

## **BAB V**

### **ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

Data yang didapatkan berdasarkan survei di lapangan dianalisis berdasarkan kelompok-kelompok yang ditetapkan dari jumlah variabel yang dimunculkan. Kategorisasi tersebut membagi data menjadi dua kelompok, yaitu data dengan satu variabel (univariat) dan data dengan dua variabel (bivariat). Pengelompokan ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang jelas dan berurutan sehingga akan mempermudah pemahaman atas analisis data yang dilakukan.

#### **A. Analisis Data Univariat**

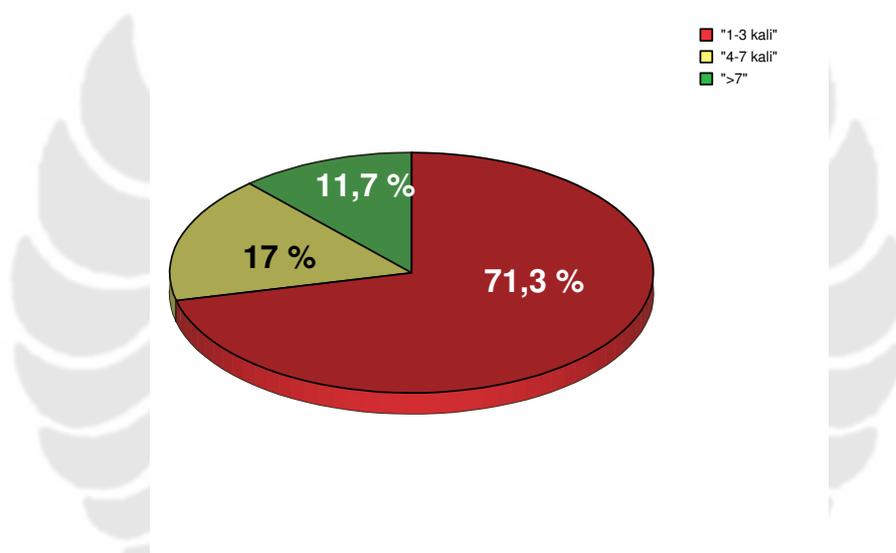
Analisis kelompok data ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai sejauh mana frekuensi khalayak memperhatikan dan membaca papan pengumuman elektronik (Jendela Informasi – 04), memberikan gambaran mengenai letak Jendela Informasi yang paling strategis menurut khalayaknya, dan Informasi yang paling sering dibaca oleh khalayak. Selain itu analisis ini juga akan memberikan gambaran mengenai variabel kualitas media, kualitas pesan, dan dampak komunikasi.

## 1. Distribusi Frekuensi Khalayak Membaca Papan Pengumuman Elektronik

Tabel 5.1. Distribusi Frekuensi Melihat/Membaca JI-04

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid "1-3 kali"	67	71.3	71.3	71.3
"4-7 kali"	16	17.0	17.0	88.3
">7"	11	11.7	11.7	100.0
Total	94	100.0	100.0	

membaca\_JI04



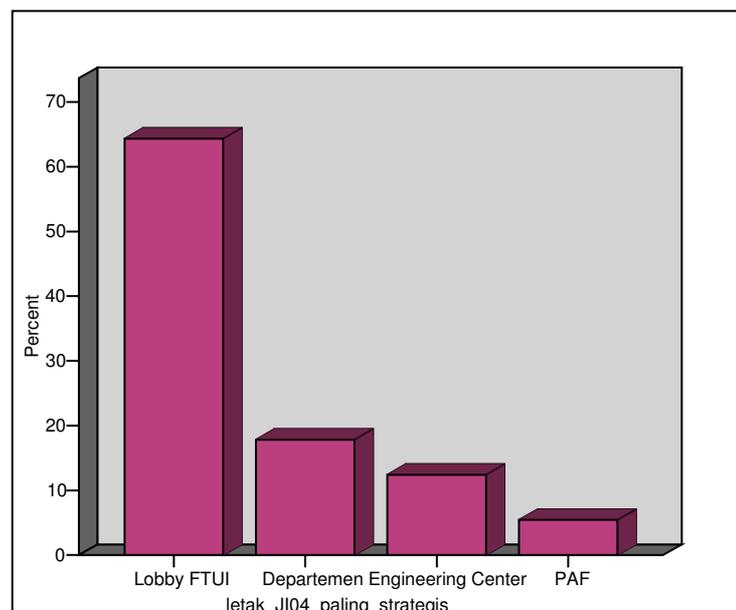
Dari 94 mahasiswa sebagai sampel, dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi dan *pie chart* diatas, 67 orang responden (71,3 %) menjawab dalam seminggu mereka 1-3 kali membaca/melihat papan pengumuman elektronik, 16 orang responden (17,0 %) menjawab 4-7 kali melihat/membaca papan pengumuman elektronik, dan sisanya 11 orang responden (11,7 %) menjawab >7 kali melihat/membaca papan pengumuman elektronik.

## 2. Distribusi Frekuensi Letak Papan Pengumuman Elektronik Paling Strategis

Tabel 5. 2. Distribusi Frekuensi Letak JI-04 Paling Strategis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lobby FTUI	83	64.3	64.3	64.3
	Departemen	23	17.8	17.8	82.2
	Engineering Center	16	12.4	12.4	94.6
	PAF	7	5.4	5.4	100.0
	Total	129	100.0	100.0	

letak\_JI04\_paling\_strategis

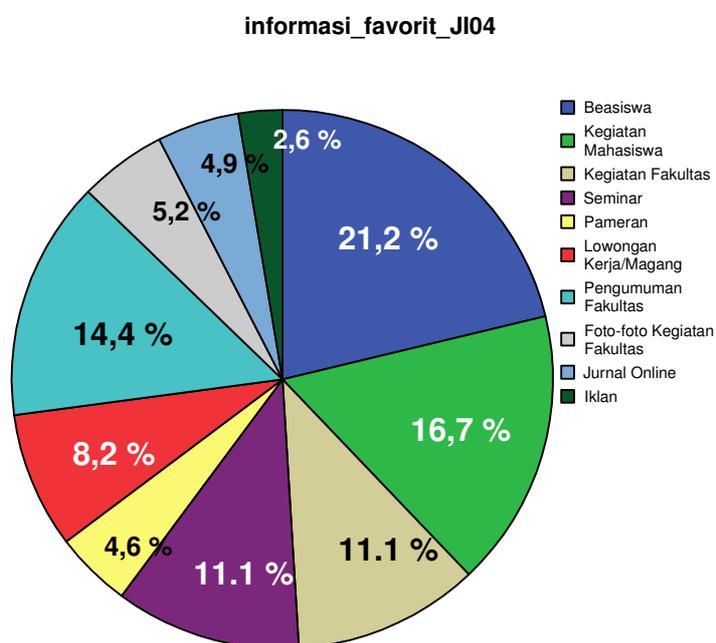


Dari 94 mahasiswa sebagai sampel dan jawaban yang dipilih diperbolehkan lebih dari satu, dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi dan *bar chart* diatas, pilihan tempat diletakkannya papan pengumuman elektronik (JI-04) "Lobby FTUI" dipilih 83 kali (64 %), "Departemen" dipilih 23 kali (17,8 %), Engineering Center dipilih 16 kali (12,4 %), dan "PAF" dipilih 7 kali (5,4 %).

### 3. Distribusi Frekuensi Informasi yang Paling Sering dibaca Khalayak

Tabel 5.3. Distribusi Frekuensi Informasi Favorit di JI-04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Beasiswa	65	21.2	21.2	21.2
	Kegiatan Mahasiswa	51	16.7	16.7	37.9
	Kegiatan Fakultas	34	11.1	11.1	49.0
	Seminar	34	11.1	11.1	60.1
	Pameran	14	4.6	4.6	64.7
	Lowongan Kerja/Magang	25	8.2	8.2	72.9
	Pengumuman Fakultas	44	14.4	14.4	87.3
	Foto-foto Kegiatan Fakultas	16	5.2	5.2	92.5
	Jurnal Online	15	4.9	4.9	97.4
	Iklan	8	2.6	2.6	100.0
	Total	306	100.0	100.0	



Dari 94 mahasiswa sebagai sampel dan jawaban yang dipilih diperbolehkan lebih dari satu, dapat dilihat dari tabel distribusi frekuensi dan *pie chart* diatas, pilihan informasi yang ditayangkan papan pengumuman elektronik (JI-04) "Beasiswa" dipilih 65 kali (21,2 %),

"Kegiatan Mahasiswa" dipilih 51 kali (16,7 %), "Kegiatan Fakultas" dipilih 34 kali (11,1 %), "Seminar" dipilih 34 kali (11,1 %), "Pameran" dipilih 14 kali (4,6 %), "Lowongan Kerja/Magang" dipilih 25 kali (8,2 %), "Pengumuman Fakultas" dipilih 44 kali (14,4 %) , "Foto-foto kegiatan Fakultas" dipilih 16 kali (5,2 %), "Jurnal Online" dipilih 15 kali (4,9%), "Iklan" dipilih 8 kali (2,6 %).

#### **4. Analisis Variabel Kualitas Media, Kualitas Pesan dan Dampak Komunikasi**

Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh kualitas media dan kualitas pesan terhadap dampak komunikasi papan pengumuman elektronik (Jendela Informasi – 04). Analisis data ini akan menunjukkan bagaimana sebenarnya kualitas media dan kualitas pesan dari papan pengumuman elektronik, serta dampak komunikasi yang terjadi dikalangan mereka. Dalam menganalisis peneliti menggunakan singkatan-singkatan sebagai berikut:

**SS = Sangat Setuju**

**TS = Tidak Setuju**

**S = Setuju**

**STS = Sangat Tidak Setuju**

**Tabel 5.4. Distribusi Frekuensi Kualitas Media**

Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
	STS	TS	S	SS	
Saya bisa mendapatkan berbagai informasi kemahasiswaan (beasiswa, kegiatan mahasiswa, pameran, seminar, lowongan kerja/magang)	2	13	27	52	3,37
	2,1 %	13,8 %	28,7 %	55,3 %	
Saya bisa mendapatkan informasi tentang FTUI (kegiatan fakultas, pengumuman dari fakultas, foto-foto kegiatan fakultas)	4	11	29	50	3,33
	4,3 %	11,7 %	30,9 %	53,2 %	
Saya bisa mendapatkan informasi id, password, dan alamat untuk Jurnal Online.	8	25	34	27	2,85
	8,5 %	26,6 %	36,2 %	28,7 %	
JI-04 mempercepat saya dalam memperoleh informasi	3	23	40	28	2,99
	3,2 %	24,5 %	42,6 %	29,8 %	
Tinggi monitor JI-04 sudah pas untuk dilihat	3	29	31	31	2,96
	3,2 %	30,9 %	30,0 %	30,0 %	
Monitor JI-04 diletakkan di tempat-tempat yang strategis	0	17	37	40	3,24
	0 %	18,1 %	39,4 %	42,6 %	

Penilaian baik terbesar pada variabel ini terletak pada pernyataan pertama (bisa mendapatkan berbagai informasi kemahasiswaan) dimana 79 responden (84 %) memberikan penilaian Sangat Setuju (52 responden) dan Setuju (27 responden). Selain itu, terjadi kesamaan jumlah penilaian baik terbesar, yaitu pada pernyataan kedua (bisa mendapatkan informasi tentang FTUI) dimana 79 responden (84 %) memberikan penilaian Sangat Setuju (50 responden) dan Setuju (29 responden).

Sementara penilaian tidak baik yang terbesar dalam variabel ini terletak pada pernyataan kelima (Tinggi monitor JI-04 sudah pas untuk dilihat) yaitu penilaian dari 31 responden (34,1 %) memberikan penilaian Sangat Tidak Setuju (3 responden) dan Tidak Setuju (29 responden).

**Tabel 5.5. Distribusi Frekuensi Kualitas Pesan**

Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
	STS	TS	S	SS	
isi pesan di JI-04 dapat menarik perhatian saya	4	13	34	43	3,23
	4,3 %	13,8 %	36,2 %	45,7 %	
informasi yang disampaikan di JI-04 singkat dan padat sehingga menarik perhatian saya	2	14	42	36	3,19
	2,1 %	14,9 %	44,7 %	38,3 %	
pemilihan kata dan susunan kalimat di JI-04 dapat menarik perhatian saya	2	26	44	22	2,91
	2,1 %	27,7 %	46,8 %	23,4 %	
Saya merasa puas dengan cara penulisan informasi di JI-04	1	35	39	19	2,81
	1,1 %	37,2 %	41,5 %	20,2 %	
Saya merasa informasi di JI-04 memberikan solusi bagi masalah yang saya hadapi	7	49	30	8	2,41
	7,4 %	52,1 %	31,9 %	8,5 %	
Informasi yang disampaikan JI-04 dapat mempersuasi saya sehingga timbul keinginan untuk bertindak	4	21	44	25	2,96
	4,3 %	22,3 %	46,8 %	26,6 %	
Pemilihan kata dan susunan kalimat di JI-04 dapat mempersuasi saya sehingga timbul keinginan untuk bertindak	6	48	31	9	2,46
	6,4 %	51,1 %	33,0 %	9,6 %	
Informasi yang disampaikan JI-04 dapat mendorong saya sampai bertindak.	3	52	29	10	2,49
	3,2 %	55,3 %	30,9 %	10,6 %	
Pemilihan kata dan susunan kalimat di JI-04 dapat mendorong saya untuk bertindak.	10	49	30	5	2,32
	10,6 %	52,11 %	31,9 %	5,3 %	

Penilaian baik terbesar pada variabel ini terletak pada pernyataan kedua (informasi yang disampaikan di JI-04 singkat dan padat sehingga menarik perhatian saya) dimana 78 responden (81,9 %) memberikan penilaian Sangat Setuju (36 responden) dan Setuju (42 responden).

Sementara penilaian tidak baik yang terbesar dalam variabel ini terletak pada pernyataan kesembilan (Pemilihan kata dan susunan kalimat di JI-04 dapat mendorong saya untuk bertindak) yaitu penilaian dari 59 responden (62,71 %) memberikan penilaian Sangat Tidak Setuju (10 responden) dan Tidak Setuju (49 responden).

Penilaian tidak baik yang lain antara lain pernyataan yang mean-nya < 2,5 (median) terletak pada pernyataan mengenai informasi memberikan solusi (mean 2,41), pernyataan kata dan kalimat bisa mempersuasi (mean 2,46), dan pernyataan informasi dapat mendorong sampai bertindak (mean 2,32).

**Tabel 5.6. Distribusi Frekuensi Dampak Komunikasi**

Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
	STS	TS	S	SS	
Saya mengetahui bagaimana caranya memperoleh informasi lebih lanjut tentang berita yang ada di JI-04	4	35	46	9	2,64
	4,3 %	37,2 %	48,9 %	9,6 %	
Setelah melihat JI-04 saya semakin tertarik tentang segala sesuatu mengenai FTUI	3	18	56	17	2,93
	3,2 %	19,1 %	59,6 %	18,1 %	
Saya mengirim lamaran sesuai dengan informasi beasiswa dan lowongan kerja/magang yang ditayangkan di JI-04	3	37	44	10	2,65
	3,2 %	39,4 %	46,8 %	10,6 %	
Saya menindaklanjuti pengumuman fakultas yang ditayangkan di JI-04	4	15	58	17	2,94
	4,3 %	16,10 %	61,7 %	18,1 %	
Saya memasang informasi/pengumuman/iklan di JI-04	10	48	22	14	2,43
	10,6 %	51,1 %	23,4 %	14,9 %	
Saya memberikan saran kepada humas FTUI untuk perkembangan dan perbaikan JI-04	7	46	29	12	2,49
	7,4 %	48,9 %	30,9 %	12,8 %	
Saya menyarankan kepada orang lain untuk melihat/menggunakan JI-04 untuk memperoleh informasi secara cepat	7	39	35	13	2,57
	7,4 %	41,5 %	37,2 %	13,8 %	

Penilaian baik terbesar pada variabel ini terletak pada pernyataan keempat (Saya menindaklanjuti pengumuman fakultas yang ditayangkan di JI-04) dimana 75 responden (79,8 %) memberikan penilaian Sangat Setuju (17 responden) dan Setuju (58 responden).

Sementara penilaian tidak baik yang terbesar dalam variabel ini terletak pada pernyataan kelima (Saya memasang informasi/pengumuman/iklan di JI-04) yaitu penilaian dari 58 responden

(61,7 %) memberikan penilaian Sangat Tidak Setuju (10 responden) dan Tidak Setuju (48 responden).

Penilaian tidak baik yang lain, antara lain, pernyataan yang mean-nya  $< 2,5$  (median) terletak pada pernyataan memberikan saran kepada humas (mean 2,49).

## **B. Analisis Data Bivariat**

Analisis data bivariat akan dilakukan dengan menggunakan dua metode analisis statistik. Pertama adalah ingin melihat bagaimana hubungan antara variabel bebas kualitas media dan kualitas pesan terhadap variabel terikat dampak komunikasi dengan menggunakan uji korelasi. Uji korelasi dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara dua variabel serta seberapa erat tingkat hubungan yang ada. Salah satu bentuk uji korelasi adalah uji korelasi Pearson untuk data numerik. Kedua adalah melihat bagaimana pengaruh kualitas media dan kualitas pesan sebagai variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap tingkat kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen ( $Y$ ). Dengan menggunakan analisis Regresi Linier Sederhana.

### **1. Uji Korelasi antara Kualitas Media dan Kualitas Pesan terhadap Dampak Komunikasi.**

Uji korelasi dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara dua variabel serta seberapa erat tingkat hubungan yang ada. Salah satu bentuk uji korelasi adalah uji korelasi Pearson untuk data numerik.

Dalam uji korelasi kita mencari besar koefisien korelasi ( $r$ ) yang besarnya antara 0 sampai 1. Jika nilai  $r$  positif, maka dikatakan

mempunyai korelasi positif, dimana jika nilai satu variabel meningkat, maka variabel lainnya juga ikut meningkat. Sebaliknya dikatakan berkorelasi negatif jika satu variabel naik akan membuat nilai variabel lain turun. Adapun nilai r (koefisien korelasi) didapat dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Taraf interval kepercayaan yang digunakan adalah 95 % (taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$ ) dimana  $H_0$  ditolak jika probabilitas r (koefisien korelasi) < 0.05. Hipotesis :

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara kualitas media dan kualitas pesan dengan dampak komunikasi.

$H_1$  : Ada hubungan antara kualitas media dan kualitas pesan dengan dampak komunikasi.

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada level  $\alpha = 0,05$ .  $H_0$  ditolak jika dalam uji korelasi yang dilakukan, didapat nilai signifikansi uji yang lebih kecil dari 0,05. Penolakan  $H_0$  berarti dapat disimpulkan terdapat hubungan antara variabel kualitas media dan kualitas pesan dengan dampak komunikasi.

Dari hasil pengolahan data menggunakan program SPSS untuk menguji ada tidaknya hubungan antara variabel kualitas media dan variabel dampak komunikasi dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 5. 7. Analisis Korelasi Kualitas Media terhadap Dampak Komunikasi**

**Correlations**

		kualitas_media	dampak_komunikasi
kualitas_media	Pearson Correlation	1	.459(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	94	94
dampak_komunikasi	Pearson Correlation	.459(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	94	94

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

Berdasarkan hasil diatas diperoleh angka koefisien korelasi ( $r$ ) = 0,459 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan kedua variabel sangat signifikan dan  $H_1$  diterima atau dapat disimpulkan ada hubungan antara kualitas media dengan dampak komunikasi.

Sementara dari nilai koefisien  $r$  yang 0,456 (berada di range 0,41 – 0,6), dapat disimpulkan bahwa hubungan antara skor kualitas media dan skor dampak komunikasi sedang. Koefisien korelasi bertanda positif (+), artinya hubungan searah sehingga ada kecenderungan jika kualitas media baik menghasilkan dampak komunikasi yang baik. Dengan kata lain semakin tinggi kualitas media semakin tinggi pula dampak komunikasi.

Ada tidaknya hubungan antara variabel kualitas pesan dan variabel dampak komunikasi dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 5. 8. Analisis Korelasi Kualitas Pesan terhadap Dampak Komunikasi**

**Correlations**

		kualitas_pesan	dampak_komunikasi
kualitas_pesan	Pearson Correlation	1	.733(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	94	94
dampak_komunikasi	Pearson Correlation	.733(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	94	94

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

Berdasarkan hasil diatas diperoleh angka koefisien korelasi ( $r$ ) = 0,733 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan kedua variabel sangat signifikan dan  $H_1$  diterima atau dapat disimpulkan ada hubungan antara kualitas media dengan dampak komunikasi.

Sementara dari nilai koefisien  $r$  yang 0,733 (berada di range 0,61 – 0,8), dapat disimpulkan bahwa hubungan antara skor kualitas pesan dan skor dampak komunikasi kuat. Koefisien korelasi bertanda positif (+), artinya hubungan searah sehingga ada kecenderungan jika kualitas pesan baik menghasilkan dampak komunikasi yang baik. Dengan kata lain semakin tinggi kualitas pesan semakin tinggi pula dampak komunikasi.

Di keterangan setiap tabel terdapat tanda \*\* menunjukkan bahwa koefisien korelasi tersebut signifikan pada taraf kepercayaan 99 %.

## **2. Uji Regresi Linier Sederhana antara Kualitas Media dan Kualitas Pesan terhadap Dampak Komunikasi.**

Analisis data bivariat dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil dari pengujian antara kualitas media terhadap dampak komunikasi dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 5. 9. Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Media terhadap Dampak Komunikasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.459(a)	.211	.202	3.78058

a Predictors: (Constant), kualitas\_media

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	350.779	1	350.779	24.542	.000(a)
	Residual	1314.934	92	14.293		
	Total	1665.713	93			

a Predictors: (Constant), kualitas\_media

b Dependent Variable: dampak\_komunikasi

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.758	2.525		3.072	.003
	kualitas_media	.592	.120	.459	4.954	.000

a Dependent Variable: dampak\_komunikasi

Dari hasil tabel berikut didapat hasil sebagai berikut:

- a. Dari tabel Model Summary, nilai  $R^2 = 0,211$ , artinya variabel bebas kualitas media mampu menerangkan atau memprediksi nilai variabel terikat dampak komunikasi sebesar 21,1%. Sisanya sebesar 78,9 % diterangkan oleh faktor-faktor lain selain kualitas media.
- b. Dari tabel ANOVA, nilai F sebesar 24.542 dengan signifikansi uji 0,000. Karena signifikansi uji nilainya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk persamaan linier  $Y = a + bX$  sudah tepat dan dapat digunakan.

- c. Dari uji t juga dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas kualitas media terhadap variabel terikat dampak komunikasi.
- d. Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,758 + 0,592X$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa dari setiap penambahan 1 unit variabel bebas kualitas media akan meningkatkan nilai variabel terikat dampak komunikasi sebesar 0,592.

Hasil dari pengujian antara kualitas media terhadap dampak komunikasi dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 5. 10. Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pesan terhadap Dampak Komunikasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733(a)	.537	.532	2.89535

a Predictors: (Constant), kualitas\_pesan

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	894.470	1	894.470	106.700	.000(a)
	Residual	771.243	92	8.383		
	Total	1665.713	93			

a Predictors: (Constant), kualitas\_pesan

b Dependent Variable: dampak\_komunikasi

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.938	1.690		1.739	.085
	kualitas_pesan	.626	.061	.733	10.330	.000

a Dependent Variable: dampak\_komunikasi

Dari hasil tabel diatas didapat hasil sebagai berikut:

- e. Dari tabel Model Summary, nilai  $R^2 = 0,537$ , artinya variabel bebas kualitas media mampu menerangkan atau memprediksi nilai variabel terikat dampak komunikasi sebesar 53,7 %. Sisanya sebesar 56,3 % diterangkan oleh faktor-faktor lain selain kualitas media.
- f. Dari tabel ANOVA, nilai F sebesar 106.700 dengan signifikansi uji 0,000. Karena sinifikansi uji nilainya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk persamaan linier  $Y = a + bX$  sudah tepat dan dapat digunakan.
- g. Dari uji t juga dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas kualitas pesan terhadap variabel terikat dampak komunikasi.
- h. Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,938 + 0,626X$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa dari setiap penambahan 1 unit variabel bebas kualitas pesan akan meningkatkan nilai variabel terikat dampak komunikasi sebesar 0,626.

### C. Analisis Data Multivariat

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel kualitas media dan kualitas pesan dari papan pengumuman elektronik Jendela Informasi – 04 terhadap dampak komunikasinya pada mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Indonesia, maka akan dilakukan uji regresi linier berganda. Analisis regresi dimana hanya terdapat lebih dari satu variabel bebas disebut sebagai regresi linier berganda (*Multiple Regression*). Bentuk umum persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y = Variabel terikat (Dependent Variable)

$X_1, X_2, \dots, X_n$  = Variabel bebas (Independent Variable)

$b_1, b_2, \dots, b_n$  = Koefisien Regresi

Dalam penelitian ini ingin dicari pengaruh variabel bebas kualitas media dan kualitas pesan secara bersama-sama terhadap variabel terikat dampak komunikasi.

#### Hipotesis Penelitian

Ho :  $b_1 = b_2 = 0$  (Tidak ada pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.)

H1 :  $b_n \neq 0$  (Ada pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat)

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu variabel kualitas media (X1) dan variabel kualitas pesan (X2) . Hasil dari uji regresi linier berganda tersebut dapat dilihat dari tabel-tabel dibawah ini:

**Tabel 5. 11. Uji Regresi Linier Berganda**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742(a)	.550	.540	2.86961

a Predictors: (Constant), kualitas\_pesanan, kualitas\_media

Berdasarkan tabel tersebut dapat ditunjukkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Angka R sebesar 0,742 menunjukkan bahwa hubungan antara dampak komunikasi dengan variabel kualitas media dan kualitas pesan adalah kuat.
- b. Angka R square sebesar 0,550 yang juga menunjukkan bahwa hubungan antara dampak komunikasi dengan variabel kualitas media dan kualitas pesan adalah sedang. R Square 0,550 atau 55 % variasi dampak komunikasi dipengaruhi oleh variabel kualitas media dan kualitas pesan. Sementara sisanya 22,4% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar itu.

**Tabel 5. 12. Uji Regresi Linier Berganda**

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	916.358	2	458.179	55.640	.000(a)
	Residual	749.355	91	8.235		
	Total	1665.713	93			

a Predictors: (Constant), kualitas\_pesanan, kualitas\_media

b Dependent Variable: dampak\_komunikasi

Dari uji F didapat nilai F-hitung sebesar 55.640 dengan signifikansi uji sebesar 0,000. Oleh karena signifikansi uji nilainya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk persamaan linier:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

sudah tepat dan dapat digunakan.

Dapat dikatakan bahwa variabel kualitas media dan kualitas pesan secara bersama-sama berpengaruh dan dapat digunakan untuk memprediksi dampak komunikasi.

**Tabel 5. 13. Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.907	2.087		.434	.665
	kualitas_media	.170	.104	.131	1.630	.106
	kualitas_pesan	.571	.069	.668	8.287	.000

a. Dependent Variable: dampak\_komunikasi

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa ternyata hanya kualitas pesan yang mampu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (dengan melihat nilai sig <0,05, Ho ditolak). Variabel lainnya kualitas media memiliki nilai signifikansi > 0,05 sehingga Ho diterima. Artinya variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap dampak komunikasi papan pengumuman elektronik.

Persamaan Regresi:

$$\text{Dampak Komunikasi (Y)} = 0,907 + 0,170 \text{ kualitas media} + 0,571 \text{ kualitas pesan}$$

Dari persamaan di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta : 0,907 artinya tanpa variabel-variabel bebas kualitas media dan kualitas pesan, maka nilai dampak komunikasi adalah sebesar 0,907.
- b. Koefisien regresi 0,170 artinya setiap penambahan 1 unit kualitas media akan meningkatkan dampak komunikasi sebesar 0,170.
- c. Koefisien regresi 0,571 artinya setiap penambahan 1 unit kualitas pesan akan meningkatkan dampak komunikasi sebesar 0,571.

Setelah diketahui bahwa ada satu variabel independen yang tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen dampak komunikasi, maka uji regresi diulang kembali dengan mengeluarkan satu variabel independen tersebut sehingga hanya tinggal satu variabel saja yang masih tersisa yaitu kualitas pesan sebagai variabel independen dan dampak komunikasi sebagai variabel dependen. Oleh karena itu, pengujian regresi linier sederhana kembali dilakukan, hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. 14. Uji Regresi Linier Sederhana setelah Variabel Kualitas Media dikeluarkan**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733(a)	.537	.532	2.89535

a Predictors: (Constant), kualitas\_pesan

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	894.470	1	894.470	106.700	.000(a)
	Residual	771.243	92	8.383		
	Total	1665.713	93			

a Predictors: (Constant), kualitas\_pesan

b Dependent Variable: dampak\_komunikasi

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.938	1.690		1.739	.085
	kualitas_pesanan	.626	.061	.733	10.330	.000

a. Dependent Variable: dampak\_komunikasi

Dari hasil tabel diatas didapat hasil sebagai berikut:

- a. Dari tabel Model Summary, nilai  $R^2 = 0,537$ , artinya variabel bebas kualitas pesan mampu menerangkan atau memprediksi nilai variabel terikat dampak komunikasi sebesar 53,7 %. Sisanya sebesar 56,3 % diterangkan oleh faktor-faktor lain selain kualitas media.
- b. Dari tabel ANOVA, nilai F sebesar 106.700 dengan signifikansi uji 0,000. Karena sinifikansi uji nilainya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk persamaan linier  $Y = a + bX$  sudah tepat dan dapat digunakan.
- c. Dari uji t juga dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas kualitas pesan terhadap variabel terikat dampak komunikasi.
- d. Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,938 + 0,626X$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa dari setiap penambahan 1 unit variabel bebas kualitas pesan akan meningkatkan nilai variabel terikat dampak komunikasi sebesar 0,626.

## **D. Interpretasi Data**

### **1. Interpretasi Data Univariat**

**Data univariat dalam penelitian ini meliputi :**

#### **a. Frekuensi Khalayak Membaca Papan Pengumuman Elektronik**

Dari hasil analisis data tabel distribusi frekuensinya, dapat dikatakan bahwa, sebagian besar responden (71,3 %) melihat/membaca papan pengumuman elektronik (JI-04) hanya 1-3 kali dalam seminggu. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi khalayak membaca informasi di Jendela Informasi – 04 termasuk jarang, karena berada pada *range* terendah (1-3 kali dalam seminggu). Dapat dikatakan bahwa kecenderungan khalayak untuk sering membaca Jendela Informasi – 04 tidak terjadi, walaupun media ini tersebar di banyak tempat di FTUI

#### **b. Frekuensi Letak Papan Pengumuman Elektronik Paling Strategis**

Dari analisis data tabel distribusi frekuensinya, dapat dikatakan bahwa, tempat yang paling strategis dari papan pengumuman elektronik (JI-04) adalah "Lobby FTUI" karena dipilih 83 kali (64 %) oleh 94 responden. Hal ini mungkin dikarenakan banyaknya jumlah JI-04 yang diletakkan di Lobby FTUI yang merupakan pusat lalu lalang mahasiswa, ada 4 buah yang diletakkan di empat penjuru, sehingga mudah bagi siapapun yang sedang berada di Lobby FTUI untuk melihatnya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan David Sachs dan Henry Stair bahwa salah satu syarat media baru yang efektif adalah *easy to find and use*. Sedangkan, tempat peletakkan papan pengumuman elektronik

yang paling tidak strategis adalah yang diletakkan di Pusat Administrasi Fakultas (PAF) karena hanya dipilih 7 kali (5,4 %) oleh 94 responden. JI-04 yang diletakkan di PAF hanya satu buah, dan mahasiswa yang datang ke PAF biasanya sibuk dengan urusan akademik dan administrasi, sehingga JI-04 yang ada di PAF tidak strategis.

**c. Frekuensi Informasi yang Paling Sering dibaca Khalayak**

Berdasarkan analisis data ini, dapat dibuat tingkatan jenis informasi terfavorit (diurutkan dari yang paling banyak dipilih sampai yang paling sedikit dipilih), antara lain:

1. Informasi beasiswa
2. Informasi kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa
3. Pengumuman-pengumuman dari fakultas
4. Informasi kegiatan yang dilakukan oleh fakultas
5. Informasi seminar
6. Informasi lowongan kerja atau magang
7. Foto-foto kegiatan fakultas
8. Daftar alamat dan password Jurnal online
9. Informasi pameran
10. Iklan

Informasi mengenai beasiswa menjadi favorit pertama dari sekian banyak informasi di JI -04 mungkin karena informasi beasiswa sangat penting bagi para mahasiswa yang akan melanjutkan studinya, informasi beasiswa yang biasanya ditampilkan adalah beasiswa pascasarjana dari dalam maupun luar negeri. Informasi favorit kedua adalah informasi kegiatan

mahasiswa, informasi ini sering dibaca oleh mahasiswa karena unsur kedekatan kepentingan, karena ini adalah kegiatan mereka, maka mereka merasa perlu untuk membacanya. Jenis informasi selanjutnya memiliki. Informasi-informasi yang lain memiliki presentase yang tidak terlalu jauh dan tidak ada informasi yang tidak pernah dibaca sama sekali.

Hasil analisis mengenai frekuensi dibacanya informasi ini sesuai dengan apa yang dikatakan William Wells, John Burnett, Sandra Moriarty, bahwa suatu informasi akan sangat efektif apabila dapat menerpa khalayak pada saat khalayak tersebut mengalami ketertarikan dan perhatian yang tinggi. Untuk mencapai kondisi efektif inilah yang menjadi tugas utama seorang perencana media.

#### **d. Frekuensi Variabel Kualitas Media, Kualitas Pesan dan Dampak Komunikasi**

##### **Kualitas Media**

Dari analisis data frekuensi jawaban dari pertanyaan-pertanyaan variabel kualitas media dapat dilihat, secara keseluruhan, kualitas media papan pengumuman elektronik memperoleh penilaian baik, dilihat dari banyaknya responden yang menyetujui pernyataan-pernyataan tentang kualitas media dan angka mean untuk seluruh indikator seluruhnya diatas 2,5.

Selanjutnya dapat dikatakan bahwa kualitas media papan pengumuman elektronik dirasakan baik karena dapat memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi kemahasiswaan dan

informasi mengenai Fakultas Teknik Universitas itu sendiri. Namun, ada kecenderungan tanggapan negatif yang sangat besar mengenai tinggi monitor JI-04, dirasakan tinggi monitor tidak pas (terlalu tinggi) dan tidak nyaman untuk dilihat.

Sisi negatif pada kualitas media bertentangan dengan pernyataan dari David Sachs dan Henry Stair, bahwa sebuah media baru harus memiliki unsur *valuable, useful and fun*, sedangkan dengan tinggi monitor yang terlalu tinggi sangat tidak menyenangkan untuk dilihat.

### **Kualitas Pesan**

Dari analisis data frekuensi jawaban dari pertanyaan-pertanyaan variabel kualitas pesan dapat dilihat, jawaban positif dan negatif hampir berimbang dilihat dari 9 pertanyaan yang ditanyakan, 5 pertanyaan yang jawabannya positif dengan nilai mean > 2,5 dan 4 pertanyaan yang memiliki nilai mean <2,5.

Selanjutnya dari keseluruhan pertanyaan dapat dilihat bahwa kualitas pesan papan pengumuman elektronik dirasakan paling baik adalah dalam hal penulisan dan penyampaian pesan. Khalayak menilai pesan yang disampaikan di JI-04 singkat dan padat sehingga menarik perhatian khalayaknya. Namun, variabel kualitas pesan juga memiliki nilai negatif. Penilaian negatif terbesar ini terdapat pada pemilihan kata dan susunan kalimat pada pesan yang disampaikan di JI-04 dirasakan khalayak tidak dapat mendorong khalayak untuk bertindak menanggapi informasi yang diberikan.

Jl-04 berhasil memenuhi apa yang dikatakan Alan H. Monroe, yaitu menghasilkan suatu pesan yang persuasif menjadi suatu standar bagi pembentukan pesan yang efektif. Dimana di dalam tahapan ini *attention* merupakan tahapan yang diciptakan dengan tujuan untuk menarik perhatian dari *audience*. Anda tidak akan dapat mempengaruhi audience apabila Anda tidak terlebih dahulu menarik perhatiannya.

### **Dampak Komunikasi**

Dari analisis data frekuensi jawaban dari pertanyaan-pertanyaan variabel kualitas pesan dapat dilihat, mayoritas jawabannya adalah positif dilihat dari 7 pertanyaan yang ditanyakan 5 pertanyaan yang jawabannya positif dengan nilai mean  $> 2,5$  dan 2 pertanyaan yang memiliki nilai mean  $< 2,5$ .

Selanjutnya dapat dilihat bahwa dampak komunikasi papan pengumuman elektronik dirasakan baik karena hasil analisis menunjukkan sebagian besar khalayak menindaklanjuti pengumuman fakultas yang ditayangkan di Jl-04. Namun, ada juga dampak komunikasi yang negatif, yaitu kurangnya minat khalayak untuk memasang informasi/pengumuman/iklan di Jl-04, hal ini sesuai dengan frekuensi membaca iklan di Jl-04 yang kecil dan berada di urutan terakhir.

## **2. Interpretasi Data Bivariat**

Hasil dari analisis data bivariat dalam penelitian terdiri dari analisis korelasi pearson dan analisis tabel regresi sederhana. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi antara kualitas media atau kualitas pesan terhadap

dampak komunikasi menunjukkan bahwa kedua variabel ini memiliki hubungan, dan hubungan tersebut searah, artinya apabila kualitas media atau kualitas pesan semakin tinggi maka semakin tinggi pula dampak komunikasi.

Perbedaan dalam analisis korelasi antara variabel-variabel tersebut adalah pada skor kekuatan hubungannya. Kekuatan hubungan antara kualitas media dengan dampak komunikasi sedang dan kekuatan hubungan antara kualitas pesan dengan dampak komunikasi kuat.

Dari analisis regresi sederhananya menunjukkan kualitas media atau kualitas pesan sama-sama dapat memprediksi nilai dampak komunikasi (walaupun ada beberapa persen sebab lain), selain itu dengan penambahan 1 unit variabel kualitas media atau kualitas pesan akan meningkatkan nilai dampak komunikasi pada jumlah tertentu (kualitas media : 0,592, kualitas pesan : 0.626).

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Daft dan Lengel pada tahun 1984. Mereka menyebutkan bahwa media memiliki berbagai kemampuan untuk mengurangi ambiguitas, menciptakan berbagai interpretasi, dan menciptakan pengertian.

### **3. Interpretasi Data Multivariat**

Dari analisis data multivariat yang pertama antara variabel kualitas media dan kualitas pesan terhadap dampak komunikasi ternyata hanya variabel kualitas pesan yang berpengaruh secara signifikan terhadap dampak komunikasi ( $H_0$  ditolak) sedangkan variabel kualitas media tidak berpengaruh secara signifikan terhadap dampak komunikasi. Setelah diketahui terjadi hal tersebut, maka dilakukan uji regresi kembali dengan

mengeluarkan variabel yang tidak signifikan (kualitas media). Akhirnya dari uji regresi linier berganda berubah kembali menjadi uji linier sederhana, karena variabel independen yang tersisa hanya satu (kualitas pesan) untuk diuji pengaruhnya terhadap dampak komunikasi.

