

## BAB III

### METODOLOGI

#### 1. Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara pandang seorang ilmuwan dari sisi strategis yang paling menentukan nilai dari sebuah disiplin ilmu pengetahuan (Bungin, 2005: 205). Paradigma juga bisa dikatakan sebagai cara pandang seseorang dalam melihat suatu gejala sosial (Prasetyo, 2005: 25).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah *positivisme*. Paradigma *positivisme* adalah suatu paradigma yang terorganisir untuk mengkombinasikan *deductive logic* dan pengamatan empiris dari perilaku individu, yang berguna secara probabilistik menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang sebab-akibat yang bisa dipakai untuk memprediksi pola umum dari kegiatan manusia (Neumann, 2005: 140).

#### 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan pengukuran terhadap suatu fenomena sosial. Pendekatan kuantitatif lebih mementingkan metode pengukuran dan *sampling*, karena pendekatan ini menggunakan pola deduktif yang menekankan prioritas yang sifatnya terperinci (*detail*) pada koleksi data dan analisis (Neumann, 1999: 141)

#### 3. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Hasil akhir pada penelitian deskriptif biasanya berupa *tipologi* atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas. (Prasetyo, 2005: 42)

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah *survey* dengan cara menyebarkan kuesioner. Menurut Rosady Ruslan, pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis, dan proses pencarian data yang *valid*, baik diperoleh secara langsung (data primer) maupun data yang tidak langsung (data sekunder) untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi oleh peneliti. (Ruslan, 2004: 27).

Dari segi pengumpulan data, peneliti berusaha membagi ke dalam dua jenis metode pengumpulan yakni

##### 4.1 Data Primer

Pengertian dari data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga yang bersangkutan untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2004:38). Metode *survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yakni suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden (yang telah ditentukan) (Umar, 2003: 46).

Kuesioner akan disebarkan ke karyawan PT. PLN (Persero) P3B kantor induk yang berlokasi di Krukut Limo, Cinere. Pengisian akan dilakukan melalui *self administrated questionnaire* atau pengisian secara mandiri yakni pengisian dengan cara peneliti memberikan pada responden secara langsung dan meminta responden untuk mengisi (Prasetyo, 2005: 50).

##### 4.2 Data Sekunder

Pengertian dari data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang dihasilkan oleh pihak lain atau digunakan oleh lembaga lain yang bukan merupakan pengolahannya tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Ruslan, 2004: 138).

Data sekunder lain yang akan dipakai akan didapatkan melalui media informasi yang bersifat umum seperti majalah *FLOEKSI* terbitan terbaru tahun 2009, *company profile* PT. PLN (Persero) P3B, *intranet* PT PLN (Persero) P3B, dan buku-buku *public relations* maupun buku lain yang relevan dengan topik penelitian.

## 5. Populasi dan Sampel

### 5.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2002: 55). Populasi dapat diartikan juga sebagai satuan yang ingin diteliti, atau jumlah total manusia yang cocok dijadikan responden atau yang cukup relevan dengan suatu penelitian. (Neumann, 2000: 249). Sedangkan yang dimaksud objek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, atau fenomena yang lain (Kountur, 2004: 147). Objek penelitian dalam hal ini adalah majalah internal *FLOEKSI* yang diterbitkan di PT PLN (Persero) P3B.

Populasi pada penelitian ini adalah karyawan yang masih berstatus aktif bekerja di PT PLN (Persero) P3B, kantor induk. Menurut data yang diperoleh dari bidang Sumber Daya Manusia (SDM) dan Organisasi jumlah keseluruhan populasi yang ada di kantor induk terdiri dari 322 orang karyawan.

### 5.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil atau kelompok yang dapat dikendalikan dan ditarik dari populasi. Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti yang dianggap dapat menggambarkan populasinya (Soehartono, 1995: 57).

Di sisi lain, Bailey berpendapat bahwasanya sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Oleh karena itu sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri (Bailey, 1994: 83). Secara metodologis

hasil dari suatu *survey* yang menggunakan sampel seringkali lebih akurat (Eryanto, 1999: 35)..

Menurut Gay & Diehl (Ruslan, 1999: 147). Ukuran sample untuk penelitian korelasi secara minimal adalah sejumlah 30 orang. Sampel sangat memegang peran yang penting karena banyak membantu pengambilan kesimpulan untuk banyak kasus apabila tidak cukup waktu tersedia untuk mengambil semua data yang ada di suatu populasi (Siagian, 2006: 15). Sampel besar mengakibatkan biaya, waktu dan tenaga yang cukup besar, namun daya generalisasinya lebih besar, terpercaya, dan akurat dengan *sampling error* yang lebih kecil. Sampel besar lebih hemat waktu, tenaga, dan biaya namun tingkat generalisasinya lebih kecil. Bila populasinya cukup banyak, agar mempermudah dapat pula dengan minimal 10% dari total populasi (Kriyantono, 2006: 161). Peneliti mengambil batasan minimal yakni 10% dari total populasi. Maka bila diperoleh hasil secara matematis diperoleh angka:  $(322 \times \frac{10}{100})$  responden = 32 responden (pembulatan).

Sampel dalam penelitian ini adalah 32 orang karyawan tetap PT PLN (Persero) P3B kantor induk yang secara rutin mendapatkan majalah internal *FLOEKSI* setiap bulannya dan pernah membaca majalah tersebut selama menjadi karyawan di PT PLN (Persero) P3B.

## 6. Teknik Penarikan Sampel

Penelitian yang membahas opini karyawan terhadap masyarakat internal ini menggunakan teknik penarikan sampel *nonprobabilita*. Teknik penarikan sampel *nonprobabilita* adalah teknik yang sampel nya tidak melalui teknik *random* (acak). Di sini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan tertentu oleh periset (Kriyantono, 2006:156). Teknik ini dilakukan apabila peneliti tidak memiliki kerangka sampel yang memadai (Prasetyo, 2008: 134).

Teknik penarikan sampel nonprobabilita mempunyai beberapa teknik sedangkan teknik penarikan sampel nonprobabilita yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penarikan sampel aksidental / sampling kebetulan/*accidental sampling*. Teknik ini memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan riset karena topik yang diriset adalah persoalan umum di mana semua orang mengetahuinya. Peneliti ingin mengetahui opini khalayak (karyawan) terhadap isi pemberitaan dari majalah *FLOEKSI*.

Peneliti akan menarik sampel sebanyak 32 orang karyawan dari total populasi 322 orang karyawan. Kuesioner disebarakan kepada 32 orang responden bagi para karyawan yang bekerja di PT PLN (Persero) P3B kantor induk. Peneliti menyerahkan langsung kuesioner yang harus diisi oleh responden lewat tatap muka. Sebelum melakukan penelitian yang sebenarnya, peneliti terlebih dahulu melakukan *pre test* terhadap 30 orang responden.

## **7. Operasionalisasi Konsep**

Secara definisi, konsep merupakan abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal yang khusus. Konsep tidak dapat diteliti atau diukur begitu saja tanpa batasan yang jelas. Untuk kegunaan penelitian maka konsep perlu diartikan dan dioperasionalkan terlebih dahulu untuk dapat dibaca dan dilihat. Penelitian mengenai opini karyawan terhadap majalah internal *FLOEKSI* mencakup konsep-konsep utama yaitu karakteristik individual, penggunaan media (uses), dan konsep pendapat atau opini.

Berikut ini adalah penjabaran dimensi-dimensi yang menjadi obyek penelitian:

### **7.1 Karakteristik Individu, akan dioperasionalkan sebagai berikut:**

#### **7.1.1 Jenis Kelamin**

Terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

#### **7.1.2 Umur**

Adalah umur responden saat kuesioner disebarakan.

### 7.1.3 Tingkat Pendidikan

Adalah tingkat pendidikan formal responden yang terakhir kali diperoleh. Untuk mengetahui tingkat pendidikan responden, peneliti menggunakan jenjang pendidikan yang berlaku secara baku yang peneliti peroleh di divisi sumber daya manusia (*human resources*) PT PLN Persero P3B ke dalam 4 kelompok yakni SMA/STM/SMEA, D3, S1 dan S2

### 7.1.4 Lama Bekerja di PLN

Dihitung sejak karyawan pertama kali berstatus pegawai aktif di PT PLN (Persero) P3B

## 7.2 Motif Penggunaan Media dalam hal ini media internal *FLOEKSI*

7.2.1 Frekuensi membaca *FLOEKSI* setiap bulan

7.2.2 Waktu yang dibutuhkan dalam membaca *FLOEKSI*

7.2.3 Jumlah rubrik yang dibaca setiap kali membaca *FLOEKSI*

7.2.4 Rubrik tetap yang paling sering dibaca

7.2.5 Rubrik tetap yang paling jarang dibaca

7.2.6 Rubrik tidak tetap yang paling sering dibaca

7.2.7 Rubrik tidak tetap yang paling jarang dibaca

## 7.3 Opini

Seperti yang telah disebutkan pada kerangka teori bahwasanya opini adalah apa yang seseorang katakan melalui *verbal* ataupun kuesioner. Akar dari opini sendiri adalah persepsi sehingga timbul opini karena seseorang mempunyai persepsi terhadap suatu persoalan yang dalam hal ini adalah majalah *internal FLOEKSI*.

Setiap opini mengandung pro dan kontra sehingga cenderung ada pilihan mendukung, menentang, bahkan netral (tidak memihak). Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dioperasionalisasikan dalam bentuk pernyataan (dari paling tinggi ke paling rendah): sangat setuju, setuju, ragu-ragu, kurang setuju, dan sangat tidak setuju. Kesemua penilaian (pro, kontra, atau netral) mengacu kepada majalah internal *FLOEKSI*.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

NO	KONSEP	KATEGORI	INDIKATOR PERTANYAAN	SKALA
1	Jenis Kelamin		1. Pria 2. Wanita	Nominal
2	Usia		1. $\leq$ 30 tahun 2. 31-40 tahun 3. 41-50 tahun 4. 51 tahun ke atas	Interval
3	Pendidikan Terakhir		1. SMA/STM/SMEA 2. D3 3. S1 4. S2	Interval
4	Lama Bekerja		1. < 2 tahun 2. 2 – 4 tahun 3. 4 – 6 tahun 4. 6 tahun lebih	Interval
5	Frekuensi Mengonsumsi Media	Konsumsi Media per Bulan	1. 1-2 kali 2. 3-4 kali 3. 5-6 kali 4. Lebih dari 6 kali	Interval
6	Lama Mengonsumsi Media	Konsumsi Media per Waktu	1. 1-3 menit 2. 4-6 menit 3. 7-10 menit 4. Lebih dari 10 mnt	Interval
7	Jumlah Rubrik yang Dibaca		1. < 3 rubrik 2. 3-5 rubrik 3. 6-9 rubrik 4. Semua rubrik	Interval
8	Rubrik Tetap	Paling sering Dibaca	1. Liputan Utama 2. Liputan Khusus 3. Seputar P3B 4. PLN dalam Media	Interval
		Paling jarang Dibaca		
9	Rubrik Tidak Tetap	Paling sering dibaca	1. Hukum 2. Apa dan Siapa 3. Oleh-Oleh 4. Manajemen	
		Paling jarang dibaca		

10	<i>Uses and Gratifications Theory</i> (Penggunaan dan Kepuasan Terhadap Media)	<i>Cognition</i> (pengetahuan)		Likert
		<i>Diversion</i> (hiburan)	1. <i>Stimulation</i> 2. <i>Relaxation</i> 3. <i>Emotional Release</i>	Likert
		<i>Social Utility</i> (kepentingan sosial)		Likert
		<i>Withdrawal</i> (pelarian)		Likert
11	Karakteristik Media Cetak	Merangsang pembaca berfikir cepat dan kreatif		Likert
		<i>Target audience FLOEKSI</i> jelas		Likert
		Kemudahan menggunakan majalah <i>FLOEKSI</i>		Likert
12	<i>FLOEKSI</i> sebagai media internal	Layak diterbitkan oleh divisi humas		Likert
		Alat komunikasi yang baik		Likert
		Layak dikonsumsi oleh internal		Likert
		Layak dikonsumsi oleh eksternal		Likert
		Majalah pelengkap informasi		Likert
		Frekuensi penerbitan yang cukup		Likert
13	<i>FLOEKSI</i> sebagai majalah internal	Ukuran majalah cocok bagi responden		Likert
		Layak dikonsumsi karyawan		Likert
		Layak dikonsumsi manajerial		Likert

	Layak dikonsumsi <i>stock holder</i>		Likert
	Penting untuk dibaca seluruh karyawan		Likert
	Rubrik Perlu ditambah berita internal lain		Likert
	Rubrik Perlu ditambah unsur <i>human interest</i>		Likert
	Bersedia berkontribusi di <i>FLOEKSI</i>		Likert

## 8. Metode Analisis Data

Setelah peneliti memperoleh data yang diinginkan melalui *survey* lapangan, maka tahapan selanjutnya adalah menganalisis data tersebut. Analisis dilakukan peneliti dengan bantuan *software Statistical Program for Social Science* versi 16.0 atau lebih dikenal dengan SPSS.

Penelitian ini menggunakan teknik analisa data *univariat*. Dengan teknik analisa ini maka dapat memberikan gambaran bagaimana opini karyawan terhadap majalah internal *FLOEKSI*. Analisis data univariat adalah analisis terhadap satu jenis variabel. Oleh karena itu jenis analisis ini dilakukan untuk penelitian deskriptif dengan menggunakan statistik deskriptif dan penyajian data dalam bentuk tabel frekuensi, pie chart, bar chart, dan garis *kontinum*.

Nilai garis *KONTINUM* diperoleh dari perkalian *frequency* (jumlah responden yang menjawab) dengan *value* atau nilai yang telah ditentukan. Total penjumlahan akan diwakilkan oleh suatu garis putus-putus. Apabila jumlah dari hasil perkalian tersebut cenderung ke kanan dari batas garis ragu-ragu (R) pada garis *kontinum*, maka penilaian para responden terhadap indikator semakin positif. Sebaliknya bila jumlah dari hasil perkalian cenderung ke arah kiri dari batas ragu-ragu (R) pada garis *kontinum*, maka penilaian responden terhadap indikator semakin negatif.

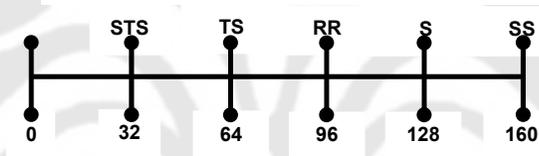
Apabila berada tepat pada garis ragu-ragu, maka bersifat *netral* atau tidak memihak.

Berikut ini adalah pembagian pilihan jawaban dengan menggunakan skala *likert* beserta nilai (*value*) dan total perkalian dari ke-32 responden.

**Tabel 3.2 Nilai Garis Kontinum**

SKOR	VALUE	TOTAL RESPONDEN	NILAI MAX GARIS KONTINUM
Sangat Setuju (SS)	5	32	160
Setuju (S)	4	32	128
Ragu-ragu (R)	3	32	96
Tidak Setuju (TS)	2	32	64
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	32	32

**Gambar 3.1  
Contoh Garis Kontinum**



### 8.1 Uji Reabilitas dan Validitas

Pengujian reabilitas dan validitas dilakukan untuk mengetahui instrumen yang *reliable* dan *valid*. Tujuan dilakukan uji reabilitas dan validitas adalah agar data yang diambil benar-benar merupakan data yang *valid*. Dengan arti bahwa data tersebut benar-benar bisa mengukur apa yang hendak kita ukur. Setelah melalui tahapan *valid*, instrumen tersebut haruslah *reliable* atau konstan (konsisten) di dalam pengambilan data.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur seberapa jauh suatu alat ukur mengukur apa yang hendak diukur. Sedangkan uji reabilitas dilakukan untuk melihat seberapa jauh alat ukur memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama untuk waktu yang berbeda atau jika dilakukan pengukuran dalam kondisi yang berbeda (Anastasi, 1997: 39).

### 8.1.1 Uji Reliabilitas

Tahap pertama adalah menguji konsistensi dari pernyataan yang berhubungan dengan penerbitan media internal. Salah satu teknik yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan *cronbach coefficient alpha* yakni suatu rumus untuk mengetahui konsistensi reabilitas internal ketika suatu skala pengukuran terdiri dari beberapa jenis *item*.

Beberapa *item* tersebut diuji untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut sudah reliabel atau konsisten dalam mengukur apa yang peneliti ingin ukur. Artian dari reabilitas itu sendiri adalah konsistensi skor tes atau kemampuan skor tes untuk direproduksi. Itulah sebabnya dipergunakan *alpha cronbach* yang mengukur konsistensi dan homogenitas *item* (interkorelasi antar *item* dalam suatu alat ukur yang sama).

Langkah selanjutnya adalah menentukan koefisien *alpha*. Koefisien tersebut dapat dipakai sebagai indeks dari *internal consistency* yakni karakteristik yang dimiliki oleh tes karena interkorelasi yang bersifat positif dari beberapa *item* tersebut. Reabilitas juga erat kaitannya dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Konsistensi yang dimaksud adalah informasi yang ditunjukkan oleh indikator tersebut tidak berubah-ubah karena karakter indikator itu sendiri dan konsistensi indikator itu sendiri.

Bila pengamatan dilakukan dengan perangkat ukur yang serupa serta dilakukan lebih dari satu kali dan membuahkan hasil pengamatan yang sama maka alat ukur tersebut bisa dikatakan variabel. Bila tidak sama maka perangkat ukur tersebut dikatakan tidak reliabel. Semakin tinggi koefisien *alpha* maka tes tersebut bisa dikatakan semakin konsisten dan homogen dalam mengukur apa yang hendak peneliti ukur.

Rumus dari koefisien *alpha* bisa dijabarkan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_{item}}{S^2_{total}} \right)$$

Keterangan rumus:

$\alpha$  = koefisien *alpha cronbach*     $S^2_{item}$  = varians setiap item  
 K = banyaknya item                     $S^2_{total}$  = varians keseluruhan tes

**Gambar 3.2**  
**Rumus Koefisien Alpha**

Koefisien dari suatu reabilitas adalah indeks yang menyatakan pengaruh relatif skor eror dan skor sebenarnya pada jawaban responden yang diperoleh oleh peneliti. Koefisien ini menerangkan perbandingan varian-varian skor yang sebenarnya pada jawaban yang diperoleh. Koefisien reliabilitas dilambangkan dengan lambang  $\alpha$ . Di dalam suatu penelitian,  $\alpha$  yang reliabel adalah lebih besar dari nol koma lima puluh ( $> 0,50$ ). Jumlah sampel yang akan diteliti pada penelitian ini adalah 32 (tiga puluh dua) responden. Menurut kaidah Guilford, koefisien reabilitas *alpha cronbach* terbagi menjadi berikut:

**Tabel 3.3 Kaidah Gulford**

Kriteria	Koefisien Reabilitas $\alpha$
Sangat Reliabel	$> 0.900$
Reliabel	0.700-0.900
Cukup Reliabel	0.400-0.700
Kurang Reliabel	0.200-0.400
Tidak Reliabel	$< 0.2$

**Tabel 3.4**

**Nilai  $\alpha$  variabel Penggunaan dan Kepuasan terhadap Media**

Cronbach's Alpha	N of Items
.669	3

Pada tabel di atas dapat diperoleh bahwa hasil dari pengukuran variabel pertama mempunyai *cronbach alpha* yang cukup reliabel.

**Tabel 3.5**  
**Nilai  $\alpha$  variabel Karakteristik Media Cetak**

Cronbach's Alpha	N of Items
.559	3

Pada tabel di atas peneliti memperoleh bahwa hasil dari pengukuran variabel kedua mempunyai *cronbach alpha* yang cukup reliabel.

**Tabel 3.6**  
**Nilai  $\alpha$  variabel Media Internal**

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	5

Pada tabel di atas maka peneliti memperoleh hasil bahwasanya nilai dari variabel ketiga mempunyai *cronbach alpha* yang reliabel.

**Tabel 3.7**  
**Nilai  $\alpha$  variabel Majalah Internal**

Cronbach's Alpha	N of Items
.509	16

Pada tabel di atas maka peneliti mendapati hasil bahwa pada variabel keempat mempunyai nilai *cronbach alpha* yang cukup reliabel.

Pada keempat jenis variabel di atas didapati bahwasanya nilai dari *alpha cronbach* dari masing-masing variabel di atas 0,500. Hal ini menunjukkan keempat variabel tersebut sudah *reliabel* dan boleh dilanjutkan untuk diuji validitasnya.

### 8.1.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat bukti-bukti yang mendukung kesimpulan yang ditarik dari skor yang diturunkan dari ukuran atau tingkat mana skala mengukur apa yang seharusnya diukur.

Arikunto mengemukakan bahwasanya suatu kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Arikunto, 1996:63)

Validitas juga menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Peneliti harus mencari jawaban apakah alat ukur itu memang cerminan dari variabel atau konsep yang hendak diukur (Masri, 1989: 124) Oleh karena itu musti dilakukan suatu uji validitas yang berarti mengukur tingkat ketepatan suatu pengukuran. Validitas ini mampu memberikan gambaran sejauh mana ketepatan hasil suatu pengukuran dengan makna dan tujuan diadakan pengukuran tersebut. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian (kuesioner) dapat mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Sebuah variabel dikatakan valid apabila setelah diuji angka Kaiser-Meyer-Olkin atau disingkat dengan KMO dan Bartlett's tes nya lebih besar dari 0,50 ( $KMO > 0,50$ ). Berikut ini adalah uji validitas keempat variabel.

**Tabel 3.9**  
**Validitas Variabel Penggunaan dan Kepuasan terhadap Media**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.579
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	35.291
	df	15
	Sig.	.002

Variabel pertama ini mempunyai total 6 buah pertanyaan. Setelah diuji nilai KMO dan Bartlett's test-nya ternyata sudah memenuhi persyaratan yakni di atas 0.500. sehingga variabel pertama sudah dapat dikatakan valid.

**Tabel 3.10**  
**Validitas Variabel Karakteristik Media Cetak**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.546
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	11.239
	df	3
	Sig.	.011

Variabel kedua ini mempunyai total 3 buah pertanyaan. Setelah diuji nilai KMO dan Bartlett's test-nya ternyata sudah dapat memenuhi persyaratan minimal yakni di atas 0.500. sehingga variabel kedua sudah dapat dikatakan valid.

**Tabel 3.11**  
**Validitas Variabel Media Internal**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.716
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	130.449
	df	21
	Sig.	.000

Variabel ketiga ini mempunyai total 7 buah pertanyaan. Setelah diuji nilai KMO dan Bartlett's test-nya ternyata sudah memenuhi persyaratan minimal yakni 0.860. sehingga variabel ketiga sudah dapat dikatakan valid.

**Tabel 3.12**  
**Validitas Variabel Majalah Internal**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.513
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	98.550
	df	28
	Sig.	.000

Variabel selanjutnya mempunyai total 8 buah pertanyaan. Setelah diuji nilai KMO dan Bartlett's test-nya ternyata sudah dapat memenuhi persyaratan minimal yakni 0.500. sehingga variabel keempat sudah dapat dikatakan valid.

## 9. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

### 3.1 Kelemahan

3.1.1 Jawaban tengah 'ragu-ragu' diadakan dalam instrumen kuesioner. Hal ini memungkinkan responden untuk cenderung tidak mengambil penilaian atau dengan kata lain tidak memihak. Kecenderungan untuk tidak memihak ini muncul terutama pada pertanyaan yang membutuhkan pemikiran yang dalam.

3.1.2 Penelitian yang dilakukan mengenai majalah internal *FLOEKSI* dilakukan untuk mengukur opini karyawan pada waktu tertentu. Apabila terdapat perubahan mengenai majalah baik dari segi isi, pemberitaan, susunan redaksi, dan faktor lain yang bisa mengubah opini seseorang maka perlu dilakukan penelitian tambahan.

### 3.2 Keterbatasan

3.2.1 Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah karyawan PT PLN (Persero) P3B yang seluruhnya bekerja di PLN cabang Cinere-Gandul. Sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir untuk populasi yang lebih luas, misalnya seluruh karyawan PT PLN (Persero) seluruh Indonesia

3.2.2 Penelitian hanya mengambil data primer melalui hasil penyebaran kuesioner sebanyak 10% dari total populasi atau sejumlah 32 (tiga puluh dua) kuesioner.