ISBN 602-289-672-2



9 786022 896722

Harga P. Jawa Rp. 169.000

Penerbit **ALFABETA**

Jl. Gegerkalong Hilir Bandung
 Telp. 022-2008822 Fax. 022-2020373
 Mobile/Message: 081 1213 9484
 e-mail: alfabetabdg@yahoo.co.id
 website: www.cvalfabeta.com

ISBN: 978-602-289-672-2

Ra-20

Pnlt31-744