

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang ditandai dengan pendekatan yang sistematis, terstruktur, dan rinci dari tahap awal hingga penyusunan desain penelitian. Deskripsi lain menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif menggunakan angka secara luas, mulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga presentasi hasilnya (Agustiani, et al., 2022). Penelitian kuantitatif fokus pada verifikasi teori dengan mengukur variabel penelitian secara numerik dan menganalisis data menggunakan metode statistik.

#### **B. Obyek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018), objek penelitian adalah penelitian seseorang, objek, atau aktivitas yang memiliki beragam variasi yang telah ditentukan oleh penulis untuk diselidiki dan diambil kesimpulannya. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah peran pemandu wisata di Cerita Bandung. Berikut adalah tinjauan umum dari Cerita Bandung:

##### **1. Profil Perusahaan**

## GAMBAR 2

### LOGO CERITA BANDUNG



Sumber: Cerita Bandung 2024

Nama Perusahaan : PT. ALKISAH CIPTA BAHAGIA

Alamat : Jalan Dipatiukur no. 5 Bandung, Jawa  
Barat, 40132, Indonesia.

No. Telepon : +62 812 2888 8479

E-mail : [contact@ceritabandung.com](mailto:contact@ceritabandung.com)

Website : [www.ceritabandung.com](http://www.ceritabandung.com)

Instagram : [@ceritabandung.id](https://www.instagram.com/ceritabandung.id)

#### 2. Ruang Lingkup Perusahaan

Cerita Bandung beroperasi setiap hari, mulai dari jam 9 pagi hingga jam 10 malam untuk melayani *client* yang hendak *booking tour*, maupun sekedar bertanya mengenai tur atau rute yang tersedia. Tetapi untuk jadwal *walking tour* regular dilaksanakan setiap hari Sabtu dan Minggu dengan jam yang bervariasi, menyesuaikan rute dan cuaca pada hari itu. Cerita Bandung menyediakan berbagai macam paket *walking tour* yang bersifat *readymade* dengan tema dan durasi yang bermacam-macam. Untuk saat ini Cerita Bandung menawarkan sekitar 31 rute tur, baik di area kota maupun yang bersifat *tracking* dan jauh dari pusat kota.

Produk utama yang ditawarkan oleh Cerita Bandung adalah paket *walking tour* dimana peserta akan diajak berjalan-jalan di Kota Bandung

dan didampingi oleh seorang *storyteller* yang akan menceritakan kisah-kisah menarik mengenai tempat-tempat yang dikunjungi. Cerita Bandung juga dapat melayani *client* yang membutuhkan *tour consultant* jika berencana untuk berkunjung ke Bandung.

### C. Populasi dan Sampling

Dalam penelitian kuantitatif, populasi adalah kumpulan objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Menurut Arikunto (dalam Amin *et al.*, 2023) populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi fokus penelitian, di mana segala bentuknya di lapangan dicatat dan diselidiki. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah mengikuti program *walking tour* pada bulan Januari 2023 sampai dengan Desember 2023 di Cerita Bandung. Berikut merupakan rekapitulasi profil responden *walking tour* di Cerita Bandung:

**TABEL 3**  
**REKAPITULASI PROFIL RESPONDEN WALKING TOUR DI**  
**CERITA BANDUNG**  
**n = 364**

NO	PROFIL RESPONDEN	MAYORITAS RESPONDEN	%	JUMLAH
1	Gender	Perempuan	51,4	189
2	Usia	26-35 Tahun	58,4	215
3	Pekerjaan	Karyawan Swasta	35,9	132
4	Sumber Informasi	Media Sosial	52,2	192
5	Daerah Asal	Bandung	36,1	133
6	Bersama Siapa	Teman/Kerabat	53,8	198

Berdasarkan data rekapitulasi profil responden *walking tour* di Cerita Bandung, mayoritas responden adalah perempuan (51,4% atau 189

orang). Kelompok usia terbanyak adalah mereka yang berusia 26-35 tahun (58,4% atau 215 orang). Dari segi pekerjaan, sebagian besar responden adalah karyawan swasta (35,9% atau 132 orang). Sumber informasi utama yang digunakan oleh responden untuk mengetahui tentang *walking tour* ini adalah media sosial (52,2% atau 192 orang). Daerah asal terbanyak dari para responden adalah Bandung (36,1% atau 133 orang). Selain itu, sebagian besar responden mengikuti tur ini bersama teman atau kerabat (53,8% atau 198 orang).

*Sampling* adalah bagian dari proses penelitian yang mengumpulkan data dari target penelitian yang memiliki keterbatasan. Jika seluruh data penelitian dikumpulkan dari seluruh populasi target, itu disebut sensus; namun, jika data penelitian dikumpulkan dari sebagian populasi target, itu disebut survei. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa *sampling* dilakukan dalam jenis penelitian survei yang bergantung pada pengumpulan data dari sampel (Susanti, 2005).

Teknik *sampling* yang akan digunakan pada penelitian ini untuk pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*. *Non-probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana setiap unsur atau anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Jenis pengambilan sampel yang penulis pilih adalah *accidental sampling* atau sampel kebetulan dimana orang-orang yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan penulis dapat dijadikan sampel jika dianggap cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus dari Isaac & Michael sebagai berikut:

$$S = \frac{X^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + X^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

S = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

P = Proporsi dalam populasi (P = 0,50)

d = ketelitian / derajat kebebasan (5% = 0,0025)

$\chi^2$  = Nilai tabel *chi square* kuadrat (5% = 3,841)

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut telah diketahui  $\chi^2 = 3,841$ , N = 6.925, P = 0,50, Q = 0,50, dan d = 0,0025 maka didapatkan jumlah sampel sebesar 363,964984 (dibulatkan menjadi 364).

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah aspek yang krusial dan penting dalam penelitian karena tujuan inti dari penelitian adalah mengumpulkan data. Penulis memilih menggunakan metode kuesioner survei dalam penelitian ini. Survei adalah upaya mengumpulkan data dari anggota populasi untuk mengetahui status terkini mengenai satu atau lebih fenomena (Silalahi, 2009). Dalam penelitian ini penulis akan menghubungi satu persatu kepada seluruh pengikut akun instagram Cerita Bandung. Selanjutnya, penulis akan mengajukan pertanyaan melalui *direct messages* untuk mengumpulkan sampel yang tepat pada penelitian ini yaitu telah mengikuti minimal satu kali *walking tour* Cerita Bandung.

## 2. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan atau jawaban tertulis kepada responden (Sugiyono, 2011). Pengumpulan data ini dilakukan oleh penulis dengan menyebarkan kuesioner secara digital melalui *direct messages* kepada wisatawan yang mengikuti program *walking tour* di Cerita Bandung. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan tanggapan responden terhadap pernyataan yang disampaikan penulis (Skala Likert).

Skala Likert adalah metode penilaian yang digunakan untuk mengukur pandangan, pendapat, atau persepsi responden terhadap diri sendiri atau kelompok mereka terkait dengan topik tertentu (Silalahi, 2010). Berikut adalah pengukuran Skala Likert yang digunakan oleh penulis:

**TABEL 4**  
**SKALA PENGUKURAN**

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (ST)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: Sugiyono (2013)

Selain menggunakan Skala Likert, penulis juga menggunakan pertanyaan dengan bentuk jawaban pilihan ganda pada kuesioner yang akan dibagikan kepada wisatawan Cerita Bandung dan juga pertanyaan terbuka (*open-ended questions*) di dalam kuesioner untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai perasaan dan sikap responden. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang mengharapkan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian tentang suatu hal (Sugiyono, 2015).

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah segala hal dalam bentuk apa pun yang ditentukan oleh penulis untuk diselidiki dengan tujuan memperoleh informasi yang kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan. Penulis memilih variabel ini untuk dipelajari dan mengambil kesimpulan. Variabel disebut demikian karena mereka memiliki variasi. Untuk memungkinkan variasi, penelitian harus berdasarkan pada sejumlah sumber data atau objek yang memiliki variasi (Sugiyono, 2013). Variabel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah variabel Peran Pemandu Wisata.

Untuk mempermudah penulis dalam mengumpulkan data secara konsisten, menghindari kebingungan dalam interpretasi, dan membatasi cakupan variabel yang diteliti, dibuatlah sebuah matriks operasional variabel. Matriks operasional variabel ini berfungsi sebagai panduan yang berisi nama variabel, penjelasan tentang variabel tersebut, metode pengukuran, ekspektasi hasil yang diharapkan, serta jenis skala yang digunakan dalam pengukuran (Ulfa, 2021).

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah Peran Pemandu Wisata yang secara definisi merupakan individu yang memiliki pengetahuan mendalam tentang suatu tempat atau destinasi wisata tertentu. Adapun tiga sub variabel dalam penelitian ini adalah pertama *interpreter* yang merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk memfasilitasi komunikasi antara wisatawan dan penduduk lokal di destinasi wisata dengan menerjemahkan bahasa yang digunakan oleh kedua pihak, kedua ialah *storyteller* yaitu seseorang yang memiliki keterampilan untuk menghidupkan cerita dan memberikan narasi yang menarik kepada para wisatawan tentang tempat-tempat yang mereka kunjungi dan terakhir *intercultural communicator* yang merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk memfasilitasi komunikasi yang efektif antara wisatawan dari berbagai latar belakang budaya dengan penduduk lokal di destinasi wisata. Untuk mempermudah pemahaman secara mendalam mengenai variabel Peran Pemandu Wisata, Berikut adalah Matriks Operasional Variabel dalam penelitian ini:

**TABEL 5**

**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<i>Tour Guides</i> (Weiler & Black, 2015)	<i>Interpreters</i> (Ababneh, 2017)	<i>Enjoyable</i> (Menyenangkan)	Menghibur dan menarik perhatian audiens	1
			Penggunaan humor atau anekdot yang relevan	2



**TABEL 5**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<b><i>Tour Guides</i></b> (Weiler & Black, 2015)	<b><i>Interpreters</i></b> (Ababneh, 2017)	<i>Enjoyable</i> (Menyenangkan)	Membuat perjalanan wisata menyenangkan	3
		<i>Sense</i> (Indra)	Penggambaran <i>detail</i> yang menstimulasi indra	4
			Merangsang audiens dengan deskripsi yang <i>vivid</i>	5
			Pembawaan cerita lebih hidup	6
		<i>Involvement</i> (Keterlibatan)	Mendorong partisipasi aktif audiens	7
			Pelibatan audiens dalam bercerita atau presentasi	8
			Meminta pendapat atau pengalaman audiens	9
		<i>Relevance</i> (Relevansi)	Penyampaian informasi yang relevan dengan minat audiens	10
			Pengaitan cerita dengan pengalaman pribadi audiens	11
			Penyorotan koneksi antara topik yang dibahas dengan situasi saat ini	12

**TABEL 5**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<b><i>Tour Guides</i></b> (Weiler & Black, 2015)	<b><i>Interpreters</i></b> (Ababneh, 2017)	<b><i>Thematic Interpretation</i></b> (Interpretasi Tematis)	Penyajian informasi dalam kerangka tema yang jelas	13
			Penghubungan berbagai aspek informasi menjadi gambaran keseluruhan	14
			Penyampaian pesan atau makna yang mendalam	15
		<b><i>Accurate</i></b> (Akurat)	Penyampaian informasi yang benar dan <i>valid</i>	16
			Pengoreksian informasi jika ada kebingungan audiens	17
			Pemastian kebenaran fakta yang disampaikan	18
		<b><i>Emotion</i></b> (Emosi)	Ekspresi emosional	19
			Penggambaran pengalaman dengan nuansa emosional	20
			Pemanfaatan emosi untuk membuat cerita lebih menarik	21

**TABEL 5**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<b><i>Tour Guides</i></b> (Weiler & Black, 2015)	<i>Storyteller</i> (Hansen & Mossberg, 2016)	<i>Engagement</i> (Keterlibatan)	Aktif berinteraksi dengan audiens	22
			Cerita menarik	23
			Responsif	24
		<i>Enthusiasm</i> (Antusias)	Antusias	25
			Intonasi yang dinamis	26
			Gembira	27
		<i>Passion</i> (Semangat)	Ahli dalam bercerita	28
			Komitmen pada warisan budaya	29
			Penginspirasi wisatawan	30
	<i>Intercultural Communicators</i> (Kovalenko et al., 2021)	<i>Language Competence</i> (Kompetensi Bahasa)	Komunikasi lancar dan jelas	31
			Penggunaan intonasi dan bahasa tubuh yang sesuai	32
			Terampil memilih kata yang tepat	33
		<i>Cultural Competence</i> (Kompetensi Budaya)	Pemahaman kuat tentang nilai dan adat budaya wisatawan	34
			Penyesuaian diri dan menghormati norma budaya audiens	35

**TABEL 5**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<b><i>Tour Guides</i></b> (Weiler & Black, 2015)	<b><i>Intercultural Communicators</i></b> (Kovalenko <i>et al.</i> , 2021)	<i>Cultural Competence</i> (Kompetensi Budaya)	Penghindaran stereotip dan tindakan, yang dapat menyinggung budaya lain	36
		<i>Cultural Appropriate</i> (Penggunaan Budaya yang Tepat)	Penggunaan contoh budaya yang relevan dan sensitif dalam komunikasi	37
			Penyesuaian bahasa dan perilaku dengan norma budaya audiens	38
			Pengarahan audiens tentang berperilaku dalam berbagai situasi budaya yang mungkin dihadapi	39
		<i>Social-Interpersonal Competence</i> (Kompetensi Sosial-Interpersonal)	Membangun hubungan baik dengan audiens dari berbagai latar belakang budaya	40
			Kemampuan membuka dan mempertahankan dialog yang menghormati dan inklusif	41

**TABEL 5**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**  
**(LANJUTAN)**

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
<b><i>Tour Guides</i></b> (Weiler & Black, 2015)	<b><i>Intercultural Communicators</i></b> (Kovalenko <i>et al.</i> , 2021)	<i>Social-Interpersonal Competence (Kompetensi Sosial-Interpersonal)</i>	Sifat sensitif terhadap perbedaan sosial dan budaya	42
		<b><i>Cultural Pride</i></b> (Kebanggaan Budaya)	Sifat bangga terhadap budaya lokal	43
			Penyampaian informasi tentang warisan budaya secara antusias	44
			Penunjukan rasa hormat dan bangga terhadap budaya kepada audiens	45
		<b><i>Engaging in Two-way Communication</i></b> (Terlibat dalam Komunikasi Dua Arah)	Pendengar yang baik dan menghargai perspektif audiens	46
			Responsif terhadap pertanyaan dan umpan balik dari audiens	47

Sumber: Olahan Penulis, 2024.

## **F. Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah bagian statistik yang mempelajari bagaimana data dikumpulkan dan disajikan dengan cara yang mudah dipahami. Statistik deskriptif hanya mengacu pada mendeskripsikan atau memberikan informasi tentang data, situasi, atau fenomena (Nasution, 2017). Data yang disajikan dalam statistik deskriptif biasanya dalam bentuk ukuran pemusatan data (Kuswanto, 2012). Statistik deskriptif dimaksudkan hanya untuk menggambarkan atau memberikan gambaran tentang pokok bahasan tanpa memberikan makna atau kesimpulan. Dalam statistik deskriptif, representasi data dapat dinyatakan dalam bentuk tabel atau grafik. Biasanya, mean, median, modus, dan deviasi standar menjadi dasar untuk mendeskripsikan data dalam statistik deskriptif (Putri *et al.*, 2020).

Statistik deskriptif mencakup berbagai metode, seperti penyajian data menggunakan tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, serta perhitungan ukuran tendensi sentral seperti modus, median, dan mean. Selain itu, statistik deskriptif juga mencakup perhitungan desil, persentil, penyebaran data melalui rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi. Selain itu, statistik deskriptif juga dapat digunakan untuk membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2013).

## 2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu alat ukur. Alat ukur yang dimaksud disini adalah soal survei. Suatu survei dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam survei tersebut memperjelas apa yang diukur oleh survei tersebut (Janna & Herianto, 2021). Menurut Yusuf (2017) untuk menguji tingkat validitas instrumen (kuesioner) jika responden uji coba  $\geq 30$  orang dan data yang dihasilkan adalah data interval maka dapat digunakan teknik analisis Koefisien Korelasi Produk-Moment Pearson (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient) dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  : Koefisien korelasi

$X$  : Nilai skor dari suatu item instrumen

$Y$  : Total skor dari seluruh item instrument

$n$  : Jumlah responden

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai positif, maka variabel dinyatakan valid. Sebaliknya, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2019).

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 26 *for windows*. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 26 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item

pertanyaan yang diajukan penulis. Hasil uji validitas penulis kepada 30 responden dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

**TABEL 6**  
**HASIL UJI VALIDITAS**

No. Item	$r_{Hitung}$	$r_{Tabel}$	Keterangan
1	0,782	0,361	Valid
2	0,668	0,361	Valid
3	0,618	0,361	Valid
4	0,858	0,361	Valid
5	0,599	0,361	Valid
6	0,724	0,361	Valid
7	0,739	0,361	Valid
8	0,771	0,361	Valid
9	0,865	0,361	Valid
10	0,784	0,361	Valid
11	0,487	0,361	Valid
12	0,750	0,361	Valid
13	0,863	0,361	Valid
14	0,886	0,361	Valid
15	0,845	0,361	Valid
16	0,900	0,361	Valid
17	0,801	0,361	Valid
18	0,827	0,361	Valid
19	0,858	0,361	Valid
20	0,649	0,361	Valid
21	0,670	0,361	Valid
22	0,615	0,361	Valid
23	0,718	0,361	Valid
24	0,872	0,361	Valid
25	0,867	0,361	Valid
26	0,827	0,361	Valid
27	0,806	0,361	Valid
28	0,817	0,361	Valid
29	0,864	0,361	Valid
30	0,704	0,361	Valid
31	0,610	0,361	Valid
32	0,934	0,361	Valid
33	0,921	0,361	Valid
34	0,784	0,361	Valid
35	0,692	0,361	Valid
36	0,604	0,361	Valid
37	0,782	0,361	Valid
38	0,668	0,361	Valid
39	0,618	0,361	Valid
40	0,858	0,361	Valid
41	0,599	0,361	Valid
42	0,724	0,361	Valid
43	0,739	0,361	Valid
44	0,771	0,361	Valid
45	0,865	0,361	Valid



**TABEL 6**  
**HASIL UJI VALIDITAS**  
**(LANJUTAN)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
46	0,836	0,361	Valid
47	0,828	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS-26, 2024

Hasil uji validitas instrumen pada penelitian ini memperlihatkan angka diatas standar t tabel yaitu 0,361. Dalam hal ini, 47 instrumen penelitian yang digunakan sebagai pertanyaan kuesioner telah dikatakan valid untuk disebarkan kepada responden terkait.

### 3. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian kuantitatif, reliabilitas pada dasarnya dapat disamakan dengan istilah diandalkan, konsistensi, dan replikabilitas untuk suatu instrumen dan sekelompok responden dari waktu ke waktu. Agar suatu penelitian dapat diandalkan, harus dibuktikan bahwa penelitian tersebut dilakukan dengan kelompok responden yang serupa dan dalam kondisi yang serupa (Sinambela, 2014). Untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan Cronbach' Alpha dengan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 26 for windows. Untuk uji reliabilitas ini penulis menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$	= Koefisien reliabilitas tes
k	= Banyaknya butiran item yang dikeluarkan kedalam tes
1	= Bilangan konstan
$\Sigma S_i^2$	= Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item
$S_i^2$	= Varian total

Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach' Alpha > 0,6. Sebaliknya apabila nilai instrumen Cronbach' Alpha < 0,6 maka dianggap tidak reliabel.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 26 *for windows* diperoleh hasil reliabilitas pada tabel 5 berikut:

**TABEL 7**

**HASIL UJI RELIABILITAS**

No.	Variabel	$C\alpha_{Hitung}$	$C\alpha_{Minimal}$	Kesimpulan
1	<i>Interpreter</i>	0,875	0,700	Reliabel
2	<i>Storyteller</i>	0,871	0,700	Reliabel
3	<i>Intercultural communicators</i>	0,770	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS-26, 2024

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yang diuji memiliki nilai Cronbach's Alpha ( $C\alpha$ ) yang melebihi batas minimum yang ditetapkan, yaitu 0,700, sehingga semua variabel dinyatakan reliabel. Variabel "*Interpreter*" memiliki nilai  $C\alpha$  sebesar 0,875, jauh di atas nilai minimal yang diperlukan, menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik. Variabel "*Storyteller*" juga menunjukkan reliabilitas tinggi dengan nilai  $C\alpha$  sebesar 0,871.

Sedangkan variabel "*Intercultural communicators*" memiliki nilai  $C\alpha$  sebesar 0,770, yang juga berada di atas ambang batas 0,700, menunjukkan bahwa variabel ini juga reliabel. Dengan demikian, semua variabel yang diuji memenuhi kriteria reliabilitas, yang mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dapat dipercaya untuk mengukur setiap variabel tersebut secara konsisten.

#### G. Jadwal Penelitian

**TABEL 8**

**JADWAL PENELITIAN**

NO	KEGIATAN	BULAN					
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL
1	Pengajuan TOR usulan penelitian						
2	Penyusunan Usulan Penelitian						
3	Seminar Usulan Penelitian						
4	Penelitian / Observasi Lapangan						
5	Penyusunan Proyek Akhir						
6	Sidang Proyek Akhir						

Sumber: Penulis, 2024