

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 33 responden yang diambil yaitu mahasiswa ilmu komunikasi UAJY angkatan 2007 dan 2008 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara daya tarik isi pesan iklan layanan masyarakat KB dengan motivasi para mahasiswa FISIP UAJY untuk ber KB “Dua Anak Lebih Baik”. Hasil korelasi antara variabel X dan Y adalah 0,359 dengan signifikansi 0,040, maka dapat dilihat bahwa hubungan antara daya tarik isi pesan iklan layanan masyarakat KB di televisi versi Shireen Sungkar dan Teuku Wisnu dengan motivasi mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY angkatan 2007 dan 2008 untuk ber KB “Dua Anak Lebih Baik” masuk dalam kategori hubungan yang rendah tapi pasti.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan hasil analisis data penelitian ini, maka adapun saran-saran dari peneliti :

Dilihat melalui hasil indikator variabel X (daya tarik isi pesan) dihasilkan indikator daya tarik isi pesan yang kuat dalam korelasi yaitu daya tarik moral sedangkan yang lemah yaitu daya tarik emosi, dimana ILM KB di televisi versi Shireen Sungkar, Teuku Wisnu belum dapat menggugah emosi para respondennya tetapi mereka percaya dan meyakini

kebenaran iklan yang dipersembahkan oleh Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional dapat menjadi pedoman dalam membentuk keluarga kecil sejahtera dan bahagia. Sehingga perlu lebih diperhatikan kembali dalam membuat daya tarik isi pesan agar semua daya tarik isi pesan dapat menarik perhatian serta minat para audiens atau sasarannya dan menimbulkan motivasi untuk berbuat dan bertindak sesuai dengan yang dianjurkan iklan untuk kebaikan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Selain itu, dalam penelitian ini hanya mengambil populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY angkatan 2007 dan 2008 saja sehingga untuk penelitian selanjutnya hemdaknya dapat mengambil populasi lebih luas lagi.

Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- _____. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Belch, George. *Advertising and Promotion 7th edition*. New York: McGraw Hill, 2007.
- Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Effendi. *Ilmu, Teori dan Filsafat*. Bandung: Mandar Maju, 1998.
- Handoko, Martin. *Motivasi Daya Penggerak Tingkah Laku*. Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Hurlock, Elizabeth, B. *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan, edisi Kelima*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1997.
- Jefkins, Fank. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga, 1995.
- Jogiyanto. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPF, 2011.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Umum Grafiti, 1992.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi & Kontrak*. Jakarta: PT. Ikrar Mandirit Abadi, 1997.
- Kotler and Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kuswandi, Wawan. *Komunikasi Massa : Sebuah analisis Isi Media Televisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.

Priyatno, Duwi. *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media, 2009.

Sardiman. *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.

Sasangka, Danarka & Darmanto. *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Yayasan TIFA, 2010.

Singarimbun & Effendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES, 2008.

Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2005.

Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wijono, Sutarto. *Psikologi Industri & Organisasi, Dalam Suatu Bidang Gerak Psikologi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Website

<http://www.anneahira.com> akses pada tanggal 25 Oktober 2011

<http://www.mediaindonesia.com/read/2011/11/01/272902/293/14/Led>

[akan-Jumlah-Penduduk-Ancam-Ketersediaan-Pangan](#) akses pada tanggal 10 November 2011

<http://www.mediaindonesia.com/read/2011/07/14/241799/293/14/Suks>

[es-KB-di-Indonesia-Bermakna-Bagi-Dunia](#) akses pada tanggal 10 November 2011

portfolio.petra.ac.id akses pada tanggal 10 November 2011

wikipedia.com akses pada tanggal 10 November 2011

<http://abdurrahmanbinsaid.wordpress.com/2008/10/09/teori-motivasi>

akses pada tanggal 14 Desember 2011

<http://www.bkkbn.go.id> akses pada tanggal 14 Desember 2011



KUESIONER

Skala daya tarik isi pesan iklan layanan masyarakat

- A. Jawablah setiap pertanyaan-pertanyaan dibawah ini mengenai *Hubungan Antara Daya Tarik Isi Pesan Iklan Layanan Masyarakat Keluarga Berencana di Televisi dengan Motivasi Para Generasi Muda untuk Ber Kb yaitu “Dua Anak Lebih Baik”*, dengan cara melingkari pilihan yang telah disediakan.**

Daya tarik rasional

1. Apakah isi pesan dalam iklan layanan masyarakat KB “Dua Anak Lebih Baik” dapat mensejahterakan masyarakat?
 - a. Sangat mensejahterakan
 - b. Mensejahterakan
 - c. Tidak mensejahterakan
 - d. Sangat tidak mensejahterakan
2. Apakah dengan mengikuti program KB “Dua Anak Lebih Baik” sesuai dengan anjuran iklan akan memberikan manfaat untuk saya dan bangsa?
 - a. Sangat bermanfaat
 - b. Bermanfaat
 - c. Tidak bermanfaat
 - d. Sangat tidak bermanfaat
3. Setujukah anda dengan isi pesan iklan KB “Dua Anak Lebih Baik” dapat membentuk keluarga kecil sejahtera dan bahagia?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju

Daya tarik emosi

4. Apakah isi pesan ILM KB versi Shireen Sungkar, Teungku Wisnu mampu menggugah hati anda untuk bertindak ataupun berencana sesuai dengan pesan iklan yaitu Dua Anak Lebih Baik?
 - a. Sangat menggugah
 - b. Menggugah
 - c. Tidak menggugah
 - d. Sangat tidak menggugah
5. Apakah jingle atau lirik lagu pada iklan layanan masyarakat KB versi Shireen Sungkar, Teungku Wisnu menarik?
 - a. Sangat menarik
 - b. Menarik
 - c. Tidak menarik
 - d. Sangat tidak menarik
6. Apakah menurut anda *genre* musik dangdut dalam tayangan iklan layanan masyarakat KB versi Shireen Sungkar dan Teungku Wisnu menarik?
 - a. Sangat menarik
 - b. Menarik
 - c. Tidak menarik
 - d. Sangat tidak menarik

Daya tarik moral

7. Apakah iklan layanan masyarakat KB di televisi versi Shireen Sungkar dan Teungku Wisnu yang dipersembahkan oleh Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) dapat dipercaya?
 - a. Sangat dapat dipercaya
 - b. Percaya
 - c. Tidak dapat dipercaya
 - d. Sangat tidak dapat dipercaya
8. Apakah isi pesan iklan KB di televisi mengandung nilai-nilai kebenaran untuk merencanakan keluarga?
 - a. Ya
 - b. Tidak

9. Apakah anda percaya bahwa pesan iklan KB “Dua Anak Lebih Baik” dapat mewujudkan keluarga kecil yang bahagia sejahtera?
- a. Sangat percaya
 - b. Percaya
 - c. Tidak percaya
 - d. Sangat tidak percaya



Skala Motivasi

A. Berikut ini terdapat 12 buah pernyataan mengenai *Hubungan Antara Daya Tarik Isi Pesan Iklan Layanan Masyarakat Keluarga Berencana di Televisi dengan Motivasi*, baca dan pahamiilah setiap pernyataan tersebut dengan seksama. Berilah tanda centang atau *check list* (√) pada salah satu jawaban yang mendekati dengan pendapat Anda. Tidak ada jawaban benar dan salah. Pastikan bahwa seluruh pernyataan terjawab dan diharapkan tidak mengosongkan satu nomorpun.

Pilihan dari masing-masing jawaban adalah sebagai berikut :

SS : “Sangat Setuju”

S : “Setuju”

TS : “Tidak Setuju”

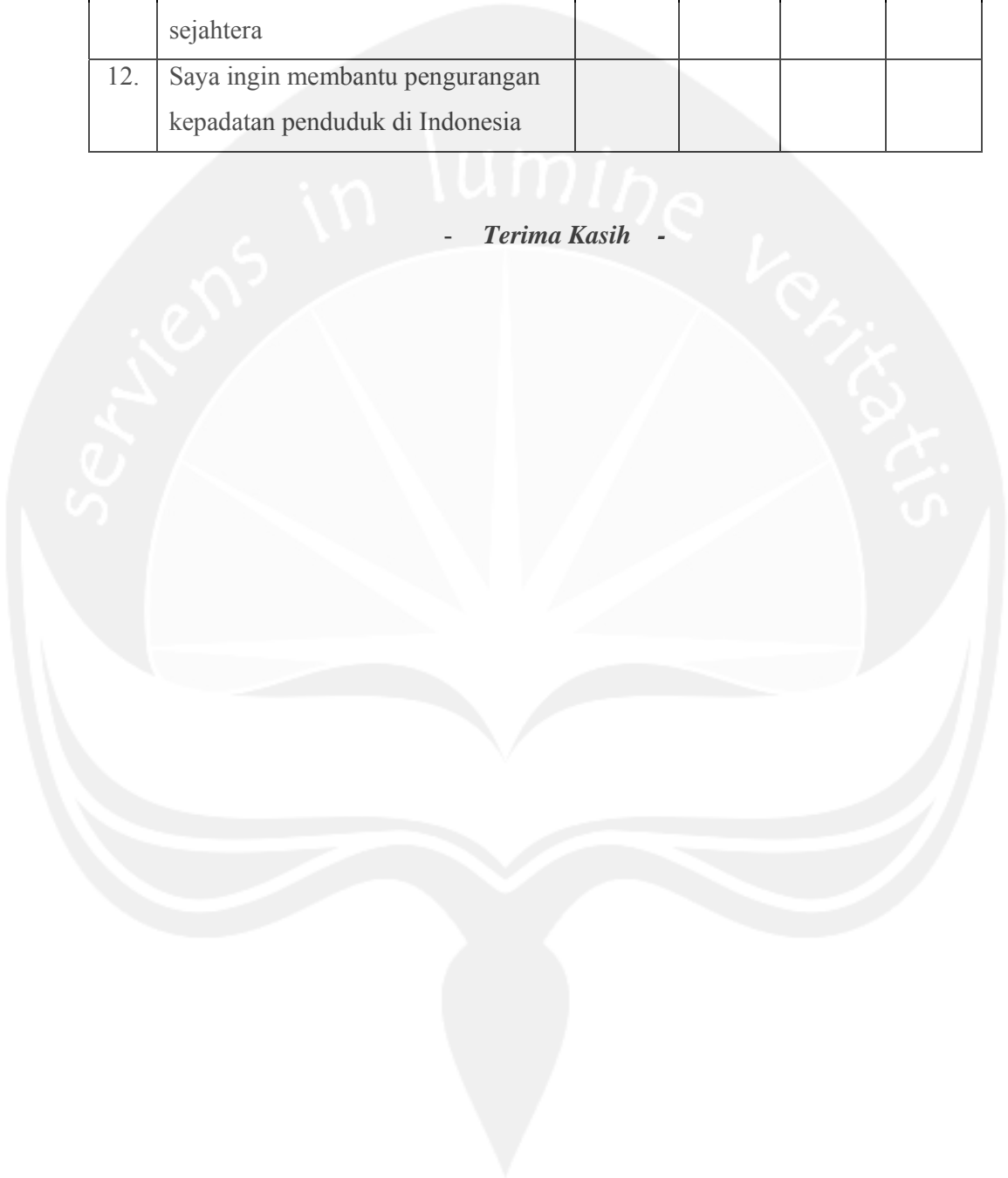
STS : “Sangat Tidak Setuju”

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya terdorong untuk merencanakan KB kelak jika sudah menikah untuk mewujudkan keluarga kecil bahagia dan sejahtera sesuai dengan pesan iklan				
2.	Saya terdorong untuk merencanakan program KB yaitu “Dua Anak Lebih Baik” untuk membantu mengurangi laju pertumbuhan penduduk di Indonesia yang semakin melunjak				
3.	Saya terdorong untuk ikut serta				

	membantu dalam memperbaiki kesehatan dan kesejahteraan ibu, anak, keluarga dan bangsa, saya akan mengikuti program KB				
Kebutuhan		SS	S	TS	STS
4.	Saya berharap memiliki keluarga kecil bahagia dan sejahtera				
5.	Saya berharap dapat mengatur kelahiran anak dengan yang diinginkan sesuai dengan kekuatan sosial ekonomi				
6.	Saya berharap memiliki keluarga dengan anak ideal yaitu dua anak sudah cukup				
Adanya tujuan		SS	S	TS	STS
7.	Saya merencanakan ber KB agar dapat mencapai keluarga kecil bahagia dan sejahtera				
8.	Dengan merencanakan program KB maka saya dapat mengatur kelahiran anak sehingga dapat disiapkan dan terencana				
9.	Merencanakan program KB karena saya ingin memiliki dua anak sesuai dengan pesan iklan KB “Dua Anak Lebih Baik”				
Keinginan		SS	S	TS	STS
10.	Saya ingin memiliki keluarga kecil sesuai dengan kekuatan sosial ekonomi dengan cara pengaturan				

	kelahiran anak				
11.	Saya ingin keluarga bahagia dan sejahtera				
12.	Saya ingin membantu pengurangan kepadatan penduduk di Indonesia				

- *Terima Kasih* -



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	15.61	4.371	.594	.720
A2	15.97	5.343	.366	.761
A3	15.91	4.898	.391	.756
A4	15.30	4.030	.546	.732
A5	15.42	4.377	.520	.734
A6	15.36	4.489	.465	.745
A7	15.82	4.966	.538	.739
A9	15.76	5.002	.403	.754

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.88	5.922	2.434	8

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	33	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	36.55	12.256	.532	.845
B2	36.45	12.381	.433	.852
B3	36.52	12.945	.464	.849
B4	36.06	12.121	.601	.840
B5	36.12	12.547	.452	.850
B6	36.42	11.627	.626	.838
B7	36.52	12.008	.678	.836
B8	36.48	11.883	.685	.835
B9	36.76	11.502	.613	.839
B10	36.33	12.542	.402	.854
B11	36.03	12.655	.447	.850
B12	36.42	12.689	.469	.849

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.70	14.405	3.795	12

Correlations

Correlations

		Isi pesan	Motivasi
Isi pesan	Pearson Correlation	1	.359*
	Sig. (2-tailed)		.040
	N	33	33
Motivasi	Pearson Correlation	.359*	1
	Sig. (2-tailed)	.040	
	N	33	33

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Frequencies

Apakah isi pesan dalam iklan layanan masyarakat KB "Dua Anak Lebih Baik" dapat mensejahterakan masyarakat?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak mensejahterakan	10	30.3	30.3	30.3
	Mensejahterakan	22	66.7	66.7	97.0
	Sangat mensejahterakan	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Apakah dengan mengikuti program KB "Dua Anak Lebih Baik" sesuai dengan anjuran iklan akan memberikan manfaat untuk saya dan bangsa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bermanfaat	30	90.9	90.9	90.9
	Sangat bermanfaat	3	9.1	9.1	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Setujukah anda dengan isi pesan iklan KB "Dua Anak Lebih Baik" dapat membentuk keluarga kecil sejahtera dan bahagia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	9.1	9.1	9.1
	Setuju	26	78.8	78.8	87.9
	Sangat setuju	4	12.1	12.1	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Apakah isi pesan ILM KB versi Shireen Sungkar, Teungku Wisnu mampu menggugah hati anda untuk bertindak ataupun berencana sesuai dengan pesan iklan yaitu Dua Anak Lebih Baik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak menggugah	1	3.0	3.0	3.0
	Tidak menggugah	19	57.6	57.6	60.6
	Menggugah	11	33.3	33.3	93.9
	Sangat menggugah	2	6.1	6.1	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Apakah jingle atau lirik lagu pada iklan layanan masyarakat KB versi Shireen Sungkar, Teungku Wisnu menarik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak menarik	16	48.5	48.5	48.5
	Menarik	16	48.5	48.5	97.0
	Sangat menarik	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Apakah menurut anda genre musik dangdut dalam tayangan iklan layanan masyarakat KB versi Shireen Sungkar dan Teungku Wisnu menarik?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak menarik	18	54.5	54.5	54.5
	Menarik	14	42.4	42.4	97.0
	Sangat menarik	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Apakah iklan layanan masyarakat KB di televisi versi Shireen Sungkar dan Teungku Wisnu yang dipersembahkan oleh Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) dapat dipercaya?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak dapat dipercaya	3	9.1	9.1	9.1
	Percaya	29	87.9	87.9	97.0
	Sangat dapat dipercaya	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Apakah isi pesan iklan KB di televisi mengandung nilai-nilai kebenaran untuk merencanakan keluarga?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	32	97.0	97.0	97.0
	Tidak	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Apakah anda percaya bahwa pesan iklan KB "Dua Anak Lebih Baik" dapat mewujudkan keluarga kecil yang bahagia sejahtera?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak dapat dipercaya	5	15.2	15.2	15.2
	Percaya	27	81.8	81.8	97.0
	Sangat dapat dipercaya	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Saya terdorong untuk merencanakan KB kelak jika sudah menikah untuk mewujudkan keluarga kecil bahagia dan sejahtera sesuai dengan isi pesan iklan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	6.1	6.1	6.1
	Setuju	24	72.7	72.7	78.8
	Sangat setuju	7	21.2	21.2	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Saya terdorong untuk merencanakan program KB yaitu "Dua Anak Lebih Baik" untuk membantu mengurangi laju pertumbuhan penduduk di Indonesia yang semakin melunjak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	6.1	6.1	6.1
	Setuju	21	63.6	63.6	69.7
	Sangat setuju	10	30.3	30.3	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Saya terdorong untuk ikut serta membantu dalam memperbaiki kesehatan dan kesejahteraan ibu, anak, keluarga dan bangsa, saya akan mengikuti program KB

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	27	81.8	81.8	81.8
	Sangat setuju	6	18.2	18.2	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Saya berharap memiliki keluarga kecil bahagia dan sejahtera

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	12	36.4	36.4	36.4
Sangat setuju	21	63.6	63.6	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Saya berharap dapat mengatur kelahiran anak dengan yang diinginkan sesuai dengan kekuatan sosial ekonomi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	14	42.4	42.4	42.4
Sangat setuju	19	57.6	57.6	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Saya berharap memiliki keluarga dengan anak ideal yaitu dua anak sudah cukup

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	2	6.1	6.1	6.1
Setuju	20	60.6	60.6	66.7
Sangat setuju	11	33.3	33.3	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Saya merencanakan ber KB agar dapat mencapai keluarga kecil bahagia dan sejahtera

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	1	3.0	3.0	3.0
Setuju	25	75.8	75.8	78.8
Sangat setuju	7	21.2	21.2	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Dengan merencanakan program KB maka saya dapat mengatur kelahiran anak sehingga dapat disiapkan dan terencana

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	1	3.0	3.0	3.0
Setuju	24	72.7	72.7	75.8
Sangat setuju	8	24.2	24.2	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Merencanakan program KB karena saya ingin memiliki dua anak sesuai dengan isi pesan iklan KB "Dua Anak Lebih Baik"

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	7	21.2	21.2	21.2
	Setuju	21	63.6	63.6	84.8
	Sangat setuju	5	15.2	15.2	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Saya ingin memiliki keluarga kecil sesuai dengan kekuatan sosial ekonomi dengan cara pengaturan kelahiran anak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	3.0	3.0	3.0
	Setuju	19	57.6	57.6	60.6
	Sangat setuju	13	39.4	39.4	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Saya ingin keluarga bahagia dan sejahtera

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	11	33.3	33.3	33.3
	Sangat setuju	22	66.7	66.7	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Saya ingin membantu pengurangan kepadatan penduduk di Indonesia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	24	72.7	72.7	72.7
	Sangat setuju	9	27.3	27.3	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Frequencies

Isi pesan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	27	81.8	81.8	81.8
	Tinggi	6	18.2	18.2	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Motivasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	8	24.2	24.2	24.2
	Tinggi	25	75.8	75.8	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Daya tarik rasional

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedang	27	81.8	81.8	81.8
	Tinggi	6	18.2	18.2	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Daya tarik emosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	12	36.4	36.4	36.4
	Sedang	19	57.6	57.6	93.9
	Tinggi	2	6.1	6.1	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Daya tarik moral

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	6.1	6.1	6.1
	Sedang	29	87.9	87.9	93.9
	Tinggi	2	6.1	6.1	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Dorongan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sedang	33	100.0	100.0	100.0

Kebutuhan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sedang	11	33.3	33.3	33.3
Tinggi	22	66.7	66.7	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Adanya tujuan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	1	3.0	3.0	3.0
Sedang	24	72.7	72.7	75.8
Tinggi	8	24.2	24.2	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Keinginan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sedang	9	27.3	27.3	27.3
Tinggi	24	72.7	72.7	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya tarik rasional	33	2.33	4.00	2.9495	.32405
Daya tarik emosi	33	1.67	3.33	2.4848	.47207
Daya tarik moral	33	2.00	3.50	2.9091	.31757
Isi pesan	33	2.25	3.63	2.7652	.30420
Valid N (listwise)	33				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Dorongan	33	2.33	4.00	3.1919	.38216
Kebutuhan	33	2.67	4.00	3.4949	.44191
Adanya tujuan	33	2.00	4.00	3.1111	.47629
Keinginan	33	3.00	4.00	3.4343	.34846
Motivasi	33	2.67	4.00	3.3081	.31629
Valid N (listwise)	33				

Case Summaries

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12
1	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3
3	3	3	3	2	4	4	3	1	3	2	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3
4	2	3	3	2	2	2	3	1	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
5	2	3	3	3	2	3	3	1	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
6	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3
7	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	4	3	2	3	1	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
10	2	3	3	2	2	2	3	1	2	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4
11	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
12	3	4	3	3	3	3	3	1	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
13	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
14	4	4	4	4	3	3	4	1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
15	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
16	3	3	3	3	2	2	3	1	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
17	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
18	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
19	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4
21	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
22	3	3	3	2	2	3	3	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
23	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
24	3	3	3	2	3	3	3	1	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
25	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
26	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
27	3	3	4	2	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	2	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	2	1	2	2	3	1	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
32	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
33	3	4	3	3	2	2	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
Total N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33

^aLimited to first 100 cases.