

METODE SURVEI DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI

Saat ini tersedia beragam buku “Metode Penelitian” bagi para mahasiswa dan dosen di perguruan tinggi untuk mata kuliah Metode Penelitian. Metode penelitian merupakan teknik atau cara yang dapat diadopsi untuk mengeksplorasi sifat dunia yang mengelilingi kita termasuk kondisi masyarakatnya.

Buku yang berjudul “Metode Survei dalam Penelitian Komunikasi” ini berisi tentang Hakikat Penelitian, Hakikat Komunikasi, Metode Survei dan laporan penelitian survei yang berjudul *Pengaruh Tayangan Iklan Layanan Masyarakat dan Pemberitaan Covid-19 di Televisi Terhadap Penerapan Protokol Kesehatan oleh Warga Perumahan Setu Indah, Cipayung, Jakarta Timur*.

Penulisan buku ini berasumsi bahwa para mahasiswa dan dosen yang menjadikan buku ini sebagai buku pegangan atau referensi, sedapat mungkin telah melewati pengetahuan dasar statistik deskriptif dan inferensial. Oleh karena itu kepada para mahasiswa dan dosen dianjurkan untuk membaca beberapa buku metode penelitian yang lain untuk saling melengkapi.

Para mahasiswa S1 dan S2 dianjurkan untuk dapat memakai dan menyimak buku ini sebagai pedoman mempelajari metode penelitian kuantitatif bagi penulisan karya ilmiah atau tugas akhir, karena buku ini juga dilampiri form usulanancangan penelitian, dilanjutkan dengan contoh isian sebagai usulan rancangan penelitian, contoh Bab-I, Bab II dan Bab III sebagai pengembangan isian dari pengajuan usulan rancangan penelitian serta contoh laporan penelitian dengan metode survei.

PT. MANDALA NASIONAL
Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55
Cempaka Putih - Jakarta Pusat 10530



Muhammad Saifulloh, S.Sos., M.Si.
Dr. H. Sofyan, M.Si.

METODE SURVEI DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI



Muhammad Saifulloh, S.Sos., M.Si.
Dr. H. Sofyan, M.Si.

METODE SURVEI DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI

***METODE SURVEI
DALAM PENELITIAN
KOMUNIKASI***

Muhammad Saifulloh, S.Sos., M.Si.

Dr. H. Sofyan, M.Si.



***METODE SURVEI
DALAM PENELITIAN
KOMUNIKASI***

Muhammad Saifulloh, S.Sos., M.Si.

Dr. H. Sofyan, M.Si.

@ 2022

Desain Sampul: Andre

Tata Letak: Abi Alif

Penerbit: PT. Mandala Nasional
Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih
Jakarta Pusat 10530

Cetakan Pertama: November 2022

ISBN: 978-623-183-256-6

KATA SAMBUTAN

Saat ini tersedia beragam buku “Metode Penelitian” bagi para mahasiswa dan dosen di perguruan tinggi untuk mata kuliah Metode Penelitian. Metode penelitian merupakan teknik atau cara yang dapat diadopsi untuk mengeksplorasi sifat dunia yang mengelilingi kita termasuk kondisi masyarakatnya.

Buku yang berjudul “Metode Survei dalam Penelitian Komunikasi” ini berisi tentang Hakikat Penelitian, Hakikat Komunikasi, Metode Survei dan laporan penelitian survei yang berjudul *Pengaruh Tayangan Iklan Layanan Masyarakat dan Pemberitaan Covid-19 di Televisi Terhadap Penerapan Protokol Kesehatan oleh Warga Perumahan Setu Indah, Cipayung, Jakarta Timur*.

Penulisan buku ini berasumsi bahwa para mahasiswa dan dosen yang menjadikan buku ini sebagai buku pegangan atau referensi, sedapat mungkin telah melewati pengetahuan dasar statistik deskriptif dan inferensial. Oleh karena itu kepada para mahasiswa dan dosen dianjurkan untuk membaca beberapa buku metode penelitian yang lain untuk saling melengkapi.

Akhir kata saya menyambut baik penerbitan buku ini dan menganjurkan para mahasiswa S1 dan S2 untuk dapat memakai dan menyimak buku ini sebagai pedoman mempelajari metode penelitian kuantitatif bagi penulisan karya ilmiah atau tugas akhir, karena buku ini juga dilampiri form usulan ancatan penelitian, dilanjutkan dengan contoh isiannya sebagai usulan rancangan penelitian, contoh Bab-I, Bab II dan Bab III sebagai pengembangan isian dari pengajuan usulan rancangan penelitian serta contoh laporan penelitian dengan metode survei.

Kita patut bersyukur, karena terbitnya buku ini mewakili perilaku para ilmuwan untuk mengabdikan karya-karya para dosen terdahulu yang semuanya demi satu kehormatan dan kelanjutan ilmu pengetahuan.

Jakarta, November 2022

Prof. Dr. H. Sunarto, M.Si.

Guru Besar Ilmu Komunikasi

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Tuhan Yang Mahakuasa yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kebijaksanaan dalam penulisan buku yang berjudul **“METODE SURVEI DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI”** ini. Buku yang kami tulis ini merupakan kumpulan bahan ajar, dan praktek dalam mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif, rangkuman pengalaman dalam membimbing penulisan skripsi mahasiswa S1 dan tesis mahasiswa S2 dalam ilmu komunikasi.

Penulisan buku ini diperuntukkan bagi mahasiswa, dosen pembimbing dan para peneliti yang ingin memahami metode penelitian kuantitatif khususnya dengan metode survei dan penerapannya dalam ilmu komunikasi.

Para pembaca yang ingin pengetahuan metode penelitian kuantitatif khususnya metode survei disarankan untuk membaca buku ini.

Penyelesaian buku ini tidak terlepas dari bantuan teman-teman dan dukungan keluarga tersayang, istri, anak-anak dan cucu-cucu.

Kami sadari bahwa dalam penulisan buku ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan buku ini kami terima dengan senang hati. Akhirnya kami harapkan semoga buku ini bermanfaat bagi para mahasiswa, dosen pembimbing dan para peneliti di bidang Ilmu Komunikasi.

Jakarta, Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN ... i

KATA PENGANTAR ... iii

DAFTAR ISI ... v

Bab 1

Hakikat Penelitian ... 1

Peranan Ilmu dan Teknologi Bagi Kehidupan Manusia ... 1

Metode Ilmiah Sebagai Cara Kerja Ilmu ... 3

Penelitian Sebagai Sarana Perkembangan Ilmu ... 9

Metode Penelitian ... 11

Pengertian Metode Penelitian ... 11

Tujuan Penelitian ... 13

Kegunaan Penelitian ... 15

Sifat-Sifat Penelitian ... 16

Prosedur Penelitian ... 19

Bab 2

Hakikat Komunikasi ... 31

Peranan Komunikasi Bagi Kehidupan Manusia ... 31

Pengertian Komunikasi ... 33

Proses Komunikasi ... 36

Unsur-unsur Komunikasi ... 45

Jenis-Jenis Komunikasi ... 54

Model Komunikasi ... 60

Teori Komunikasi ... 67

Bab 3

Metode Survei dalam Penelitian Komunikasi ... 87

Prosedur Survei dalam Penelitian Komunikasi ... 87

Proposal Penelitian Survei dalam Ilmu Komunikasi ... 89

Laporan Hasil Penelitian Survei dalam Ilmu Komunikasi
... 118

Lampiran

Rancangan Penelitian Survei dalam Ilmu Komunikasi ... 175

DAFTAR PUSTAKA ... vii

TENTANG PENULIS ... xiii

BAB 1

HAKIKAT PENELITIAN

Peran Ilmu dan Teknologi Bagi Kehidupan Manusia

Tuhan yang Maha Kuasa dan Maha Pencipta telah menciptakan manusia (Al-Hujurat, 49: 13). Sungguh Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti. Manusia mampu mengarungi hidupnya di alam semesta, karena Tuhan membekali manusia dengan *empat* kemampuan dasar. Keempat kemampuan dasar tersebut masing-masing adalah: *Satu*, Kemampuan berfikir atau *Intellectual Quossion*, *dua* Kemampuan Inderawi atau *Sensual Quossion*, *tiga* Kemampuan emosional atau *Emotional Quossion* dan *empat* Kemampuan Spiritual atau *Spiritual Quossion*.

Kemampuan berfikir diwujudkan dalam bentuk kegiatan pemecahan masalah, berlogika, melakukan analisis, menguraikan, menjelaskan, membandingkan, menyimpulkan, dan lain-lain. Kegiatan kegiatan tersebut bersifat rasional, dan logis, karena menggunakan daya nalar dengan instrumen sel sel otak, sehingga manusia disebut sebaga *Homo Sapiens*. Dalam kegiatan ilmiah, berfikir menghasil konsep dan teori sebagai unsur Ilmu bersifat abstrak. Sedang kemampuan Inderawi dapat diwujudkan dalam bentuk melihat, mendengar, meraba dan merasakan; melalui kegiatan inderawi tersebut menghasilkan hal

hal yang bersifat empirik atau relita yang dapat dibuktikan secara inderawi. dalam ilmu pengetahuan berupa data, gejala, fakta dan data yang juga merupakan unsur Ilmu.

Kemampuan emosional berupa naluri untuk berkembang, karena tabiat manusia yang ingin tahu. Kemampuan emosional tersebut diwujudkan dalam bentuk kegiatan imajinasi, berkeinginan, bercita-cita, berbuat baik, berusaha, berempati, menghibur diri, galau dan bersedih hati. Dalam kegiatan ilmiah, kemampuan emosional ini menghasilkan ilmu dan pengembangan ilmu pengetahuan berupa teori, konsep dan hasil hasil penelitian lainnya.

Kemampuan Spiritual adalah kemampuan beragama yaitu mengenal, meyakini dan berkomunikasi dengan Tuhan; melaksanakan Perintah Perintah Nya dan menghindari larangan laranganNya serta berbuat baik kepada sesama. Berkaitan dengan kegiatan ilmiah, kemampuan spiritual ini penciptaan dan pengembangan ilmu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia dan sesamanya, menghindarkan diri dari penggunaan ilmu pengetahuan yang membinasakan manusia dan perbuatan perbuatan jahat lainnya.

Tidak hanya sekadar dipelajari, ilmu pengetahuan juga harus senantiasa diterapkan ke dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, dengan adanya ilmu diharapkan mampu membuat seseorang lebih mengenal tentang alam kehidupan sosial, dan juga kemanusiaan

Ilmu berasal dari Bahasa Arab, yaitu *alima* yang berarti pengetahuan. Ilmu terbagi menjadi beberapa macam, seperti pengetahuan biasa dan peengetahuan ilmu. Pengetahuan biasa

merupakan pengetahuan keseharian yang kita dapatkan dari berbagai sumber bebas dan belum tentu benar atau berdasarkan kenyataan. Menurut Titus (1959). Ilmu Pengetahuan adalah pengetahuan yang pasti dan berdasarkan kenyataan. Biasanya pengetahuan ilmu disusun secara sistematis dan berdasarkan metodologi untuk mencapai sebuah kesimpulan. Ilmu adalah cabang pendidikan fikrah yang merupakan kajian terstruktur mengenai berbagai pengetahuan, terutama tentang tata cara atau metode, persepsi, pendapat, serta berbagai informasi umum mengenai cabang-cabang pengetahuan intelektual.

Ilmu juga bisa disebut sebagai pencarian abadi untuk pemahaman yang cerdas dan terintegrasi dari dunia tempat kita hidup. Sampai batas-batas tertentu ilmu telah banyak membantu manusia dalam mencapai tujuan hidup dan kehidupannya, yaitu kehidupan yang lebih baik. Ilmu menghasilkan teknologi yang memungkinkan manusia yang memungkinkan manusia bergerak dan bertindak dengan cermat dan tepat, mengingat ilmu dan teknologi merupakan hasil kerja pengalaman, observasi, eksperimen dan verifikasi. Dengan ilmu dan teknologi, manusia dapat mengubah wajah dunia, mengubah cara manusia bekerja, cara manusia berfikir, cara melakukan perbaikan-perbaikan, serta penemuan-penemuan baru.

Metode Ilmiah Sebagai Cara Kerja Ilmu

Menurut Huxley (1965: 2) menyatakan bahwa Metode ilmiah merupakan ekspresi mengenai cara bekerja pikiran atau yang bersifat rasional dan teruji yang memungkinkan pengetahuan yang disusunnya merupakan pengetahuan yang handal. Metode

ilmiah menggabungkan cara berfikir deduktif dan cara berfikir induktif.

Menurut Emzir (2012: 4) cara berfikir deduktif adalah penalaran yang melibatkan cara esensial dalam proses menarik kesimpulan dari hal-hal umum dan abstrak (teori dan konsep) yang dihubungkan dengan hal-hal khusus berupa realita tertentu. Sedangkan berfikir induktif adalah penalaran yang melibatkan generalisasi yang didasarkan pada sejumlah pengamatan terbatas dari kejadian tertentu.

Menurut Bagong (2005: 3) berfikir atau *thinking* adalah aktifitas kejiwaan seseorang yang mencoba segala pengertian dan pengalaman yang dimilikinya untuk mencapai suatu kesimpulan yang sah dan benar. Proses berfikir dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

Berfikir formal, yaitu berfikir yang mendasarkan premis-premis dari aspek eksternalnya. Kesimpulan atau putusan diperoleh melalui hubungan formal dalam aspek eksternalnya, bukan aspek isinya.

Contoh:

Semua dosen adalah pendidik (Premis)

Pak Syaifulloh adalah dosen (Premis)

Pak Syaifulloh adalah pendidik

Berfikir material, yaitu berfikir yang mendasarkan premis-premis dari aspek internalnya. Kesimpulan atau putusan diperoleh melalui hubungan antara isi pengertian pada aspek internalnya, bukan pada aspek eksternalnya.

Contoh:

Semua makhluk hidup akan mati
Manusia adalah makhluk hidup
Manusia akan mati

Pola umum berfikir ilmiah yang digunakan dalam Ilmu adalah:

Deduksi. Deduksi adalah pola berfikir dari hal-hal umum menuju hal-hal yang khusus, atau gerak berfikir dari umum ke khusus.

Contoh:

Mahasiswa UI adalah cendekiawan (Umum)
Ahmad Mukhlis adalah mahasiswa UI (Khusus)
Jadi Ahmad Mukhlis adalah cendekiawan

Pola berfikir deduktif melahirkan telaan khusus tentang logika deduktif atau yang disebut silogisme.

Induktif. Induksi adalah proses berfikir yang bergerak dari hal-hal yang khusus menuju pada hal-hal yang umum, yang mendasarkan pada hasil.

Contoh:

Mahasiswa –Budi mengendarai motor ke kampus.
Mahasiswa -Carly mengendarai motor ke kampus
Mahasiswa –Dedy mengendarai motor ke kampus
Semua mahasiswa mengendarai motor ke kampus

Cara berfikir induktif melahirkan telaahan yang kompleks induktif, yang membahas *generalisasi, hubungan sebab-akibat dan probabilitas*.

Ilmu Pengetahuan menggunakan pola pikir sintesis antara deduktif dan induktif, yang digambarkan sebagai berikut:

Analogi. Analogi adalah proses berfikir yang menyatakan bahwa dalam dunia terdapat hal-hal atau segala sesuatu yang memiliki sifat kemiripan satu sama lain (*similarity*), oleh karena itu ada hal-hal yang dianggap sama atau mirip.

Contoh:

Adhy anak Pak Karso jujur.

Bambang anak Pak Karso jujur.

Cintya yang juga anak Pak Karso jujur.

Kalau begitu si Dedy yang juga anak pak karso pasti jujur.

Komparasi (*Comparative thinking*). Komparasi adalah cara berfikir dengan membandingkan pengalaman yang lalu dengan pengalaman sekarang. Jika terdapat perbedaan, maka perbedaan itu adalah kesimpulannya.

Contoh:

Zaman tahun 1950 an alat komunikasi di pedesaan menggunakan kentongan dan teriakan keras-keras.

Zaman sekarang alat komunikasi di pedesaan menggunakan tilpun genggam.

Kesimpulan alat komunikasi di pedesaan mengalami Perubahan.

Berfikir reflektif (*Reflective thinking*). Berpikir reflektif adalah berfikir aktif, terus menerus, gigih, dan mempertimbangkan dengan seksama tentang segala sesuatu yang dipercaya kebenarannya atau format tentang pengetahuan dengan alasan yang mendukungnya dan menuju pada suatu kesimpulan. Menurut Kartini-Kartono (1996: 13) langkah langkah berfikir reflektif adalah sebagai berikut:

1. Disadari adanya suatu masalah sehingga perlu adanya pemecahan.
2. Masalah dirumuskan menjadi rumusan masalah dan adanya pembatasan.
3. Membuat dugaan pemecahan masalah berupa hipotesis, dan anggapan dasar.
4. Mengumpulkan informasi untuk membuktikan hipotesis atau anggapan dasar tersebut.
5. Menarik kesimpulan untuk merepresentasi hipotesis, dugaan dan anggapan dasar tersebut.
6. Menemukan pemecahan masalah, mengemukakan prediksi dan mengemukakan implikasi dalam konteks-konteks social tertentu.

Menurut Yuyun (1982: 128) ada *lima tahapan* dalam kegiatan dengan metode ilmiah, masing-masing adalah:

Perumusan Masalah, berupa pertanyaan mengenai obyek empirik yang jelas batas-batasnya serta dapat diidentifikasi faktor-faktor yang terkait.

Penyusunan kerangka berfikir dalam penyusunan hipotesis, merupakan argumentasi yang menjelaskan hubungan yang mungkin terdapat antara berbagai faktor yang saling mengkait dan membentuk konstelasi permasalahan. Kerangka berfikir ini disusun secara rasional berdasarkan premis-premis ilmiah yang telah teruji kebenarannya dengan memperhatikan faktor-faktor empiris yang relevan dengan permasalahan.

Perumusan hipotesisi, yang merupakan jawaban sementara atau dugaan terhadap pertanyaan yang diajukan yang materinya merupakan kesimpulan dari kerangka berfikir yang dikembangkan.

Pengujian hipotesis, yang merupakan pengumpulan fakta-fakta yang relevan dengan hipotesis yang diajukan untuk memperlihatkan apakah terdapat fakta-fakta yang mendukung hipotesis tersebut atau tidak.

Penarikan, berupa penilaian apakah sebuah hipotesis yang diajukan itu diterima ditolak atau diterima. Sekiranya dalam proses pengujian terdapat fakta dan data yang cukup untuk mendukung hipotesis, maka hipotesis itu diterima. Sebaliknya, apabila dalam proses pengujian tidak ada fakta dan data yang cukup mendukung hipotesis, maka hipotesis itu ditolak.

Hipotesis yang diterima kemudian dianggap menjadi bagian dari pengetahuan yang ilmiah, karena telah memenuhi persyaratan keilmuan, yakni mempunyai kerangka penjelasan yang konsisten dengan pengetahuan ilmiah sebelumnya serta telah teruji kebenarannya. Pengertian kebenaran di sini harus ditafsirkan secara pragmatis dalam arti bahwa sampai saat itu belum terdapat fakta yang menyatakan sebaliknya.

Kelima tahapan tersebut secara koneksitas dapat divisualisasikan ke dalam gambar sebagai berikut.

Penelitian Sebagai Sarana Pengembangan Ilmu

Bungin (2006: 3) menyatakan bahwa Penelitian dan Ilmu Pengetahuan bagaikan dua sisi dari sebuah mata uang, dalam arti penelitian dan ilmu pengetahuan itu tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Penelitian ilmiah dibutuhkan oleh ilmu pengetahuan, Pengembangan Ilmu Pengetahuan tidak bisa meninggalkan tradisi Penelitian Ilmiah. Posisi simbiose mutualistik ini memberi konsekuensi bahwa penelitian dan ilmu pengetahuan berada dalam satu sistem ilmiah, dan keduanya sama-sama membesarkan dan memperkuat sistem ilmiah itu.

Penggunaan metode ilmiah secara terancang dan sistematis tidak bisa dipisahkan pertumbuhan ilmu pengetahuan baik ilmu-ilmu alamiah maupun ilmu-ilmu sosial, karena ilmu pengetahuan merupakan produk investigasi ilmiah. Pertumbuhan ilmu pengetahuan dari awal mulanya hingga sekarang, adalah hasil kegiatan penelitian yang dilakukan oleh para ilmuwan. Ilmu Pengetahuan berkepentingan dengan penemuan-penemuan baru yang kebenarannya teruji secara ilmiah berupa teori, dalil dan generalisasi mengenai realitas dunia alam maupun dunia sosial. Semakin banyak teori, dalil dan generalisasi semakin banyak juga rahasia yang bisa terungkap. Oleh karena itu penelitian merupakan pisau pembedah realitas-realitas alam dan sosial yang belum terungkap. Dengan demikian semakin banyak teori, dalil dan generalisasi sebuah ilmu pengetahuan menandakan bahwa ilmu itu semakin berkembang.

Menurut Burhanuddin (: 13), kata ilmu merupakan terjemahan dari kata *science*, yang secara etimologis berasal dari kata *scire* yang artinya *to know*. *Science* atau ilmu diartikan sebagai *Common sense* yang diatur dan diorganisasikan melalui pendekatan terhadap benda-benda atau peristiwa-peristiwa dengan metode observasi yang teliti dan kritis.

Rendal (1952: 57) mengemukakan sifat-sifat umum dari ilmu adalah:

Akumulatif dan milik bersama, dalam arti hasil ilmu yang telah lalu dapat dipergunakan sebagai bahan penyelidikan dan penemuan hal-hal yang baru, dan tidak menjadi monopoli dari yang menemukannya saja, setiap orang dapat menggunakan dan memanfaatkan hasil temuan tersebut.

Kebenarannya tidak mutlak dan bisa terjadi kekeliruan, karena yang Namun perlu diingat bahwa kesalahan-kesalahan itu bukan karena metodenya, tetapi terletak pada manusia yang menggunakan metode itu.

Ilmu itu obyektif, dalam arti prosedur dan cara penggunaan metode tidak tergantung kepada yang menggunakannya, dan tidak tergantung kepada pemahaman secara pribadi penggunanya.

Menurut Harsoyo (1977: 107) ciri-ciri ilmu adalah ilmiah, yaitu:

Ilmu itu bersifat rasional, Ilmu merupakan hasil dari proses berfikir dengan menggunakan akal.

Ilmu itu bersifat empiris, Ilmu termasuk realita yang dapat dicerap oleh indera seperti penglihatan, pendengaran, perabaan, dll.

Ilmu itu bersifat umum, Ilmu itu ada dan berlaku di berbagai wilayah dan dalam jangkauan waktu yang relatif tidak terbatas, dikembangkan dan dimanfaatkan oleh siapapun.

Ilmu itu bersifat akumulatif, Ilmu merupakan kumpulan dari pengetahuan sejenis yang dihimpun dan disusun dari waktu ke waktu menjadi satu kesatuan.

Metode Penelitian

Pengertian Metode Penelitian

Secara etimologis, **Metode penelitian** terdiri atas dua kata yaitu **metode** dan **penelitian**. **Metode** dari kata **metha** (melalui atau melewati) dan **hodos** (jalan atau cara), jadi metode artinya cara yang tepat untuk mencapai tujuan tertentu. **Penelitian** berasal dari bahasa Inggris *research* (*re* berarti kembali dan *search* berarti mencari), artinya mencari data yang sudah ada di lapangan tetapi belum terungkap. Dengan demikian Metode Penelitian adalah suatu kegiatan yang sistematis untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis data sampai menyusun laporannya.

Donald Slesinger (1984: 330) menyatakan *social research as scientific undertaking which, by means of logical and systematized methods, aims to discover new facts or verify old*

facts, and to analyze their sequemces, interrelationship,causal explanations, and the natural laws which govern them.

Sugiyono (2021: 29) memaparkan beberapa definisi dari kata Metode Penelitian, masing masing adalah:

Pendapat Stephen M. Croucher and Daniel Cronn-Mils menyatakan *Research is the detailed or indepth study of a subject (often a theory) to reach a greater understanding or to obtain new information about the subject.* (Penelitian dapat didefinisikan sebagai kajian yang mendetail dan mendalam, untuk memperoleh pemahaman atau untuk memperoleh informasi baru tentang objek yang diteliti. Dalam hal metode dikemukakan: *A method is a systematic technique or procedure used to conduct research.* Metode merupakan teknik atau prosedur.

Pendapat Steven Dukeshire dan Jennifer Thurlow menyatakan bahwa —*research is the systematic collection and presentation of information*‖.Penelitiana merupakan cara yang sistematis untuk mengumpulkan data dan mempresentasikan hasilnya.

Creswell (2002:74) menyatakan bahwa “*research methods involve the form of data collection, analysis, an interpretation that research proposes for the studies*‖Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian.

Menurut Neolaka (2014: 17) Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujaun dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah diartikan sebagai kegiatan yang

didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Dari beberapa pendapat tersebut akhirnya penulis berpendapat bahwa metode penelitian adalah cara dan prosedur dalam pengumpulan, penyusunan, analisis dan menyimpulkan data secara sistematis dan obyektif dalam kajian ilmu tertentu sehingga dapat diketahui rangkaian, formulasi dan pemecahan masalah.

Tujuan Penelitian

Menurut Hamidi (2010: 11) tujuan penelitian mencakup tiga hal yaitu: *Pertama*, untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas tentang peristiwa sosial yang terjadi dengan mengeksplorasi realitas sosial yang terjadi dalam suatu masyarakat. *Kedua*, menyajikan secara teliti tentang sifat-sifat suatu populasi. *Ketiga*, mengungkap hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel dari suatu fenomena sosial.

Menurut Sugiyono (2021: 33) tujuan umum penelitian ada empat yaitu pembuktian, pengembangan, penemuan dan penciptaan.

Pembuktian, berarti data yang diperoleh dari penelitian digunakan untuk membuktikan teori atau keragu-raguan atas informasi dan pemikiran-pemikiran tertentu. Penelitian pembuktian ini biasanya penelitian kuantitatif. Yang dibuktikan adalah hipotesis yang dirumuskan berdasarkan teori yang sudah ada, sehingga teori tersebut bersifat aplikatif.

Pengembangan, berarti memperdalam, memperluas dan menyempurnakan teori, konsep dan produk ilmu yang sudah ada, sehingga teori, konsep dan produk ilmu yang sudah ada itu menjadi lebih baik, lebih lengkap dan lebih sempurna.

Penemuan, berarti mendapatkan sesuatu yang sudah ada tetapi belum diketahui yang kemungkinan hilang atau masih terpendam. Penelitian yang digunakan biasanya penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif cocok untuk meneliti yang bersifat eksploratif yang dapat membemuka sesuatu dari lapangan penelitian, dan teori yang dirumuskan biasanya masih bersifat *grounded theory*.

Menurut Sanapiah Faisal (2008: 100) tujuan penelitian adalah salah satu aktivitas guna menelaah suatu problema dengan menggunakan metode ilmiah secara tertata serta kebenarannya tenag dunia alam dan sosial.

Sejalan dengan pendapat Sanapiah, Hamidi (2014: 11) menyatakan bahwa tujuan penelitian untuk memperoleh pemahaman secara jelas mengenai peristiwa sosial yang sedang terjadi, mendiskripsikan secara akurat karakteristik-karakteristik suatu populasi dan mengungkap hubungan antara dua variabel atau lebih dari sebuah fenomena sosial

Penulis berpendapat bahwa tujuan penelitian dapat ditinjau dari dua segi yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek mencakup pemahaman realitas sosial yang sedang terjadi pada suatu masyarakat; menggambar atau mendiskripsikan sifat-sifat masyarakat tertentu dan mengungkap

hubungan antar dua variabel atau lebih, dan untuk memecahkan masalah.

Tujuan jangka panjang meliputi pembuktian teori atau memperkuat teori, mengembangkan suatu teori dan menciptakan teori baru. Penelitian yang demikian bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian perlu diungkapkan, baik kegunaan praktis maupun kegunaan teoritik. Kegunaan praktis berupa saran atau rekomendasi kepada subyek penelitian baik individu, kelompok maupun lembaga dari subyek penelitian.

Kegunaan teoritik atau akademik berupa hasil pengujian terhadap teori yang digunakan yang berupa bantahan atau penguatan atas pernyataan teori.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka kegunaan penelitian dapat diungkapkan sebagai kegunaan praktis dan kegunaan teoritis.

Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi berupa saran atau masukan bagi subyek penelitian untuk memperbaiki keadaan.

Secara teoritik hasil penelitian diharapkan memberi kontribusi bagi penguatan atau menolak asumsi teori.

Ciri-Ciri Penelitian

Beberapa ciri penelitian yang dikemukakan oleh Toto Satori (2012: 42) antara lain adalah sebagai berikut:

Penelitian harus berusaha memecahkan masalah, baik masalah praktis atau realitas maupun teoritis.

Penelitian harus mengandung unsur originalitas, dalam arti laporan penelitian yang dibuatnya memang merupakan data yang mereka cari sendiri dan tidak mencotek hasil penelitian orang lain.

Penelitian dilakukan dengan pandangan keingin tahuan, dalam arti penelitian bertujuan untuk mengetahui sesuatu yang belum diketahui.

Penelitian harus dilakukan dengan pandangan terbuka, dalam arti peneliti tidak memaksakan kehendaknya kepada obyek penelitian, sehingga menerima informasi-informasi yang diberikan oleh sumber informasi atau responden.

Penelitian harus berasumsi bahwa fenomena mempunyai hukum tersendiri, dalam arti fenomena-fenomena terjadi dengan karakteristik yang berbeda-beda.

Penelitian harus menemukan generalisasi atau dalil tertentu, artinya penelitian harus dapat menemukan ciri-ciri umum dari obyek penelitian dan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti.

Sementara itu Hamidi 2010: 7) mengemukakan enam ciri yaitu:

1. Penelitian kuantitatif mengukur satu atau lebih variabel; penelitian kualitatif tidak mengukur variabel karena tidak menggunakan istilah variabel. Penelitian kuantitatif permasalahannya menanyakan pengaruh atau keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih;
2. Penelitian kualitatif menanyakan detail permasalahannya. Penelitian kuantitatif menguji teori; Penelitian kualitatif ingin menemukan teori. Penelitian kuantitatif menggunakan teori sebagai titik tolak menemukan konsep yang kemudian dijadikan variabel;
3. Penelitian kualitatif teori berfungsi menjelaskan fenomena. Penelitian kuantitatif menggunakan hipotesis; Penelitian kualitatif hipotesis ditemukan saat peneliti berada di lapangan. Penelitian kuantitatif mengumpulkan datanya menggunakan kuesioner;
4. Penelitian kualitatif dominan menggunakan wawancara mendalam dan observasi. Penelitian kuantitatif penyajian datanya menggunakan tabel distribusi; Penelitian kualitatif disajikan rinci dengan cerita. Penelitian kuantitatif data yang dikumpulkan dibatasi pada indikator variabel; Penelitian kualitatif data dikumpulkan dalam bentuk cerita, pendapat, pandangan dan pengalaman;
5. Penelitian kuantitatif menggunakan definisi operasional variabel; Penelitian kualitatif tidak menggunakan definisi operasional. Penelitian kuantitatif menggunakan jumlah sampel dan populasi; Penelitian kualitatif menggunakan teknik bola salju.
6. Penelitian kuantitatif alur penarikan kesimpulannya berproses secara deduktif; Penelitian kualitatif berproses

secara induktif. Penelitian kuantitatif analisis datanya dilakukan setelah data terkumpul dan menggunakan statistik; Penelitian kualitatif analisis datanya sejak saat data dikumpulkan.

Penelitian kuantitatif kesimpulannya berupa tingkat pengaruh atau tingkat hubungan antar variabel; Penelitian kualitatif kesimpulannya berupa konsep.

Sementara itu ciri penelitian kualitatif yaitu:

1. Bersifat induktif, konsep dan pola ditemukan di dalam data.
2. Melihat manusia sebagai satu kesatuan yang unik, sehingga tidak bisa disederhanakan dalam bentuk variabel.
3. Melakukan empati terhadap orang yang diteliti, sehingga peneliti memahami perilaku nara sumber.
4. Mementingkan proses penelitian dari pada hasil penelitian.
5. Penelitian dirancang sedemikian rupa sehingga data yang diperoleh benar-benar mencerminkan apa yang dilakukan dan dikatakan oleh yang diteliti.
6. Bersifat humanis, sehingga peneliti ikut mengalami dan yang dirasakan oleh yang diteliti.
7. Semua aspek kehidupan manusia yang diteliti dipahami sebagai suatu hal yang unik.

Menurut penulis, berbagai sifat penelitian tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan. Untuk penelitian kuantitatif ciri-cirinya adalah:

1. Data berupa angka-angka, sehingga analisisnya menggunakan statistik.
2. Instrumen penelitian menggunakan angket, sehingga hasilnya terukur dan jelas.
3. Ada perumusan hipotesis, sehingga perlu identifikasi variabel, menggunakan teori dan konsep yang sudah ada sebelumnya.

Untuk penelitian kualitatif, ciri-cirinya meliputi :

1. Menggunakan sumber data yang alami.
2. Analisis data deskriptif analitik, non numerik.
3. Pengkajian dari fokus ke proses (induktif)
4. Mengutamakan pemaknaan.
5. Tidak menggunakan hipotesis, hasilnya grounded teori.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan urutan langkah kegiatan baku yang harus dilakukan dalam sebuah kegiatan penelitian dapat digambarkan dalam model sebagai berikut.

Langkah 1: Menentukan masalah.

Berbagai masalah bisa terjadi dalam berbagai kehidupan, di berbagai tempat dan berbagai waktu. Oleh karena itu masalah penelitian harus ditentukan sendiri oleh peneliti, mencakup masalah apa, di mana dan kapan masalah itu akan diteliti. Sehingga dalam pelaksanaan penelitian tidak terkendala waktu, tenaga, biaya dan substansinya. Seorang mahasiswa jurusan Periklanan mesti meneliti dampak iklan di masyarakat yang tidak jauh dari tempat tinggalnya dan masyarakat tersebut mesti banyak yang sering menonton iklan yang akan ia telitinya, sehingga ketika data dikumpulkan data datanya ada. Beberapa hal yang mesti dipertimbangkan oleh peneliti dalam menentukan masalah yaitu:

1. Masalahnya menarik minat peneliti dan memberi keuntungan bagi masyarakat.
2. Masalahnya tidak beresiko bagi kepekaan masyarakat, seperti hal yang tabu bagi masyarakat atau sensitif bagi budaya dan ideologi masyarakat.
3. Secara scienctivic dan methodologis dapat terjangkau oleh peneliti.

Langkah 2: Melakukan studi pendahuluan.

Studi pendahuluan adalah studi eksplorasi untuk menentukan siapa sumber informasinya, informasi apa yang diperlukan dan apakah ada informasi itu; agar masalah yang diteliti menjadi lebih jelas dan dapat dilanjutkan penelitiannya. Bagong (2013:

26) memberikan tips dalam menentukan masalah penelitian, yaitu:

1. Masalah yang diteliti mesti memiliki spesifikasi nilai dalam hal kemutakhiran, sumbangan teoritik dan praktisnya.
2. Masalah penelitian memiliki keaslian, terhindar dari duplikasi dengan penelitian orang lain karena pengulangan.
3. Masalah yang diteliti dapat diuji secara empirik dengan data yang bisa digali dengan metode tertentu yang terjangkau oleh peneliti.

Langkah ke 3: Menentukan Judul Penelitian.

Judul merupakan kalimat awal penelitian yang menggambarkan fenomena sosial yang akan diteliti. Dengan membaca judul, pembaca bisa menerka fenomena, konsep dan variabel yang diteliti. Judul harus dituangkan dalam kalimat yang singkat dan padat sehingga mudah dipahami, dan mencakup: lokasi, waktu, semua variabel yang diteliti, dan jenis hubunga yang akan diukur.

Langkah ke 4: Merumuskan masalah.

Setelah memperoleh informasi yang cukup dari studi pendahuluan, masalah dirumuskan dalam bentuk kalimat tanya, spesifik dan jelas, agar penilti dapat melakukan penelitiannya dengan jelas dan tidak melebar ke mana-mana. Berimplikasi

adanya data untuk memecahkannya, serta merupakan dasar dalam membuat hipotesis. Masalah penelitian adalah suatu keadaan yang bersumber dari hubungan antara dua faktor atau lebih yang menghasilkan situasi yang tidak kondusif atau membingungkan. Rumusan masalah bisa bersifat deskriptif maupun asosiatif. Deskriptif mempertanyakan variabel, asosiatif mempertanyakan hubungan antar variabel.

Sumber masalah berasal dari:

Pengalaman profesi masyarakat, misal seorang petugas KB sering mengalami kesulitan ketika melakukan penyadaran masyarakat untuk ber-KB. Kesulitan dalam menyadarkan masyarakat ber-KB adalah masalah.

Deduksi dari teori, yaitu adanya kesenjangan antara realitas yang muncul dengan suatu teori. Contoh ketika siaran televisi sering memunculkan iklan suatu produk, mestinya masyarakat banyak yang membeli produk yang diiklankan ternyata tidak demikian. Banyaknya orang yang tidak membeli produk yang sering diiklankan di televisi adalah masalah, apabila hal ini dikaitkan dengan teori S-O-R.

Membaca laporan penelitian dengan cermat dapat memberi inspirasi dalam menemukan rumusan masalah baru. Misalnya laporan penelitian tentang prestasi belajar anak-anak sekolah SD di Desa Bangunrejo yang sedikit membaik karena peran Ibu-Ibu dalam mengendalikan belajar anak-anak. Dalam penelitian itu tidak digali data tentang perilaku belajar anak-anak. Sehingga variabel Perilaku belajar anak-anak dapat dipertanyakan sebagai variabel pengaruh prestasi belajar.

Kebijakan-kebijakan organisasi atau Pemerintah dapat menjadi sumber rumusan masalah. Contoh memberikan kenaikan pangkat kepada para pegawai dapat memotivasi pegawai untuk bekerja lebih giat, sehingga produksi barang akan meningkat pula. Kalau hal ini belum pernah diteliti bisa dijadikan perumusan masalah penelitian.

Perkembangan Ilmu dan Teknologi, replikasi model, reinventing model memberi peluang bagi peneliti untuk menemukan masalah bagi penelitiannya.

Kesenjangan antara *das sein* dengan *das sollen* menderivasi perasaan kebingungan, kerancuan dan ketakutan mengapa kesenjangan itu terjadi, kemudian perasaan-perasaan tersebut ditranformasikan menjadi masalah.

Bentuk masalah terdiri atas:

Masalah deskriptif, yaitu penelitian yang menguraikan satu fenomena sebagaimana adanya.

Masalah komparatif, yaitu penelitian yang mengkomparatifkan beberapa kejadian, peristiwa, kelompok masyarakat, dll.

Masalah asosiatif, yaitu penelitian yang mengasosiasikan dua variabel atau lebih.

Langkah ke 5: Merelevansi Teori.

Sebelum terjun ke lapangan untuk mencari data yang digunakan menjawab pertanyaan penelitian atau rumusan masalah secara empirik, dalam penelitian kuantitatif peneliti mesti menggunakan teori yang relevan sebagai dasar menjawab

rumusan masalah penelitian tersebut. Teori yang relevan adalah teori yang mengandung konsep dan hubungan antar konsep yang dapat direlevansikan ke dalam variabel variabel penelitian.

Misal, rumusan masalahnya “ Seberapa besar pengaruh menonton iklan Sunsilk di Televisi terhadap minat beli remaja Setu Indah ?” Maka teori relevan yang digunakan adalah teori S – O – R, karena teori tersebut mengandung hubungan antara konsep S(Stimulus) yang bisa direlevansikan pada variabel Tayangan Iklan Suinsilk di televisi dengan konsep R (Respons) yang bisa direlevansikan pada variabel minat beli remaja Setu Indah.

Karena konsep **S berhubungan dengan konsep R**, maka variabel Menonton tayangan iklan Sunsilk di Televisi sebagai relevansi Konsep **S juga berhubungan** dengan variabel minat beli sunsilk bagi remaja Setu Indah.

Langkah ke 6: Rumuskan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah. Disebut sementara karena hipotesis dirumuskan baru berdasar asumsi teori yang belum dibuktikan secara empirik. Oleh karena itu hipotesis masih harus dibuktikan dengan data yang kita gali dari obyek penelitian.

Penelitiann korelatif menggunakan hipotesis korelatif Penelitian yang bertujuan mengetahui kemungkinan adanya pengaruh antar faktor, model masalah, sifat pengaruh dan besaran pengaruh lazimnya menggunakan hipotesis yang menguji pengaruh. Penelitian bermetode survei, hipotesis berkedudukan sentral dan berperan vital dalam seluruh rangkaian tahapan penelitian.

Hipotesis sebagai jawaban yang kebenarannya rendah, mempunyai fungsi menduga dan meramalkan apa yang diharapkan terjadi ketika satu solusi masalah dilaksanakan.

Kriteria hipotesis:

1. Rumusan hipotesis harus sederhana dan jelas.
2. Rumusan hipotesis dinyatakan dalam kalimat deklaratif.
3. Hipotesis harus konsisten dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.
4. Hipotesis harus menunjukkan variabel secara tegas.
5. Hipotesis berpeluang untuk diuji secara empiris.

Fungsi hipotesis:

1. Hipotesis berfungsi untuk mengoperasionalkan variabel.
2. Rumusan hipotesis yang baik dan benar memudahkan peneliti memilih dan menetapkan jenis uji statistik.
3. Hipotesis mengarahkan analisis untuk memastikan kebenaran sementara menjadi kebenaran sesungguhnya.

4. Hipotesis berfungsi memberikan jaminan terhadap tingkat kepercayaan dan tingkat kesalahan hasil penelitian.
5. Hipotesis berfungsi sebagai instrumen kerja teori.
6. Hipotesis digunakan instrumen peramal dan pembuktian kebenaran.

Jenis-jenis hipotesis (Fred L. Benu & Agus S Benu, 2019: 98):

1. Hipotesis No (H_0), adalah hipotesis yang perlu diuji yaitu ditolak atau diterima
2. Hipotesis Alternatif (H_1) adalah hipotesis teoritikal yang dirumuskan berdasarkan teori untuk diterima dalam pengujian.
3. Hipotesis Deskriptif, adalah hipotesis yang menjelaskan tentang hal (*being*) dan keberadaan (*existence*) agar terdapat kejelasan akan hal dan keberadaan obyek yang diteliti.
4. Hipotesis Statistik, adalah hipotesis yang dimodelkan melalui serangkaian variabel acak menggunakan metode statistik inferensial.
5. Hipotesis Substantif, yaitu hipotesis membenarkan dan menguatkan penerimaan atau penolakan hipotesis berdasarkan pengujian data empirik.

6. Hipotesis komparatif, adalah hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui adakah perbedaan antara dua obyek pengamatan yang masing-masing memiliki kemungkinan kesamaan atau perbedaan properti dalam bentuk sifat atau ciri-ciri tertentu.
7. Hipotesis Asosiatif, adalah hipotesis dari penelitian yang bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara dua variabel atau lebih yang berkategori maupun yang tidak berkategori.

Langkah ke 7: Menentukan Variabel dan Sumber Data.

Menentukan Variabel

Hipotesis yang telah tersusun lalu diidentifikasi variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel adalah sesuatu yang distudikan oleh peneliti. Variabel memiliki satu ragam nilai atau beberapa ragam nilai dalam satu kategori, mencakup segala yang dapat diukur.

Beberapa jenis variabel adalah:

1. Variabel Bebas atau variabel independen dilambangkan dengan huruf X, menjadi penyebab atau pengaruh bagi berubahnya variabel lain.
2. Variabel Terikat atau variabel dependen, dilambangkan dengan huruf Y, yang dipengaruhi oleh variabel bebas.
3. Variabel intervening adalah variabel yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dengan

variabel terikat menjadi suatu hubungan yang tidak langsung dan sulit diamati.

4. Variabel kontrol adalah variabel yang mengendalikan agar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi faktor eksternal.
5. Variabel deskriptif adalah variabel nominal yang hanya punya dua kutub yaitu ya dan tidak.
6. Variabel kontinum adalah variabel yang memiliki 3 macam skala, yaitu skala ordinal, skala interval dan skala rasio.

Menentukan Sumber Data

Setelah kuesioner tersusun maka ditentukan sumber data yang berupa Populasi. Populasi adalah semua individu atau unit yang menjadi target penelitian. Bila populasi besar dan peneliti tidak mampu meneliti seluruh anggota populasi yang disebabkan oleh keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih mengikuti prosedur tertentu sehingga mewakili populasinya. Sampel yang demikian adalah sampel yang representatif. Sampel yang representatif adalah *Probability Sampling* atau *Random Sampling* yang meliputi *Simple random sampling*, *Stratified random sampling* dan *Cluster sampling*. *Simple random sampling* adalah cara pengambilan anggota sampel menjadi anggota sampel dengan cara diundi.

Stratified random sampling adalah sampel yang diambil dari populasi heterogen dengan ciri berstrata. Sedangkan *cluster sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan randomisasi daerah atau wilayah.

Besaran sampel atau jumlah anggota sampel ditentukan berdasarkan rumus atau berdasar tabel pengambilan sampel.

Untuk penelitian-penelitian ilmu sosial biasanya menggunakan rumus Taro Yamane yang menyatakan:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan rumus:
N adalah Populasi
n Sampel yang dihitung
d Selang kepercayaan
1 Konstanta

BAB 2

HAKIKAT KOMUNIKASI

Peranan Komunikasi bagi Kehidupan Manusia

Surat Ar-Rahman ayat 1-4 menyatakan “*Alloh Yang Maha Pengasih, Yang telah mengajarkan Al-Quran, Dia telah menciptakan manusia, mengajarnya pandai Berbicara*” (Al-Quran, 55: 1-4). Dari ayat tersebut jelas bahwa Tuhan telah menciptakan manusia mampu berkomunikasi. Mengapa berkomunikasi? Surat Al-Hujurat ayat 13 menyatakan: “*Wahai manusia, sungguh, kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian kami jadikan kamu ber berbagai-bangsa dan bersuku-suku agar kamau saling mengenal*” (Al-Quran, 49: 13).

Dari kedua surat tersebut jelas manusia hidup di dunia mesti bermasyarakat, untuk menjalankan hidupnya itu manusia telah dibekali kemampuan untuk berkomunikasi. Menurut Gordon (1977: 7) dengan berkomunikasi manusia dapat menyelesaikan tugas-tugas penting dalam hidupnya, dapat memenuhi berbagai kebutuhannya, menikmati hidupnya, menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain, melibatkan informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain.

Menurut Rudolph (1978: 17) berkomunikasi untuk tujuan kesenangan, membangun dan memelihara hubungan, memutuskan untuk melakukan dan tidak melakukan sesuatu, berkonsultasi dengan orang lain, melakukan pemrosesan berbagai informasi, memperoleh dan memberikan dukungan kepada/ dari orang lain, mempersuasi, dll

Dari berbagai konsep di atas mengindikasikan bahwa manusia adalah makhluk Tuhan, makhluk pribadi dan makhluk sosial yang dibekali dengan berbagai kemampuan agar bisa mengarungi hidupnya di alam semesta ini. Dengan kemampuan berkomunikasi yang telah dimilikinya dapat saling berinteraksi.

Hubungan yang terjadi merupakan suatu proses pencapaian keinginan masing-masing individu, untuk memperoleh suatu hasil yang nyata dan dapat memberikan manfaat untuk kehidupan yang berkelanjutan. Masyarakat memiliki struktur dan lapisan yang bermacam-macam, ragam lapisan dan struktur masyarakat tergantung pada kompleksitas masyarakat itu sendiri. Semakin kompleks suatu masyarakat, maka semakin rumit strukturnya. Kompleksitas masyarakat juga ditentukan oleh ragam budaya dan proses-sosial yang dihasilkan. Bentuk komunikasi dapat berupa komunikasi tatap muka yang terjadi pada komunikasi intrapersonal dan kelompok serta kegiatan komunikasi bermedia seperti yang terjadi pada komunikasi massa maupun komunikasi lainnya.

Media massa menjadi sebuah unsur yang memegang peranan penting dalam proses komunikasi dalam masyarakat, mengingat media menjadi sebuah sarana untuk menyampaikan informasi yang bersifat jarak jauh, dalam artian tidak dapat melakukan

komunikasi langsung. Maka dari itu media lahir untuk memudahkan komunikasi antar masyarakat. media lahir dari selembar surat, telegaram, telepon, koran, hingga akhirnya berkembang menjadi handphone, radio, televisi, internet, dan sebagainya untuk memudahkan manusia dalam berkomunikasi jarak jauh. Di zaman yang serba modern ini, bidang komunikasi juga banyak mendapatkan kemajuan, diantaranya para pengguna *handphone* (HP) untuk memudahkan proses komunikasi jarak jauh, yang sebelumnya hanya menggunakan surat, telegram dan sebagainya. Produk dan penggunaan HP juga memperlihatkan fenomena yang mencengangkan. Meski tak ada angka pasti yang menunjukkan perkembangan ini, pemakaian HP kini sudah menyebar ke berbagai penjuru tanah air dan penggunaannya meningkat fantastis di kalangan anak-anak dan remaja.

Manusia takkan pernah bisa hidup dalam kesendirian tanpa orang lain disekitar kita dalam artian tanpa berkomunikasi dengan oranglain sehingga komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan kita. Komunikasi bisa berlangsung secara verbal maupun nonverbal, tanpa komunikasi manusia tidak bisa hidup dengan sempurna untuk memenuhi kodratnya.

Pengertian Komunikasi

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin *comunicatio*, “communicare” diadopsi ke bahsa inggris yaitu ”communication”, yang bermakna membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar-menukar, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-

cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman, dan lain sebagainya.

Menurut asal kata tersebut, arti komunikasi adalah proses penyampaian makna dari satu entitas atau kelompok ke kelompok lainnya melalui penggunaan tanda, simbol, dan aturan yang dipahami bersama. Hakekat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia tentang pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat pemnyalurnya.

Dalam bahasa komunikasi, pernyataan tersebut dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedang orang yang menerima pesan diberi nama komunikan (*communicee*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Jika dianalisa, pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu isi pesan atau (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Konkritnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan dengan lambang (bahasa).

Menurut Croucher dan Daniel-Mills (2015: 100):
“Communication is a process of sharing meaning with others. There are a few elements of this definition that should be explained. A process expalins how in communication there is a sender, a message, and a receiver. When the receiver provides feetback (a response of some kind), a transaction occurs beetwen teh communication. Communication is a technological system for the transmission of information. Examples of communication systems include teelephone, cable, television, fiber optics, the onternet, ect.

Menurut Hovland, Janis & Kelley dalam Katherin Miller (2005: 3): “*Communication is the process by which an individual (communicator) transmits stimuli usually verbal) to modify the behavior of other individuals(the audience)*”.

Tentang komunikasi, Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : **Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect** (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Setelah pesan diterima, perlu dilihat adakah perubahan pada diri komunikan, seperti bertambahnya pengetahuan, perubahan pendapat, perubahan sikap, dan sebagainya.

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu dengan dampak atau efek tertentu berupa bertambahnya pengetahuan, perubahan pendapat, perubahan sikap dan perubahan perilaku.

Dari berbagai pendapat tentang definisi atau pengertian komunikasi tersebut penulis berpendapat bahwa “ Komunikasi adalah proses penyampaian pesan tentang pikiran atau perasaan yang dikemas dengan bahasa sebagai simbol pesan dari komunikator kepada orang lain yang disebut komunikan, melalui saluran tertentu dengan dampak atau efek berupa bertambahnya pengetahuan(kognitif), perubahan pendapat atau sikap (afektif) atau perubahan perilaku (konatif)

Proses Komunikasi

Menurut Onong (2003: 31-41) proses komunikasi dapat ditinjau dari dua perspektif, yaitu:

1. Perspektif Psikologis

Proses ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses mengemas atau membungkus pikiran dengan bahasa yang dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pesan itu kemudian ditransmisikan kepada komunikan.

Selanjutnya komunikan terlibat dalam komunikasi intrapersonal, dalam diri komunikan melakukan *decoding*, yaitu membuka kemasan pesan yang diterima dari komunikator, yang isinya adalah pikiran komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pikiran komunikator yang ada di dalam pesan tadi, maka komunikasi terjadi.

2. Perspektif Mekanistik

Proses ini terjadi ketika komunikator mengirim pesan sampai diterima oleh komunikan. Proses ini bersifat kompleks, karena bersifat situasional, yaitu dipengaruhi oleh situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Ada kalanya komunikasi antar personal, ada kalanya komunikasi kelompok dan ada kalanya komunikasi massa.

Dua proses komunikasi mekanistik ini adalah:

1. Proses komunikasi secara primer

2. Proses komunikasi secara sekunder
3. Proses komunikasi secara linier
4. Proses komunikasi secara sirkuler

Proses komunikasi jenis yang lain dikemukakan (*Nick Sanchez, 2022*) yang menjelaskan:

“The communication process is the guide toward realizing effective communication. It is through the communication process that the sharing of a common meaning between the sender and the receiver takes place. Individuals that follow the communication process will have the opportunity to become more productive in every aspect of their profession. Effective communication leads to understanding. The communication process is made up of four key components. Those components include encoding, medium of transmission, decoding, and feedback. There are also two other factors in the process, and those two factors are present in the form of the sender and the receiver. The communication process begins with the sender and ends with the receiver. The sender is an individual, group, or organization who initiates the communication. This source is initially responsible for the success of the message. The sender's experiences, attitudes, knowledge, skill, perceptions, and culture influence the message. "The written words, spoken words, and nonverbal language selected are paramount in ensuring the receiver interprets the message as intended by the sender". All communication begins with the sender.

The first step the sender is faced with involves the encoding process. In order to convey meaning, the sender must begin encoding, which means translating information into a message in the form of symbols that represent ideas or concepts. This

process translates the ideas or concepts into the coded message that will be communicated. The symbols can take on numerous forms such as, languages, words, or gestures. These symbols are used to encode ideas into messages that others can understand.

When encoding a message, the sender has to begin by deciding what he/she wants to transmit. This decision by the sender is based on what he/she believes about the receivers knowledge and assumptions, along with what additional information he/she wants the receiver to have. It is important for the sender to use symbols that are familiar to the intended receiver. A good way for the sender to improve encoding their message, is to mentally visualize the communication from the receiver's point of view.

To begin transmitting the message, the sender uses some kind of channel (also called a medium). The channel is the means used to convey the message. Most channels are either oral or written, but currently visual channels are becoming more common as technology expands. Common channels include the telephone and a variety of written forms such as memos, letters, and reports. The effectiveness of the various channels fluctuates depending on the characteristics of the communication. For example, when immediate feedback is necessary, oral communication channels are more effective because any uncertainties can be cleared up on the spot. In a situation where the message must be delivered to more than a small group of people, written channels are often more effective. Although in many cases, both oral and written channels should be used because one supplements the other.

If a sender relays a message through an inappropriate channel, its message may not reach the right receivers. That is why senders need to keep in mind that selecting the appropriate channel will greatly assist in the effectiveness of the receiver's understanding. The sender's decision to utilize either an oral or a written channel for communicating a message is influenced by several factors. The sender should ask him or herself different questions, so that they can select the appropriate channel. Is the message urgent? Is immediate feedback needed? Is documentation or a permanent record required? Is the content complicated, controversial, or private? Is the message going to someone inside or outside the organization? What oral and written communication skills does the receiver possess? Once the sender has answered all of these questions, they will be able to choose an effective channel.

After the appropriate channel or channels are selected, the message enters the decoding stage of the communication process. Decoding is conducted by the receiver. Once the message is received and examined, the stimulus is sent to the brain for interpreting, in order to assign some type of meaning to it. It is this processing stage that constitutes decoding. The receiver begins to interpret the symbols sent by the sender, translating the message to their own set of experiences in order to make the symbols meaningful. Successful communication takes place when the receiver correctly interprets the sender's message.

The receiver is the individual or individuals to whom the message is directed. The extent to which this person comprehends the message will depend on a number of factors,

which include the following: how much the individual or individuals know about the topic, their receptivity to the message, and the relationship and trust that exists between sender and receiver. All interpretations by the receiver are influenced by their experiences, attitudes, knowledge, skills, perceptions, and culture. It is similar to the sender's relationship with encoding.

Feedback is the final link in the chain of the communication process. After receiving a message, the receiver responds in some way and signals that response to the sender. The signal may take the form of a spoken comment, a long sigh, a written message, a smile, or some other action. "Even a lack of response, is in a sense, a form of response". Without feedback, the sender cannot confirm that the receiver has interpreted the message correctly.

The communication process is the perfect guide toward achieving effective communication. When followed properly, the process can usually assure that the sender's message will be understood by the receiver. Although the communication process seems simple, it in essence is not. Certain barriers present themselves throughout the process. Those barriers are factors that have a negative impact on the communication process. Some common barriers include the use of an inappropriate medium (channel), incorrect grammar, inflammatory words, words that conflict with body language, and technical jargon. Noise is also another common barrier. Noise can occur during any stage of the process. Noise essentially is anything that distorts a message by interfering with the communication process. Noise can take many forms,

including a radio playing in the background, another person trying to enter your conversation, and any other distractions that prevent the receiver from paying attention. (Nick Sanchez dalam Kompas.Com- 1 September 2022)

Komunikasi sebagai sebuah proses, menurut **John V. Thill** dan **Courtland L. Bovee** (2013), komunikasi berjalan melalui 8 (delapan) tahap, yaitu:

1. Pengirim pesan memiliki sebuah ide atau gagasan. Dalam bidang komunikasi organisasi atau komunikasi bisnis, jika kita sebagai pengirim pesan memiliki sebuah ide atau gagasan yang berkaitan dengan organisasi atau bisnis yang kita lakukan dan ingin disampaikan kepada khalayak, maka proses komunikasi pun dimulai. Begitu pun dengan bidang komunikasi atau konteks komunikasi lainnya.

2. Pengirim pesan yang melakukan *encode* terhadap ide atau gagasan dalam sebuah pesan. Hal ini terjadi ketika kita sebagai pengirim pesan menempatkan ide atau gagasan ke dalam sebuah pesan. Sebagai pengirim pesan, kita melakukan *encode* terhadap ide atau gagasan tersebut atau mengekspresikannya dalam kata-kata atau gambar. Kita harus mengembangkan keterampilan dalam melakukan *encode* ide atau gagasan agar pesan-pesan yang dikemas menjadi lebih efektif.

3. Pengirim pesan memproduksi pesan dalam sebuah media. Pesan yang telah dikemas oleh pengirim pesan kemudian disajikan kepada khalayak melalui saluran atau media komunikasi. Media yang digunakan dalam pengiriman pesan

umumnya dapat berbentuk oral, tertulis, visual, maupun elektronik.

4. Pengirim pesan mengirimkan pesan melalui sebuah saluran komunikasi. Saluran komunikasi atau media komunikasi yang akan digunakan untuk mengirimkan pesan tentu berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi. Berbagai teknologi yang ada kini dapat digunakan oleh pengirim pesan untuk menyampaikan pesannya kepada khalayak. Saluran komunikasi umumnya terkait dengan sistem yang digunakan untuk mengirim pesan. Saluran komunikasi dapat berupa percakapan secara tatap muka, internet sebagai media komunikasi, dan lain-lain.

5. Khalayak menerima pesan. Jika saluran komunikasi berfungsi dengan baik, maka pesan-pesan akan dapat menjangkau khalayak sasaran. Perlu dipahami pula bahwa sampainya pesan kepada khalayak tidaklah menjamin khalayak akan memberikan perhatian ataupun memahami isi pesan secara tepat. Hal ini disebabkan adanya penafsiran yang berbeda yang dilakukan oleh khalayak serta adanya hambatan-hambatan komunikasi.

6. Khalayak melakukan *decode* terhadap pesan. Setelah pesan diterima oleh khalayak, tahap yang dilakukan selanjutnya oleh khalayak adalah melakukan *decode* terhadap pesan.

7. Khalayak memberikan tanggapan atau respon terhadap pesan. Pengirim pesan dapat menciptakan ruang atau kesempatan bagi penerima pesan untuk memberikan respon atau tanggapan dengan cara-cara yang positif. Pemberian respon atau tanggapan oleh khalayak tergantung pada kemampuan khalayak

untuk mengingat pesan dan bertindak, kemampuan khalayak untuk bertindak, serta motivasi khalayak untuk memberikan respon.

8. Khalayak memberikan umpan balik kepada pengirim pesan. Dalam rangka memberikan respon atau tidak memberikan respon terhadap pesan, khalayak dapat memberikan umpan balik yang dapat membantu pengirim pesan melakukan evaluasi usaha komunikasi yang efektif. Umpan balik dapat diberikan dapat berupa komunikasi verbal (menggunakan kata-kata tertulis atau ujaran), komunikasi nonverbal (menggunakan gestur, ekspresi wajah atau perlambang lainnya) ataupun keduanya. Sebagaimana pesan, umpan balik yang disampaikan oleh khalayak juga memerlukan proses *decode* karena adanya pemaknaan yang beragam.

Menurut penulis, Komunikasi merupakan sebuah proses dimana terjadi pertukaran informasi antara individu-individu melalui sebuah sistem perlambang, tanda, atau perilaku yang sama. Komunikasi merupakan ekspresi dan pertukaran berbagai fakta, pendapat, gagasan atau perasaan. Komunikasi terjadi dalam berbagai konteks yaitu komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok atau komunikasi massa.

Dalam komunikasi intrapersonal, kita berkomunikasi dengan diri sendiri. Sedangkan dalam komunikasi interpersonal, kita mengirimkan pesan kepada orang lain sehingga diperlukan paling tidak dua orang agar proses komunikasi berjalan. Salah satu pihak dalam konteks komunikasi interpersonal berperan sebagai pengirim pesan dan pihak lain berperan sebagai

penerima pesan. Terkadang, dibutuhkan saluran komunikasi untuk dapat mengirimkan pesan.

Sebagai sebuah proses, komunikasi merupakan sekumpulan interaksi yang dapat berubah sesuai dengan waktu dan menghasilkan perubahan bagi apapun yang terlibat dalam interaksi tersebut. Menurut Penulis, Proses komunikasi terdiri dari beberapa tahapan yaitu :

1. Komunikator memiliki sebuah ide atau gagasan.
Orang yang berkomunikasi dengan orang lain diawali munculnya ide atau gagasan atau perasaan tentang sesuatu yang akan dikomunikasikan kepada orang lain.
2. Ide atau gagasan tersebut berkeinginan untuk disampaikan kepada orang lain, yang dianggap tepat untuk memperoleh atau mengetahui ide atau gagasan tersebut.
3. Ide atau gagasan maupun perasaan tersebut dikemas menjadi pesan dalam bentuk lambang atau simbol berupa bahasa lisan, tulisan atau gerakan tubuh atau yang disebut *incode*
4. Komunikator memilih chanel atau saluran yang dianggap efektif untuk menyampaikan pesan.
5. Komunikator mengirim pesan melalui chanel yang dipilihnya itu.
6. Komunikan menerima pesan yang dikirim oleh komunikator.
7. Komunikan memaknai isi pesan yang diterima dari atau yang disebut *decode* komunikator
8. Komunikan memahami isi pesan tersebut

9. Komunikasikan merespons isi pesan dan memberikan feedback kepada komunikator.

Unsur-unsur Komunikasi

Kompas.com (31/12/2021) menyebutkan 7 unsur atau elemen atau komponen komunikasi, yakni:

1. Sumber atau komunikator (source) adalah pengirim pesan dalam proses komunikasi. Istilah lain dari komunikator ialah sender, encoder, source, atau pengirim pesan. Komunikator bisa berupa perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai pengirim pesan.
2. Pesan (message) dalam proses komunikasi dimaknai sebagai sesuatu yang dikirimkan komunikator kepada komunikan. Pesan bisa disampaikan secara tatap muka atau lewat media komunikasi, seperti telepon, surat, dan lainnya. Isi pesan sangat bervariasi, ada yang sifatnya informatif, menghibur, dan nasihat. Namun, ada pula pesan yang berisikan propaganda.
3. Media yang dimaksud ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Beberapa contoh media yang sering dipakai dalam proses komunikasi ialah pancaindra dan alat komunikasi, seperti surat, telepon, dan telegram. Selain itu, media dalam proses komunikasi juga bisa dimaknai sebagai media cetak, media elektronik, dan media daring

yang menjadi perantara penyampaian pesan komunikasi.

4. Penerima atau komunikan (receiver) adalah sasaran penyampaian pesan oleh komunikator. Komunikan bisa berupa perorangan, kelompok, partai, bahkan negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena menjadi sasaran dari komunikasi. Apabila pesan tidak diterima komunikan, akan timbul permasalahan yang sering menuntut adanya perubahan, entah dari komunikator, pesan, atau media.
5. Akibat atau pengaruh (effect) adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, serta dilakukan komunikan sebelum dan setelah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada sisi pengetahuan, sikap, maupun tingkah laku individu atau sekelompok orang. Oleh sebab itu effect dapat juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada sisi pengetahuan, sikap, serta tindakan seseorang akibat penerimaan pesan.
6. Umpan balik (feedback) Umpan balik bisa muncul dari pengaruh pesan yang ditimbulkan. Namun, juga bisa muncul dari unsur komunikasi lainnya, yakni pesan dan media.
7. Lingkungan Unsur komunikasi ini terdiri dari sejumlah faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor lingkungan bisa dikelompokkan menjadi empat macam, yaitu

lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, dimensi psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik berarti proses komunikasi hanya bisa berjalan lancar tanpa rintangan fisik, misalnya geografis. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi, serta politik yang bisa menjadi kendala dalam proses komunikasi. Contohnya bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Dimensi psikologis merujuk pada pertimbangan kejiwaan dalam berkomunikasi. Contohnya menghindari kritik yang bisa menyinggung perasaan lawan bicara. Dimensi waktu adalah situasi yang tepat untuk berkomunikasi. Banyak proses komunikasi yang tertunda karena pertimbangan waktu, seperti musim dan cuaca.

Ketujuh unsur komunikasi ini berperan sangat penting dalam membangun proses komunikasi yang berhasil dan baik

Delapan unsur pokok komunikasi meliputi:

1. *Source* (atau Sumber komunikator)
2. *Message*(pesan)
3. *Channel*(saluran atau media)
4. *Receiver*(penerima atau komunikan)
5. *Feedback* (Umpan balik)

6. *Environment* (lingkungan)

7. *Context* (hubungan)

8. *Interference*(Gangguan).

Ke delapan komponen tersebut berfungsi secara menyeluruh, dalam proses komunikasi saling berkaitan satu sama lain..

Source

The source imagines, creates, and sends the message. In a public speaking situation, the source is the person giving the speech. He or she conveys the message by sharing new information with the audience. The speaker also conveys a message through his or her tone of voice, body language, and choice of clothing. The speaker begins by first determining the message—what to say and how to say it. The second step involves encoding the message by choosing just the right order or the perfect words to convey the intended meaning. The third step is to present or send the information to the receiver or audience. Finally, by watching for the audience’s reaction, the source perceives how well they received the message and responds with clarification or supporting information.

Message

—The message is the stimulus or meaning produced by the source for the receiver or audience.¶ (McLean, 2005) When you plan to give a speech or write a report, your message may seem to be only the words you choose that will convey your meaning. But that is just the beginning. The words are brought together

with grammar and organization. You may choose to save your most important point for last. The message also consists of the way you say it—in a speech, with your tone of voice, your body language, and your appearance—and in a report, with your writing style, punctuation, and the headings and formatting you choose. In addition, part of the message may be the environment or context you present it in and the noise that might make your message hard to hear or see.

Channel

—The channel is the way in which a message or messages travel between source and receiver.¶ (McLean, 2005) For example, think of your television. How many channels do you have on your television? Each channel takes up some space, even in a digital world, in the cable or in the signal that brings the message of each channel to your home. Television combines an audio signal you hear with a visual signal you see. Together they convey the message to the receiver or audience. Turn off the volume on your television. Can you still understand what is happening? Many times you can, because the body language conveys part of the message of the show. Now turn up the volume but turn around so that you cannot see the television. You can still hear the dialogue and follow the story line. Similarly, when you speak or write, you are using a channel to convey your message. Spoken channels include face-to-face conversations, speeches, telephone conversations and voice mail messages, radio, public address systems, and voice over Internet protocol (VoIP). Written channels include letters, memorandums, purchase orders, invoices, newspaper and

magazine articles, blogs, e-mail, text messages, tweets, and so forth.

Receiver

—*The receiver receives the message from the source, analyzing and interpreting the message in ways both intended and unintended by the source.* (McLean, 2005) *To better understand this component, think of a receiver on a football team. The quarterback throws the football (message) to a receiver, who must see and interpret where to catch the ball. The quarterback may intend for the receiver to catch his message in one way, but the receiver may see things differently and miss the football (the intended meaning) altogether.*

As a receiver you listen, see, touch, smell, and/or taste to receive a message. Your audience —singles you up, much as you might check them out long before you take the stage or open your mouth. The nonverbal responses of your listeners can serve as clues on how to adjust your opening. By imagining yourself in their place, you anticipate what you would look for if you were them. Just as a quarterback plans where the receiver will be in order to place the ball correctly, you too can recognize the interaction between source and receiver in a business communication context. All of this happens at the same time, illustrating why and how communication is always changing.

Feedback

When you respond to the source, intentionally or unintentionally, you are giving feedback. Feedback is composed of messages the receiver sends back to the source. Verbal or

nonverbal, all these feedback signals allow the source to see how well, how accurately (or how poorly and inaccurately) the message was received. Feedback also provides an opportunity for the receiver or audience to ask for clarification, to agree or disagree, or to indicate that the source could make the message more interesting. For example, suppose you are a sales manager participating in a conference call with four sales reps. As the source, you want to tell the reps to take advantage of the fact that it is World Series season to close sales on baseball-related sports gear. You state your message, but you hear no replies from your listeners. You might assume that this means they understood and agreed with you, but later in the month you might be disappointed to find that very few sales were made. If you followed up your message with a request for feedback (—Does this make sense? Do any of you have any questions?) you might have an opportunity to clarify your message, and to find out whether any of the sales reps believed your suggestion would not work with their customers.

Environment

—The environment is the atmosphere, physical and psychological, where you send and receive messages. (McLean, 2005) The environment can include the tables, chairs, lighting, and sound equipment that are in the room. The room itself is an example of the environment. The environment can also include factors like formal dress, that may indicate whether a discussion is open and caring or more professional and formal. People may be more likely to have an intimate conversation when they are physically close to each other, and less likely when they can only see each other from across the

room. In that case, they may text each other, itself an intimate form of communication. The choice to text is influenced by the environment. As a speaker, your environment will impact and play a role in your speech. It's always a good idea to go check out where you'll be speaking before the day of the actual presentation.

Context

—The context of the communication interaction involves the setting, scene, and expectations of the individuals involved. (McLean, 2005) A professional communication context may involve business suits (environmental cues) that directly or indirectly influence expectations of language and behavior among the participants. A presentation or discussion does not take place as an isolated event. When you came to class, you came from somewhere. So did the person seated next to you, as did the instructor. The degree to which the environment is formal or informal depends on the contextual expectations for communication held by the participants. The person sitting next to you may be used to informal communication with instructors, but this particular instructor may be used to verbal and nonverbal displays of respect in the academic environment. You may be used to formal interactions with instructors as well, and find your classmate's question of —Hey Teacher, do we have homework today? as rude and inconsiderate when they see it as normal. The nonverbal response from the instructor will certainly give you a clue about how they perceive the interaction, both the word choices and how they were said.

Context is all about what people expect from each other, and we often create those expectations out of environmental cues. Traditional gatherings like weddings or quinceañeras are often formal events. There is a time for quiet social greetings, a time for silence as the bride walks down the aisle, or the father may have the first dance with his daughter as she is transformed from a girl to womanhood in the eyes of her community. In either celebration there may come a time for rambunctious celebration and dancing. You may be called upon to give a toast, and the wedding or quinceañera context will influence your presentation, timing, and effectiveness

Interference

Interference, also called noise, can come from any source. —Interference is anything that blocks or changes the source’s intended meaning of the message.‖(McLean, 2005) For example, if you drove a car to work or school, chances are you were surrounded by noise. Car horns, billboards, or perhaps the radio in your car interrupted your thoughts, or your conversation with a passenger. Psychological noise is what happens when your thoughts occupy your attention while you are hearing, or reading, a message. Imagine that it is 4:45 p.m. and your boss, who is at a meeting in another city, e-mails you asking for last month’s sales figures, an analysis of current sales projections, and the sales figures from the same month for the past five years. You may open the e-mail, start to read, and think, —Great—no problem—I have those figures and that analysis right here in my computer.‖ You fire off a reply with last month’s sales figures and the current projections attached. Then, at five o’clock, you turn off your computer and go home.

The next morning, your boss calls on the phone to tell you he was inconvenienced because you neglected to include the sales figures from the previous years. What was the problem? Interference: by thinking about how you wanted to respond to your boss's message, you prevented yourself from reading attentively enough to understand the whole message.

Interference can come from other sources, too. Perhaps you are hungry, and your attention to your current situation interferes with your ability to listen. Maybe the office is hot and stuffy. If you were a member of an audience listening to an executive speech, how could this impact your ability to listen and participate?

Jenis-jenis Komunikasi

Menurut tatanannya, jenis komunikasi ada empat jenis, yaitu:

1. Komunikasi Intrapribadi

Jenis komunikasi yang pertama adalah komunikasi intra pribadi (*intrapersonal communication*) yang merupakan komunikasi yang berlangsung lama dalam diri seseorang. Orang yang bersangkutan berperan sebagai komunikator maupun sebagai komunikan, yang mana ia berbicara pada dirinya sendiri. Pada umumnya pola komunikasi dengan diri sendiri terjadi karena seseorang menginterpretasikan sebuah objek yang diamatinya dan memikirkannya kembali hingga terjadilah komunikasi dalam dirinya sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), yakni merupakan komunikasi yang berlangsung secara dialogis antara dua orang atau lebih. Karakteristik komunikasi antar pribadi adalah:

1. Dimulai dari diri sendiri.
2. Sifatnya transaksional karena berlangsung serempak.
3. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya mencakup aspek-aspek isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga meliputi hubungan antar pribadi.
4. Adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
5. Adanya saling ketergantungan antara pihak-pihak yang berkomunikasi.
6. Tidak dapat diubah maupun diulang. Maksudnya jika salah dalam pengucapan mungkin dapat minta maaf, tetapi itu bukan berarti menghapus apa yang sudah diucapkan.

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi tatap muka yang dilakukan tiga atau lebih individu dengan tujuan berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Empat elemen penting dalam komunikasi kelompok yakni interaksi tatap muka, jumlah partisipan, maksud dan tujuan, dan kemampuan anggota dalam menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya.

4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui saluran-saluran media massa seperti surat kabar, radio, televisi, film yang dipertunjukkan digedung-gedung bioskop dan media-media sosial. Maka dari itu bentuk komunikasinya bersifat massal yaitu pesan yang disampaikan ditujukan kepada massa..yaitu kelompok yang bersifat heterogen atau kepada seluruh anggota masyarakat.

Jenis Komunikasi berdasarkan bentuknya:

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang pesannya menggunakan bahasa lisan untuk mentransfer informasi melalui berbicara. Contohnya adalah penggunaan kata-kata. Sedangkan komunikasi non-verbal adalah komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, contohnya menggunakan bahasa tubuh seperti mimik wajah dan gerakan tangan, bahkan intonasi suara dan kecepatan berbicara.

Komunikasi verbal berupa kata-kata yang diucapkan langsung (berbicara) bisa dilakukan secara langsung (*face to face*) atau dengan perantara media, contohnya berinteraksi menggunakan sosial media atau telepon genggam. Sedangkan komunikasi verbal yang melalui tulisan bisa dilakukan menggunakan media seperti surat, postcard, *chatting* di media sosial, dan sebagainya.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa tubuh, gerak tubuh dan ekspresi wajah untuk menyampaikan informasi kepada orang lain.

Komunikasi non-verbal lebih sering terjadi dalam komunikasi secara langsung atau *face to face*. Sebabnya, dalam komunikasi menggunakan media digital, komunikasi non-verbal seringkali tidak mungkin dilakukan. Contohnya ketika kita sedang *chatting*, tidak mungkin kita bisa melihat ekspresi wajah lawan bicara kita atau mendengar intonasi suaranya. Karena keterbatasan ini pula komunikasi non-verbal sering menimbulkan kesalahpahaman. Contohnya, terkadang ada orang yang menggunakan emoji secara tidak tepat. Misal seseorang salah mengirim emoji marah padahal sebenarnya dia ingin mengirim emoji tersenyum yang terletak di sebelahnya. Hal ini bisa menyebabkan orang yang dikirim pesan menjadi salah paham dan ikut marah.

Komunikasi verbal dan non-verbal pada hakikatnya saling terkait dan saling melengkapi. Dalam komunikasi langsung, kita terus-menerus mengirimkan pesan pada lawan bicara kita. Komunikasi non-verbal sering terjadi secara otomatis dan tanpa kita kontrol. Contoh ketika kita marah atau senang, kita cenderung berbicara dengan lebih keras dan cepat. Hal ini terjadi karena kita mengalami perubahan emosi. Komunikasi nonverbal juga melengkapi komunikasi verbal kita. Ketika kita mengatakan satu hal, jika gerak-gerik tubuh kita tidak mendukung, orang tentu tidak akan percaya.

Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan adalah komunikasi yang cara pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan, yang lebih mudah dikenal dengan sebutan mengobrol, bercengkrama, dan sebagainya.

Pada jenis komunikasi ini, komunikator dan komunikan harus berhadapan langsung atau saling aktif berbicara. Komunikator adalah orang atau kelompok yang menyampaikan pesan kepada komunikan, sedang komunikan adalah orang yang menerima pesan dari komunikator.

Baik secara aktif maupun pasif, kedua pihak harus terlibat langsung dalam proses komunikasi. Ada banyak contoh komunikasi lisan di kehidupan sehari-hari, seperti mengobrol bersama teman, melakukan panggilan suara atau panggilan video dengan orang lain.

Dalam komunikasi lisan biasanya orang akan melakukan dua jenis komunikasi yaitu menyimak dan berbicara. Menyimak adalah kemampuan berkomunikasi dengan memperhatikan lingkungan sekitar dan lawan bicaranya.

Komunikasi Tertulis

Komunikasi tertulis adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, sehingga ada yang dinamakan orang yang menulis pesan dan ada yang pembaca pesan. Ragam komunikasi tertulis adalah membaca dan menulis. Kedua hal ini tidak bisa dipisahkan satu sama lain, sehingga ada interaksi satu sama lain.

Biasanya komunikasi tertulis dilakukan dengan banyak cara, seperti mengirim pesan melalui aplikasi media sosial dan sebagainya. Sejak dahulu orang-orang sudah menerapkan jenis komunikasi tertulis dengan cara berkirim pesan

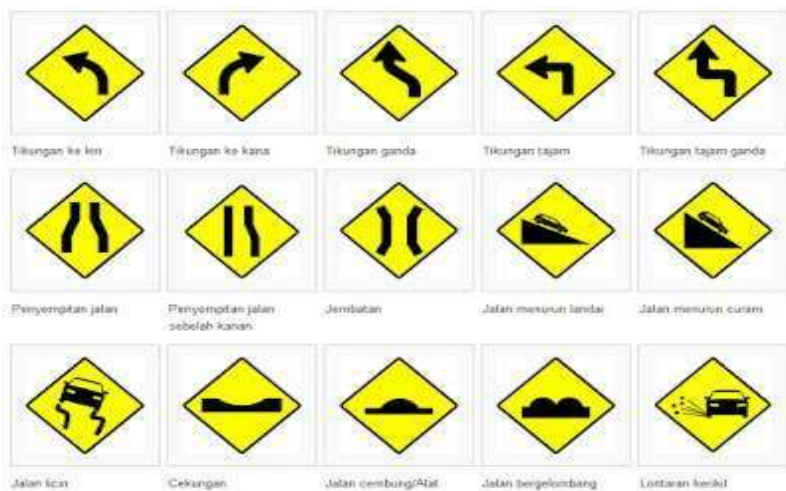
Komunikasi Visual

Secara harfiah, komunikasi visual diartikan sebagai komunikasi melalui penglihatan. atau ketajaman mata, dapat dilihat, kasat mata, atau dapat disaksikan/dilihat dengan mata. Kata *visual* sendiri bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspons oleh indra penglihatan, yaitu mata. *Visual* berasal dari kata latin *videre* yang artinya "melihat".

Komunikasi Visual merupakan proses komunikasi berupa kombinasi seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna. Komunikasi visual ini biasa dilakukan melalui gambar, iklan pamflet, atau video tanpa suara. Konsep komunikasi visual adalah memadukan unsur-unsur desain grafis, seperti kreativitas, estetika, efisiensi, komunikatif dan lain-lain, untuk menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, juga menciptakan media komunikasi yang efektif agar diapresiasi oleh komunikan / audiens.

Contoh paling sederhana dan umum komunikasi visual adalah rambu-rambu lalu lintas dan ikon-ikon di dalam program komputer atau aplikasi di smartphone.

Contoh pesaan komunikasi virtual:



Gambar 2. 1
Gambar Rambu-Rambu Lalu Lintas

Model Komunikasi

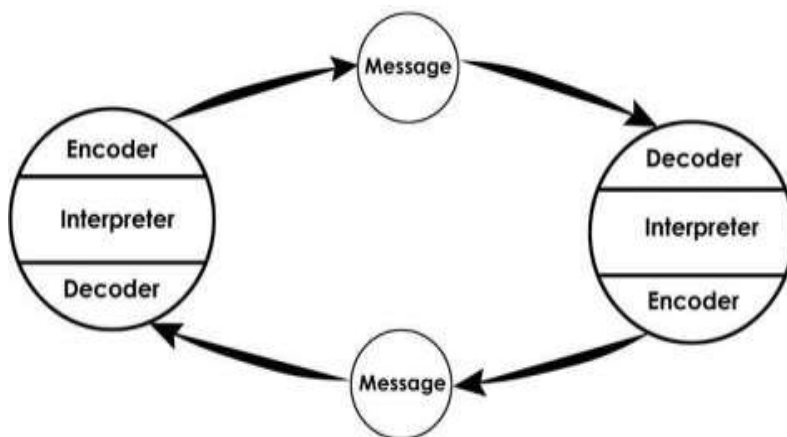
Pengertian dan Manfaat Model

Model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting dari fenomena tersebut. Model mempermudah penjelasan fenomena. Menurut Aubrey Fisher (1986:93) model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori.

Menurut Irwin D.J Bross (1965:17) beberapa keuntungan dari model adalah : *Pertama*, Menyediakan kerangka rujukan untuk menyelesaikan masalah. *Kedua*, Menyarankan kesenjangan informasional yang tidak segera tampa dan menyarankan tindakan yang berhasil. *Ketiga*, Terbukanya problem abstraksi yaitu memastikan karakteristik mana yang relevan untuk mengambil keputusan. *Keempat*, Model merupakan visualisasi hubungan antar konsep yang terkandung dalam suatu teori, sehingga memudahkan untuk merelevansi teori ke dalam variabel-variabel penelitian.

Beberapa Contoh Model Komunikasi

1. Komunikasi Serkuler dari Schramm



Gambar 2.2

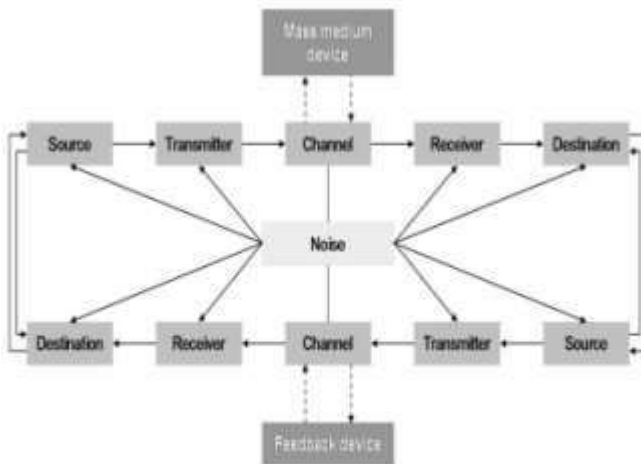
Sumber: Model Schramm dalam Mulyana (2007: 152)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa setiap orang dalam proses komunikasi adalah sekaligus sebagai enkoder dan dekoder. Kita secara konstan menyandi balik tanda-tanda dari lingkungan kita,

menafsirkan tanda-tanda tersebut, dan menyandi sesuatu sebagai hasilnya. Tegasnya, Anda menerima dan juga menyampaikan pesan. Maakna yang Anda hasilkan dari penyandian – balik yang Anda lakukan akan membuat Anda menyandi.

Proses kembali dalam model di atas disebut *umpan-balik*, yang memainkan peran sangat penting dalam komunikasi, karena hal itu memberitahu kita bagaimana pesan kita ditafsirkan, baik dalam bentuk kata-kata sebagai jawaban, anggukan kepala, gelengan kepala, kening berkerut, menguap, wajah melengos, dan sebagainya. Begitu pula surat pembaca kepada redaksi sebagai protes aats editorial yang ditulis surat kabar tersebut, ataupun tepuk tangan khalayak yang mendengarkan ceramah.

2. *Komunikasi Model DeFleur*



DeFleur Model of Mass Communication System

Gambar 2.3

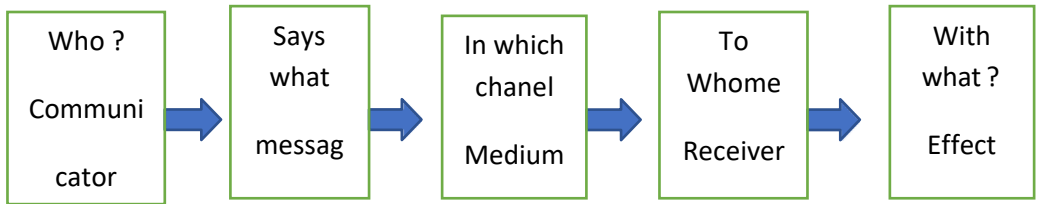
Melvin DeFleur menggambarkan model komunikasi massa, memasukkan perangkat media massa (*mass medium device*) dan perangkat umpan-balik (*feedback device*). Ia menggambarkan sumber (*source*), pemancar (*transmitter*), penerima (*receiver*), dan sasaran (*destination*) sebagai fase-fase terpisah dalam proses komunikasi massa. *Transmitter* dan *receiver* dalam model DeFleur, paralel dengan *encoder* dan *decoder* adalah dua fungsi yang dilakukan oleh seseorang.

Ketika seseorang berbicara, ia memilih simbol-simbol untuk menyatakan makna denotatif dan konotatif, kemudian mengucapkannya secara verbal atau menuliskannya simbol-simbol ini sedemikian rupa sehingga berubah menjadi peristiwa yang dapat didengarkan atau dilihat, yang dapat dipersepsikan sebagai rangsangan oleh khalayaknya.

Fungsi *receiver* adalah penerima informasi dan menyandi-baliknya mengubah peristiwa fisik informasi menjadi pesan. Dalam komunikasi tertulis, mekanisme visual mempunyai fungsi sejajar.

Komunikasi bukanlah pemindahan makna, karena komunikasi terjadi lewat operasi seperangkat komponen dalam suatu sistem teoritis. Makna merujuk pada upaya pembuatan makna yang terkoordinasikan antara pengirim dan penerima.

3. Model Komunikasi Formula Lasswell



Gambar 2.4

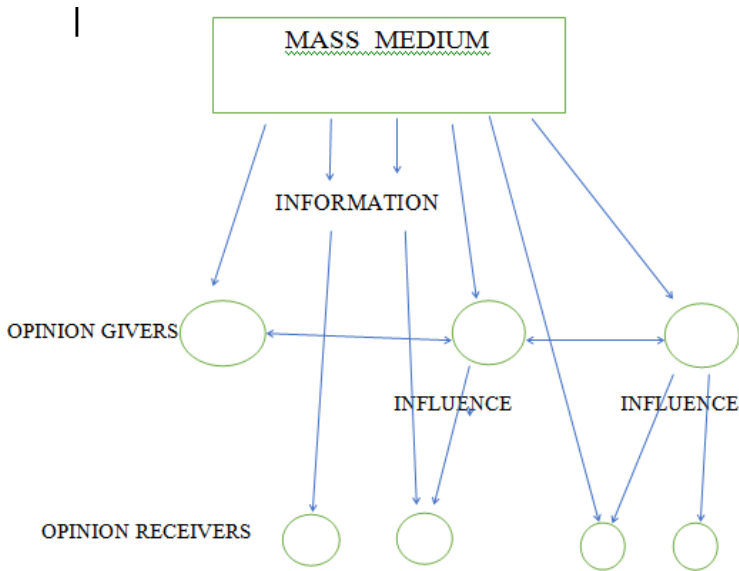
Gambar di atas menunjukkan unsur-unsur komunikasi dan proses berlangsungnya suatu komunikasi yang dimulai Komunikator mengirim Pesan, pesan dikirim melalui media kepada komunikan dan diakhiri dengan timbulnya efek pada komunikan.

Model ini menunjukkan komunikasi satu arah atau linier, kerana tidak ada umpan balik. Fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah :

1. Pengamatan lingkungan.
2. Korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan.
3. Transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi lainnya.

4. Model Komunikasi Dua Tahap Dari Lazarfeld's

Gambar 2.5



Gambar di atas menunjukkan unsur-unsur komunikasi dan proses berlangsungnya suatu komunikasi yang dimulai Komunikator mengirim Pesan, pesan dikirim melalui media kepada komunikan dan diakhiri dengan timbulnya efek pada komunikan.

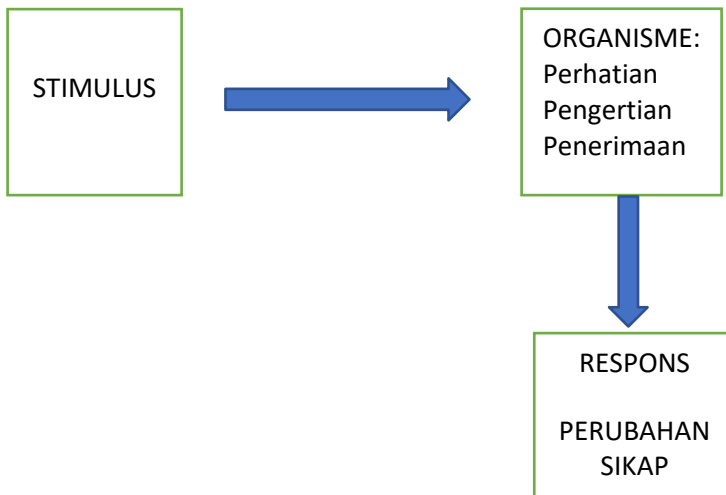
Model ini menunjukkan komunikasi satu arah atau linier, kerana tidak ada umpan balik. Fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah:

Prinsip kerja komunikasi model dua tahap ini adalah:

1. Individu tidak terisolasi dari dunai sosial, tetapi merupakan anggota masyarakat yang saling berinteraksi satu sama lain.
2. Aksi dan reaksi terhadap suatu pesan dari media tidak langsung dan termediasi, bisa langsung berhadapan dan terpengaruh oleh media maupun melalui hubungan sosial.
3. Kedua proses tersebut bisa terjadi secara bersamaan, bisa terjadi secara bergantian, dan tidak bisa dipastikan mana yang lebih dominan.
4. Soal menerima atau menolak terhadap isi media sangat tergantung dari masing-masing individu, karena peran masing-masing individu adalah berbeda-beda.
5. Ada kalanya seorang individu karena tugas dan pekerjaannya dia lebih banyak kesempatan untuk menguasai media, memiliki tingkat sosial yang lebih tinggi, sehingga mereka merupakan pimpinan pendapat, yang berfungsi menjelaskan dan menambah informasi yang disebarakan oleh media.

5. *Stimulus–Organisme - Respons (S–O–R) dari Melvin DeFleur*

Gambar 2.6



Gambar di atas dapat dijelaskan bahwa berdasarkan teori Stimulus-Organisme-Respons dari Melvin DeFleur menggambarkan proses komunikasi dari media ,massa sebagai berikut :

Proses komunikasi diawali dengan adanya Stimulus atau pesan dari komunikator berupa kata-kata verbal lisan atau tulisan, isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu.

Rangsangan atau stimulus tersebut dikirim langsung atau melalui media kepada organisme yang disebut komunikan. Komunikan memperhatikan isi pesan, mengerti maknanya dan akhirnya menerimanya.

Organisme dalam atau komunikan menanggapi isi pesan tersebut. Tanggapan atespons bisa positif (sesuai yang dikehendaki komunikator), bisa negatif menolak atau melawan kehendak komunikator dan bisa netral (tidak mengikuti juga tidak menolak/melawan kehendak komunikator).

Teori-Teori Komunikasi

Menurut Neuman (2003: 73) *“theory is a set of interrelated construct (concepts), definitions, and proposition that present a systematic view of phenomena by specifying relation among variables, with the purpose of explaining and predicting the phenomena.*Teori adalah seperangkat konsep, definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara

sistematis, guna menjelaskan, meramalkan dan mengendalikan fenomena (Neuman, 2003).

Menurut Sasa (1998: 10) teori adalah konseptualisasi atau penjelasan logis dan empiris tentang fenomena yang sifatnya terbatas dan relatif.

Menurut Cooper dan Schindler (2003) dalam Sugiyono (2016: 52) menyatakan: —*A theory is a set of systematically interrelated concepts, definition, and proposition thaata are advanced to explain and predict phenomna (fact)*‖. Teori adalah seperangkat konsep, defini dan proposisi yang tersusun secara sistematis sehingga dapat digunakan untuk meenjelaskan dan meraamalkan fenomena.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut akhirnya penulis berpendapat bahwa teori adalah sebuah narasi yang berisi seperangkat konsep, proposisi dan definisi, serta menunjukkan adanya hubungan sebab–akibat diantara konsep-konsep tersebut, sehingga dapat digunakan untuk meramalkan fenomena.

Menurut Hamidi (2010: 67) ada 9 fungsi teori yaitu:

1. Menyusun dan meringkas pengetahuan tentang fenomena.
2. Memberi fokus, sehingga jelas konsep atau variabel yang dikaji
3. Memberi penjelasan tentang fenomena atau konsep apa yang diobservasi.
4. Memberi petunjuk tentang konsep tentang apa yang diobservasi dan bagaimana melakukan observasi,

sehingga jelas operasionalisasi pengukuran atau pendalaman terhadap konsep yang ada dalam teori tersebut.

5. Memprediksi, yakni memberi prakiraan tentang konsep apa yang akan jika konsep atau fenomena tertentu terjadi.
6. Mengembangkan atau mengarahkan terjadinya penelitian lanjut. Suatu teori yang baik adalah jika teori tersebut berfungsi menstimuli orang untuk melakukan penelitian.
7. Memberi kesempatan untuk melakukan komunikasi antar ilmuwan atau peneliti, bisa dalam forum debat, diskusi, kritik, perbandingan, sehingga memungkinkan terjadinya perbaikan suatu teori.
8. Mengendaikan, teoritisasi dengan teorinya ingin mencari cara penilaian terhadap efektifitas atau tingkat kelayakan terhadap perbuatan tertentu.
9. Memberi koreksi terhadap paradigma yang sedang berlaku untuk pengembangan masyarakat, melalui tradisi-tradisi interpretatif dan kritisnya, teori membuat alternatif baru sehingga terjadi perubahan.

Menurut Sugiyono (2016: 57) semua penelitian itu bersifat ilmiah, oleh karena itu setiap penelitian harus berbekal teori. Karena teori itu merupakan dasar untuk merumuskan hipotesis, sebagai referensi menyusun instrumen, menyusun konstruk variabel yang diteliti dan memandu untuk menemukan fakta. Dengan hipotesis yang tersusun itu maka teori berfungsi meramalkan realita yang akan muncul.

1. Teori Komunikasi Intrapersonal

1.1 Teori Logika Pesan (Message Logic Theory)

Teori *message logic* yang dicetuskan oleh **Daniel O’Kafee** (1988). Dalam Morissan (2014: 185) mengupas dan memahami dilema yang dihadapi komunikator ketika berhadapan dengan suatu konflik atau konfrontasi dengan orang lain. Orang yang memiliki pandangan yang berbeda tentang sifat dan fungsi-fungsi komunikasi akan membentuk berbagai jenis pesan yang berbeda pula.

Terdapat 3 (tiga) jenis logika perancangan pesan, yaitu:

A. Expressive message logic

Pola yang fokus pada pengirim pesan dan ekspresi diri. Orang yang menggunakan pola ini memandang komunikasi sebagai pengiriman perasaan dan pikiran dirinya kepada orang lain. Mereka merasa kesulitan untuk menahan apa yang dipikirkannya. Mereka juga memandang bahwa nilai-nilai seperti keterbukaan, kejujuran, dan kejelasan sangatlah penting dalam komunikasi. Namun mereka juga tidak percaya pada siapapun yang tampaknya terlalu startegis dalam komunikasi yang dilakukan. Komunikator seringkali memberikan sedikit perhatian pada konteks dan kesesuaian perilaku dengan konteks tertentu. Mereka juga merasakan tekanan untuk mengatakan apa yang ada di pikiran mereka.

B. Conventional design logic

Orang menggunakan pola ini memandang komunikasi sebagai sebuah permainan berbasis aturan yang dilakukan dengan cara

bekerja sama. Selain itu, mereka menekankan pada kesesuaian dimana setiap individu memandang konteks komunikasi, peran komunikasi, dan hubungan sebagai panduan bagi perilaku. Mereka menaruh perhatian pada mengatakan dan melakukan hal yang benar dalam berbagai situasi kesesuaian dan melakukan hal yang benar. Untuk melakukan hal yang dianggap benar, mereka akan mengikuti berbagai aturan.

C. Rhetorical message design logic

Seorang menggunakan pola ini memandang komunikasi sebagai alat yang ampuh untuk menciptakan berbagai situasi dan menegosiasikan berbagai tujuan. Pendekatan ini lebih menekankan pada fleksibilitas, kepuasan dan keterampilan komunikasi dibandingkan dengan ekspresi diri atau kesesuaian sosial. Mereka yang menggunakan pola ini akan memberikan perhatian pada komunikasi yang dilakukan orang lain sebagai upaya untuk mengetahui sudut pandang orang lain. Mereka akan mencoba untuk mengantisipasi dan mencegah berbagai permasalahan dengan mendefinisikan kembali situasi guna mencapai manfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam interaksi.

1.2 Teori Pemrosesan Informasi (Information Processing Theory)

Teori pemrosesan Informasi merupakan salah satu dari teori komunikasi intrapersonal. Teori ini menyatakan “ *Information processing theory is an approach to cognitive development studies that aims to explain how information is encoded into memory. It is based on the idea that humans do not merely respond to stimuli from the environment. Instead, humans*

process the information they receive. While experts believe that the brain's mechanisms and functions are relatively simple, the magnitude and scope of neural networks and their behaviors are quite powerful as a whole (Wang, Liu, & Wang, 2003).

These include how the brain processes information. Information processing theory not only explains how information is captured, but how it is stored and retrieved as well. The process begins with receiving input, also called stimulus, from the environment using various senses. The input is then described and stored in the memory, which is retrieved when needed. The mind or the brain is likened to a computer that is capable of analyzing information from the environment. Consequently, information processing affects a person's behavior (Hann, Hui, Lee, & Png, 2007). In the expectancy theory of motivation, an individual processes information about behavior-outcome relationships. Then, they can form expectations based on the information and make decisions.

Teori pemrosesan informasi dalam studi dengan pendekatan perkembangan kognitif berusaha menjelaskan bagaimana informasi itu dikemas dalam memori. Seseorang. Individu merespons stimuli dari lingkungannya dan stimuli internal secara mekanis dan sederhana otak memroses rangsangan itu menjadi sebuah informasi. Menurut G Wiserman dan L Barker (1973) proses yang terjadi dalam diri seseorang, digerakkan perangsang internal dan perangsang eksternal. Perangsang internal menunjuk pada situasi psikologis dan fisiologis yang timbul atas rangsangan lingkungan.

Perangsang internal dan eksternal diterima oleh organisme sebagai getaran-getaran syaraf yang disampaikan kepada otak untuk diputuskannya dan disusun menjadi suatu susunan yang bermakna atau informasi untuk disampaikan kepada individu lain.

2. Teori – Teori Komunikasi Antar Pribadi

2.1 Teori Pengungkapan Diri (Self Disclosure)

Teori Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) dari Tubbs dan Moss (2000: 12) menyatakan bahwa Ketika terjadi interaksi antara 2 orang, akan terjadi pengungkapan diri masing-masing, yaitu menyatakan informasi tentang dirinya kepada lawan bicara, bahkan bukan saja informasi yang biasa biasa, tetapi informasi mendalam tentang dirinya. Selama berkomunikasi ada persamaan orientasi tafsir diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.

Proses Membuka Diri Model Johari Window

	Diketahui Oleh diri sendiri	Tidak diketahui Oleh diri sendiri
Diketahui orang Lain	1 TERBUKA	2 BUTA
Tidak Diketahui Orang lain	3 TER SEMBUNYI	4 TIDAK DIKETAHUI

2.2 Teori Dialektika Relasional

Teori ini digagas oleh Leslie Baxter dalam Morissan (2014: 309) yang menyatakan bahwa pola komunikasi antar mitra hubungan sebagai dampak dari ketegangan dialektis endemik, hidup berkomunikasi dicirikan oleh ketegangan-ketegangan atau konflik antar individu. Konflik tersebut terjadi ketika seseorang mencoba memaksakan kehendaknya terhadap yang lain. Konflik akan melemah ketika disatu pihak melemah atau ditemukan solusinya, akhirnya terjadi keharmonisan hubungan dan mencapai kesepakatan untuk mewujudkan tujuan bersama.

Menurut Baxter, ada lima hal yang mempengaruhi adanya dialektika hubungan yaitu:

1. Hubungan terbentuk melalui dialog. Hubungan antara dua individu dibangun atau dikonstruksi melalui pembicaraan untuk menciptakan moment atau peluang yang dapat membawa kepada persamaan kronotopik atau *chronotopic similarity*.
2. Hubungan berkembang melalu dialog yang dapat mencapai kesatuan dalam perbedaan. Dialog dapat mengelola kekuatan sentrifugal dan sentripetal yang bersifat saling mempengaruhi, yaitu kekuatan yang mendorong terjadinya pemisahan dan kekuatan yang mendorong terjadinya penyatuan. Individu dalam hubungannya dengan individu lain membuat dan mengelola berbagai hubungan sepanjang waktu, kuncinya adalah kontradiksi yang terjadi dalam satu hubungan.

3. Hubungan terjalin dan berkembang melalui dialog yang estetik, yaitu dialog yang mengandung rasa keseimbangan, memberikan rasa keteraturan, mengkonstruksi kebersamaan dan menjalin kesatuan.
4. Hubungan juga berkembang melalui dialog yang praktis dan berkelanjutan, adalah dialog yang menimbulkan interaksi dan berlangsung terus menerus.

3. Teori – Teori Komunikasi Kelompok

Teori Input – Proses – Output

Marshall Scot Poole, David L Seibold dan Robert D Mc Phee, dalam Littlejohn (2009: 123) menyatakan bahwa setiap kelompok bekerja melalui proses manajemen yaitu Masukan – Proses – Keluaran.

Masukan terdiri atas: Individu (SDM), perilaku, suasana lingkungan, ide/gagasan, peralatan, finansial, dll.

Proses : kerja kelompok diskusi, acting, berfikir,) masukan atau *input* perilaku dan sikap serta informasi yang di bawa kedalam kelompok untuk menyelesaikan tugas. Kelompok kemudian membahas informasi-informas yang masuk, saling membantu dalam mengolah informasi yang diterimanya dan memutuskan tindakan selanjutnya (*proses*). Hasilnya adalah penilaian dosen tentang baik dan buruknya laporan penelitian yang dibuat oleh kelompok mahasiswa tersebut. Penilaian dari dosen tersebut menjadi umpan balik atau *feedback* bagi kelompok, yang akan mempengaruhi perasaan anggota, bahkan menjadi bahan dalam membentuk kelompok pelaksanaan tugas di masa depan.

Dua macam hambatan yang dihadapi dalam proses kerja kelompok adalah “Hambatan Kerja “ atau Task Obstacles “ dan “ Hambatan Interpersonal atau *Interpersonal Obstacles*”. Hambatan kerja adalah kesulitan-kesulitan yang ditemui kelompok dalam menangani tugas atau pekerjaan seperti dalam membuat perencanaan, membuat keputusan atau kebijaksanaan, pelaksanaan program, dll. Untuk mengatasi hambatan kerja ini biasanya dengan cara menganalisis situasi, mengumpulkan saran para anggota, dan mencari berbagai alternatif. Hambatan interpersonal adalah kesulitan-kesulitan yang dihadapi kelompok yang berkaitan dengan perorangan, seperti pencetusan ide atau gagasan, adanya perbedaan sikap dan pandangan, tingkat motivasi dan gaya kerja yang berbeda, dll. Untuk mengatasi hambatan interpersonal ini ketua kelompok mesti bijaksana dalam menyikapi perilaku anggota dan mampu memotivasi para anggotanya untuk berkerjasama secara sinergis.

Teori Pertukaran Sosial atau Social Exchange Theory

Menurut John Thibaut dan Harlod Kelley dalam Hamiidi, (2010: 75) menyatakan bahwa dalam hubungan sosial terdapat 3 unsur. Yakni unsur ganjaran, pengorbanan, dan keuntungan yang saling mempengaruhi. Dalam teori pertukaran sosial menjelaskan tentang bagaimana seseorang memandang hubungan kita dengan orang lain sesuai dengan anggapan diri orang tersebut terhadap keseimbangan antara apa yang diberikan kedalam hubungan dan apa yang dikeluarkan dari hubungan itu. Sudut pandang teori pertukaran sosial berpendapat bahwa orang menghitung nilai keseluruhan dari sebuah hubungan dengan mengurangi pengorbanannya dari penghargaan yang dia terima.

Ganjaran adalah setiap akibat yang dinilai positif, Orang kaya lebih senang menerima ganjaran *Social approval* dari pada uang, Tiap orang berbeda dan *Biaya* adalah dinilai negatif, pengorbanan waktu, usaha, konflik, kecemasan dan pengorbanan lainnya.

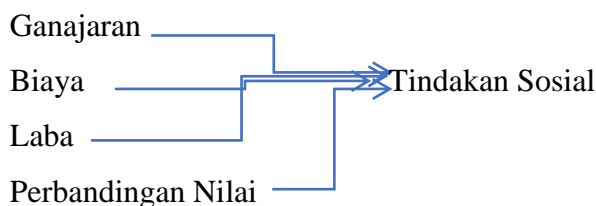
Hasil atau *laba*, adalah ganjaran dikurangi biaya. Menjalin hubungan dengan dermawan dan rendah hati akan lebih lama jika dibandingkan dengan orang yang miskin dan sombong.

Tingkat perbandingan tersebut adalah membandingkan ganjaran dengan biaya dan laba yang diperoleh dari suatu hubungan sosial tertentu dengan hubungan sosial yang lain, yang lama dengan yang sekarang, yang ini dengan yang itu, subyektif.

Teori ini bisa digunakan untuk meneliti fenomena hubungan sosial seseorang atau kelompok yang pindah kelompok atau mengganti teman atau afiliasi kelompok.

Bila teori tersebut dibuat model tindakan sosial, maka bentuk model yang dimaksud adalah:

Gambar 2.7



Sumber: Collemen dan Hammen dalam Hamidi (2010: 76)

4. Teori-Teori Komunikasi Antar Budaya

Teori Komunikasi Akomodasi (Communication Accommodation Theory)

Pada dasarnya, *communication accommodation theory* menjelaskan mengapa dan bagaimana kita menyesuaikan perilaku komunikasi dengan tindakan orang lain.

Menurut Howard Giles, dkk. Giles dkk dalam (Littlejohn, Foss & Oetzel, 2017: 127) proses meniru disebut *convergence* yakni bentuk akomodasi dan penyesuaian timbal-balik. Jika terjadi proses sebaliknya, maka disebut *divergence* yakni bentuk nonakomodasi dimana tidak ada penyesuaian. Proses *convergence* dan *divergence* memiliki dua sifat yakni mutual dan nonmutual. Jika kamu dan lawan bicaramu sama-sama meniru ekspresi dan gerak-gerik masing-masing dalam berkomunikasi, maka itu merupakan proses *convergence* yang bersifat mutual.

Namun, jika kamu melakukan proses *convergence* terhadap lawan bicaramu, namun lawan bicaramu memberi respon sebaliknya maka proses *convergence* tersebut bersifat *non mutual*. Ada tiga asumsi dasar dalam *communication accommodation theory*.

Pertama, interaksi komunikasi yang terjadi bergantung pada konteks sejarah baik secara personal maupun kelompok. Misal, kamu pernah punya masalah dengan salah satu teman sekelasmu bernama X, suatu saat kamu harus berkerja bersama dalam kelompok. Pasti dirimu dan dirinya berusaha untuk

berkomunikasi secukupnya dan menghindari kontak secara intens.

Kedua, komunikasi memuat proses pertukaran informasi dan juga proses negosiasi penerimaan personal atau identitas budaya. Misal, setelah lama tinggal di Jakarta kamu mengikuti program pertukaran pelajar ke Belgia. Saat sedang melakukan tawar-menawar dengan pedagang tradisional, kamu menunjukkan gestur negatif untuk memberi sinyal bahwa kamu tidak mengerti apa yang diomongkan pedagang tersebut. Pedagang tersebut lalu menangkap sinyal bahwa kamu tidak mengerti dan berusaha untuk menjelaskan informasi mengenai harga produk yang dijualnya secara perlahan. Mungkin saja ia menggunakan Bahasa Inggris agar dapat lebih mudah dimengerti, mengingat Bahasa Inggris merupakan Bahasa internasional. Nah, hal tersebut merupakan contoh dari pertukaran informasi dalam asumsi teori ini.

Ketiga, dalam melangsungkan proses *convergence* dan *divergence* untuk mencapai tujuan (contohnya: mendapatkan informasi dan penerimaan identitas), biasanya seseorang menggunakan berbagai bentuk komunikasi.

Teori Kelompok Kerja Antar Budaya

Pencetus John G Oetzel (2005) dalam Morissan (2014: 354) tentang “*Effective Intercultural Theory*” menyatakan bahwa Kelompok yang memiliki anggota yang berasal dari berbagai budaya yang berbeda (keragaman budaya) akan mempengaruhi efektifitas kerja kelompok.

Kergaman budaya mencakup :Kewarganegaraan, kebangsaan, etnik, Bahasa, jenis kelamin, umur, kemampuan, pemahaman diri (*self construal*) dan emage.Tiga wilayah penting dalam pengelompokan adalah: Individualisme – Kolektivisme.

Individualisme cenderung memandang diri independent (tidak tergantung orang lain), memprioritaskan tujuan pribadinya, berbicara mewakili dirinya sendiri, setiap orang berbicara sebagai individu.

Kolektifisme cenderung memandang dirinya sebagai bagian dari kelompok/komunitas(masyarakat),mengutamakan tujuan bersama dari pada tujuan pribadi,menghindari pembicaraan yang tidak menyenangkan dan menyerahkan keputusan pada pendapat kelompok.

Pemahaman Diri

Pemahaman diri adalah bagaimana anggota kelompok berfikir mengenai diri mereka. Dua tipe pemahaman diri yaitu:

Pertama, Tipe Independen, memandang bahwa pikirannya terpisah dari pikiran orang lain; berasal dari budaya individualism; keputusan yang baik adalah keputusan yang sesuai tujuan individu;

Kedua, Tipe Interdependen, memandang bahwa pemikirannya tidak terpisah dari pemikiran kelompok (orang lain); berasal dari budaya kolektif; keputusan yang baik adalah keputusan yang memuaskan bagi semua anggota kelompok/sesuai dengan tujuan kelompok secara keseluruhan.

Masalah Wajah (face concerns)

Bagaimana anggota mengelola gambaran diri yang menyangkut wajah diri (self-face) dan wajah lain (ther-face) serta wajah bersama (mutual-face); emage diri sendiri (self-emag), emage orang lain (other-emage) dan emage bersama (mutual emage).

Semakin heterogen anggota kelompok akan semakin sulit untuk berkomunikasi dalam 4 hal yaitu:

- Mewujudkan partisipasi yang sama.
- Mengambil keputusan secara consensus.
- Berkomunikasi yang saling menghormati
- Mengelola konflik tanpa dominasi catatan sejarah mengenai konflik yang belum diselesaikan antar kelompok-kelompok masyarakat secara keseluruhan.

Faktor Keseimbangan antar jumlah anggota kelompok yang mewakili budaya yang berbeda.

Faktor Sifat tugas kelompok yang diberikan (mendorong kerja sama atau kompetisi) dan Faktor Perbedaan status antara anggota kelompok.

5. Teori-Teori Komunikasi Massa

Teori Penggunaan dan Kepuasan

Teori yang digagas oleh Katz, Blumler dan Gurevitch (1974) dalam Richard West dan Lynn H Tuner (2007: 428) ini menjelaskan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiens

mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan kepada media secara berbeda-beda. Yang disebabkan oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda-beda pula di antara mereka. Teori ini menfokuskan pada individu audien sebagai konsumen media massa. Audien menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif, mengetahui kebutuhannya masing-masing, mengetahui media pilihannya yang bisa memenuhi kebutuhannya.

Lima asumsi teori Penggunaan dan Kepuasan adalah:

1. Audiens aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.
2. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan penggunaan media ditentukan oleh audiens sendiri.
3. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain.
4. Audiens sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media.
5. Penilaian terhadap isi media ditentukan oleh audiens sendiri.

Beberapa alasan mengapa audien menggunakan media adalah:

1. **Pengalihan** (*diversion*) yaitu melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari. Mereka yang sudah lelah bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian dari rutinitas.
2. Hubungan personal; hal ini terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
3. Identitas personal, sebagai cara untuk memperkuat nilai – nilai individu. Misalnya banyak pelajar yang lebih bisa belajar jika ditemani alunan musik dari radio.

4. Pengawasan (*surveillance*) yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu. Misalnya, orang menonton program agama di televisi untuk membantunya memahami agamanya secara lebih baik.

Cara audiens menentukan kebutuhan dan kepuasan terhadap media ada 5 cara yaitu:

1. Situasi sosial dapat menghasilkan ketegaangan dan konflik yang mengakibatkan orang membutuhkan sesuatu yang dapat mengurangi ketegangan melalui penggunaan media.
2. Situasi sosial dapat menciptakan kesadaran adanya masalah yang menuntut perhatian. Media memberikan informasi yang membuat kita menyadari hal-hal yang menarik perhatian kita, dan kita dapat mencari informasi lebih banyak yang menariki perhatian kita melalui media.
3. Situasi sosial dapat mengurangi kesempatan seseorang untk dapat memuaskan kebutuhan tertentu, dan media berfungsi sebagai pengganti atau pelengkap. Terkadang situasi yang kita hadapi menjadikan media sebagai sumber terbaik atau mungkin satu satunya yang tersedia.
4. Situasi sosial terkadang menghasilkan nilai-nilai tertentu yang dipertegas dan diperkuat melalui konsumsi media. Misalnya, orang terdidik akan memilih media yang dapat mempertegas atau memperkuat nilai-nilai yang menghargai akal sehat, kesadaran diri, dan ilmu pengetahuan.

5. Situasi sosial menuntut audiens untuk akrab dengan media agar mereka tetap dapat diterima sebagai anggota kelompok tertentu. Dalam pergaulan sosial, seseorang yang serba tidak tahu mengenai issue-issue yang ,menjadi sorotan media akan dianggap sebagaim orang yang tidak mengikuti perkembangan zaman.

Teori Stimulus–Organisme-Respons

Malvin DeFleur (1970) dalam Morissan (2010: 17) menyatakan bahwa obyek Teori S-O-R adalah manusia dengan pendekatan psikologi dan komunikasi. Komponen-komponen yang dijelaskan dalam teori tersebut adalah: Sikap, Opini, Prilaku, Efek Kognisi, Afeksi dan Konasi. Media masa menimbulkan efek yang terarah segera dan langsung terhadap komunikan.

Unsur dasar dalam teori ini adalah: Pesan (stimulus, S), komunikan (organism, O), efek (respon, R). Menurut teori ini, media masa amat perkasa dalam memengaruhi penerima pesan. Proses komunikasi secara sederhana hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan, yaitu khalayak. Sesungguhnya respon juga dimodifikasi oleh organisme (O) menanggapi Stimulus atau S dengan Respon atau R sehingga dinamakan teori S-O-R. Komponen-komponen respons meliputi: sikap, opini, prilaku, kognisi, efeksi dan konasi.

Stimulus atau S berupa kata-kata tertentu, isyarat nonverbal, simbol akan merangsang orang lain untuk bereaksi dengan cara tertentu. Response bisa positif atau negatif. Misalnya, jika orang tersenyum, mereka tersenyum balik, yang berarti itu menunjukkan respons positif, tetapi jika mereka tersenyum

dibalas tidak peduli, itu berarti respons negatif. Pesan yang disampaikan dapat menumbuhkan gairah kepada penerima pesan (komunikatif) sehingga penerima pesan tersebut dengan cepat dapat menerima pesan yang diterima, kemudian terjadi perubahan perilaku sikap. Stimulus yang diberikan kepada Organisme menimbulkan perhatian, pemahaman, dan penerimaan, kemudian Organisme menanggapi atau merespons dengan sikap positif atau negatif atau biasa saja berupa pengetahuan, sikap dan perilaku.

Organisme menimbulkan perhatian, pemahaman, dan penerimaan, kemudian Organisme menanggapi atau merespons dengan sikap positif atau negatif atau biasa saja berupa pengetahuan, sikap dan perilaku.

Uraian dari teori S – O – R tersebut dapat divisualisasikan dengan model sebagai berikut:

Teori Kultivasi

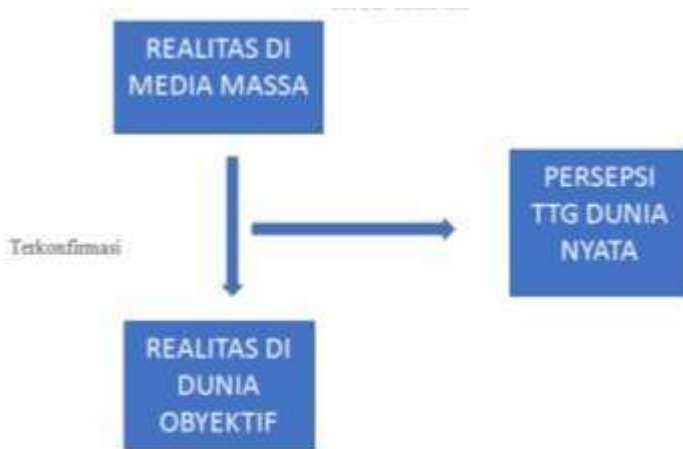
George Gerbner (1999: 127) menjelaskan bahwa kultivasi adalah pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai realita dunia yang merupakan hasil dari mengkonsumsi media (terutama televisi) dalam jangka panjang. Realitas yang dimuat di media massa dan diterima khalayak, sehingga khalayak mempersepsikan, mengartikan dan mempercayai dunia yang penuh dengan realitas yang ditayangkan dan dipelihara oleh media massa.

Dua proses kultivasi adalah:

Mainstreaming, adalah proses pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan bagi kelompok penonton berat, yaitu kelompok

yang menerima realitas budaya yang sama dengan realitas yang ditayangkan oleh media massa. Jika menonton Realitas di media massa dengan intensitas tinggi, dan ketika melihat realitas di dunia nyata atau realitas obyektif sama dengan realitas yang dimuat di media massa, maka persepsi tentang dunia obyektif adalah sama dengan realitas yang ditayangkan di televisi atau media massa. Padahal sebenarnya realitas asli di obyektif itu lebih rendah dari realitas yang dimuat di media massa.

Resonansi, adalah proses pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan akibat dari mengkonsumsi realita dari media massa yang terkonfirmasi oleh pengalaman pribadi individu, sehingga terbentuk persepsi, pengertian dan kepercayaan bahwa realita yang tersaji di media massa adalah benar.



BAB 3

PENELITIAN

METODE SURVEI

Prosedur Survei dalam Penelitian Komunikasi

Secara metodologis jenis Penelitian Kuantitatif ada tiga jenis penelitian yaitu Penelitian Survei, Penelitian Eksperimen dan Penelitian Kasus. Dalam buku ini penulis hanya membahas Penelitian Survei.

Menurut Kerlinger (1973) dalam Sugiyono (2021: 73), *Survey Research Studies is a research with large or small population by selecting and studying samples chosen from the population to discover the relative incident, distribution, and interrelations of sociological and psychological variables.*

Menurut Sugiyono (2021: 74) penelitian survei adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan yang terjadi pada masa lampau, masa sekarang tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku dan hubungan antar variabel sosiologi atau psikologi untuk menguji hipotesis Teknik pengumpulan data pada umumnya menggunakan instrumen berupa test, observasi, wawancara dan kuesioner tertutup, hasilnya cenderung digeneralisasikan.

Berdasarkan kedua pandangan tersebut penulis berpendapat bahwa Penelitian Survei adalah penelitian kuantitatif dengan mengamati individu-individu anggota sampel dari populasi tertentu. Data yang dikumpulkan tentang pendapat, sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik yang berkaitan dengan variabel variabel tertentu. Data yang dikumpulkan menggunakan angket tersebut dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis.

Berbagai kegiatan Penelitian Survei secara berurutan dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Studi pendahuluan
2. Perumusan masalah
3. Menyusun landasan teori
4. Perumusan hipotesis
5. Menyusun desain penelitian
6. Menyusun instrumen penelitian
7. Penentuan populasi dan sampel
8. Pengujian instrumen penelitian
9. Pelaksanaan pengumpulan data
10. Pengolahan dan analisis data
11. Penyusunan laporan penelitian

Sebelas kegiatan tersebut dapat digolongkan menjadi 3 kegiatan pokok yaitu:

1. Penyusunan rancangan penelitian
2. Pengumpulan dan pengolahan serta analisis data
3. Penyusunan laporan penelitian.

Ketiga kegiatan besar tersebut secara administratif diwujudkan dalam dua produk yaitu:

1. Proposal Penelitian
2. Laporan Penelitian

Proposal Penelitian Survei dalam Ilmu Komunikasi

Bab I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Latar belakang masalah dimaksudkan untuk menjelaskan alasan masalah penelitian ingin diteliti, pentingnya permasalahan tersebut dipecahkan dan menggunakan pendekatan apa dalam memecahkan masalah tersebut dari sisi teoritis maupun praktis. Dalam kaitan tersebut Faisal Sanapiah (2008:96) menjelaskan bahwa dalam Latar belakang masalah atau Latar Belakang Penelitian, peneliti memunculkan masalah yang hendak diteliti dengan menelaah secara induktif dari hasil pengamatan secara langsung dari hasil studi pendahuluan.

Toto Syatori Nasehudin (2012: 156) menyatakan bahwa dalam latar belakang masalah atau latar belakang penelitian diungkapkan hal hal yang umum /deduktif yang berkaitan dengan hal yang akan diteliti, kemudian diungkapkan masalah masalah spesifik yang langsung berkaitan dengan judul penelitian.

Hamidi (2010:34) latar belakang penelitian berisi apa yang hendak diteliti, apa tujuannya dan apa manfaatnya. Penulisan

latar belakang dimulai dari pengungkapan fakta, lalu berorientasi pada teori, kemudian mengungkap apa yang belum diketahui dan menarik untuk diteliti.

Berdasarkan ketiga pandangan tersebut penulis berpenadapat bahwa sub bab Latar Belakang Penelitian berisi tentang gejala atau fenomena yang akan diteliti, diangkat dari masalah teoritis atau praktis, argumen dan data faktual tentang topik yang diteliti. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, maka dalam latar belakang ini penulis menguraikan hal-hal sebagai berikut:

1. Menurut... (Kemukakan beberapa pendapat ahli tentang konsep atau teori yang berkaitan dengan variabel-variabel atau hubungan antar variabel yang ada di dalam judul).
2. Sementara itu... (Paparkan data atau fakta tentang variabel-variabel penelitian yang sedang terjadi saat ini).
3. Munculkan masalah yang berkaitan dengan judul sebagai hasil analisis kesenjangan antara teori/konsep dengan realitas yang telah dipaparkan pada poin 1 dengan poin 2 di atas.
4. Nyatakan bahwa masalah tersebut perlu dipecahkan melalui sebuah penelitian.
5. Nyatakan ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian sebagaimana upaya untuk memecahkan masalah tersebut

1.2 Fokus Penelitian

Amos Neolaka (2014: 60) menyatakan bahwa fokus penelitian atau fokus masalah adalah apa yang menjadi pusat perhatian peneliti dalam obyek penelitian. Sugiyono (2006: 32)

menyebutkan bahwa adanya berbagai keterbatasan pada peneliti, maka penelitian difokuskan pada hal hal tertentu yang menjadi perhatian peneliti.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut dikaitkan dengan judul dan latar belakang penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah variabel....., variabel dan keterkaitan antara variabel..... dengan variabel..... dan variabel.....

1.3 Rumusan Masalah

Husaini Usman (2001: 26) menyatakan bahwa rumusan masalah atau pertanyaan penelitian adalah pertanyaan-pertanyaan yang secara tersurat yang harus dijawab atau dicari pemecahannya. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus lengkap dan rinci mengenai lingkup masalah yang akan diteliti. Bagong Suyanto, (2013: 28) menyatakan bahwa rumusan masalah atau pertanyaan penelitian harus bisa dijawab melalui penelitian empiris. Sedang Sugiyono (2006: 316) berpendapat bahwa supaya masalah penelitian bisa dijawab dengan akurat, maka masalah yang diteliti dirumuskan secara spesifik dan dinyatakan dalam kalimat tanya. Berdasarkan kedua pendapat tersebut yang dikaitkan dengan latar belakang masalah dan fokus penelitian, maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Seberapa(variabel bebas 1 atau X_1) ?
2. Seberapa(variabel bebas 2 atau X_2) ?
3. Seberapa..... (variabel terikat atau Y) ?
4. Seberapa besar pengaruh variabel bebas 1 atau x_1 terhadap variabel terikat atau Y ?
5. Seberapa besar pengaruh variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y ?

6. Seberapa besar pengaruh bersama variabel bebas 1 atau X_1 dan variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y ?

1.4 Tujuan Penelitian

Menurut Husaini Usman (2001: 29) tujuan penelitian adalah pernyataan mengenai apa yang hendak dicapai oleh peneliti. Sedang Toto Syatori (2012: 87) menyatakan tujuan penelitian merupakan pernyataan tentang segala hal yang ingin diketahui dalam penelitian. Tujuan penelitian erat kaitannya dengan fokus masalah atau fokus penelitian dan rumusan masalah atau pertanyaan penelitian.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut yang dikaitkan dengan fokus masalah dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui.ariabel bebas 1 atau X_1
2. Untuk mengetahuiariabel bebas 2 atau X_2
3. Untuk mengetahui.variabel terikat atau Y
4. Untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas 1 atau X_1 terhadap variabel terikat atau Y
5. Untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y
6. Untuk mengetahui pengaruh bersama variabel bebas 1 atau X_1 dan variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y

1.5 Signifikasi Penelitian

Menurut Husaini Usman (2001: 31) kegunaan penelitian atau signifikansi penelitian dapat dibagi menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

Kegunaan teoritis dapat menambah atau memperkuat konsep dan teori di bidang ilmu yang diteliti, sedang kegunaan praktis berguna untuk siapa dan untuk apa hasil penelitian itu dimanfaatkan.

Berdasarkan pendapat tersebut dikaitkan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat konsep tentang... (isi konsep-konsep variabel variabel yang diteliti).
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi... (lembaga/kantor/badan/organisasi *stakeholder* yang berkompeten dengan hasil-hasil penelitian).

Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Hipotesis dan Kerangka Konsep

2.1 Kajian Pustaka

Menurut Nyoman Kutha Ratna (2010: 276), Kajian Pustaka adalah seluruh bahan bacaan berupa hasil penelitian yang pernah dibaca baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan dan secara khusus berkaitan dengan objek

penelitian yang sedang dilakukan. Menurut Toto Syatori (2012: 101-102) agar tidak terjadi duplikasi dengan penelitian-penelitian sebelumnya, Peneliti harus mencari tahu apakah penelitian yang dilakukan itu pernah dilakukan oleh orang lain atau belum. Jika sudah, maka harus disebutkan siapa penelitinya, apa judulnya, kapan waktunya, di mana tempat penelitiannya, tujuan penelitian, serta hasil-hasil penelitiannya. Menurut Husaini Usman (2001: 32) perlu menyebutkan pula bahwa penelitian sebelumnya juga belum menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka berikut disajikan dua hasil penelitian sejenis, yang ditampilkan dalam Tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sejenis

UNSUR PEMBEDA	PENELITIAN 1	PENELITIAN 2	PENELITIAN YANG SEDANG DILAKKAN
Judul			
Peneliti			
Waktu & Tempat penelitian			
Masalah			
Metode yang digunakan			
Hasil Penelitian			

Analisis perbedaan:

Dalam sub bab ini diuraikan narasi analisis perbedaan masing masing penelitian dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis, sehingga nampak bahwa penelitian yang sedang dilakukan penulis bukan merupakan duplikasi dari penelitian yang sudah ada, walaupun judulnya sama atau mirip.

2.2 Kerangka Teori

Kerangka teori adalah penjelasan mengenai relevansi teori-teori yang digunakan dalam rangka merelasikan variabel-variabel yang sedang diteliti Sugiyono (2006: 58). Teori adalah seperangkat konsep yang berisi hubungan dua konsep atau lebih, yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel.

Toto Syatori Nasehudin (2012: 88) menyatakan bahwa untuk merumuskan hipotesis perlu dukungan teori yang relevan dengan variabelnya. Teori yang relevan adalah teori yang konsep-konsep di dalamnya dapat diaplikasikan ke dalam variabel-variabel yang diteliti, sehingga teori tersebut benar-benar bisa digunakan untuk menjelaskan secara logis dan rasional fenomena-fenomena yang diteliti (Hamidi, 2010: 58-59). Selanjutnya Bungin (2009: 28) menyatakan ketika masalah penelitian sudah ditemukan, maka peneliti membahas masalah penelitian tersebut dengan teori-teori yang dipilihnya yang relevan dengan variabel variabel penelitian yang sedang dilakukan, sehingga mampu untuk memecahkan masalah penelitian.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut yang dikaitkan dengan judul dan rumusan masalah penelitian, maka dalam kerangka teori ini penulis ungkapkan hal-hal sebagai berikut:

Contoh:

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kinerja dari Mitchel dan Larson (1987: 34) yang menyatakan bahwa: “*Five factors of work performance are Capability, initiative, motivation, Oportunity and Communication* (lima faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang karyawan adalah kemampuan kerja, inisiatif dalam bekerja, motivasi, kualitas kerja dan komunikasi).

Teori tersebut mengandung *enam* konsep yaitu:

1. Konsep Kinerja
2. Konsep kemampuan kerja
3. Konsep inisiatif
4. Konsep motivari
5. Konsep kualitas kerja, dan
6. Konsep komunikasi

Sesuai dengan judul penelitain, maka dari *enam* konsep tersebut konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini hanya konsep komunikasi, konsep motivasi dan konsep kinerja. Apabila teori tersebut direlevansikan ke dalam penelitian, maka:

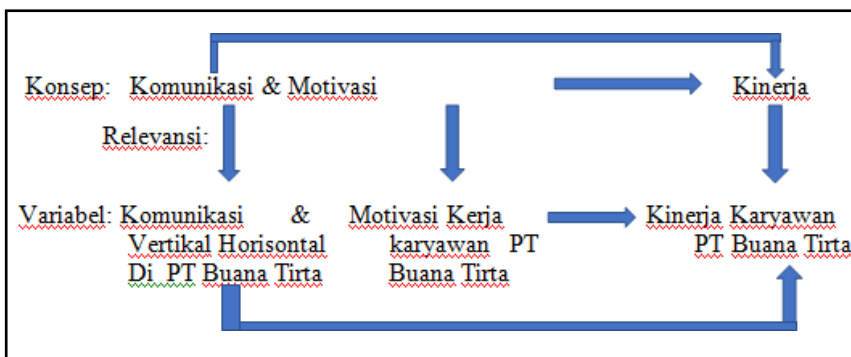
Konsep Komunikasi direlevansikan dengan variabel Komunikasi vertikal- horisontal di lingkungan PT Buana Tirta.

Konsep Motivasi direlevansikan dengan variabel Motivasi kerja karyawan Humas PT Buana Tirta.

Konsep Kiner direlevansikan dengan variabel Kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.

Keterkaitan antar konsep dalam teori kinerja yang direlevansikan dengan variabel penelitian dapat divisualisasikan sebagai berikut:

Keterkaitan antara konsep teori dan relevansinya dengan variabel penelitian Teori Kinerja menurut Mitchel dan Larson (1987: 34)



Gambar di atas secara naratif dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Konsep komunikasi dan konsep motivasi secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap konsep kinerja.
2. Konsep Komunikasi dan konsep motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap konsep kinerja.
3. Konsep komunikasi relevan dengan variabel komunikasi vertikal-horisontal di lingkungan karyawan PT Buana Tirta. Konsep Motivasi relevan dengan variabel motivasi

kerja karyawan PT Buana Tirta, dan Konsep kinerja relevan dengan variabel kinerja karyawan PT Buana Tirta.

4. Mengingat konsep komunikasi dan konsep motivasi baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama berpengaruh dengan konsep kinerja, dan konsep komunikasi relevan dengan variabel komunikasi vertikal-horisontal, konsep motivasi relevan dengan variabel motivasi kerja karyawan PT Buana Tirta, konsep kinerja relevan dengan variabel kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

4.1 Komunikasi vertikal-horisontal berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta

4.2 Motivasi Kerja karyawan berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta

4.3 Komunikasi vertikal-horisontal dan motivasi kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta

4.2 Horisontal berpengaruh

2.3 Perumusan Hipotesis

Husaini Usman (2001: 377) menyatakan bahwa kerangka teori disusun untuk mendapatkan kerangka berfikir deduktif dalam merumuskan hipotesis.

Toto Syatori (2012: 88), Hipotesis merupakan pernyataan dugaan hubungan antara dua variabel atau lebih, sebagai jawaban sementara atas masalah penelitian.

Hipotesis dibangun berdasarkan teori, dan tidak terlepas dari rumusan masalah. Menurut Bajari (2017: 70), Hipotesis dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan antar variabel. Hipotesis penelitian dirumuskan dalam bentuk Hipotesis Kerja.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut yang dikaitkan dengan relevansi teori sebagai yang telah diuraikan dalam kerangka teori, maka rumusan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi vertikal-horisontal berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.
2. Motivasi Kerja karyawan berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.
3. Komunikasi vertikal-horisontal dan motivasi kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.

2.4 Kerangka Konsep

Menurut Bungin (2009: 57) kerangka konsep dibangun dari teori atau konsep untuk menjelaskan variabel variabel yang ada dalam hipotesis. Konsep merupakan acuan dalam memahami variabel, indikator dan parameter dalam pengukuran variabel-variabel penelitian. Dengan demikian konsep yang dimaksud adalah konsep variabel penelitian, berupa defeni dari kata-kata kunci variabel menurut para ahli.

Dalam kerangka konsep ini juga digambarkan bagaimana bentuk atau model hubungan antar variabel penelitian.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka:

Menurut De Vito (2011: 253) komunikasi interpersonal atasan bawahan adalah merupakan proses mengirim dan menerima pesan antara atasan dan bawahan, dilakukan dengan bertatap muka dan memiliki umpan balik dengan tujuan untuk memelihara suatu hubungan.

Lima aspek komunikasi interpersonal atasan bawahan yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan.

Aspek pertama yaitu keterbukaan dimana bawahan memiliki keinginan untuk terbuka dengan atasan dan memiliki tanggung jawab, contohnya kesediaan bawahan terhadap atasan untuk terbuka dan mau membagi informasi yang diketahui.

Aspek kedua yaitu empati dimana bawahan mengetahui keadaan dan perasaan atasan, contohnya bawahan yang mampu memahami dan membantu atasan dalam memecahkan masalah.

Aspek ketiga yaitu dukungan, dimana bawahan dapat memberikan dukungan kepada atasan, contohnya seorang bawahan yang memberikan dukungan dan umpan balik terhadap keputusan atasan.

Aspek keempat yaitu sikap positif dimana bawahan mampu menciptakan kondisi yang baik dan dapat menilai positif dirinya, contohnya bawahan yang mampu mencairkan suasana ketika tidak kondusif dengan kemampuan yang dimiliki.

Aspek kelima adalah kesetaraan dimana bawahan mampu memahami perbedaan pendapat orang lain, contohnya kemampuan bawahan dalam menerima dan merespon pesan yang disampaikan oleh atasan, dan mampu menghargai pesan tersebut. Komunikasi menjadi bagian terpenting bagi pemimpin

ketika ingin mempengaruhi bawahannya untuk mau mengerjakan perintah ataupun dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Muchlisin Riadi (2020) motivasi kerja adalah kekuatan dalam diri yang dapat membangkitkan, mengarahkan dan mempengaruhi seseorang untuk memiliki intensitas dan ketekunan perilaku sukarela dalam melakukan suatu pekerjaan. Motivasi kerja merupakan sekumpulan kekuatan atau energi baik dari dalam maupun di luar pekerjaan, dimulai dari usaha yang berkaitan dengan pekerjaan, mempertimbangkan arah, intensitas dan ketekunannya.

Menurut Winardi (2001) terdapat *tiga aspek* utama yang menjadi pendorong motivasi kerja seorang karyawan, yaitu:

Aspek pertama. Keinginan, ketika seseorang memiliki keinginan maka motivasinya terpacu untuk melakukan suatu pekerjaan tercapai sesuai yang diinginkannya.

Aspek kedua. Kebutuhan, seseorang memiliki motivasi yang tinggi bila seseorang butuh. Ketika seseorang membutuhkan sesuatu misalnya gaji, kompensasi maka pekerjaan akan terpacu untuk melakukan pekerjaannya dengan baik.

Aspek ketiga. Rasa aman, seseorang akan berusaha melakukan sesuatu Juga disebabkan ketakutan saat orang tersebut tidak melakukan sesuatu sehingga alasan motivasi muncul karena ketika seseorang melakukan sesuatu dirinya merasa aman.

Menurut Mangkuprawira (2011) Kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab

yang diberikan kepadanya. Oleh karena itu *output* baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai sumber daya manusia persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Delapan aspek kinerja menurut menurut Gomes (2003) yaitu:

Aspek pertama: Quantity of work, yaitu jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode waktu yang ditentukan.

Aspek kedua: Quality of work, yaitu kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya.

Aspek ketiga: Job knowledge, yaitu luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya.

Aspek keempat: Creativeness, yaitu keaslian gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.

Aspek kelima: Cooperation, yaitu kesediaan untuk bekerjasama dengan orang lain.

Aspek keenam: Dependability, yaitu kesadaran dan dapat dipercaya dalam hal-hal kehadiran dan penyelesaian kerja.

Aspek ketujuh: Initiative, yaitu semangat untuk melaksanakan tugas-tugas dan dalam memperbesar tanggung jawabnya.

Aspek kedelapan: Personal qualities, yaitu menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramah-tamahan, dan integritas pribadi.

2.5 Operasionalisasi Konsep

Bungin (2009: 60) berpendapat bahwa agar variabel harus dirinci parameternya dengan mencantumkan dimensi dan indicator-indikatornya. Berdasarkan pendapat tersebut dikaitkan dengan hipotesis dan kerangka variabel dapat diukur, maka Operasionalisasi Konsep dibuat dalam tabel sebagai berikut ini dijelaskan ke dalam konsep operasional

Operasionalisasi konsep merupakan penjelasan tentang cara yang digunakan peneliti dalam mengoperasikan konstruk, sehingga pengukuran variabel penelitian dapat dilaksanakan.

Konstruk pengukuran variabel-variabel penelitian diuraikan dalam tabel operasionalisasi konsep dengan format sebagai berikut:

Konsep:		Konsep:	
Variabel:		Variabel:	
Dimensi	Indikator	Dimensi	Indikator
.....

Berdasarkan pendapat tersebut dikaitkan dengan hipotesis dan kerangka variabel dapat diukur, maka Operasionalisasi Konsep dibuat dalam tabel sebagai berikut ini dijelaskan ke dalam konsep operasional

Operasionalisasi konsep merupakan penjelasan tentang cara yang digunakan peneliti dalam mengoperasikan konstruk, sehingga pengukuran variabel penelitian dapat dilaksanakan.

Bab III Metodologi Penelitian

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir yang dipakai oleh para peneliti dalam memandang realita suatu permasalahan dan juga teori ataupun ilmu pengetahuan. Menurut Denzin Guba (1990: 18), paradigma penelitian merupakan seperangkat keyakinan dan juga persetujuan bersama antara ilmuwan satu dengan ilmuwan lainnya.

Menurut Agus Salim (2006: 68) paradigma penelitian ada *empat* jenis yaitu Paradigma Positivis, Paradigma Post-Positivis.

Paradigma Positivis adalah paradigma yang memandang bahwa realitas itu memang ada atau nyata (*exist*) berlaku sesuai hukum alam. Penelitian berupaya mengungkap kebenaran realitas dan bagaimana realitas itu berjalan senyatanya. Hasil penelitian benar-benar obyektif, peneliti terpisah dengan yang diteliti. Penelitian menguji hipotesis melalui analisis data angka-angka yang berasal dari hasil pengukuran variabel.

Paradigma Post-Positivis adalah paradigma yang memandang bahwa realitas memang ada dan berjalan sesuai hukum alam, namun peneliti dinilai tidak mungkin bisa melihat realitas secara benar. Oleh karena itu dalam melihat realitas peneliti harus melengkapinya dengan Trianggulasi. Hubungan periset dengan yang diteliti tidak bisa dipisahkan.

Paradigma Konstruktivis adalah paradigma yang memandang bahwa realitas itu ada dalam berbagai bentuk konstruksi mental, bersifat lokal dan spesifik tergantung yang melakukannya. Realitas yang diamati oleh seseorang tidak bisa

digeneralisasikan kepada orang lain, peneliti dengan obyek penelitian merupakan satu kesatuan interaktif, sehingga hasil penelitian bersifat subyektif.

Paradigma Kritis adalah paradigma yang berlandaskan ideologi tertentu berupa wacana yang berorientasi pada ideologi Marxisme, metode dialog, hubungan periset dengan yang diriset sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan, hasilnya adalah subyektif.

Penelitian dengan metode Survei lebih tepat menggunakan *Paradigma Positivis*, karena ciri-ciri penelitian Survei sesuai dengan ciri-ciri Paradigma Positivis yaitu: memandang bahwa realitas itu memang ada dan berjalan sesuai hukum sebab-akibat, hubungan peneliti dengan yang diteliti terpisah karena dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner, analisis data dengan statistik karena datanya berupa angka-angka berdasarkan pengukuran variabel.

3.2 Pendekatan Penelitian

Ruslan (2004: 211) menyatakan bahwa pendekatan penelitian adalah cara pandang peneliti dalam memahami realita, sehingga dengan pemahamannya itu peneliti menentukan langkah-langkah apa yang harus ditempuh dalam melaksanakan penelitiannya.

Prof. Dr. Emzir, M.Pd. (2011: 27) menyatakan adanya tiga Jenis Pendekatan Penelitain yaitu:

Pendekatan Kuantitatif, merupakan penelitian yang menggunakan paradigam Positivisme, meneliti variabel-variabel secara kuantitatif dan terukur, hubungan antar variabel bersifat sebab akibat, pengolahan data statistik, pengumpulan data

menggunakan instrument yang valid dan handal metode eksperimen dan Survei.

Pendekatan Kualitatif adalah penelitian yang menggunakan paradigma konstruktifis, studi kasus, analisis induktiflah dengan mengeksplorasi data kualitatif melalui pertanyaan terbuka, observasi dan tidak menguji hipotesis mencari temua temuan dalam konteks sosial dan temporer, peneliti sebagai instrument memiliki kedekatan dengan sikap empati terhadap responden.

Pendekatan gabungan (Mixed Methodology) adalah penelitian yang menggunakan paradigma pragmatis, pengumpulan data angket dan observasi serta interview, data numerik dan non numerik, hasil penelitian merepresentasikan informasi kuantitatif dan kualitatif.

Penelitian dengan metode Survei menggunakan Pendekatan Kuantitatif, karena ciri-ciri penelitian Survei cocok dengan ciri-ciri pendekatan kuantitatif yaitu:

Menggunakan paradigma positivis, meneliti variabel-variabel secara kuantitatif, mengolah data menggunakan statistik, karena data berupa angka-angka yang sumber data adalah anggota sampel random dari populasi tertentu.

3.3 Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Cara ilmiah adalah cara – cara yang sesuai sifat-sifat ilmu yaitu rasional, empiris dan sistematis. Tujuan yang dimaksud di sini adalah membuktikan, mengembangkan dan menemukan teori; sedang kegunaan yang

dimaksud adalah untuk memahami, memecahkan masalah, mengantisipasi masalah dan membuat kemajuan di bidang ilmu tertentu.

Menurut Nasehudin (2012: 56) ada tiga jenis metode penelitian yaitu Survei, eksperimen dan studi kasus.

Penelitian Survei, adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sesuatu secara keseluruhan dari obyek penelitian. Melalui penelitian sampel, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, hasilnya diberlakukan umum (generalisasi) atas populasinya.

Dua jenis Survei yaitu Survei lengkap atau sensus dan Survei sederhana atau *Simple Survei*. Survei lengkap adalah penelitian survei yang meneliti seluruh anggota populasi, sedang survei sederhana atau *simpel survei* adalah survei yang mengambil sampel atau sebagian dari populasi (Lilik Maryanto, 2011)

Penelitian Eksperimen, yaitu penelitian yang bermaksud mencari kemungkinan hubungan sebab-akibat dengan memberikan perlakuan khusus terhadap kelompok coba atau *treatment* dan membandingkannya dengan kelompok banding.

Penelitian Kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara mendalam atas sebuah obyek, tetapi hasilnya tidak dapat diberlakukan secara umum, dengan kata lain hasil penelitian tersebut hanya berlaku untuk yang menjadi sasaran penelitian saat tertentu.

Metode penelitian yang digunakan adalah Survei sederhana, yaitu penelitian menggunakan sampel dan populasi, hasilnya

digeneralisasikan, pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner.

3.4 Format Penelitian

Ditinjau dari bentuk penjelasan tentang jumlah dan keterkaitan variabelnya. Menurut Bungin (2009: 35), dalam penelitian kuantitatif terdapat 2 format penelitian yaitu format deskriptif dan format eksplanatif.

Format deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau variabel yang ada di obyek penelitian, kemudian menggeneralisasikannya menjadi sifat-sifat umum dari kondisi dan situasi dari variabel yang ditelitinya.

Format eksplanatif yaitu penelitian yang bertujuan menggeneralisasikan sampel atas populasinya, menjelaskan hubungan, pengaruh atau perbedaan antar variable.

Jenis format apa yang digunakan dalam penelitian ditentukan oleh jumlah variabel. Jika yang diteliti variabel tunggal, maka format penelitiannya adalah format deskriptif. Jika yang diteliti dua variabel atau lebih, maka format penelitiannya adalah format eksplanatif.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi pengamatan atau obyek penelitian yang berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, dll yang menjadi sumber data penelitian. Menurut Bungin (2007: 99) ada dua jenis populasi yaitu populasi terbatas dan populasi tidak terbatas. Populasi terbatas adalah populasi yang secara kuantitatif

diketahui dengan pasti batas-batasnya atau jumlah individunya, misal jumlah siswa sekolah A sebagai obyek penelitian adalah 500 siswa. Populasi tidak terbatas adalah populasi yang kuantitatif tidak diketahui batas-batas jumlahnya, oleh karena itu sifatnya tidak terhingga, misalnya penggemar sepak bola di Indonesia.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili seluruh karakteristik dari populasi. Sebuah populasi dengan kuantitas besar dapat diambil sebagian dengan kualitas sampel yang mewakili sama persis dengan kualitas dari populasi dengan kata representatif. Jumlah dari sampel tidak selalu besar dan juga tidak selalu kecil, hal ini bergantung pada keterwakilan karakter dari sampel.

Sedang *sampling* adalah cara mengambil anggota-anggota populasi menjadi anggota sampel yang representatif (Sugiyono, 2006: 90). Sampel yang representatif adalah sampel acak sederhana seimbang atau *Proportioned simple random sampling* yaitu sampel yang anggota-anggotanya dipilih melalui undian atau table bilangan random (Sugiyono, 2006: 91). Dalam menentukan besar sampel peneliti menggunakan rumus Taro Yamane (Jalaludin Rakhmad, 2005: 71) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd + 1}$$

n = Besar sampel yang dihitung N = Besar Populasi → ... orang

d = Sampling Error → 10 % 1 = Konstanta

Sedang *sampling* adalah cara mengambil anggota-anggota populasi menjadi anggota sampel yang representatif (Sugiyono, 2006: 90). Sampel yang representatif adalah sampel acak sederhana seimbang. Berdasarkan rumus dan besar populasi serta *sampling error* maka dapat dihitung besar sampelnya. Sebagai contoh apabila besar populasi 500 orang dengan *sampling error* 10 %, maka besar sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{500}{500(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{500}{500(0,01)+1}$$

$$n = \frac{500}{5 + 1}$$

$$n = \frac{500}{6}$$

$$n = 83$$

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data lapangan. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Instrumen

pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Menurut sumbernya, data data dapat digolongkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang menyangkut pandangan responden menggunakan angket yang diisi sendiri oleh responden, dengan pertimbangan bahwa responden adalah berpendidikan, sehingga dengan angket ini cukup efektif untuk mengumpulkan data primer penelitian. Selain itu secara metodologis dinyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif teknik yang paling tepat dalam pengumpulan data primer adalah kuesioner atau angket. Teknik angket merupakan teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau megirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah orang yang menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan oleh peneliti (Irawan Suhartono, 2002: 65).

Butir pertanyaan dalam angket adalah berupa pernyataan yang alternatif jawabannya menggunakan skala Likert dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat atau perspektif seseorang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata seperti: Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Atau Selalu, Sering, Kadang-kadang, Tidak pernah dan Tidak Pernah sama sekali (Sugiyono, 2006: 104).

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum pengumpulan data dilaksanakan, kuesiner di uji validitas dan reliabilitasnya lebih dahulu, dengan disebarkan

kepada 30 anggota populasi yang akan diteliti, agar pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar valid dan reliabel.

Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan itu valid atau tidak, nilai validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan variable dengan total skor variable . Jika nilai korelasi tersebut positif dan lebih dari 0,360 maka butir pernyataan tersebut adalah valid.

Rumus korelasi tersebut adalah:

$$r = \frac{\sum xy}{SD X \cdot SD Y} \text{ (Sugiyono, 2006:146)}$$

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data adalah valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk mengetahui butir-butir pertanyaan dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian itu reliabel. Butir-butir pertanyaan adalah reliabel jika pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan berkali-kali dan nilai-nilai datanya tetap sama atau konsistens.

Sebuah butir pertanyaan disebut reliabel jika pertanyaan itu digunakan berkali-kali hasil selalu sama. Itu berarti datanya benar-benar stabil atau ada ketetapan dilihat dari segi waktu (Fred L Benu & Agus S Benu, 2019: 176).

Notasi nilai reliabilitas adalah R.

Rumus untuk menghitung Koefisien reliabilitas adalah:

Uji reliabilitas dengan *Split Spearman Brown* dengan rumus:

$$R_1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

R_1 adalah Reliabilitas Internal seluruh instrumen.

r_b adalah korelasi product moment belahan pertama dengan belahan kedua.

Jika nilai r_1 Alpha lebih besar dari 0,60 maka seluruh item pernyataan adalah reliable.

Sumber: Sugiyono (2006: 146)

3.8 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data berupa penyiapan data dengan kegiatan mengedit instrument yang telah diisi responden, melakukan pengkodean dan tabulasi.

Editing adalah memeriksa lembaran-lembaran angket yang sudah diisi oleh responden untuk mengetahui apakah sudah lengkap pengisiannya dan benar sesuai yang ditentukan oleh peneliti. Jika tidak lengkap, maka jika mungkin dikembalikan kepada responden yang bersangkutan, tetapi kalau tidak mungkin perlu dicari responden pengganti dengan pengisian yang benar dan lengkap.

Pengkodean adalah pemberian identitas kepada setiap data sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis. Pengkodean meliputi pengkodean frekuensi dan pengkodean lambang. Pengkodean **frekuensi** digunakan apabila jawaban pada poin tertentu memiliki bobot frekuensi tertentu, sedang pengkodean lambang digunakan pada poin yang tidak memiliki bobot tertentu.

Tabulasi adalah memasukkan data dalam tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Hasilnya berupa tabel data yaitu tabel yang dipakai untuk mendikripsikan data sehingga memudahkan peneliti untuk memahami struktur data. (Bungin, 2004: 168).

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam analisis data, peneliti menggunakan instrument analisis. Teknik statistik meliputi Statistik Deskriptif dan Statistik Inferensial.

Statistik deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan nilai data, meliputi distribusi frekuensi, grafik, tendensi sentral, distribusi kuartil dan persentil, rata-rata hitung, standart deviasi, dan pengukuran variabel, serta uji normalitas.

Statistik inferensial digunakan untuk melakukan uji hipotesis, baik yang bersifat korelaional, maupun komparatif.

Statistik untuk uji hubungan meliputi Korelasi *Product Moment* dan uji regresi.

Rumus Korelasi *Product Moment*:

$$r = \frac{\sum xy}{N \cdot SD_x \cdot SD_y}$$

(Bungin, 2004: 196)

Rumus Uji regresi linier sederhana dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Rumus Uji regresi linier multipel dengan rumus:

$$Y = a + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + \dots + a_kX_k$$

(Bungin, 2004: 188)

3.10 Hipotesis Statistik

Hipotesis adalah proposisi sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian atau rumusan masalah. Ada dua macam hipotesis yaitu penelitian dan hipotesis statistik. Hipotesis penelitian adalah proposisi atau dugaan yang belum terbukti fenomena, sebagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Hipotesis Statistik adalah suatu dugaan sementara terkait dengan populasi dalam suatu penelitian kuantitatif dan kebenarannya masih perlu. Hipotesis statistik terdiri atas hipotesis kerja atau H_1 dan hipotesis Nol Asosiatif dan Hipotesis Komparatif.

Hipotesis alternatif atau H_1 merupakan hipotesis teoritikal yang dirumuskan untuk diterima melalui pengujian yang dinotasikan H_1 , merupakan alternatif dari penerimaan hipotesis alternatif bermakna bahwa teori berlaku dalam masalah penelitian. Tiga macam hipotesis alternatif adalah:

Hipotesis deskriptif adalah hipotesis yang bertujuan menjelaskan tentang hal (*being*) dan keberadaan (*ecxistens*) suatu obyek deskriptif.

Contoh: Umur teknis laptop merk A > 20.000 jam

Hipotesis asosiatif atau korelasional, adalah hipotesis dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui adakah asosiasi atau hbungan antara dua variabel atau lebih.

Contoh:

$H_1: r > 0$ Ada hubungan antara menonton iklan Shampo merk B dengan membeli Shampo merk B

$H_1: R > 0$ Ada pengaruh menonton iklan Shampo merk B terhadap membeli Shampo merk B

Hipotesis Komparatif adalah hipotesis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui adakah perbedaan antara dua obyek pengamatan yang masing-masing memiliki kemungkinan atau ketidak samaan karakteristik atau ciri tertentu.

Contoh: $H_1 : My_{u_1} > My_{u_2}$

Hipotesis Nol atau **H₀** merupakan dikemukakan untuk diuji dengan peluang hipotesis nihil diterima atau ditolak.

Penerimaan hipotessis nihil dengan konsekuensi penolakan hipotesis alternarif (H_1). Penerimaan hipotesis Nol melalui pengujian hipotesis bermakna bahwa hasil pengujian tidak bertaat azas atau bertentangan dengan hipotesis teoritik atau kemungkinan proposisi hipotetikal tidak berlaku dalam kasus masalah yang diteliti.

Hipotesis Nol (H_0) dirumuskan untuk ditolak melalui pengujian, karena hipotesis Nol menolak hipotesis teori. Hipotesis Nol ada tiga macam yaitu:

Hipotesis Deskriptif adalah hipotesis dalam penelitian yang bertujuan menjelaskan tentang hal dan keberadaan karakteristik atau sifat satu obyek deskriptif.

Contoh hipotesis Nol deskriptif:

Umur teknis laptop merk A < 20.000 jam.

Hipotesis asosiatif atau korelasional, adalah hipotesis dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui adakah asosiasi atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Contoh hipotesis nol asosiatif:

$H_1: r = 0$ Ada hubungan antara menonton iklan Shampoo merk B dengan membeli Shampoo merk B

$H_1: R = 0$ Ada pengaruh menonton iklan Shampoo merk B terhadap membeli Shampoo merk B

Hipotesis Komparatif adalah hipotesis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui adakah perbedaan antara dua obyek pengamatan yang masing-masing memiliki kemungkinan atau ketidaksamaan karakteristik atau ciri tertentu. Contoh hipotesis nol komparatif:

$H_1 : Myu_1 = Myu_2$

Sumber: Fred L Benu & Agus S Benu (2019: 292)

Laporan Hasil Penelitian Survei dalam Ilmu Komunikasi

Bab I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Latar belakang masalah dimaksudkan untuk menjelaskan alasan masalah penelitian ingin diteliti, pentingnya permasalahan tersebut dipecahkan dan menggunakan pendekatan apa dalam memecahkan masalah tersebut dari sisi teoritis maupun praktis. Dalam kaitan tersebut Faisal Sanapiah (2008:96) menjelaskan bahwa dalam Latar belakang masalah atau Latar Belakang Penelitian, peneliti memunculkan masalah yang hendak diteliti dengan menelaah secara induktif dari hasil pengamatan secara langsung dari hasil studi pendahuluan.

Toto Syatori Nasehudin (2012: 156) menyatakan bahwa dalam latar belakang masalah atau latar belakang penelitian diungkapkan hal hal yang umum /deduktif yang berkaitan dengan hal yang akan diteliti, kemudian diungkapkan masalah masalah spesifik yang langsung berkaitan dengan judul penelitian.

Hamidi (2010:34) latar belakang penelitian berisi apa yang hendak diteliti, apa tujuannya dan apa manfaatnya. Penulisan latar belakang dimulai dari pengungkapan fakta, lalu berorientasi pada teori, kemudian mengungkap apa yang belum diketahui dan menarik untuk diteliti.

Berdasarkan ketiga pandangan tersebut penulis berpendapat bahwa sub bab Latar Belakang Penelitian berisi tentang gejala atau fenomena yang akan diteliti, diangkat dari masalah teoritis atau praktis, argumen dan data faktual tentang topik yang

diteliti. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, maka dalam latar belakang ini penulis menguraikan hal-hal sebagai berikut:

6. Menurut... (Kemukakan beberapa pendapat ahli tentang konsep atau teori yang berkaitan dengan variabel-variabel atau hubungan antar variabel yang ada di dalam judul).
7. Sementara itu... (Paparkan data atau fakta tentang variabel-variabel penelitian yang sedang terjadi saat ini).
8. Munculkan masalah yang berakitan dengan judul sebagai hasil analisis kesenjangan antara teori/konsep dengan realitas yang telah dipaparkan pada poin 1 dengan poin 2 di atas.
9. Nyatakan bahwa masalah tersebut perlu dipecahkan melalui sebuah penelitian.
10. Nyatakan ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian sebagai upaya untuk memecahkan masalah tersebut

1.2 Fokus Penelitian

Amos Neolaka (2014: 60) menyatakan bahwa fokus penelitian atau fokus masalah adalah apa yang menjadi pusat perhatian peneliti dalam obyek penelitian. Sugiyono (2006: 32) menyebutkan bahwa adanya berbagai keterbatasan pada peneliti, maka penelitian difokuskan pada hal hal tertentu yang menjadi perhatian peneliti.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut dikaitkan dengan judul dan latar belakang penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah variabel....., variabel dan keterkaitan antara variabel..... dengan variabel..... dan variabel.....

1.3 Rumusan Masalah

Husaini Usman (2001: 26) menyatakan bahwa rumusan masalah atau pertanyaan penelitian adalah pertanyaan-pertanyaan yang secara tersurat yang harus dijawab atau dicari pemecahannya. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus lengkap dan rinci mengenai lingkup masalah yang akan diteliti. Bagong Suyanto, (2013: 28) menyatakan bahwa rumusan masalah atau pertanyaan penelitian harus bisa dijawab melalui penelitian empiris. Sedang Sugiyono (2006: 316) berpendapat bahwa supaya masalah penelitian bisa dijawab dengan akurat, maka masalah yang diteliti dirumuskan secara spesifik dan dinyatakan dalam kalimat tanya. Berdasarkan kedua pendapat tersebut yang dikaitkan dengan latar belakang masalah dan fokus penelitian, maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

7. Seberapa(variabel bebas 1 atau X_1) ?
8. Seberapa(variabel bebas 2 atau X_2) ?
9. Seberapa..... (variabel terikat atau Y) ?
10. Seberapa besar pengaruh variabel bebas 1 atau X_1 terhadap variabel terikat atau Y ?
11. Seberapa besar pengaruh variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y ?
12. Seberapa besar pengaruh bersama variabel bebas 1 atau X_1 dan variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y ?

1.4 Tujuan Penelitian

Menurut Husaini Usman (2001: 29) tujuan penelitian adalah pernyataan mengenai apa yang hendak dicapai oleh peneliti. Sedang Toto Syatori (2012: 87) menyatakan tujuan penelitian

merupakan pernyataan tentang segala hal yang ingin diketahui dalam penelitian. Tujuan penelitian erat kaitannya dengan fokus masalah atau fokus penelitian dan rumusan masalah atau pertanyaan penelitian.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut yang dikaitkan dengan fokus masalah dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

7. Untuk mengetahui.ariabel bebas 1 atau X_1
8. Untuk mengetahuiariabel bebas 2 atau X_2
9. Untuk mengetahui.variabel terikat atau Y
10. Untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas 1 atau X_1 terhadap variabel terikat atau Y
11. Untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y
12. Untuk mengetahui pengaruh bersama variabel bebas 1 atau X_1 dan variabel bebas 2 atau X_2 terhadap variabel terikat atau Y

1.5 Signifikasi Penelitian

Menurut Husaini Usman (2001: 31) kegunaan penelitian atau signifikansi penelitian dapat dibagi menjadi dua yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

Kegunaan teoritis dapat menambah atau memperkuat konsep dan teori di bidang ilmu yang diteliti, sedang kegunaan praktis

berguna untuk siapa dan untuk apa hasil penelitian itu dimanfaatkan.

Berdasarkan pendapat tersebut dikaitkan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka:

3. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat konsep tentang... (isi konsep-konsep variabel variabel yang diteliti).
4. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi... (lembaga/kantor/badan/organisasi *stakeholder* yang berkompeten dengan hasil-hasil penelitian).

Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Hipotesis dan Kerangka Konsep

2.1 Kajian Pustaka

Menurut Nyoman Kutha Ratna (2010: 276), Kajian Pustaka adalah seluruh bahan bacaan berupa hasil penelitian yang pernah dibaca baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan dan secara khusus berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dilakukan. Menurut Toto Syatori (2012: 101-102) agar tidak terjadi duplikasi dengan penelitian-penelitian sebelumnya, Peneliti harus mencari tahu apakah penelitian yang dilakukan itu pernah dilakukan oleh orang lain atau belum. Jika sudah, maka harus disebutkan siapa penelitinya, apa judulnya, kapan waktunya, di mana tempat penelitiannya, tujuan penelitian, serta hasil-hasil penelitiannya. Menurut Husaini Usman (2001: 32) perlu menyebutkan pula

bahwa penelitian sebelumnya juga belum menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka berikut disajikan dua hasil penelitian sejenis, yang ditampilkan dalam Tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sejenis

UNSUR PEMBEDA	PENELITIAN 1	PENELITIAN 2	PENELITIAN YANG SEDANG DILAKKAN
Judul			
Peneliti			
Waktu & Tempat penelitian			
Masalah			
Metode yang digunakan			
Hasil Penelitian			

Analisis perbedaan:

Dalam sub bab ini diuraikan narasi analisis perbedaan masing masing penelitian dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis, sehingga nampak bahwa penelitian yang sedang dilakukan penulis bukan merupakan duplikasi dari penelitian yang sudah ada, walaupun judulnya sama atau mirip.

2.2 Kerangka Teori

Kerangka teori adalah penjelasan mengenai relevansi teori-teori yang digunakan dalam rangka merelasikan variabel-variabel yang sedang diteliti Sugiyono (2006: 58). Teori adalah seperangkat konsep yang berisi hubungan dua konsep atau lebih, yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel.

Toto Syatori Nasehudin (2012: 88) menyatakan bahwa untuk merumuskan hipotesis perlu dukungan teori yang relevan dengan variabelnya. Teori yang relevan adalah teori yang konsep-konsep di dalamnya dapat diaplikasikan ke dalam variabel-variabel yang diteliti, sehingga teori tersebut benar-benar bisa digunakan untuk menjelaskan secara logis dan rasional fenomena-fenomena yang diteliti (Hamidi, 2010: 58-59). Selanjutnya Bungin (2009: 28) menyatakan ketika masalah penelitian sudah ditemukan, maka peneliti membahas masalah penelitian tersebut dengan teori-teori yang dipilihnya yang relevan dengan variabel-variabel penelitian yang sedang dilakukan, sehingga mampu untuk memecahkan masalah penelitian.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut yang dikaitkan dengan judul dan rumusan masalah penelitian, maka dalam kerangka teori ini penulis ungkapkan hal-hal sebagai berikut:

Contoh:

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kinerja dari Mitchel dan Larson (1987: 34) yang menyatakan bahwa: “*Five factors of work performance are Capability,*

initiative, motivation, Oportunity and Communication (lima faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang karyawan adalah kemampuan kerja, inisiatif dalam bekerja, motivasi, kualitas kerja dan komunikasi).

Teori tersebut mengandung *enam* konsep yaitu:

7. Konsep Kinerja
8. Konsep kemampuan kerja
9. Konsep inisiatif
10. Konsep motivari
11. Konsep kualitas kerja, dan
12. Konsep komunikasi

Sesuai dengan judul penelaitan, maka dari *enam* konsep tersebut konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini hanya konsep komunikasi, konsep motivasi dan konsep kinerja. Apabila teori tersebut direlevansikan ke dalam penelitian, maka:

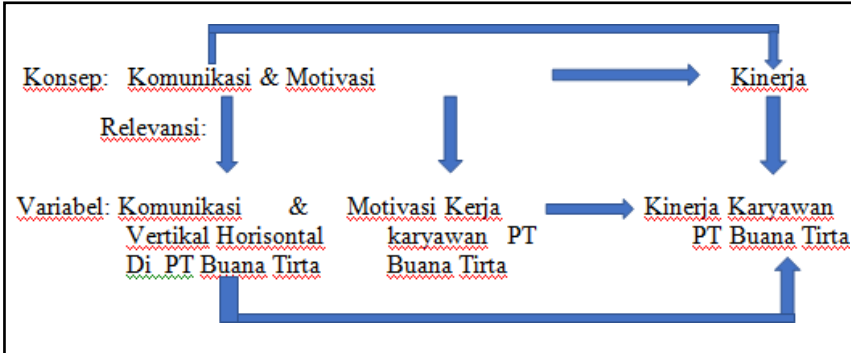
Konsep Komunikasi direlevansikan dengan variabel Komunikasi vertikal- horisontal di lingkungan PT Buana Tirta.

Konsep Motivasi direlevansikan dengan variabel Motivasi kerja karyawan Humas PT Buana Tirta.

Konsep Kiner direlevansikan dengan variabel Kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.

Keterkaitan antar konsep dalam teori kinerja yang direlavansikan dengan variabel penelitian dapat divisualisasikan sebagai berikut:

Keterkaitan antara konsep teori dan relevansinya dengan variabel penelitian Teori Kinerja menurut Mitchel dan Larson (1987: 34)



Gambar di atas secara naratif dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

5. Konsep komunikasi dan konsep motivasi secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap konsep kinerja.
6. Konsep Komunikasi dan konsep motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap konsep kinerja.
7. Konsep komunikasi relevan dengan variabel komunikasi vertikal-horisontal di lingkungan karyawan PT Buana Tirta. Konsep Motivasi relevan dengan variabel motivasi kerja karyawan PT Buana Tirta, dan Konsep kinerja relevan dengan variabel kinerja karyawan PT Buana Tirta.
8. Mengingat konsep komunikasi dan konsep motivasi baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama berpengaruh dengan konsep kinerja, dan konsep komunikasi relevan dengan variabel komunikasi

vertikal-horisontal, konsep motivasi relevan dengan variabel motivasi kerja karyawan PT Buana Tirta, konsep kinerja relevan dengan variabel kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- 8.1 Komunikasi vertikal-horisontal berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta
 - 4.2 Motivasi Kerja karyawan berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta
 - 4.3 Komunikasi vertikal-horisontal dan motivasi kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta
- 8.2 Horisontal berpengaruh

2.3 Perumusan Hipotesis

Husaini Usman (2001: 377) menyatakan bahwa kerangka teori disusun untuk mendapatkan kerangka berfikir deduktif dalam merumuskan hipotesis.

Toto Syatori (2012: 88), Hipotesis merupakan pernyataan dugaan hubungan antara dua variabel atau lebih, sebagai jawaban sementara atas masalah penelitian.

Hipotesis dibangun berdasarkan teori, dan tidak terlepas dari rumusan masalah. Menurut Bajari (2017: 70), Hipotesis dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan antar variabel. Hipotesis penelitian dirumuskan dalam bentuk Hipotesis Kerja.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut yang dikaitkan dengan relevansi teori sebagai yang telah diuraikan dalam kerangka teori, maka rumusan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

4. Komunikasi vertikal-horisontal berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.
5. Motivasi Kerja karyawan berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.
6. Komunikasi vertikal-horisontal dan motivasi kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan Humas PT Buana Tirta.

2.4 Kerangka Konsep

Menurut Bungin (2009: 57) kerangka konsep dibangun dari teori atau konsep untuk menjelaskan variabel variabel yang ada dalam hipotesis. Konsep merupakan acuan dalam memahami variabel, indikator dan parameter dalam pengukuran variabel-variabel penelitian. Dengan demikian konsep yang dimaksud adalah konsep variabel penelitian, berupa defini dari kata-kata kunci variabel menurut para ahli.

Dalam kerangka konsep ini juga digambarkan bagaimana bentuk atau model hubungan antar variabel penelitian.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka:

Menurut De Vito (2011: 253) komunikasi interpersonal atasan bawahan adalah merupakan proses mengirim dan menerima pesan antara atasan dan bawahan, dilakukan dengan bertatap muka dan memiliki umpan balik dengan tujuan untuk memelihara suatu hubungan.

Lima aspek komunikasi interpersonal atasan bawahan yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan.

Aspek pertama yaitu keterbukaan dimana bawahan memiliki keinginan untuk terbuka dengan atasan dan memiliki tanggung jawab, contohnya kesediaan bawahan terhadap atasan untuk terbuka dan mau membagi informasi yang diketahui.

Aspek kedua yaitu empati dimana bawahan mengetahui keadaan dan perasaan atasan, contohnya bawahan yang mampu memahami dan membantu atasan dalam memecahkan masalah.

Aspek ketiga yaitu dukungan, dimana bawahan dapat memberikan dukungan kepada atasan, contohnya seorang bawahan yang memberikan dukungan dan umpan balik terhadap keputusan atasan.

Aspek keempat yaitu sikap positif dimana bawahan mampu menciptakan kondisi yang baik dan dapat menilai positif dirinya, contohnya bawahan yang mampu mencairkan suasana ketika tidak kondusif dengan kemampuan yang dimiliki.

Aspek kelima adalah kesetaraan dimana bawahan mampu memahami perbedaan pendapat orang lain, contohnya kemampuan bawahan dalam menerima dan merespon pesan yang disampaikan oleh atasana, dan mampu menghargai pesan tersebut. Komunikasi menjadi bagian terpenting bagi pemimpin ketika ingin mempengaruhi bawahannya untuk mau mengerjakan perintah ataupun dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Muchlisin Riadi (2020) motivasi kerja adalah kekuatan dalam diri yang dapat membangkitkan, mengarahkan dan

mempengaruhi seseorang untuk memiliki intensitas dan ketekunan perilaku sukarela dalam melakukan suatu pekerjaan. Motivasi kerja merupakan sekumpulan kekuatan atau energi baik dari dalam maupun di luar pekerjaan, dimulai dari usaha yang berkaitan dengan pekerjaan, mempertimbangkan arah, intensitas dan ketekunannya.

Menurut Winardi (2001) terdapat *tiga aspek* utama yang menjadi pendorong motivasi kerja seorang karyawan, yaitu:

Aspek pertama. Keinginan, ketika seseorang memiliki keinginan maka motivasinya terpacu untuk melakukan suatu pekerjaan tercapai sesuai yang diinginkannya.

Aspek kedua. Kebutuhan, seseorang memiliki motivasi yang tinggi bila seseorang butuh. Ketika seseorang membutuhkan sesuatu misalnya gaji, kompensasi maka pekerjaan akan terpacu untuk melakukan pekerjaannya dengan baik.

Aspek ketiga. Rasa aman, seseorang akan berusaha melakukan sesuatu Juga disebabkan ketakutan saat orang tersebut tidak melakukan sesuatu sehingga alasan motivasi muncul karena ketika seseorang melakukan sesuatu dirinya merasa aman.

Menurut Mangkuprawira (2011) Kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Oleh karena itu *output* baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai sumber daya manusia persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Delapan aspek kinerja menurut menurut Gomes (2003) yaitu:

Aspek pertama: Quantity of work, yaitu jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode waktu yang ditentukan.

Aspek kedua: Quality of work, yaitu kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya.

Aspek ketiga: Job knowledge, yaitu luasnya pengetahuan mengenai pekerjaan dan keterampilannya.

Aspek keempat: Creativeness, yaitu keaslian gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul.

Aspek kelima: Cooperation, yaitu kesediaan untuk bekerjasama dengan orang lain.

Aspek keenam: Dependability, yaitu kesadaran dan dapat dipercaya dalam hal-hal kehadiran dan penyelesaian kerja.

Aspek ketujuh: Initiative, yaitu semangat untuk melaksanakan tugas-tugas dan dalam memperbesar tanggung jawabnya.

Aspek kedelapan: Personal qualities, yaitu menyangkut kepribadian, kepemimpinan, keramah-tamahan, dan integritas pribadi.

2.5 Operasionalisasi Konsep

Bungin (2009: 60) berpendapat bahwa agar varvariabel harus dirinci parameternya dengan mencantumkan dimensi dan indicator-indikatornya. Berdasarkan pendapat tersebut dikaitkan

dengan hipotesis dan kerangka variabel dapat diukur, maka Operasionalisasi Konsep dibuat dalam tabel sebagai berikut ini dijelaskan ke dalam konsep operasional

Operasionalisasi konsep merupakan penjelasan tentang cara yang digunakan peneliti dalam mengoperasikan konstruk, sehingga pengukuran variabel penelitian dapat dilaksanakan.

Konstruk pengukuran variabel-variabel penelitian diuraikan dalam tabel operasionalisasi konsep dengan format sebagai berikut:

Konsep: Komunikasi Interpersonal		Konsep: Kinerja Karyawan	
Variabel Bebas: Komunikasi antar peribadi atasan dan bawahan karyawan Umas PT Buana Tirta		Vaiabel Terikat: Kinerja karyawan PT Buana Tirta.	
Dimensi	Indikator	Dimensi	Indikator
Keterbukaan		Hasil Kerja Kuantitatif	
Empati		Hasil Kerja Kualitatif	
Dst		Dst	

Bab III Metodologi Penelitian

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir yang dipakai oleh para peneliti dalam memandang realita suatu permasalahan dan juga teori ataupun ilmu pengetahuan. Menurut Denzin Guba (1990: 18), paradigma penelitian merupakan seperangkat keyakinan dan juga persetujuan bersama antara ilmuwan satu dengan ilmuwan lainnya.

Menurut Agus Salim (2006: 68) paradigma penelitian ada *empat* jenis yaitu Paradigma Positivis, Paradigma Post-Positivis.

Paradigma Positivis adalah paradigma yang memandang bahwa realitas itu memang ada atau nyata (*exist*) berlaku sesuai hukum alam. Penelitian berupaya mengungkap kebenaran realitas dan bagaimana realitas itu berjalan senyatanya. Hasil penelitian benar-benar obyektif, peneliti terpisah dengan yang diteliti. Penelitian menguji hipotesis melalui analisis data angka-angka yang berasal dari hasil pengukuran variabel.

Paradigma Post-Positivis adalah paradigma yang memandang bahwa realitas memang ada dan berjalan sesuai hukum alam, namun peneliti dinilai tidak mungkin bisa melihat realitas secara benar. Oleh karena itu dalam melihat realitas peneliti harus melengkapinya dengan Trianggulasi. Hubungan periset dengan yang diteliti tidak bisa dipisahkan.

Paradigma Konstruktivis adalah paradigma yang memandang bahwa realitas itu ada dalam berbagai bentuk konstruksi mental, bersifat lokal dan spesifik tergantung yang melakukannya. Realitas yang diamati oleh seseorang tidak bisa

digeneralisasikan kepada orang lain, peneliti dengan obyek penelitian merupakan satu kesatuan interaktif, sehingga hasil penelitian bersifat subyektif.

Paradigma Kritis adalah paradigma yang berlandaskan ideologi tertentu berupa wacana yang berorientasi pada ideologi Marxisme, metode dialog, hubungan periset dengan yang diriset sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan, hasilnya adalah subyektif.

Penelitian dengan metode Survei lebih tepat menggunakan *Paradigma Positivis*, karena ciri-ciri penelitian Survei sesuai dengan ciri-ciri Paradigma Positivis yaitu: memandang bahwa realitas itu memang ada dan berjalan sesuai hukum sebab-akibat, hubungan peneliti dengan yang diteliti terpisah karena dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner, analisis data dengan statistik karena datanya berupa angka-angka berdasarkan pengukuran variabel.

3.2 Pendekatan Penelitian

Ruslan (2004: 211) menyatakan bahwa pendekatan penelitian adalah cara pandang peneliti dalam memahami realita, sehingga dengan pemahamannya itu peneliti menentukan langkah-langkah apa yang harus ditempuh dalam melaksanakan penelitiannya.

Prof. Dr. Emzir, M.Pd. (2011: 27) menyatakan adanya tiga Jenis Pendekatan Penelitain yaitu:

Pendekatan Kuantitatif, merupakan penelitian yang menggunakan paradigm Positivisme, meneliti variabel-variabel secara kuantitatif dan terukur, hubungan antar variabel bersifat sebab akibat, pengolahan data statistik, pengumpulan data

menggunakan instrument yang valid dan handal metode eksperimen dan Survei.

Pendekatan Kualitatif adalah penelitian yang menggunakan paradigma konstruktifis, studi kasus, analisis induktiflah dengan mengeksplorasi data kualitatif melalui pertanyaan terbuka, observasi dan tidak menguji hipotesis mencari temua temuan dalam konteks sosial dan temporer, peneliti sebagai instrument memiliki kedekatan dengan sikap empati terhadap responden.

Pendekatan gabungan (Mixed Methodology) adalah penelitian yang menggunakan paradigma pragmatis, pengumpulan data angket dan observasi serta interview, data numerik dan non numerik, hasil penelitian merepresentasikan informasi kuantitatif dan kualitatif.

Penelitian dengan metode Survei menggunakan Pendekatan Kuantitatif, karena ciri-ciri penelitian Survei cocok dengan ciri-ciri pendekatan kuantitatif yaitu:

Menggunakan paradigma positivis, meneliti variabel-variabel secara kuantitatif, mengolah data menggunakan statistik, karena data berupa angka-angka yang sumber data adalah anggota sampel random dari populasi tertentu.

3.3 Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Cara ilmiah adalah cara – caran yang sesuai sifat-sifat ilmu yaitu rasional, empiris dan sistematis. Tujuan yang dimaksud di sini adalah membuktikan, mengembangkan dan menemukan teori; sedang kegunaan yang

dimaksud adalah untuk memahami, memecahkan masalah, mengantisipasi masalah dan membuat kemajuan di bidang ilmu tertentu.

Menurut Nasehudin (2012: 56) ada tiga jenis metode penelitian yaitu Survei, eksperimen dan studi kasus.

Penelitian Survei, adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sesuatu secara keseluruhan dari obyek penelitian. Melalui penelitian sampel, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, hasilnya diberlakukan umum (generalisasi) atas populasinya.

Dua jenis Survei yaitu Survei lengkap atau sensus dan Survei sederhana atau *Simple Survei*. Survei lengkap adalah penelitian survei yang meneliti seluruh anggota populasi, sedang survei sederhana atau *simpel survei* adalah survei yang mengambil sampel atau sebagian dari populasi (Lilik Maryanto, 2011)

Penelitian Eksperimen, yaitu penelitian yang bermaksud mencari kemungkinan hubungan sebab-akibat dengan memberikan perlakuan khusus terhadap kelompok coba atau *treatment* dan membandingkannya dengan kelompok banding.

Penelitian Kasus, yaitu penelitian yang dilakukan secara mendalam atas sebuah obyek, tetapi hasilnya tidak dapat diberlakukan secara umum, dengan kata lain hasil penelitian tersebut hanya berlaku untuk yang menjadi sasaran penelitian saat tertentu.

Metode penelitian yang digunakan adalah Survei sederhana, yaitu penelitian menggunakan sampel dan populasi, hasilnya

digeneralisasikan, pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner.

3.4 Format Penelitian

Ditinjau dari bentuk penjelasan tentang jumlah dan keterkaitan variabelnya. Menurut Bungin (2009: 35), dalam penelitian kuantitatif terdapat 2 format penelitian yaitu format deskriptif dan format eksplanatif.

Format deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau variabel yang ada di obyek penelitian, kemudian menggeneralisasikannya menjadi sifat-sifat umum dari kondisi dan situasi dari variabel yang ditelitinya.

Format eksplanatif yaitu penelitian yang bertujuan menggeneralisasikan sampel atas populasinya, menjelaskan hubungan, pengaruh atau perbedaan antar variable.

Jenis format apa yang digunakan dalam penelitian ditentukan oleh jumlah variabel. Jika yang diteliti variabel tunggal, maka format penelitiannya adalah format deskriptif. Jika yang diteliti dua variabel atau lebih, maka format penelitiannya adalah format eksplanatif.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi pengamatan atau obyek penelitian yang berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, dll yang menjadi sumber data penelitian. Menurut Bungin (2007: 99) ada dua jenis populasi yaitu populasi terbatas dan populasi tidak terbatas. Populasi terbatas adalah populasi yang secara kuantitatif

diketahui dengan pasti batas-batasnya atau jumlah individunya, misal jumlah siswa sekolah A sebagai obyek penelitian adalah 500 siswa. Populasi tidak terbatas adalah populasi yang kuantitatif tidak diketahui batas-batas jumlahnya, oleh karena itu sifatnya tidak terhingga, misalnya penggemar sepak bola di Indonesia.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili seluruh karakteristik dari populasi. Sebuah populasi dengan kuantitas besar dapat diambil sebagian dengan kualitas sampel yang mewakili sama persis dengan kualitas dari populasi dengan kata representatif. jumlah dari sampel tidak selalu besar dan juga tidak selalu kecil, hal ini bergantung pada keterwakilan karakter dari sampel.

Sedang *sampling* adalah cara mengambil anggota-anggota populasi menjadi anggota sampel yang representatif (Sugiyono, 2006: 90). Sampel yang representatif adalah sampel acak sederhana seimbang atau *Proportioned simple random sampling* yaitu sampel yang anggota-anggotanya dipilih melalui undian atau table bilangan random (Sugiyono, 2006: 91). Dalam menentukan besar sampel peneliti menggunakan rumus Taro Yamane (Jalaludin Rakhmad, 2005: 71) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd + 1}$$

n = Besar sampel yang dihitung N = Besar Populasi → ... orang
d = Sampling Error → 10 % 1 = Konstanta

Sedang *sampling* adalah cara mengambil anggota-anggota populasi menjadi anggota sampel yang representatif (Sugiyono, 2006: 90). Sampel yang representatif adalah sampel acak sederhana seimbang. Berdasarkan rumus dan besar populasi serta *sampling error* maka dapat dihitung besar sampelnya. Sebagai contoh apabila besar populasi 500 orang dengan *sampling error* 10 %, maka besar sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{500}{500(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{500}{500(0,01)+1}$$

$$n = \frac{500}{5 + 1}$$

$$n = \frac{500}{6}$$

$$n = 83$$

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data lapangan. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Instrumen

pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Menurut sumbernya, data data dapat digolongkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang menyangkut pandangan responden menggunakan angket yang diisi sendiri oleh responden, dengan pertimbangan bahwa responden adalah berpendidikan, sehingga dengan angket ini cukup efektif untuk mengumpulkan data primer penelitian. Selain itu secara metodologis dinyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif teknik yang paling tepat dalam pengumpulan data primer adalah kuesioner atau angket. Teknik angket merupakan teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau megirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah orang yang menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan oleh peneliti (Irawan Suhartono, 2002: 65).

Butir pertanyaan dalam angket adalah berupa pernyataan yang alternatif jawabannya menggunakan skala Likert dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat atau perspektif seseorang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata seperti: Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Atau Selalu, Sering, Kadang-kadang, Tidak pernah dan Tidak Pernah sama sekali (Sugiyono, 2006: 104).

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum pengumpulan data dilaksanakan, kuesiner di uji validitas dan reliabilitasnya lebih dahulu,dengan disebarkan

kepada 30 anggota populasi yang akan diteliti, agar pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar valid dan reliabel.

Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan itu valid atau tidak, nilai validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan variable dengan total skor variable . Jika nilai korelasi tersebut positif dan lebih dari 0,360 maka butir pernyataan tersebut adalah valid.

Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel menonton iklan layanan masyarakat penanggulangan covid 19 adalah sebagai berikut:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sering menonton iklan Covid-19 di televisi	108.36	175.064	.312	.918
Menonton seluruh isi tayangan	108.83	162.728	.811	.909
Ada tayangan iklan jenis masker yang baik	108.45	175.473	.313	.918
Ada tayangan iklan untuk tidak berpergian	108.14	176.369	.314	.917
Ada tayangan iklan perkembangan jumlah kasus	108.29	171.868	.542	.914

Ada tayangan iklan tentang jumlah pasien yang meninggal	108.26	169.808	.584	.913
Ada tayangan iklan tentang jumlah pasien yang sembuh	108.38	168.437	.562	.914
Ada tayangan iklan yang menambah pengetahuan	108.26	172.296	.431	.916
Anda mengingat hal-hal penting dari tayangan iklan	108.40	173.515	.505	.915
Anda selalu memakai masker	107.81	174.109	.455	.915
Anda menegur saudara yang tidak memakai masker	108.21	166.758	.660	.912
Anda mengingatkan teman untuk memakai masker	108.14	166.028	.687	.912
Anda selalu mencuci tangan dengan sabun	107.83	177.020	.363	.917
Anda mengingatkan saudara untuk mencuci tangan	108.12	166.205	.743	.911

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai-nilai yang ada di kolom Corrected Item-Total Correlation seluruhnya lebih besar dari 0,3. Ini berarti data-data tersebut adalah valid. Sedangkan nilai – nilai reliabilitas yang dalam kolom Cronbach Alfa if item of

deleted juga lebih besar dari 0,60. Berarti seluruh item pernyataan dalam instrumen pengumpulan data tersebut adalah valid dan reliabel.

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian variabel menonton berita di televisi tentang penanggulangan covid-19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sering menonton berita penanggulangan Covid-19 di televisi	108.36	175.064	.312	.918
Menonton seluruh isi beritanya	108.83	162.728	.811	.909
Ada isi berita tentang jumlah warga yang terpapar covid tiap harinya	108.45	175.473	.313	.918
Ada berita tentang jumlah yang sembuh dari paparan covid-19	108.14	176.369	.314	.917

Ada isi berita tentang jumlah orang yang meninggal karena covid-19	108.29	171.868	.542	.914
Ada isi berita tentang jumlah orang yang sembuh dari paparan covid-19	108.26	169.808	.584	.913
Ada isi berita tentang jumlah keluarga yang melakukan isolasi mandiri di rumah	108.38	168.437	.562	.914
Ada isi berita tentang cara-cara menghindari penularan covid-19	108.26	172.296	.431	.916
Anda mengetahui isi berita penting tentang covid-19	108.40	173.515	.505	.915
Anda memahami isi berita –berita tentang covid-19 di televisi	107.81	174.109	.455	.915

Anda mengingat isi berita penting di televisi tentang covid-19	108.21	166.758	.660	.912
Anda menginformasikan tentang isi berita tentang penanggulangan covid-19 kepada teman-teman dekat	108.14	166.028	.687	.912
Anda selalu menginformasikan isi berita tentang perkembangan jumlah orang yang terpapar covid-19 kepada saudara	107.83	177.020	.363	.917
Anda menginformasikan isi berita televisi tentang cara melakukan ISOMAN	108.12	166.205	.743	.911

Anda selalu mengingat –ingta isi berita televisi tentang berita- berita penting tentang covid-19	108.12	168.254	.671	.912
---	--------	---------	------	------

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai-nilai yang ada di kolom Corrected Item-Total Correlation seluruhnya lebih besar dari 0,3. Ini berarti data-data tersebut adalah valid. Sedang nilai – nilai reliabilitas yang dalam kolom Cronbach Alfa if item of deleted juga lebih besar dari 0,60. Berarti seluruh item pernyataan dalam instrumen pengumpulan data tersebut adalah valid dan reliabel.

Hasil uji valaiditas dan reliabilitas instrumen penelitian variabel penerapan protokol kesehatan warga Setu Indah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach' s Alpha if Item Deleted
Sering menonton berita penanggulangan Covid-19 di televisi	108.36	175.064	.312	.918
Menonton seluruh isi beritanya	108.83	162.728	.811	.909

Ada isi berita tentang jumlah warga yang terpapar covid tiap harinya	108.45	175.473	.313	.918
Ada berita tentang jumlah yang sembuh dari paparan covid-19	108.14	176.369	.314	.917
Ada isi berita tentang jumlah orang yang meninggal karena covid-19	108.29	171.868	.542	.914
Ada isi berita tentang jumlah orang yang sembuh dari paparan covid-19	108.26	169.808	.584	.913
Ada isi berita tentang jumlah keluarga yang melakukan isolasi mandiri di rumah	108.38	168.437	.562	.914
Ada isi berita tentang cara-cara menghindari penularan covid-19	108.26	172.296	.431	.916
Anda mengetahui isi berita penting tentang covid-19	108.40	173.515	.505	.915
Anda memahami isi berita –berita tentang covid-19 di televisi	107.81	174.109	.455	.915

Anda mengingat isi berita penting di televisi tentang covid-19	108.21	166.758	.660	.912
Anda menginformasikan tentang isi berita tentang penanggulangan covid-19 kepada teman-teman dekat	108.14	166.028	.687	.912
Anda selalu menginformasikan isi berita tentang perkembangan jumlah orang yang terpapar covid-19 kepada saudara	107.83	177.020	.363	.917
Anda menginformasikan isi berita televisi tentang cara melakukan ISOMAN	108.12	166.205	.743	.911
Anda selalu mengingat –ingta isi berita televisi tentang berita-berita penting tentang covid-19	108.12	168.254	.671	.912

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai-nilai yang ada di kolom Corrected Item-Total Correlation seluruhnya lebih besar dari 0,3. Ini berarti data-data tersebut adalah valid. Sedangkan nilai – nilai reliabilitas yang dalam kolom Cronbach Alfa if item of deleted juga lebih besar dari 0,60. Berarti seluruh item pernyataan dalam instrumen pengumpulan data tersebut adalah valid dan reliabel.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data berupa penyiapan data dengan kegiatan mengedit instrument yang telah diisi responden, melakukan pengkodean dan tabulasi.

Editing adalah memeriksa lembaran-lembaran angket yang sudah diisi oleh responden untuk mengetahui apakah sudah lengkap pengisiannya dan benar sesuai yang ditentukan oleh peneliti. Jika tidak lengkap, maka jika mungkin dikembalikan kepada respnden yang bersangkutan, tetapi kalau tidak mungkin perlu dicari responden pengganti dengan pengisian yang benar dan lengkap.

Pengkodean adalah pemberian identitas kepada setiap data sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis. Pengkodean meliputi pengkodean frekuensi dan pengkodean lambang. Pengkodean **frekuensi** digunakan apabila jawaban pada poin tertentu memiliki bobot frekuensi tertentu, sedang pengkodean lambang digunakan pada poin yang tidak memiliki bobot tertentu.

Tabulasi adalah memasukkan data dalam tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Hasilnya berupa

tabel data yaitu tabel yang dipakai untuk mendikripsikan data sehingga memudahkan peneliti untuk memahami struktur data. (Bungin, 2004: 168).

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam analisis data, peneliti menggunakan instrument analisis. Teknik statistik meliputi Statistik Deskriptif dan Statistik Inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan nilai data, meliputi distribusi frekuensi, grafik, tendensi sentral, distribusi kuartil dan persentil, rata-rata hitung, standart deviasi, dan pengukuran variabel, serta uji normalitas.

Statistik inferensial digunakan untuk melakukan uji hipotesis, baik yang bersifat korelaional, maupun komparatif. Statistik untuk uji hubungan meliputi Korelasi *Product Moment* dan uji regresi.

Rumus Korelasi *Product Moment*:

$$r = \frac{\Sigma xy}{N \cdot SD x \cdot SD y}$$

(Bungin, 2004: 196)

Rumus Uji regresi linier sederhana dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Rumus Uji regresi linier multipel dengan rumus:

$$Y = aX_1 + aX_2 + aX_3 + \dots + \epsilon$$

(Sofyan, 2011:160).

3.10 Hipotesis Statistik

Hipotesis Statistik adalah suatu dugaan sementara terkait dengan populasi dalam suatu penelitian kuantitatif dan kebenarannya masih perlu: Asosiatif dan Hipotesis Komparatif.

Hipotesis alternatif atau **H₁** merupakan hipotesis teoritikal yang dirumuskan untuk diterima melalui pengujian yang dinotasikan H₁, merupakan alternatif dari penerimaan hipotesis alternatif bermakna bahwa teori berlaku dalam masalah penelitian.

Hipotesis Nol atau **H₀** merupakan hipotesis yang dikemukakan untuk diuji dengan peluang hipotesis nihil diterima atau ditolak.

Penerimaan hipotesis Nol melalui pengujian hipotesis bermakna bahwa hasil pengujian tidak bertaat azas atau bertentangan dengan hipotesis teoritik atau kemungkinan proposisi hipotetikal tidak berlaku dalam kasus masalah yang diteliti (Fred L Benu dan Agus S Benu, 2019: 98).

Hipotesis – hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah:

$R_{X12Y} > 0$: Menonton iklan layanan masyarakat dan menonton berita di televisi tentang penanggulangan covid-19 berpengaruh terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Setu Indah tentang penanggulangan covid-19 tidak berpengaruh terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Setu Indah.

$R_{X2Y} > 0$: Menonton tayangan berita-berita di televisi tentang penanggulangan covid-19 berpengaruh terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Setu Indah.

$R_{X_2Y} = 0$: Menonton tayangan berita-berita di televisi tentang penanggulangan covid-19 tidak berpengaruh terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Setu Indah.

$R_{X_{12}Y} > 0$: Menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi dan menonton tayangan berita-berita di televisi tentang penanggulangan covid-19 berpengaruh terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Setu Indah.

$R_{X_{12}Y} = 0$: Menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi dan menonton tayangan berita-berita di televisi tentang penanggulangan covid-19 tidak berpengaruh terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Setu Indah.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Deskripsi obyek penelitian ini mengemukakan lokasi penelitian dan alasan mengapa lokasi ini dipilih untuk diteliti. Alasan pemilihan lokasi ini dikaitkan antara kekhasan dan permasalahan yang diteliti (Hamidi, 2010: 123).

Contoh:

Penelitian ini dilakukan di Perumahan Setu Indah karena jumlah penduduknya cukup banyak yaitu 400 KK atau 2000 penduduk yang jumlah warga dewasanya mencapai 1.500 orang.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa keseluruhan warga kecuali BALITA berpendidikan. mayoritas berpendidikan SLA hingga sarjana, matapencapaian kebanyakan pegawai negeri, anggota TNI dan POLRI, sebagai pendidik dan sedikit pegawai swasta.

Hampir semua partisipatif dalam penanggulangan wabah Covid-19, pengguna media massa terutama televisi.

Selain itu lokasi ini juga strategis karena dekat dengan jalan Tol, sehingga mudah dijangkau dari berbagai arah. Perumahan Setu Indah berada di RW 04 Kelurahan Setu, Kecamatan Cipayang, Jakarta Timur. Sebelah Timur berbatasan dengan Kampung Kramat, Sebelah Selatan dan Barat berbatasan dengan Mabas Hankam, sebelah Utara dengan Jalan Tol Lingkar Selatan.

4.1.2 Variabel Identitas Responden

Berisi data identitas responden yang ditampilkan dalam bentuk Tabel Frekuensi dan dianalisis deskriptif dengan teknik Modus untuk mendapatkan gambaran kondisi masyarakat lokasi penelitian.

Contoh:

Tabel 4.1

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	22	52.4	52.4	52.4

Perempuan	20	47.6	47.6	100.0
Total	42	100.0	100.0	

Table diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu 22 orang atau 52,4%. Dst.

4.1.3 Variabel Bebas I atau X.: Intensitas menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi tentang Penanggulangan Covid-19

Uji Normalitas Data Nilai Variabel X

Uji normalitas data merupakan persyaratan analisis. Jika nilai mean, Mode dan Median sama atau hampir sama maka data tersebut berdistribusi normal atau mendekati normal (Amos Neolaka, 2014: 76).

Contoh uji normalitas:

Tabel 4.2

Statistics

Menonton tayangan iklan layanan masyarakat tentang Covid-19

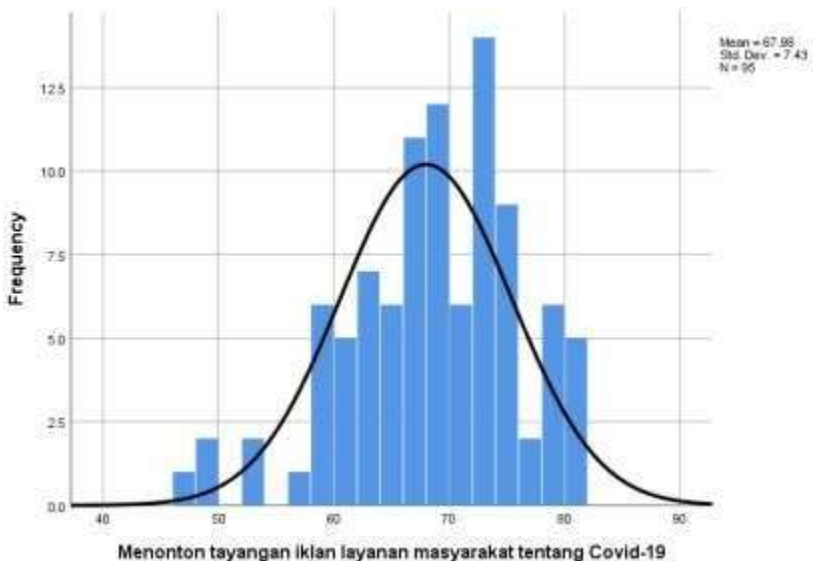
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		67.98
Median		68.00
Mode		68 ^a

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Mean = 67,98, nilai Median = 68 dan nilai Mode adalah 68.

Ketiga nilai tersebut adalah hampir sama ini berarti data variabel Intensitas menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi tentang penanggulangan covid-19 berdistribusi normal (Amos Neolakan, 2019: 76).

Gambar 4.1
Poligon di bawah ini menunjukkan bukti kenormalan distribusi data.



Analisis Data dengan Tabel Frekuensi

Contoh:

Tabel 4.3

Sering menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi tentang covid-19

Jawaban	Frekuensi	skor	Persen	Total skor
STS	2	1	4	2
TS	6	2	12	12
R	12	3	24	36
S	16	4	32	64
SS	14	5	28	70
Jumlah	50		100	184

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden 16 orang atau 32 % menyatakan setuju bahwa mereka sering menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi.

Total skor yang diperoleh atas pernyataan tentang sering menonton tayangan iklan layanan masyarakat tentang covid-19 adalah 184.

Rekapitulasi Simpulan Analisis Tabel-tabel Frekuensi

Contoh:

Tabel 4.4
Rekapitulasi simpulan tabel-tabel frekuensi

NO TABEL	JUDUL TABEL	SIMPULAN TABEL	PEROLEHAN SKOR
4.6	Sering menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi tentang penanggulangan covid -19	Setuju	187
4.7	Menonton tayangan iklan layanan masyarakat setiap hari	Sangat setuju	184
4.8	Menonton selama tayangan muncul	setuju	156
4.9	Tayangan iklan layanan masyarakat menarik	setuju	131
4.10	Isi iklannya mudah dipahami	Ragu-ragu	157
4.11	Isi iklannya menambah pengetahuan	setuju	169
4.12	Isi iklan tentang cara menanggulangi paparan Covid-19	Sangat setuju	176
4.13	Isi iklan tentang isolasi mandiri	setuju	183
4.14	Isi iklan tentang tindakan darurat ketika terpapar covid-19	Ragu-ragu	178
4.15	Isi iklan tentang protokol kesehatan	setuju	189
4.16	Isi iklan tentang penggunaan masker	setuju	164
4.17	Isi iklan tentang cara	setuju	158

	mewncucu tangan pakai sabun saat pulang dari bebergian		
4.18	Isi iklan tentang jaga jarak dengan orang lain	Ragu-ragu	187
4.19	Isi iklan tentang menghindari kerumunan	Setuju	190
4.20	Isi iklan tentang himbauan menjaga kesehatan	Setuju	198
		10 setuju	2.607

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju atas 10 item pernyataan dari 15 pernyataan dari variabel Menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi tentang penanggulangan covid-19. Total skor yang diperoleh dalam variabel ini adalah 2.607. Berdasarkan data-data tersebut dapat disimpulkan bahwa warga Setu Indah sering menonton tayangan iklan masyarakat di televisi tentang penanggulangan paparan covid-19, menontonnya tiap hari, iklan ditonton selama tayangan berlangsung, ditonton karena iklannya menarik dan mudah dipahami, merasa bertambah pengetahuannya tentang cara menanggulangi paparan covid-19, isi tayangan yang dilihat tentang protokol kesehatan yaitu cara memakai masker, cara mencuci tangan pakai sabun, cara menjaga jarak dengan orang lain ketika berada di tempat umum, himbauan selalu menjaga kesehatan.

Pengukuran Variabel

Jumlah item pertanyaan 15; jumlah ressponden 50

Skor terendah tiap item 1; Skor tertinggi 5

Jumlah skor terendah = $15 \times 50 \times 1 = 750$

Jumlah skor tertinggi = $15 \times 50 \times 5 = 3.750$

Perolehan skor : 2.607.

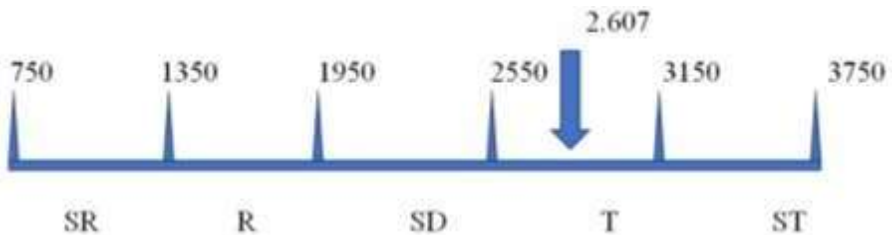
Range = $3.750 - 750 = 3.000$

Jumlah kelas = 5 (Sangat Rendah atau SR, Rendah atau R, Sedang atau SD, Tinggi atau T dan Sangat Tinggi atau ST)

Luas interval = $R : \text{Jumlah kelas} = 3.000 : 5 = 600$.

Gambar 4.2

Garis kontinum pengukuran variabel



Gambar di atas menunjukkan bahwa total skor variabel X sebesar 2.607 berada di antara angka 2550 sampai 3150 dengan klasifikasi T atau Tinggi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas warga Setu Indah dalam menonton tayangan iklan layanan masyarakat di siaran televisi tentang covid-19 termasuk kategori tinggi.

Deskripsi Realita Variabel

Berdasarkan hasil pengukuran variabel dan simpulan analisis tabel frekuensi tersebut maka dapat diuraikan tentang deskripsi realitas variabel sebagai berikut:

1. Intensitas menonton tayangan iklan layanan masyarakat tentang penanganan covid-19 adalah tinggi.
2. Tingginya intensitas menonton tersebut ditandai seringnya menonton iklan, karena tampilan iklan menarik dan mudah dipahami isinya, menonton iklan setiap hari, semua isi iklan (tentang protokol kesehatan seperti cara memakai masker, cara mencuci tangan pakai sabun, cara mengatasi kondisi darurat saat terpapar covid, cara melakukan isolasi mandiri ketika terpapar covid-19, himbuan untuk menjaga kesehatan) ditonton.

4.1.4 Uji Hipotesis

1. Analisis Korelasi

Analisis korelasi antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat.

Contoh:

Analisis Korelasi variabel menonton tayangan iklan layanan masyarakat dan variabel menonton berita televisi tentang penanganan covid-19 dengan variabel penerapan protokol kesehatan atau **Hubungan variable X1 dan X2 dengan Y**

Tabel 4.5
Correlations

		X 1	Y	X 2
X 1	Pearson Correlation	1	.229	.271**
	Sig. (2-tailed)		.213	.008
	N	95	95	95
Y	Pearson Correlation	.129	1	.097
	Sig. (2-tailed)	.213		.350
	N	95	95	95
X 2	Pearson Correlation	.271**	.297	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.350	
	N	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai korelasi variable X1 atau Menonton tayangan iklan layanan masyarakat dengan variable Y atau partisipasi dalam penerapan protocol kesehatan adalah 0,229 termasuk hubungan yang lemah, tetapi pasti atau signifikan karena sigifikansi yang muncul .008 lebih kecil dari .05

Sedang korelasi antara variable X2 atau menonton berita-berita penanggulangan covid-19 dengan variable Y atau partisipasi dalam penerapan protocol kesehatan sebesar 0,297 termasuk hubungan lemah, tetapi signifikan atau pasti karena nilai signifikansi yang muncul 0,008 lebih kecil dari signifikansi standart yaitu 0,05

Analisis Regresi Pengaruh X1 terhadap Y

Tabel 4.6
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.229 ^a	.0,052	.006	6.065

a. Predictors: (Constant), X 1

Tabel Model Summary di atas menunjukkan bahwa nilai R Square 0,052 ini berarti pengaruh variabel X1 atau menonton tayangan iklan layanan masyarakat tentang covid-19 terhadap variabel Y atau partisipasi dalam penerapan protokol kesehatan sebesar 5,2 % termasuk kriteria kecil.

Tabel 4.7
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	57.818	1	57.818	1.572	.0031 ^b
Residual	3421.382	93	36.789		
Total	3479.200	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X 1

Tabel Anova di atas menunjukkan bahwa signifikansi yang muncul adalah .0031 ini berarti pengaruh variabel X1 terhadap Y adalah signifikan, karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari signifikansi standar yaitu 0,05.

Pengaruh X2 terhadap Y

Tabel 4.8
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.197 ^a	.0388.	-.001	6.088

a. Predictors: (Constant), X 2

Tabel Model Summary di atas menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,0388 ini berarti pengaruh variable X2 atau menonton berita-berita penanggulangan covid-19 terhadap variabel Y atau partisipasi dalam penerapan protokol kesehatan sebesar 3,8 % termasuk pengaruh yang kecil.

Tabel 4.9
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.716	1	32.716	.883	..0031 ^b
	Residual	3446.484	93	37.059		
	Total	3479.200	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X 2

Tabel Anova di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang muncul adalah 0,0031 lebih kecil dari signifikansi standart yaitu 0,05 ini berarti pengaruh variable X2 atau menonton berita-

berita penanggulangan covid-19 terhadap partisipasi penerapan protocol kesehatan adalah signifikan atau pasti.

Pengaruh Bersama Var X1 dan X2 terhadap Y

Tabel 4.10

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.244 ^a	.0501	-.001	6.085

a. Predictors: (Constant), X 2, X 1

Tabel model summary di atas menunjukkan bahwa R Square 0,0501, ini berarti pengaruh Bersama-sama variable X1 atau menonton tayangan iklan layanan masyarakat tentang Covid-19 dan variable X2 atau menonton berita-berita penanggulangan Covid-19 terhadap variable Y atau partisipasi dalam penerapan protocol kesehatan sebesar 5 % termasuk pengaruh yang sangat kecil.

Tabel 4.11

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.248	2	36.124	.975	.0081 ^b
	Residual	3406.952	92	37.032		
	Total	3479.200	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X 2, X 1

Tabel Anova di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang muncul adalah 0,0081 ini lebih kecil dari signifikansi standart yaitu 0,05 yang berarti pengaruh Bersama-sama variable X1 dan X2 terhadap Y adalah signifikan.

Tabel 4.12
Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	32.540	6.529		4.984	.000
X 1	.077	.074	.111	1.033	.304
X 2	.061	.097	.167	.624	.534

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel koefisien di atas diketahui:

1. Koefisien jalur X_1 (Menonton tayangan iklan layanan masyarakat tentang covid-19) drngan Y (Partisipasi dalam penerapan protokol kesehatan) atau $P_{YX_1} = .111$
2. Koefisien jalur X_2 (Menonton berita-berita penanggulangan covid-19 di televisi) dengan Y atau (Partisipasi dalam penerapan protokol kesehatan) atau $P_{YX_2} = .167$.

Berdasarkan Koefisien jalur tersebut, maka persamaan struktural (jalurnya) adalah :

$$Y = P_y X_1 + P_Y X_2 + E$$
$$= .111 X_1 + .167 X_2 + E$$

Sedang $E = \sqrt{1-R^2}$

$$= \sqrt{1-0,051}$$
$$= \sqrt{0,949}$$
$$= 0,307$$
$$= 0,37$$

Jadi : $Y = 0,111X_1 + 0,167X_2 + 0,37$

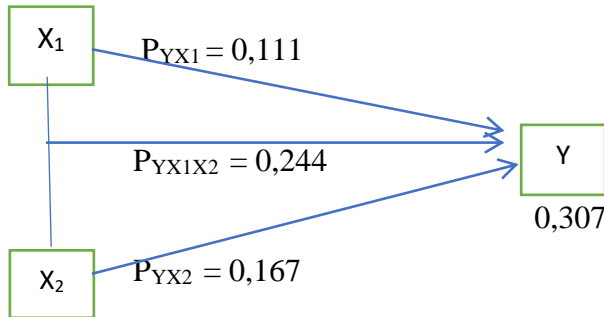
Mengingat analisis regresi di atas menguji hubungan kausal lebih dari dua variabel, maka perlu diteruskan dengan analisis jalur atau *Path Analysis*. Menurut Fraenkel dan Wallen (2006: 340), analisis jalur digunakan untuk menguji kemungkinan hubungan sebab-akibat diantara tiga variabel atau lebih untuk mengetahui pengaruh langsung ataupun tidak langsung.

Kadir (2010: 172) menyatakan seperangkat variabel bebas atau eksogen terhadap variabel terikat atau endogen. Analisis jalur merupakan analisis statistik multivariate yang mencakup analisis data penelitian yang menggunakan banyak variabel yang dikenakan pengukuran secara bersamaan.

Berdasarkan analisis regresi berganda tersebut maka dibuat analisis jalur sebagai berikut:

Gambar 4.3

Diagram jalur pengaruh iklan layanan masyarakat dan tayangan berita penanggulangan covid-19 terhadap partisipasi penerapan protokol kesehatan



Penjelasan diagram jalur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Koefisien jalur X_1 terhadap Y adalah 0,111
2. Koefisien jalur X_2 terhadap Y adalah 0,167
3. Koefisien jalur bersama X_1 dan X_2 terhadap Y adalah 0,244
4. Faktor eksogen lain di luar variabel – variabel yang diteliti yang mempengaruhi variabel endogen Y adalah 0,307.
5. Variabel bebas atau variabel eksogen adalah X_1 dan X_2 sedang variabel terikat atau endogen adalah Y .

Menurut Kadir (2010: 152) koefisien jalur menentukan dicantumkan pada diagram jalur tepat pada setiap garis jalur. Koefisien jalur menentukan besarnya pengaruh langsung

variabel bebas atau eksogen terhadap variabel terikat atau endogen. Koefisien jalur ekuivalen dengan koefisien regresi atau koefisien Beta.

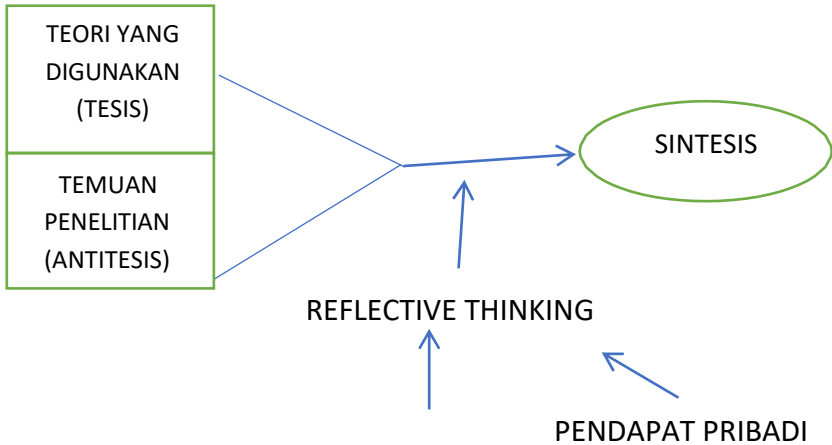
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Menurut Hamidi (2010: 186) pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan mendiskusikan hasil penelitian dengan teori yang digunakan dan hasil penelitian lain yang sejenis. Diskusi dilakukan untuk mengetahui bagaimana hasil penelitian menjelaskan teori yang digunakan. Sementara itu Bungin (2011: 271) menyatakan bahwa pembahasan hasil penelitian dimaksud agar peneliti mengonstruksi sebuah pengetahuan melalui cara-cara berfikir deduktif-induktif dan induktif-deduktif, melakukan analisis dilektika dengan dasar metode penjelasan *reflectif thinking*. Peneliti mengemukakan pikiran-pikirannya, gagasan-gagasan yang menurutnya benar berdasar apa yang ia yakini, ia alami selama penulisan dan pengamatan, serta teori-teori apa yang ia pelajari sebelumnya. Materi-materi penting dalam pembahasan adalah: 1). Temuan hasil penelitian, 2). Teori yang digunakan dalam penelitian, 3). Hasil penelitian orang lain yang sejenis, 4). Gagasan-gagasan orang lain yang ia ketahui, 5). Pendapat-pendapat pribadi peneliti, 6). Bahan-bahan.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut maka penulis berpendapat bahwa pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan mendiskusikan hasil penelitian dengan teori-teori yang digunakan dan hasil penelitian orang lain. Pembahasan hasil penelitian dimaksudkan untuk mengkonstruksi pengetahuan yang tercakup dalam judul penelitian. Dalam mengkonstruksi pengetahuan tersebut peneliti menggunakan cara berfikir

reflektif atau *reflective thinking* dengan pendekatan deduktif dan induktif, serta analisis dialektik.

Gambar 4.4
Model Berfikir Reflektif



DIDUKUNG OLEH: Hasil Penelitian dan pendapat orang lain

Contoh Pembahasan:

Berdasarkan kedua pendapat tersebut yang dikaitkan dengan hasil penelitian dan teori-teori yang digunakan, maka dalam Pembahasan hasil penelitian ini peneliti menguraikan hal-hal sebagai berikut:

Hasil penelitian dengan taraf signifikansi 10 % berjudul “Pengaruh Tayangan iklan layanan masyarakat dan menonton berita-berita penanggulangan covid-19 terhadap partisipasi penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Perumahan

Setu Indah” menyatakan bahwa menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi berpengaruh signifikan terhadap partisipasi penerapan protokol kesehatan di kalangan warga perumahan setu indah. Sementara itu hasil penelitian Team Peneliti Universitas Guna Dharma yang berjudul”.

Pengaruh Covid 19 terhadap Sikap Masyarakat Indramayu Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Virus” menyatakan bahwa tayangan Iklan layanan masyarakat di televisi berpengaruh 49,5 % terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga masyarakat Indramayu. Dengan demikian maka secara empirik hasil penelitian peneliti adalah benar, karena hasil penelitian peneliti didukung oleh hasil penelitian lain yang sejenis. Dalam mengungkap merumuskan hipotesis penelitian, peneliti menggunakan teori Stimulus Organisme Respons atau S O R dari Malvin DeFleur, Konsep Stimulus direlevansikan pada variabel Menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi dan Respons direlevansikan pada variabel Penerapan Protokol Kesehatan. Dengan demikian maka secara teoritik dan konseptual hasil penelitian peneliti adalah benar. Hasil penelitian variabel ”Menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi“ menunjukkan bahwa .Intensitas menonton tayangan iklan layanan masyarakat tentang penanggulangan covid-19 adalah tinggi.

Tingginya intensitas menonton tersebut ditandai seringnya menonton iklan, karena tampilan iklan menarik dan mudah dipahami isinya, menonton iklan setiap hari, semua isi iklan yaitu tentang protokol kesehatan seperti cara memakai masker, cara mencuci tangan pakai sabun, cara mengatasi kondisi darurat

saat terpapar covid, cara melakukan isolasi mandiri ketika terpapar covid-19, himbauan untuk menjaga kesehatan.

Dan seterusnya dengan pola pembahasan yang sama dengan pembahasan seperti no 1 di atas.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesimpulan adalah rangkuman hasil penelitian yang tidak ditampilkan secara rinci, dikemukakan dalam bentuk pertanyaan tentang hal-hal penting dari obyek penelitian dalam konteks kerangka teori. Kalimat yang ditulis dalam kesimpulan harus menjawab rumusan-rumusan masalah, dan tidak sama dengan hasil penelitian

Contoh:

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Menonton tayangan iklan layanan masyarakat di televisi berpengaruh sedang terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga perumahan Setu Indah. Namun intensitas warga Setu Indah dalam menonton tayangan iklan tersebut termasuk tinggi. Pengukuran variabel intensitas menonton tayangan iklan menggunakan dimensi Intensitas, isi iklan dan pemanfaatan isi iklan.

2. Menonton tayangan berita-berita penanggulangan covid-19 di televisi berpengaruh sedang terhadap penerapan protokol kesehatan di kalangan warga Perumahan Setu Indah. Namun perepaoan protokol kesehatan di kalangan warga Perumahan Setu Indah termasuk katogori tinggi. Tingginya penerapan protokol kesehatan tersebut menggunakan dimensi Intensitas, bentuk perapan dan jenis protokol kesehatan Tingginya intensitas menonton berita beritan pennggulangan covid-19 di televisi diukur dengan demensi intensitas menonton berita, isi berita, dan pemanfaatan isi berita.
3. Menonton tayangan iklan layanan masyarakat dan menonton berita-berita televisi tentang penanggulangan covid-19 bersama-sama mempengaruhi penerapan protokol kesehatan di kalangan warga perumahan Setu Indah.

Saran

Saran adalah pernyataan peneliti yang dikemukakan secara singkat dan jelas berisi anjuran atau himbauan kepada obyek penelitian/yang berkepentingan dengan obyek penelitian seperti Pemerintah, instansi, peneliti lain, atau organisasi tertentu untuk melakukan perbaikan atau solusi.

Saran dibuat berdasarkan temuan penelitian atau kesimpulan yang menunjukkan adanya kelemahan atau kekurangan kekurangan. Saran hendaknya berupa tindakan nyata yang bisa dilaksanakan oleh penerima saran, bila dilaksanakan ditunjukkan adanya indikasi perbaikan.

Contoh:

Berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan, maka peneliti ajukan saran sebagai berikut:

Temuan penelitian sebagai terlihat dalam Tabel 4.20 tentang “tindakan responden ketika ditempat umum menghindari kerumunan”, ada 20 orang atau 20 % responden yang menyatakan ragu-ragu bahkan tidak setuju. Ini berarti masih banyak warga Setu Indah yang mengabaikan jaga jarak di tempat umum. Untuk itu para pembina kesehatan masyarakat setempat lebih intens lagi mengingatkannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan iklan layanan masyarakat dan tayangan berita-berita penanggulangan covid-19 terhadap penerapan protokol kesehatan termasuk kategori kecil karena hanya 25 %. Oleh karena itu kepada peneliti lain tentang penerapan protokol kesehatan, hendaknya meneliti variabel lain yang dinilai dominan mempengaruhi masyarakat untuk menerapkan protokol kesehatan dengan ketat.

Lampiran

RANCANGAN USULAN PENELITIAN (KUANTITATIF)

1. Judul: Berisi tentang permasalahan penelitian.

.....
.....

2. Fokus masalah: berupa uraian permasalahan yang akan diteliti

.....
.....

3. Latar belakang masalah: Berisi uraian alasan mengapa memilih masalah termaksud, dengan memberi asumsi obyektif (induktif) dan asumsi ilmiah (deduktif & data-data yang diperlukan)

.....
.....

4. Variabel:

4.1. Bebas (X): Masalah yang menjadi penyebab dalam judul

4.2. Terikat (Y): Masalah yang menjadi akibat dalam judul

5. Kerangka berfikir:

5.1. Landasan teori variabel bebas (X):

.....
.....

5.2. Landasan teori variabel terikat (Y):

.....
.....

Paparan alasan penggunaan teori dan kaitannya dengan tujuan penelitian

.....
.....

6. Hipotesis:

6.1. Hipotesis Penelitian:

.....
.....

6.2 Hipotesis Statitik:

6.2.1. Ho:

6.2.2. Ha:

7. Metodologi:

7.1 Jenis penelitian:

7.2 Populasi:

7.3 Teknik Sampling:

7.4 Teknik Pengumpulan data:

7.4.1

7.4.2

7.5 Uji validitas dan reliabilitas instrument:

7.5.1 Uji Valaiditas:	
7.5.2 Uji Reliabilitas:	
7.6 Teknik Analisis data:	
7.6.1 Anaalisis deskriptif	
7.6.2 Uji Hipotesis:	
7.6.2.1 Rumus Uji hubungan:	
7.6.2.2 Rumus Uji signiksnsi:	
7.6.2.3 Tingkat Hubungan:	
7.6.2.4 Koefisien determinasi:	
7.6.2.5 Rumus uji pengaruh: Regresi	

8. Daftar Pustaka

Sumber: Fakultas Ilmu Komunikasi, 2017, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, 2007, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Alief, Sadiman, 2008, *Media Pembelajaran: Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bajari, Atwar, 2017, *Metode Penelitian Komunikasi, Prosedur, Tren, dan Etika*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan, 2006, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana.
- Deddy Mulyana, 2007, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Denzin, Norman. K, dan Yona S, 1990, *Handbooks Of Qualitative Research*, London: Sage.
- Devito, Joseph A, 2011, *Komunikasi Antar Manusia* (Terjemahan Agus Maulana), Jakarta: Kharisma.
- Effendy, Onong Uchyana, 2003, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Emzir, 2011, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kuantitatif & Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Fisher, B , 1986, *Teori-Teori Komunikasi*, Penerj. Soejono Trimono, Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Fraenkel, Jack R and Norman E Wallen, 2006, *How to Design and Evaluate Research in Education, Six Edition*, Boston: McGraw HILL.
- Fred L., Agus S. Benu, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media Grup.
- George Gerbner, 1999, *Television And Its Viewers: Cultivation Theory And Research*, London: Cambridge University Press.
- Gordon I. Zimmerman, James L. Owen, David R. Seibert, 1977, *Speech Communication: A Contemporary Introduction*. St. Paul: West.
- Hamidi, 2011, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Harsoyo, 1997, *Pengantar Antropologi*, Bandung: Bina Cipta.
- Huxley, T.H, 1964 *The Methods Of Scientific Investigation*, New York: Washington Square Press.
- John W. Creswell, 2002, *Research Design, Qualitative & Quantitative Approach*, New York: Sage Publication, Inc.
- Kadir, 2010, *Statistika, Untuk penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Rosemata Sampurna.
- Kartono, Kartini, 1996, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju.
- Kasali, Rhenald, 1992, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Katherin Miller, 2005, *Communication Theories, Perspectives, Processes, And Contexts*, New York: MCGraw Hill.
- Litlejohn, Stephen, W & Karen A. Foss, 1994, *Theories Of Human Communication*, Balmon: Thomson Corporation.

- Mangkuprawiro, Safri, 2011, *Manajemen Sumberdaya Manusia Strategik*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Marshall Scaott Poole, *et.all* dalam Littlejohn Stephen W, Caross, 2009, *Theories Of Human Communication*, Ninth Edition, New Mexico: Wardsworth Publishing Company Albuquerque.
- McQuail, Denis, 1987, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage: Beverly Hills.
- Nasehudin, Toto Satori & Nanang Gozali, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Pustaka Setia.
- Neolaka, Amos, 2014, *Metode Penelitian dan Statistik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nidjo Sandjojo, 2011, *Analisis Jalur dan Aplikasinya*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Neuman, W Lawrence, 2003, *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approach*, New York: AB, Boston.
- Rakhmat Jalaludin, 2009, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riadi, Muchlisin, 2020, *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah dan Hambatan)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Richard West dan Lynn H Tuner, 2007, *Introducing Communication Theory*, New York: McGraw Hill.
- Rudolph F.Verderber, 1978, *Communicate*, California: Wadsworth.
- Ruslan, Rosadi, 2008, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Salam Burhanudin, 1996, *Logika Material, Filsafat Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Rineka Cipta.

- Salim, Agus, 2006, *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Tiara Kencana.
- Sanapiah, Faisal, 2008, *Format-Format Penelitian*, Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, 1998, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soehartono, Irawan, 2002, *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sofyan, 2011, *Pengaruh Penggunaan Internet dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Dosen Pegawai Negeri Sipil Kopertis Wilayah III (Desertasi)*, Bandung: Universitas Pajajaran.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono dan Puji Lestari, 2021, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagong & Sutinah, 2013, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Kencana.
- Sunarto, 2011, *Metode Penelitian Komunikasi: Pilihan Kuantitatif, Kualitatif atau Campuran*, Jakarta: ASPIKOM.
- Straubhaar Joseph and Robert LaRose, 2002, *Media Now: Communications Media in the Information Age*: Singapore: Thomson Learning.
- Tubbs Stewart L & Moss Sylvia, 2000, *Human Communications: Konteks-Konteks Komunikasi*, Terjemahan Deddy Mulyana dan Gembirasari, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Usman, Husaini, 2017, *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Winardi, 2001, *Motivasi dan Pemotivasian Dalam Manajemen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wiserman and L Barker, 1973, *Speech Interpersonal Communication*, Amazon: Book Reviews.

Yuyun S. Suriasumantri, 1982, *Filsafat Ilmu (Sebuah Pengantar Populer)*, Jakarta: PT Pancaran Intan Indahgraha.

Media online:

[https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/31/090000269/7unsur komunikasi](https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/31/090000269/7unsur-komunikasi). Tgl 31 Desember 2021

<https://study.corgi.com> > five e tgl. 12 Sept 2017

<https://ehb.unikom.ac.id.>, Hermawan: proses komunikasi, tgl. 27 Agustus 2022

L.Boove dalam <https://pakar.komunikasi.com> > Dasar Komunikasi.28 Agustus 2022

<https://www.kozio.com> > pengertian-berita.

Peraturan perundang-undangan:

Keputusan Menteri Kesehatan R.I No. HK.01.07 MENKES – 382 – 2020 Tentang PROTOKOL KESEHATAN BAGI MASYARAKAT DI TEMPAT DAN FASILITAS UMUM DALAM RANGKA MENCEGAH COVID-19 Tanggal 19 Juni 2020.

TENTANG PENULIS



Muhammad Saifulloh, S.Sos., M.Si. lahir di Jakarta 8 Januari 19973. Menyelesaikan pendidikan S1 ilmu komunikasi di Fikom Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) tahun 1997. akrab dipanggil Saiful, ayah dari Kahyla, Kaitsar, dan Kafka ini meraih gelar Master Ilmu Komunikasi di Universitas yang sama pada tahun 2007. Saat ini sedang menempuh pendidikan S3 di Fikom Universitas Padjadjaran Bandung.

Pengalaman kerja pernah menjadi seorang jurnalis lepas hingga redaktur di salah satu harian ibu kota (1998–2002). Pernah menjabat Wakil Dekan Bidang Akademik Fikom Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) tahun 2008-2017. Selain menjadi dosen tetap Fikom Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) dan dosen tidak tetap di beberapa kampus di Jakarta, saat ini menjabat Kepala Lembaga Penelitian Fikom Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) sejak tahun 2017.

Di bidang kehumasan, suami dari Mutia ini aktif menjadi konsultan lepas di beberapa instansi, baik swasta, pemerintah, BUMN, dan perusahaan multinasional. Bersama koleganya, pria yang memiliki hobi olahraga dan traveling ini membuka kantor konsultan kehumasan dengan bendera Aryawira and Associates.

Selain berhasil menerbitkan beberapa hasil penelitian di bidang komunikasi, buku yang telah diterbitkan antara lain *Komunikasi Penyuluhan* (2010), *Modul TOT Pelatihan Integritas bagi Pegawai Pemerintah* (2013), serta *Panduan Praktis Kehumasan* (2016).

Dr. H. Sofyan, M.Si. adalah dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), lahir di Yogyakarta 7 Juli 1948. Pendidikan S1 Fakultas Sosial Politik Universitas Gajah Mada Yogyakarta lulus tahun 1972, S2 Magister Ilmu Komunikasi Universitas Indonsia lulus tahun 2001 dan S3 Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung lulus tahun 2011. Pangkat akademik terakhir Lektor Kepala Golongan IV/E.

Riwayat pekerjaan dan jabatan antara lain dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) dimulai tahun 1976. Selama masa pengabdian memegang jabatan wakil Dekan II, sekretaris pusat penelitian Fakultas Ilmu Komunikasi, Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas, Kepala Penerbitan Majalah Ilmiah Universitas dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).

Selain sebagai dosen tetap di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo juga sebagai dosen tidak tetap Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, tenaga kependidikan di Pusat Pendidikan Intelijen merangkap Kepala Pusdiklat Intelijen di BADAN INTELIJEN NEGARA (BIN) Jakarta. Beberapa karya ilmiah yang pernah ditulis dan dimuat dalam majalah ilmiah antara lain "Perdagangan Mengembangkan Gagasan-gagasan Baru ke Masyarakat Pedesaan", "Tayangan Iklan di Televisi Mempengaruhi Minat Beli Konsumen", "Unggahan Karya Ilmiah di Internet dan Motivasi Kerja Berpengaruh terhadap Kinerja Dosen Pegawai Negeri KOPERTIS Wilayah III".

Piagam Tanda Kehormatan Satyalencana Karya Satya 20 Tahun dan 30 Tahun dari Presiden Republik Indonesia masing-masing sesuai Surat Keputusan Presiden RI No. 0098/4/1995 dan No. 1589/4/2005. Selain itu juga mendapat Penghargaan Kesetiaan 25 tahun dari Ketua Yayasan Universitas Prof. Dr. Moestopo sesuai Surat Keputusan Ketua Yayasan Universitas Prof. Dr. Moestopo No: 1st./J/BP-YS.UPDM/SK/IV/2001, mendapat pemberian Bintang Penghargaan Yayasan Universitas Prof. Dr. Moestopo tahun 2008 sesuai Surat Keputusan Ketua Yayasan Universitas Prof. Dr. Moestopo No: 019/H/BP-YS.UPDM/SK/III/2008.