

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:6) metode penelitian itu sendiri adalah suatu cara untuk memperoleh informasi atau data yang valid atau sah”. Bertujuan untuk memahami sebuah pengetahuan, mulai dari menemukan, memahami serta membuktikannya, hingga nantinya dapat digunakan untuk menangani sebuah permasalahan”.

Kemudian Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa “metode deskriptif adalah metode analisis data dimana data yang diperoleh dideskripsikan atau dideskripsikan seperti itu, tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi”. "Pada titik ini, tujuan penggunaan metode deskriptif adalah untuk menunjukkan gejala yang sebenarnya, yang kemudian akan dikumpulkan dan dianalisis."

3.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian merujuk kepada hal atau permasalahan yang hendak dipahami atau diteliti dalam sebuah penelitian. Berdasarkan pada Umar (2014: 303) Objek penelitian merupakan hal-hal yang mencakup seperti siapa atau permasalahan apa yang hendak diteliti, kapan dan dimana penelitian akan dilaksanakan, serta beberapa tambahan yang berkaitan tentang penelitian itu sendiri. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan objek penelitian pada

efektivitas iklan media cetak *Indonesia International Smart City Expo and Forum* di Surabaya 2021.

3.3 Populasi dan Sampling

3.3.1 Populasi

Merujuk pada Sugiyono (2018:117) "Populasi adalah jumlah total orang yang berpartisipasi dalam penelitian. Jumlah orang yang terkandung dalam interval itu disebut ukuran populasi." Jumlah individu yang akan dimasukkan kedalam ruang lingkup ini disebut dengan ukuran populasi. Sedangkan nilai-nilai yang hendak diambil dari setiap individu, disebut dengan parameter". Populasi dalam penelitian ini adalah pembaca koran dalam satu bulan tiga kali cetak adalah sebagai berikut :

TABEL 6
JUMLAH MEDIA CETAK DALAM WAKTU SATU BULAN

No	Jenis Koran	Jumlah
1	Harian Fajar	83.250
2	Jakarta Pos	100.300
3	Jawa Pos	120.000
4	Kaltim Pos	75.400
5	Kompas	302.000
6	Media Indonesia	123.000
7	Pikiran Rakyat	240.000
8	Suara Merdeka	256.000
Total		1.299.950

3.3.2 Sampling

Selama proses penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability. Teknik pengambilan sampel non-probability tidak memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh populasi untuk menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2018). Sugiyono (2018) menyatakan bahwa teknik pengambilan sampel acak disebut sebagai random sampling. Jika pengunjung atau pembaca majalah yang ditemui oleh peneliti dianggap sebagai sumber informasi yang sesuai, mereka dapat dijadikan sampel.

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah paling sedikit dari responden yang diperlukan adalah dengan cara quota *sampling*. Quota *sampling* adalah bagian daripada adanya teknik pengambilan sampel dengan langkah terlebih dahulu menetapkan sejumlah tertentu sebagai target (kuota) yang harus dipenuhi dari setiap populasi yang ada. Sehingga dalam kasus ini jumlah populasinya tidak jelas bahkan tidak terhingga. Teknik pengambilan sampel probabilitas melibatkan sejumlah besar aturan yang perlu diikuti peneliti untuk membentuk sampel. Namun, karena quota sampling adalah teknik pengambilan sampel non probabilitas, tidak ada aturan untuk membuat sampel secara formal.

Jika merujuk pada Akunto, yang menerangkan bagaimana cara pengambilan sampling secara acak dalam jumlah yang tidak ditentukan, maka cara yang bisa diikuti adalah, jika populasi kurang dari 100, maka sebaiknya, semua populasi harus digunakan. Tapi jika populasi dengan jumlah yang

besar, mengikuti aturan 10%-15% atau 20%-25%. Berdasar pada hal tersebut, jumlah populasi yang dijadikan sampel adalah kurang lebih 990 orang peserta yang mengikuti pagelaran IISMEX 2021. Dengan menggunakan perhitungan diatas, dengan mengambil paling sedikit 10% dari populasi, maka didapat kurang lebih sampel yang diperlukan adalah 99 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Alat Kumpul Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses riset, pengumpulan data memiliki peranan yang vital. Pada tahapan ini, peneliti menghimpun beragam informasi yang berguna untuk mendukung hasil atau hipotesis riset. Penting bagi peneliti untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan (Sugiyono, 2018: 308). Dengan teknik atau standar yang telah ditetapkan, peneliti dapat dengan mudah mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan. Berikut metode untuk menghimpun informasi dalam penelitian ini.

3.4.1.1 Survei

Teknik yang digunakan untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi masalah serta mendapatkan alasan faktual atas kondisi dan praktik yang sedang berlangsung. Dalam penelitian ini, survei pembaca surat kabar dilakukan melalui distribusi kuesioner secara daring.

3.4.1.2 Wawancara

Wawancara adalah metode untuk mengumpulkan data yang paling i ketika peneliti ingin memperoleh hasil yang lebih mendetail tentang suatu kelompok atau individu (Sugiyono, 2018:137). Dalam penelitian ini, pembeli surat kabar diwawancarai untuk mendapatkan informasi lebih detail tentang Indonesia Internasional Smart City Expo and Forum.

3.4.2 Alat Kumpul Data

a. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan salah satu cara pengumpulan informasi di mana rangkaian pertanyaan yang terkait dengan studi diberikan kepada responden sebagai bagian dari penelitian media. Alat yang digunakan untuk menilai data adalah kajianisasi yang akan diterbitkan langsung atau melalui Google Form dan disebarluaskan di media cetak kepada partisipan Indonesia International Smart City Expo and Forum. Adapun pertanyaan yang nantinya digunakan sebagai indikator dalam kuesioner akan mencakup dimensi yang berkaitan pada empat hal yaitu *empathy*, *persuasion*, *impact*, dan *communication*.

b. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan panduan yang berisikan pertanyaan – pertanyaan wawancara untuk membantu mengarahkan pembicaraan ke topik penelitian. Pertanyaan – pertanyaan tersebut disusun berdasarkan fokus dan rumusan masalah dalam penelitian ini.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Menurut Sugiyono (2015:164) "bahwa langkah mendeskripsikan analisis data menggunakan statistik deskriptif tanpa menarik kesimpulan umum hanyalah dengan mendeskripsikan data sampel." Oleh karena itu penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif dan pendekatannya yaitu penulisan kuantitatif.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2018:61) "Variabel merupakan sekumpulan dimensi yang dimiliki oleh beberapa objek tertentu, yang bisa berupa orang atau produk, yang memiliki nilai tertentu dan dapat digunakan sebagai objek penelitian dan digunakan untuk menarik kesimpulan".

TABEL 7
VARIABEL, INDIKATOR DAN SKALA PENGUKURAN

Grand Theory	Variabel	Dimensi	Sub-dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
<p>Metode EPIC Model menurut: J. Paul Peter dan Jeery C. Olson 1996(Durianto, 2003:86) Dengan menggunakan alat ukur ini, pemasar dapat menentukan kekuatan dan kelemahan iklan mereka dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan mereka.).</p>	Efektivitas Iklan	<i>Empathy</i>	a. Pengetahuan produk	a. Meyukai iklan di media cetak	Ordinal
				b. Memiliki daya tarik tinggi	
			b. Nilai produk	c. Iklan Indonesia International Smart City Expo and Forum lebih unggul dari pesaingnya	Ordinal
				d. Layanan yang ditawarkan sangat sesuai	
		<i>Persuasion</i>	a. Nilai plus jenis produk	e. Tertarik dengan acara yang ditawarkan	Ordinal
				f. Ingin coba melihat iklan	
			b. Nilai simbol dari jenis produk	g. Ingin mengikuti acara	Ordinal

Grand Theory	Variabel	Dimensi	Sub-dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
				h. Merekomendasikan jenis kepada orang lain	
		<i>Impact</i>	a. Penciptaan	i. Iklan sangat kreatif	Ordinal
			b.	j. Mengenal slogan Indonesia International Smart City Expo and Forum	
			c. Representasi	k. Penggunaan slogan sudah tepat	Ordinal
				l. Penggunaan slogan mencerminkan acara yang diberikan	
			a. Respon	m. Mengerti pesan iklan	Ordinal
		<i>Communication</i>		n. Iklan media cetak membuat masyarakat tahu	

Grand Theory	Variabel	Dimensi	Sub-dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
			b. Keterlibatan	o. Mendapatkan info yang jelas p. Mengetahui jenis-jenis acara melalui iklan media cetak	Ordinal

Sumber: Data diolah Peneliti, 2021

3.6 Analisis Data

3.6.1 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulisan menggunakan teknik analisis statistik deskriptif pendekatan kuantitatif. Yang sesuai dengan paparan menurut Sugiyono (2015:164) “menyatakan bahwa cara menjabarkan penganalisaan data menggunakan statistik deskriptif yang dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan secara umum hanya menjabarkan data sampel”.

Data yang telah terkumpul nantinya akan dianalisis dengan metode tertentu menggunakan alat bantu analisis, guna mendapatkan hasil yang dapat membantu perhitungan. Adapun alat bantu yang nantinya digunakan dalam mengolah perhitungan dan analisis dari data yang didapat adalah software bernama SPSS. Alat bantu ini nantinya ditunjang dengan metode analisis yang bernama EPIC Model.

a. Analisis Tabel Sederhana

Analisis tabel sederhana menggunakan persentase untuk menampilkan hasil olahan data. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$p = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Di mana :

p : persentase orang yang memberikan respon tertentu

fi : jumlah orang yang memberikan respon pada kategori spesifik

$\sum fi$: jumlah total orang yang memberikan respon

b. Skor Rata-Rata

Menurut Yunita (2016), Keefektifan media iklan memiliki empat dimensi, yakni dimensi empati, dimensi persuasi, dimensi efektivitas, dan dimensi komunikasi. Dalam keempat dimensi tersebut, materi dievaluasi dengan menggunakan bobot titik-titik seragam, yang disebut H. setiap jawaban responden memiliki bobot. Skor dihitung dengan membagi semua produk berdasarkan bobot masing-masing dengan jumlah frekuensi.

$$X = \frac{\sum f_i \cdot w_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

X = rata-rata berbobot

f_i = Frekuensi

w_i = bobot

Pemilihan dilakukan secara bertahap dari intensitas terendah hingga tertinggi. Karena kemungkinan tanggapan dinilai, tanggapan dapat diberi bobot dalam kategori berikut tergantung pada intensitasnya:

TABEL 8
BOBOT NILAI EPIC MODEL

Kriteria Jawaban	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Biasa Saja (BS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Yunita (2016)

Langkah selanjutnya adalah menggunakan area penskalaan. Scoring menggunakan skor masing-masing variabel untuk memilih lokasi jawaban responden. Metode lain untuk mengevaluasi respons yang dihasilkan oleh teknik rating scale adalah dengan memanfaatkan skala 1 hingga 5, yang mencerminkan posisi yang sangat buruk hingga posisi yang sangat baik. Rentang skala dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$R_s = \frac{R R}{M M}$$

Keterangan:

informasi:

R = berat maksimum - berat minimum

M = jumlah kelas berat

Skala yang dipakai ialah skala Likert dengan rentang 1-5, di mana nilai skala ialah 0,8. Hal ini didapat dari formula berikut:

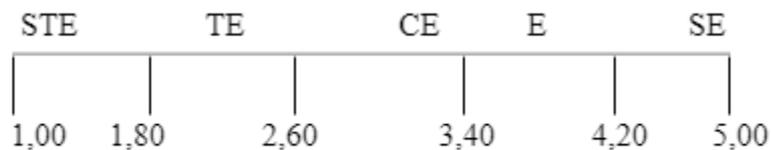
$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Setelah itu, R_s atau rentang skala dipakai sebagai penunjuk keputusan untuk analisis model EPIC.

TABEL 9
INDIKATOR NILAI EPIC MODEL

Kriteria	Rentang Skala
Sangat Tidak Efektif (STE)	1,00 – 1,80
Tidak Efektif (TE)	1,76 – 2,60
Cukup Efektif (CE)	2,60 – 3,40
Efektif (E)	3,40 – 4,20
Sangat Efektif (SE)	4,20 – 5,00

Oleh karena itu, skor keputusan yang diperoleh dari analisis dimensi EPIC adalah:



Tahap akhir yaitu menemukan nilai tingkat EPIC dengan menggunakan formula berikut:

Tingkat EPIC Rate menggambarkan kedudukan promosi produk berdasarkan pada skala yang telah ditetapkan.

3.7 Alat Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2018:267) beropini bahwa validitas merupakan sebuah derajat ukur yang mengukur seberapa akurat data-data yang digunakan, terhadap objek penelitian. Bisa diungkapkan bahwa informasi yang sah merupakan data yang sama dengan data sebenarnya pada objek penelitian. Jika angka statistik menunjukkan bahwa peringkat semua item yang diatur sesuai dimensi konseptual berkaitan dengan total skor, maka alat ukur tersebut dapat dianggap sah.

Teknik pengujian validitas rasio skor total menggunakan Korelasi Product Moment. Formula yang dipakai untuk menghitung keabsahan instrumen adalah formula Korelasi Product Moment yang diusulkan oleh Pearson, yakni:

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

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Setelah melakukan

analisis faktor dengan menggunakan teknik korelasi antara skor faktor dan

skor total. Tindakan berikutnya adalah mempertimbangkan tingkat signifikansi. Berikut adalah hasil keputusan dalam menguji keabsahan instrumen:

- 1) Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ (level of significant 5%) maka instrumen dianggap valid.
- 2) Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ (level of significant 5%) maka instrumen dianggap tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat kemantapan meteran dalam mengukur suatu gejala atau peristiwa. Menurut Siregar (2017:85). Tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran ketika dilakukan dua kali atau lebih untuk fenomena yang sama dengan alat ukur yang sama. Langkah-langkah untuk menghitung pengujian reliabilitas menggunakan teknik Alpha-Cronbach adalah 0,7. Berikut adalah hasil pengujian validitas dan reliabilitas.

Terdapat beberapa teknik yang digunakan untuk menganalisis informasi yang didapatkan dari pengumpulan data menggunakan kuesioner pada segmen sebelumnya. Satu teknik analisis data yang umum adalah menguji keabsahan dan keandalan. Biasanya, sebelum memulai pengumpulan data, dilakukan pengujian keabsahan dan keandalan untuk memeriksa instrumen pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian berikutnya.. Secara sederhana, pemeriksaan validitas adalah suatu metode pengujian alat pengumpul data, disini digunakan untuk menguji apakah alat

pengumpul data tersebut valid. Dalam hal ini, validitas merujuk pada apakah alat pengumpulan data ini dapat digunakan kembali pada penelitian selanjutnya. Sedangkan, untuk uji reliabilitas, merujuk kepada sebuah metode pengujian, yang menguji seberapa reliable sebuah instrumen pengumpulan data tersebut. Sehingga, instrument yang sama, nantinya dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari narasumber yang berbeda.

Untuk menguji nilai dari validitas dan reliabilitas dari setiap data yang diperoleh pre-test tersebut, alat bantu analisis data pun digunakan. Dalam penelitian ini, untuk menguji dan menganalisis data yang ada, alat bantu analisis yang digunakan adalah SPSS 26.0. dalam analisis ini, untuk melihat apakah instrumen pengumpulan data beserta dengan dimensinya valid dan juga reliable, uji reliabilitas di program SPSS dilakukan. Beberapa unit dalam hasil uji reliabilitas inilah yang nantinya digunakan dalam pengujiannya, seperti *Item-Total Statistic*, *Cronbach's Alpha*, dan *Guttman Split-Half Coefficient* untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut.

Untuk melihat hasil uji tersebut valid atau tidak, digunakanlah metode komparasi. Dalam hal ini valid atau tidaknya instrumen pengumpulan data dapat dilihat dengan membandingkan nilai dari *Corrected-Item Total Correlation* yang didapat dari pengujian, dengan nilai r yang terdapat pada *r-table*. Dengan menggunakan 20 jumlah narasumber yang mengikuti *pre-test*, didapatkan nilai dari *degree of freedom* (df) bernilai 18, dan dengan nilai *alpha* atau tingkat signifikan 95%, didapat nilai dari r lewat *r-table* adalah sebanyak 0.37. Nantinya, jika nilai dari *Corrected-Item Total Correlation*

lebih tinggi dari pada nilai yang di dapat di *r-table*, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pengumpulan data tersebut valid.

Cara menentukan alat pengumpul data adalah dengan membandingkan nilai korelasi total elemen yang telah dikoreksi dengan nilai *r* yang terdapat pada tabel *r*. Jika nilai korelasi total elemen yang telah dikoreksi lebih besar daripada nilai yang diperoleh dari tabel *r*, maka alat pengumpul data tersebut dapat dianggap valid. Adapun item yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas adalah item yang didapat dari *Cronbach Alpha* dan *Guttman Split-Half Coefficient*. Apabila nilai yang terpapar melebihi 0,6, maka alat pengumpul informasi disebut dapat dipercaya. sedangkan pada metode *Guttman Split-Half Cospection* nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,8 dan instrumen tersebut juga disebut reliabel.

3.8 Hasil Uji Validitas

Hasil yang diperoleh setelah dilakukan pengujian validitas dimensi empati (E) yang termasuk dalam alat pengumpul data ditunjukkan pada Tabel berikut :

TABEL 10
UJI VALIDITAS

Item	Corrected Item-Total Correlation	Value	
Empathy 1	0.711	> 0.600	Valid
Empathy 2	0.762	> 0.600	Valid
Empathy 3	0.749	> 0.600	Valid
Empathy 4	0.705	> 0.600	Valid
Impact 1	0.754	> 0.600	Valid
Impact 2	0.795	> 0.600	Valid
Impact 3	0.788	> 0.600	Valid
Impact 4	0.680	> 0.600	Valid
Persuasion 1	0.784	> 0.600	Valid
Persuasion 2	0.664	> 0.600	Valid
Persuasion 3	0.760	> 0.600	Valid
Persuasion 4	0.626	> 0.600	Valid
Communication 1	0.821	> 0.600	Valid
Communication 2	0.791	> 0.600	Valid
Communication 3	0.843	> 0.600	Valid
Communication 4	0.808	> 0.600	Valid

Tabel 10 di atas menunjukkan hasil korelasi total item yang disesuaikan untuk setiap dimensi pertanyaan empati instrumen pengumpulan data. Jika diperhatikan, nilai dari setiap item mulai dari *empathy 1* (0.711), *empathy 2* (0.762), *empathy 3* (0.749), dan *empathy 4* (0.705), semuanya memiliki nilai lebih besar dari nilai yang digunakan sebagai pembandingan, yaitu nilai r-tabel yang hanya 0,37. Sehingga dapat dikatakan bahwa alat pengumpulan data tersebut valid pada empati dimensiif.

Tabel 10 di atas menunjukkan hasil korelasi item-total yang disesuaikan untuk setiap dimensi pertanyaan dampak dari alat pengumpul data. Jika diperhatikan, nilai dari setiap item mulai dari *impact 1* (0,754), *Impact 2* (0,795), *Impact 3* (0,778) dan *Impact 4* (0,680) semuanya memiliki nilai lebih besar dari nilai yang digunakan untuk perbandingan. , yaitu nilai r-tabel yang hanya memiliki nilai 0,37. Sehingga dapat dikatakan alat pengumpul data valid untuk dimensi yang berpengaruh atau dimensi *Impact*. Selain itu, pada Tabel 10 di atas dapat dilihat hasil korelasi total item yang disesuaikan untuk setiap dimensi pertanyaan persuasif dari instrumen pengumpulan data. Jika diperhatikan mulai dari *persuasif 1* (0,784), *persuasif 2* (0,664), *persuasif 3* (0,760) dan *persuasif 4* (0,626), skor setiap item semuanya memiliki nilai lebih besar dari nilai yang digunakan untuk perbandingan R. - nilai tabel hanya 0,37. Jadi, dapat dikatakan bahwa alat pengumpul data berlaku untuk dimensi keyakinan.

Selain itu, pada Tabel 10 di atas, Anda dapat melihat kumpulan yang disesuaikan dan hasil korelasi keseluruhan untuk setiap dimensi pertanyaan komunikasi alat pengumpulan data. Jika diperhatikan, nilai setiap item mulai dari

komunikasi 1 (0,689), komunikasi 2 (0,758), komunikasi 3 (0,634) dan komunikasi 4 (0,719), semuanya memiliki nilai lebih besar dari nilai yang digunakan untuk perbandingan. , yaitu nilai R tabel hanya sebesar 0,37. Jadi, dapat dikatakan bahwa alat pengumpul data berlaku untuk dimensi keyakinan.

3.9 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel dibawah ini merupakan hasil yang didapat dari uji reliabilitas pada setiap pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini.

TABEL 11
UJI RELIABILITAS

Item	Guttman Split-Half Coefficient	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
Empathy 1	0.822	0.847	Reliable
Empathy 2		0.827	Reliable
Empathy 3		0.833	Reliable
Empathy 4		0.850	Reliable
Impact 1	0.888	0.851	Reliable
Impact 2		0.836	Reliable
Impact 3		0.843	Reliable
Impact 4		0.879	Reliable
Persuasion 1	0.82	0.790	Reliable
Persuasion 2		0.841	Reliable
Persuasion 3		0.801	Reliable
Persuasion 4		0.855	Reliable
Communication 1	0.830	0.821	Reliable
Communication 2		0.791	Reliable
Communication 3		0.843	Reliable
Communication 4		0.808	Reliable

Dari bagan di atas terlihat bahwa seluruh hasilnya dapat dipercayai, yang diuraikan secara lebih terperinci di bawah ini. Kembali ke Bagian 11, setiap elemen memiliki nilai Cronbach alpha yang lebih tinggi dari 0,6. Sementara itu, dari Tabel 4.3 terlihat bahwa nilai koefisien Guttman lebih tinggi dari 0,8. Berdasarkan kedua

perbandingan tersebut, dapat dikatakan bahwa sifat empati merupakan sifat yang dapat diandalkan. Mengenai pengaruh variabel, berdasarkan Tabel 11 nilai cronbach alpha tiap elemen lebih besar dari 0,6. Sementara itu, dari Tabel 4.6 terlihat bahwa nilai setengah koefisien Guttman lebih besar dari 0,8. Berdasarkan kedua perbandingan tersebut, dapat dikatakan bahwa dimensi yang berpengaruh adalah fitur yang reliabel.

Sebagai jaminan, berdasarkan Tabel 11, alpha Cronbach dari setiap item memiliki nilai yang lebih tinggi dari 0,6. Di sisi lain, Tabel 4.9 menunjukkan bahwa setengah koefisien distribusi Guttman memiliki nilai yang lebih besar dari 0,8. Berdasarkan kedua perbandingan tersebut maka dimensi kepercayaan dapat dikatakan sebagai dimensi kepercayaan. Terakhir, nilai cronbach alpha dari elemen komunikasi di atas 0,6 untuk setiap elemen. Sementara itu, dari Tabel 4.9 terlihat bahwa nilai setengah koefisien distribusi Guttman lebih besar dari 0,8. Berdasarkan kedua perbandingan tersebut, dapat dikatakan bahwa dimensi komunikasi merupakan dimensi yang reliabel.

Terakhir, untuk item komunikasi, nilai dari *Cronbach Alpha* dari setiap item lebih dari 0.6. Sedangkan dari tabel 4.9, bisa dilihat kalau nilai dari *Guttman Split-Half Coefficient* lebih besar dari 0.8. Berdasarkan pada kedua perbandingan tersebut, dapat dikatakan dimensi *communication* adalah dimensi yang reliabel.

3.10 Jadwal Penelitian

Berikut ini adalah jadwal penelitian direncanakan dengan table di bawah;

TABEL 12
JADWAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Kegiatan	2021				2023					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agt	Sept	Okt
1	Penyusunan BAB 1, BAB II DAN BAB III										
2	BAB IV dan V										
3	MOV										
4	Instrumen Penelitian										
5	Sidang Proposal										