

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1 Paradigma Penelitian

Paradigma bisa diartikan sebagai sudut pandang dalam melihat suatu fenomena atau gejala sosial.¹ Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivist, dimana realitas yang ditemukan dalam penelitian ini diperlakukan secara universal dan obyektif, serta berdasarkan standar tertentu untuk menilai temuan yang didapat.

Paradigma positivist merupakan suatu metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan *deductive logic* dan penggantian empiris dari perilaku individu, guna menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang sebab akibat secara probalistik yang bisa digunakan untuk memprediksikan pola umum dari kegiatan manusia.²

III.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan data yang dapat diukur berupa angka-angka (kuantitatif), atau skor-skor secara empiris sebagai simbol atau lembaga sikap tertentu dari responden dengan aturan-aturan penelitian yang berlaku.³

Penelitian kuantitatif dilihat dari jenis datanya adalah penelitian yang data penelitiannya bersifat numerik yaitu data yang berupa angka-angka atau gejala dan peristiwa yang diangkat.⁴

Penelitian kuantitatif dimulai dengan teori-teori umum. Dari teori-teori ini dibuat suatu konsep kemudian dari konsep ini dirumuskan suatu

¹ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 25.

² W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach 4th edition*, (USA: Allyn & Bacon, A Viacom Company, 2000), hal. 63.

³ Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995), hal. 22.

⁴ Neuman, *Op. Cit.*, hal. 33.

atau beberapa hipotesis. Hipotesis yang sudah dirumuskan tersebut perlu diuji.⁵

Pendekatan kuantitatif menekankan secara khusus dalam mengukur variabel-variabel dan pembuktian hipotesis yang berkaitan dengan penjelasan suatu hubungan.⁶

Dalam penelitian ini, variabel yang diamati adalah efektivitas majalah internal sebuah perusahaan dan sikap. Peneliti ingin melihat efektivitas majalah internal perusahaan dalam pengaruhnya pada pembentukan sikap karyawan.

III.3 Sifat penelitian

Penelitian yang digunakan bersifat eksplanatif. Penelitian ini dilakukan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat.⁷

Penelitian eksplanatif bertujuan membangun penjelasan mengenai faktor-faktor serta mekanisme yang menyebabkan terjadinya fenomena yang diteliti.⁸ Selain itu, tujuan penelitian ini adalah menghubungkan pola-pola yang berbeda namun memiliki keterkaitan dan menghasilkan pola hubungan sebab akibat.

Dalam penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan apakah efektivitas majalah internal mempengaruhi sikap karyawan. Tujuan penelitian ini untuk memberikan penjelasan yang engkap mengenai hubungan dari variabel yang ingin diteliti dan menguji kebenaran dari prediksi yang telah ada berdasarkan hasil penelitian di lapangan.⁹

⁵ Rony Kountur, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PPM, 2003), hal. 17

⁶ Neuman, *Op.Cit.*, Hal. 63.

⁷ Jannah, *Op. Cit.*, hal. 43.

⁸ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyawati, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gava Media, 2007), hal. 32.

⁹ Neuman, *Op.Cit.*, hal. 71.

III.4 Hipotesis Riset

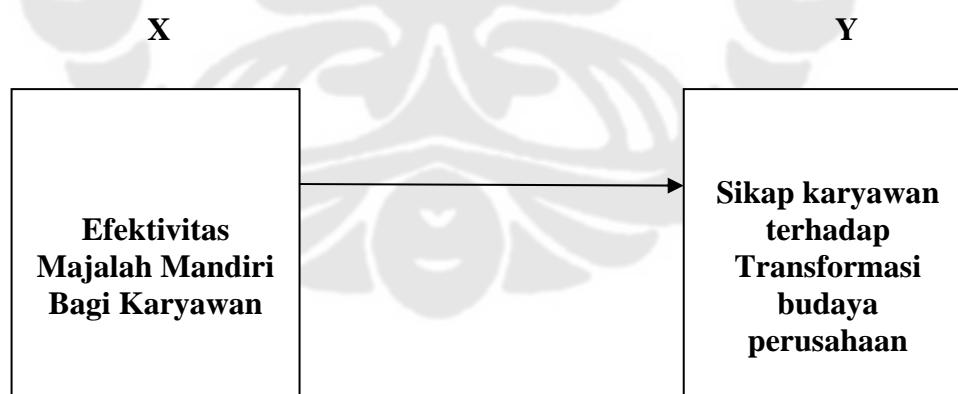
Teori yang digunakan dalam penelitian kuantitatif akan mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hubungan antarvariabel bersifat hipotesis. Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.¹⁰

Hipotesis dalam penelitian ini berupa 2 variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah, semakin tinggi efektivitas karyawan membaca Majalah Mandiri maka semakin tinggi sikap karyawan terhadap budaya TIPCE.

III.5 Model Analisis

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang akan diteliti hubungannya, maka metode analisis data yang digunakan merupakan analisa bivariat.

Efektivitas majalah internal sebagai variabel X atau variabel independen sedangkan sikap karyawan sebagai variabel Y atau variabel dependen.



¹⁰ Jannah, *Op. Cit.*, hal. 76.

III.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dapat diperoleh melalui dua cara, yaitu¹¹:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.

Untuk mengumpulkan data primer dapat dipergunakan:

a. Metode Survei

Informasi yang diperoleh melalui permintaan keterangan-keterangan kepada pihak yang memberikan keterangan atau jawaban(responden). Datanya berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Disebut juga *questionnaire method*.

Jenis-jenis pertanyaan dalam metode kuesioner adalah¹²:

- 1) Pertanyaan tertutup, kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberi kesempatan memberikan jawaban lain.
- 2) Pertanyaan terbuka, kemungkinan jawabannya tidak ditentukan terlebih dahulu dan responden bebas memberikan jawaban.
- 3) Kombinasi tertutup dan terbuka, jawabannya sudah ditentukan tetapi kemudian disusul dengan pertanyaan terbuka.
- 4) Pertanyaan semi terbuka, pada pertanyaan semi terbuka, jawabannya sudah disusun tetapi masih ada kemungkinan jawaban tambahan.

b. Metode Observasi

Dengan metode ini peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki, tanpa mengajukan pertanyaan-pertanyaan.

c. Metode Eksperimen

Diperlukan untuk menguji kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dengan metode survei dan observasi.

¹¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: BPFE-UII, 2003), hal. 55.

¹² Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 1995), hal. 177.

Pada eksperimen peneliti dapat mengatur atau membiarkan perlakuan tertentu pada suatu variabel.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survai dengan menggunakan kuesioner. Jenis pertanyaan dalam kuesioner menggunakan jenis pertanyaan tertutup untuk lebih memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini didapat dari studi pustaka yang didapat dari literatur-literatur buku, internet dan dokumen-dokumen dari perusahaan yang berhubungan dengan topik penelitian.

III.7 Operasionalisasi Konsep

Tabel III.1 Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Skala
Efektivitas Majalah internal Bagi Karyawan	Pengetahuan	Pengetahuan Ramuan Isi	Informasi lingkup perusahaan	Likert
			Pengetahuan tentang informasi diluar lingkup manajemen	Likert
			Informasi yang menghibur	Likert
			Informasi yang faktual	Likert
			Informasi peristiwa di kantor pusat	Likert
			Informasi peristiwa di kantor cabang	Likert
			Informasi peristiwa di luar kantor	Likert
		Pengetahuan Format media	Ukuran kertas majalah internal	Likert
			Kualitas cetakan majalah internal	Likert
			Jenis kertas yang digunakan	Likert

Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Skala
Efektivitas Majalah internal Bagi Karyawan	Pengetahuan	Pengetahuan Pengemasan Informasi	Keseimbangan proporsi teks, foto dan gambar	Likert
			Jenis huruf yang digunakan	Likert
		Pengetahuan Distribusi	Ketepatan waktu penerimaan majalah internal	Likert
			Cara distribusi	Likert
		Pengetahuan Frekuensi	Waktu terbit	Likert
		Pendapat	Setuju terhadap Ramuan Isi	Informasi tentang lingkup perusahaan
	Informasi diluar lingkup manajemen			Likert
	Informasi yang menghibur			Likert
	Informasi yang bersifat faktual			Likert
	Informasi yang mencakup peristiwa di kantor pusat			Likert
	Informasi yang mencakup peristiwa di kantor cabang			Likert
	Informasi yang mencakup peristiwa di luar kantor			Likert
	Setuju terhadap Format Media		Ukuran kertas	Likert
			Jenis kertas yang digunakan	Likert
			Kualitas cetakan sudah tepat	Likert
	Setuju terhadap Pengemasan Informasi		Keseimbangan proporsi teks, foto dan gambar	Likert
			Jenis huruf yang digunakan	Likert
	Setuju terhadap Distribusi		Sampai tepat waktu	Likert
			Cara oendistribusian	Likert
	Setuju terhadap Frekuensi	Waktu terbit	Likert	
Sikap karyawan terhadap budaya Bank X (TIPCE)	Kognitif terhadap budaya TIPCE	Pengetahuan terhadap budaya Trust (Kepercayaan)	Bekerja dengan saling menghargai	Likert
			Saling bekerjasama	Likert
			Bertindak jujur	Likert
			Bekerja dengan tulus	Likert
			Bekerja dengan terbuka	Likert

Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Skala
Sikap karyawan terhadap budaya Bank X (TIPCE)	Kognitif terhadap budaya TIPCE	Pengetahuan terhadap budaya Integrity (Integritas)	Bekerja dengan disiplin	Likert
			Bekerja secara konsisten	Likert
			Berpikir secara terpuji	Likert
			Berkata secara terpuji	Likert
			Bertindak secara terpuji	Likert
		Pengetahuan terhadap budaya Professionalism (Profesionalisme)	Menjunjung tinggi kompetensi yang dimiliki	Likert
			Bertanggung jawab	Likert
			Memberikan solusi yang terbaik	Likert
			Memberikan hasil yang terbaik	Likert
		Pengetahuan terhadap budaya Costumer Focus (Fokus Pada Pelanggan)	Bekerja secara inovatif terhadap pelanggan	Likert
			Bekerja secara proaktif terhadap pelanggan	Likert
			Cepat tanggap kepada pelanggan	Likert
	Mengutamakan pelayanan kepada pelanggan		Likert	
	Mengutamakan kepuasan pelanggan		Likert	
	Berorientasi pada nilai tambah saat bekerja		Likert	
	Pengetahuan terhadap budaya Excellence (Kesempurnaan)	Melakukan perbaikan terus menerus saat bekerja	Likert	
		Peduli pada lingkungan	Likert	
	Afektif terhadap TIPCE	Setuju terhadap budaya Trust (Kepercayaan)	Bekerja dengan saling menghargai	Likert
			Saling bekerjasama	Likert
Bertindak jujur			Likert	
Bekerja dengan tulus			Likert	
Bekerja dengan terbuka			Likert	
Setuju terhadap budaya Integrity (Integritas)		Bekerja dengan disiplin	Likert	
		Bekerja secara konsisten	Likert	
		Berpikir secara terpuji	Likert	
		Berkata secara terpuji	Likert	
		Bertindak secara terpuji	Likert	

Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Skala
Sikap karyawan terhadap budaya Bank X (TIPCE)	Afektif terhadap TIPCE	Setuju terhadap budaya Professionalism (Profesionalisme)	Menjunjung tinggi kompetensi yang dimiliki	Likert
			Bertanggung jawab	Likert
			Memberikan solusi yang terbaik	Likert
			Memberikan hasil yang terbaik	Likert
		Setuju terhadap budaya Costumer Focus (Fokus pada pelanggan)	Bekerja secara inovatif terhadap pelanggan	Likert
			Bekerja secara proaktif terhadap pelanggan	Likert
			Cepat tanggap kepada pelanggan	Likert
			Mengutamakan pelayanan kepada pelanggan	Likert
		Setuju terhadap budaya Excellence (Kesempurnaan)	Mengutamakan kepuasan pelanggan	Likert
			Berorientasi pada nilai tambah saat bekerja	Likert
			Melakukan perbaikan terus menerus saat bekerja	Likert
			Peduli pada lingkungan	Likert
	Konatif terhadap budaya TIPCE	Akan menerapkan budaya Trust (Kepercayaan)	bekerja dengan saling menghargai	Likert
			Saling bekerjasama	Likert
			bertindak jujur	Likert
			bekerja dengan tulus	Likert
		Akan menerapkan budaya Integrity (Integritas)	bekerja dengan terbuka	Likert
			bekerja dengan disiplin	Likert
			bekerja secara konsisten	Likert
			berpikir secara terpuji	Likert
		Akan menerapkan budaya Professionalism (Profesionalisme)	berkata secara terpuji	Likert
			bertindak secara terpuji	Likert
			menjunjung tinggi kompetensi yang dimiliki	Likert
			memberikan hasil yang terbaik	Likert
		Akan menerapkan budaya Professionalism (Profesionalisme)	Menerapkan untuk selalu bertanggung jawab	Likert
			memberikan solusi yang terbaik	Likert
			memberikan hasil yang terbaik	Likert

Variabel	Dimensi	Sub dimensi	Indikator	Skala
Sikap karyawan terhadap budaya Bank X (TIPCE)	Konatif terhadap budaya TIPCE	Akan menerapkan budaya Costumer Focus (Fokus pada Pelanggan)	bekerja secara inovatif terhadap pelanggan	Likert
			bekerja secara proaktif terhadap pelanggan	Likert
			cepat tanggap kepada pelanggan	Likert
			mengutamakan pelayanan kepada pelanggan	Likert
		Akan menerapkan budaya Excellence (Kesempurnaan)	mengutamakan kepuasan pelanggan	Likert
			berorientasi pada nilai tambah saat bekerja	Likert
			melakukan perbaikan terus menerus saat bekerja	Likert
			peduli pada lingkungan	Likert

III.8 Unit Analisis

III.8.1 Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah, individu yang menjadi karyawan Bank X Tbk.

III.8.2 Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu yang mempunyai karakteristik yang khas yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian.¹³ Sugiyono (2002:55) menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan.¹⁴

Populasi yang dijadikan sasaran dalam penelitian ini adalah karyawan PT Bank X Tbk yang berlokasi di Kantor pusat Jakarta. Jumlah karyawan yang terdapat di Bank X pusat berjumlah 3.513 orang, dan terdiri dari 13 direktorat.

¹³ Supramono dan Sugiarto, "*Statistika*", (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hal. 4.

¹⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hal. 149.

III.8.3 Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati.¹⁵ Sampel dianggap mempresentasikan populasi karena penelitian tidak mungkin diadakan kepada seluruh populasi, sampel juga dapat disebut wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada di dalam populasi.¹⁶

Terdapat dua teknik pengambilan sampel yaitu secara probabilita dan non probabilita. Pengambilan sampel secara probabilita hanya dapat dilakukan jika jumlah dan sifat populasinya diketahui secara pasti.¹⁷ Dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.¹⁸ Sedangkan teknik pengambilan sampel non probabilita adalah jika jumlah dan populasinya tidak diketahui secara pasti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penarikan sampel Probabilita dan cara yang dipilih adalah *random sampling*. Dimana populasi dikelompokkan ke dalam kelompok atau kategori atau strata. Sampel ini bertujuan untuk membuat sifat homogen dari populasi yang heterogen, artinya suatu populasi yang dianggap heterogen dikelompokkan ke dalam subpopulasi berdasarkan karakteristik tertentu sehingga tiap kelompok mempunyai anggota sampel yang relatif homogen. Jenis *random sampling* yang digunakan adalah proporsional *random sampling*. Dalam proporsional, dari setiap strata diambil jumlah yang proporsional dengan besar setiap strata.¹⁹

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), hal. 102.

¹⁷ Jamiluddin M. Ritonga, *Riset Kehumasan*, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), hal. 38.

¹⁸ Kriyantono, *Op. Cit.*, hal, 150.

¹⁹ Kriyantono, *Op.Cit.*, hal. 151-152.

Direktorat	Jumlah Karyawan	Proporsional 9%
Finance and Strategy	751	68
Risk Management	255	23
Jumlah	1006	91
Total sampel (menggunakan rumus Slovin)	91	

Berdasarkan teknik penarikan sampel *random sampling*, kantor pusat Bank X yang memiliki 13 direktorat diundi secara acak proporsional sebesar 10%, maka keluar sebanyak 2 direktorat yaitu Direktorat *Risk Management* yang memiliki jumlah karyawan sebanyak 255 orang dan Direktorat *Finance and strategy* yang memiliki jumlah karyawan sebanyak 751 orang. Kemudian dari kedua direktorat yang terpilih, diundi secara proporsional 9% untuk menentukan jumlah sampel dari masing-masing direktorat. Hingga terpilihlah 23 orang dari Direktorat *Risk Management* dan 68 orang dari Direktorat *Finance and Strategy*, sehingga jumlah sampel yang terpilih sebanyak 91.

Untuk menentukan ukuran sampel dari kedua direktorat tersebut, bisa dilakukan dengan penghitungan statistik. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya, dapat menggunakan rumus Slovin. Rumusnya adalah:

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

$$\frac{1006}{1 + 1006 \times 0,1^2} = 90,99, \text{ dibulatkan menjadi } 91.$$

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e: kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Dalam penelitian ini kelonggaran yang digunakan adalah sebesar 1%.

Dari penghitungan rumus Slovin diatas, maka didapat jumlah sampel dari kedua direktorat sebanyak 90,99, dan dibulatkan menjadi 91.

Untuk menentukan jumlah proporsional perdirektorat sebanyak 9%, digunakan rumus:

$$\frac{91}{1006} \times 100\% = 9\%$$

III.9 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

III.1 Analisis Univariat

Analisis univariat dilakukan pada tahap awal dengan menggunakan analisis deskriptif frekuensi terhadap variabel-variabel yang berkaitan dengan karakteristik responden. Hal ini dilakukan untuk mempunyai gambaran umum tentang objek penelitian yang disajikan dalam bentuk prosentase.

III.2 Analisis Bivariat

Uji statistik bivariat dilakukan oleh peneliti untuk menguji ada tidaknya hubungan dan pengaruh yang terjadi diantara variabel independen/bebas (X) dan dengan variabel dependen/terikat (Y). Dalam penelitian ini uji statistik bivariat menggunakan metode analisis korelasi pearson, metode analisis regresi linear sederhana dan regresi berganda.

1. Analisis Pearson Correlation

Analisis data bivariat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel. Metode statistik yang digunakan adalah *pearson correlations* untuk melihat hubungan antara variabel bebas efektivitas Majalah Internal dengan variabel terikat sikap. Interpretasi kekuatan hubungan akan melihat pada tabel berikut:

Tabel III.2 Koefisien Korelasi (r) Guilford²⁰

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
< 0, 20	Rendah sekali
0, 20 – 0, 40	Rendah
0, 40 – 0, 70	Cukup kuat
0, 70 – 0, 90	Kuat
> 0, 90	Sangat kuat

²⁰ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 29.

Hipotesis hubungan antara majalah internal dengan sikap:

H0 : Tidak ada hubungan antara majalah internal dengan sikap

H1 : Ada hubungan antara majalah internal dengan sikap

2. Regresi sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.²¹

Hipotesis pengaruh antara majalah internal dengan sikap:

H0 : Tidak ada pengaruh antara majalah internal dengan sikap

H1 : Ada pengaruh antara majalah internal dengan sikap

III.3 Analisis Multivariat

Analisis data multivariat dengan regresi berganda karena penelitian ini menguji hubungan atau pengaruh antara sebuah variabel dependen (sikap karyawan) dengan variabel independen (efektivitas majalah mandiri), yang terdiri dari dua dimensi, yaitu pengetahuan terhadap majalah mandiri dan pendapat terhadap majalah mandiri.

Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda (*multiple regression*) adalah sebagai berikut:

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

Y = Variable terikat (*dependent variable*)

X₁ X₂..X_k = Variabel bebas (*independent variable*)

b₁ b₂.... b_k = Koefisien regresi

b₀ = Konstanta

²¹ Duwi Priyatno, Mandiri Belajar SPSS: Statistical Product and Service Solution, (Yogyakarta: Media kom, 2008), hal. 25

Uji regresi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 dimana penolakan H_0 dilakukan jika hasil uji regresi diperoleh nilai signifikansi uji yang lebih kecil dari 0,05.

Hipotesis pengaruh bersama-sama efektivitas majalah internal terhadap sikap:

H_0 : Tidak ada pengaruh bersama-sama variabel bebas pengetahuan terhadap ramuan isi, pengetahuan format media, pengetahuan pengemasan informasi, pengetahuan distribusi dan pengetahuan frekuensi terhadap sikap.

H_1 : Ada pengaruh bersama-sama variabel bebas pengetahuan terhadap ramuan isi, pengetahuan format media, pengetahuan pengemasan informasi, pengetahuan distribusi dan pengetahuan frekuensi terhadap sikap.

H_0 : Tidak ada pengaruh pendapat terhadap ramuan isi, pendapat format media, pendapat pengemasan informasi, pendapat distribusi dan pendapat frekuensi terhadap sikap.

H_1 : Ada pengaruh pendapat terhadap ramuan isi, pendapat format media, pendapat pengemasan informasi, pendapat distribusi dan pendapat frekuensi terhadap sikap.

III.10 Uji instrumen

III.10.1 Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel.²² Dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.²³ Metode alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala. Sebuah pertanyaan yang reliabel mungkin saja tidak valid, tetapi jika pertanyaan tersebut tidak

²² Singarimbun, *Op.Cit.*, hal. 140.

²³ Priyatno, *Op.Cit.*, hal 66.

reliabel maka tidak mungkin valid. Dapat dikatakan bahwa sebuah ukuran tidak akan valid apabila tidak reliabel, maka reliabilitas sangat penting untuk validitas.

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan *alpha cronbach*. Yang merupakan interkorelasi antar item-item dalam suatu alat ukur yang sama. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *coefficient alpha cronbach* diatas 0,5.

III.10.1.1 Efektivitas majalah internal

Uji reliabilitas Pengetahuan terhadap ramuan isi

Untuk dimensi pengetahuan terhadap ramuan isi, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,652 yang terdiri dari 10 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.3 Nilai reliabilitas dimensi pengetahuan ramuan isi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.741	7

Uji reliabilitas pengetahuan terhadap format media

Untuk dimensi pengetahuan terhadap format media, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,647 yang terdiri dari 5 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.4 Nilai reliabilitas dimensi pengetahuan format media

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	5

Uji reliabilitas pengetahuan terhadap pengemasan informasi

Untuk dimensi pengetahuan terhadap pengemasan informasi, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,631 yang terdiri dari 3 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.5 Nilai reliabilitas dimensi pengetahuan pengemasan informasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.631	3

Uji reliabilitas pengetahuan terhadap distribusi

Untuk dimensi pengetahuan terhadap distribusi, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,770 yang terdiri dari 3 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.6 Nilai reliabilitas dimensi pengetahuan distribusi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	3

Uji reliabilitas pengetahuan terhadap frekuensi

Untuk dimensi pengetahuan terhadap frekuensi, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,696 yang terdiri dari 2 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.7 Nilai reliabilitas dimensi pengetahuan frekuensi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	2

Uji reliabilitas pendapat terhadap ramuan isi

Untuk dimensi pendapat terhadap ramuan isi, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,690 yang terdiri dari 10 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.8 Nilai reliabilitas dimensi pendapat ramuan isi

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	7

Uji reliabilitas pendapat terhadap format media

Untuk dimensi pendapat terhadap format media, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,660 yang terdiri dari 5 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.9 Nilai reliabilitas dimensi pendapat format media

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	5

Uji reliabilitas pendapat terhadap pengemasan informasi

Untuk dimensi pendapat terhadap pengemasan informasi, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,641 yang terdiri dari 4 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.10 Nilai reliabilitas dimensi pendapat pengemasan informasi

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	4

Uji reliabilitas pendapat terhadap distribusi

Untuk dimensi pendapat terhadap distribusii, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,854 yang terdiri dari 3 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.11 Nilai reliabilitas dimensi pendapat distribusi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	3

Uji reliabilitas pendapat terhadap frekuensi

Untuk dimensi pendapat terhadap frekuensi, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,952 yang terdiri dari 2 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.12 Nilai reliabilitas dimensi pendapat frekuensi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	2

III.10.1.2 Sikap karyawan terhadap TIPCE

Uji reliabilitas kognitif terhadap TIPCE

Untuk dimensi kognitif terhadap TIPCE, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,954 yang terdiri dari 21 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.13 Nilai reliabilitas kognitif terhadap TIPCE

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	21

Uji realibilitas afektif terhadap TIPCE

Untuk dimensi afektif terhadap TIPCE, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,954 yang terdiri dari 21 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.14 Nilai reliabilitas afektif terhadap TIPCE

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	21

Uji reliabilitas konatif terhadap TIPCE

Untuk dimensi konatif terhadap TIPCE, nilai *alpha cronbach* sebesar 0,631 yang terdiri dari 3 indikator. Nilai ini menandakan bahwa semua indikator sudah reliabel karena nilainya berada diatas 0,5.

Tabel III.15 Nilai reliabilitas konatif terhadap TIPCE

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	21

III.10.2 Uji validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan analisis *corrected item total correlation* dengan menggunakan teknik penghitungan produk momen pearson yang memiliki batas minimal korelasi 0,30.²⁴

²⁴ Priyatno, *Op.Cit.*, hal. 15.

Tabel III.16 Nilai validitas pengetahuan terhadap format media

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya mengetahui ukuran kertas yang digunakan	11.00	1.517	.490	.547
Saya mengetahui jenis kertas yang digunakan	11.10	1.610	.533	.522
Saya mengetahui cetakan majalah berkualitas	10.47	1.568	.516	.530
Saya mengetahui desain majalah sesuai dengan identitas perusahaan	10.47	2.671	.000	.690
Saya mengetahui media internal berformatkan majalah	10.83	1.937	.362	.611

Dalam dimensi pengetahuan format media, pertanyaan mengenai pengetahuan bahwa desain majalah Mandiri sudah sesuai dengan identitas perusahaan, dihilangkan karena memiliki nilai dibawah batas minimal korelasi yaitu 0,000.

Tabel III.17 Nilai validitas pengetahuan pengemasan informasi

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya mengetahui proporsi teks dan gambar seimbang	5.27	.892	.640	.278

