

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh *clickbait* di Tribunnews.com (X) terhadap tingkat konsumsi berita mahasiswa (Y) sebesar 0,6%, sedangkan 99,4% tingkat konsumsi berita mahasiswa dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh *clickbait* di Tribunnews.com (X) terhadap tingkat konsumsi berita mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY angkatan 2019.

Jika dilihat dari koefisien regresi nilai b yang bernilai negatif, menunjukkan bahwa semakin menurunnya penggunaan *clickbait* di Tribunnews.com maka semakin meningkat tingkat konsumsi berita mahasiswa. Hal ini juga didukung dari jawaban responden ada variabel tingkat konsumsi berita yang menunjukkan bahwa banyak mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY tidak setuju mengakses berita *clickbait* di Tribunnews.com setiap hari. Meskipun demikian mereka mengatakan bahwa Tribunnews.com adalah media yang kredibel.

#### B. Saran

##### a. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan teori komunikasi massa yang berbeda selain teori Proses Selektif untuk mengukur tingkat konsumsi berita responden.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji variabel independen lainnya karena 99,4% tingkat konsumsi berita dipengaruhi oleh faktor lain sehingga pembaca dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat konsumsi berita.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap responden dari kelompok usia yang berbeda misalnya dari kelompok

generasi X, generasi Y, atau generasi *baby boomer* dan terhadap objek penelitian yang berbeda yakni dengan memilih media daring lainnya atau jenis media massa lainnya seperti media sosial.

b. Bagi Responden

Diharapkan bagi responden agar dapat memilah informasi atau berita dari media daring secara bijaksana. Responden juga diharapkan memiliki kemampuan literasi sehingga dapat mengetahui isi informasi yang disampaikan *hoax* atau tidak.

c. Bagi Media Daring

Diharapkan bagi media daring di Indonesia mempertimbangkan dan mengurangi dalam hal penggunaan *clickbait*. Hal ini agar informasi atau berita yang dibaca masyarakat dapat bermanfaat dan tidak mendatangkan kekecewaan bagi para pembaca.

## Daftar Pustaka

- Abd hul, Y. (2022). *Deiksis adalah: Pengertian, Jenis, Fungsi dan Contoh*. Diakses dari <https://bukunesia.com/pengertian-deiksis/>
- Adz k ia, A. (2019). *Pembaca berita daring meningkat, tapi belum merata*. Diakses dari <https://beritagar.id/artikel/berita/pembaca-berita-daring-meningkat-tapi-belum-merata>
- Aditya, R. (2021). *Contoh Majas Hiperbola dan Ciri-cirinya*. Diakses dari <https://www.suara.com/news/2021/11/28/123328/contoh-majas-hiperbola-dan-ciri-cirinya>
- Agustina, S. (2021). *Generasi Z dan Y Dominasi Media Daring*. Diakses dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2021/02/08/generasi-z-dan-y-dominasi-media-daring>
- Amalliah. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Fenomena Hoax di Media Online Pada Era Post Truth. *Jurnal Akrab Juara*, 3(4):1-15.
- Anand, Chakraborty, & Park. (2017). *We used Neural to Detect Clickbaits: You won't believe what happened Next!* Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/reader/2ef79a97c3c2c4481e3f62c898a54d904f191730>
- Annur, C. M. (2022). *Survei: Pecandu Internet Terbanyak dari Kalangan Gen Z*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/29/survei-pecandu-internet-terbanyak-dari-kalangan-gen-z>
- APJII. (2022). *Profi Internet Indonesia 2022*.
- Aries, M. (2022). *Fenomena Jurnalisme Clickbait di Media Online*. Diakses dari <https://kakibukit.republika.co.id/posts/65595/fenomena-jurnalisme-clickbait-di-media-online>

- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia Berdasarkan Analisis Uses And Gratifications. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, Nomor 2, Desember 2013: 195-212
- Baran, S., & Davis, D. K. (2000). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth.
- Bayu, A. (2021). *Siberkreasi: Hindari Clickbait dengan Membaca Informasi Secara Lengkap*. Diakses dari <https://aptika.kominfo.go.id/2021/11/hindari-clickbait-dengan-membaca-informasi-secara-keseluruhan/>
- Bazaco, M Redondo, P Sánchez-García (2019): “Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methodst”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 94 to 115.
- Dewi, R.K. (2022). *14 Kampus Swasta Terbaik Indonesia Versi QS University Rankings 2022*. Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/18/160000065/14-kampus-swasta-terbaik-indonesia-versi-qs-university-rankings-2022?page=all>
- Dewanpers.co.id. *Data Perusahaan Pers.* Diakses dari <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>
- Dutta-Bergman, Mohan.J. (2006). A Formative Approach to Strategic Message Targeting Through Soap Operas: Using Selective Processing Theories. *Health Communication*, 19)1,11-18. [https://doi.org/10.1207/s15327027hc1901\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327027hc1901_2)
- Fisip.uajy.ac.id. *Tentang Ilmu Komunikasi UAJY*. Diakses dari <https://fisip.uajy.ac.id/program-studi/ilmu-komunikasi/tentang-ilmu-komunikasi-uajy/>
- Fitriyani, L.R. (2022). *Tantangan Merawat Idealisme dalam Industri Media Online di Indonesia*. Jakarta: LP3M LSPR. Diakses dari [https://www.researchgate.net/profile/Lamria-Fitriyani-2/publication/358909425\\_Tantangan\\_Merawat\\_Idealisme\\_dalam\\_Industri\\_Media\\_On](https://www.researchgate.net/profile/Lamria-Fitriyani-2/publication/358909425_Tantangan_Merawat_Idealisme_dalam_Industri_Media_On)

[line di Indonesia/links/62c41981721b9c41cc3084a4/Tantangan-Merawat-Idealisme-dalam-Industri-Media-Online-di-Indonesia.pdf](https://www.researchgate.net/publication/358419817/links/62c41981721b9c41cc3084a4/Tantangan-Merawat-Idealisme-dalam-Industri-Media-Online-di-Indonesia.pdf)

Google Trends. (2022). <https://trends.google.co.id/trends/explore?cat=396&date=2022-01-01%202022-12-31&geo=ID&q=%2Fg%2F12b02cxjk>

Hadi, L. (2021). *Peringkat 20 Besar Situs Media Online Indonesia Oktober 2021*. Diakses dari <https://surabaya.jatimnetwork.com/teknologi/pr-521371071/peringkat-20-besar-situs-media-online-indonesia-oktober-2021>

Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait di Media Online Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 4(1).

Hasan, M. Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia, Bogor, 2002. h.83

Hulukati dan Djibran. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universita Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1), 73-114.

Kafiati, A. (2022). Persepsi Remaja Terhadap Judul Berita Clickbait Pada Media Hipwee dan Brillio.net. *Skripsi*. Diakses dari <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/42272/15321084.pdf?sequence=1>

Kriyantono, Rahmat. (2007). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Kusnandar, V.B. (2021). Sensus Penduduk 2020: Jumlah Penduduk Yogyakarta 3,67 Juta Jiwa. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/28/sensus-penduduk-2020-jumlah-penduduk-yogyakarta-367-juta-jiwa>

Lionita. (2023). *Di Puncak HPN 2023, Survei Pembaca Internet Tolak Click Bait Berita Bombastis*. Diakses dari <https://www.blok-a.com/news/di-puncak-hpn-2023-survei-pembaca-internet-tolak-click-bait-berita-bombastis/>

McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Martaon, A. T. (2022). *Masyarakat Cenderung Cari Berita dari Internet Ketimbang Televisi*. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/487331/masyarakat-cenderung-cari-berita-dari-internet-ketimbang-televisi>
- Niswah, Hajar dan Pradekson, Tandiyo. (2018). Pengaruh Kebutuhan Akan Informasi Tentang Figur Publik dan Intensitas Mengakses Berita Clickbait di Situs Berita Media Daring Terhadap Tingkat Kepuasan Pembaca yang Mengaksesnya. *Jurnal Interaksi Online*, 5(4): 47-57.
- Nugroho dan Samsuri. (2013). *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas*. Diakses dari [https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku%20Pers%20berkualitas%20masyarakat%20Cerdas\\_final.pdf](https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku%20Pers%20berkualitas%20masyarakat%20Cerdas_final.pdf)
- Nugraha, J. (2022). *Apa Itu Politik? Berikut Pengertian dan Contohnya*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jateng/apa-itu-politik-berikut-pengertian-dan-contohnya-kl.html>
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1):51-64. Diakses dari <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198/1561>
- Nurlaela, E. (2022). *Benarkah Gen Z Tidak Tertarik Berita Sosial Politik?*. Diakses dari <https://kumparan.com/millennial/benarkah-gen-z-tidak-tertarik-berita-sosial-politik-1xocB1PWjIj/full>
- Orosa, Santorun, & Garcia. (2017). Use of *Clickbait* in the online news media of the 28 EU member countries. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 1.261 to 1.277.
- Pahlevi, R. (2022). *Ini Media Online Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/ini-media-online-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>

- Pahlevi, R. (2022). *Penetrasi Internet di Kalangan Remaja Tertinggi di Indonesia*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia#:~:text=Berdasarkan%20usia%2C%20penetrasi%20internet%20tertinggi,internet%20sebesar%2087%2C3%25>.
- Pahlevi, R. (2022). *APJII: Penetrasi Internet Indonesia Capai 77,02% pada 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apji-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022>
- Pangerapan dkk. (2020). Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik UNSRAT Konsentrasi Jurnalistik). *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
- Prathama dan Sahetapy. (2019). Pengaruh Kemudahan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Jurnal Agora*, 7(1).
- Pratama, C.C. (2020). *Kode Etik Jurnalistik: Definisi dan Isinya*. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/21/205632869/kode-etik-jurnalistik-definisi-dan-isinya>
- Putri, V. (2021). *Jurnalistik: Pengertian dan Karakteristiknya*. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/07/123000769/jurnalistik--pengertian-dan-karakteristiknya?page=all>
- Putri, V. (2021). *Media Online: Pengertian dan Fungsinya*. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/16/130000969/media-online--pengertian-dan-fungsinya?page=all>
- Qona'ah dkk (2021). Kredibilitas Media Online Dalam Pemberitaan Rencana Aktivitas Pembelajaran Secara Tatap Muka Pada Tahun 2021 Dimasa Pandemi Covid – 19. *Jurnal Komunikasi*, 12(1)



- Rahmatika dan Hidayanto. (2020). Pengaruh *Clickbait* Journalism Terhadap Minat Baca Generasi Z. *Jurnal Jurnalisa*, 6 (2).
- Rakhmah, D.N. (2021). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?*. Diakses dari <https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Rama, D. (2020). Pengaruh Konsumsi Berita Politik di Media Daring dan Pengetahuan Politik terhadap Ketertarikan Politik Generasi Milenial. *Skripsi*. Diakses dari [https://kc.umn.ac.id/13208/4/BAB\\_II.pdf](https://kc.umn.ac.id/13208/4/BAB_II.pdf)
- Rizaty, M. A. (2022). *Survei KIC: Konten Politik Paling Banyak Mengandung Isu Hoaks*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/survei-kic-konten-politik-paling-banyak-mengandung-isu-hoaks>
- Rusadi, U. (2014). Konsumsi Berita Lintas Media Massa Konvensional dan Internet. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 4(3), 15.
- Robianes, H. A. (2021). Persepsi Wartawan Mengenai Penggunaan Clickbait (Umpan Klik) Pada Judul Berita Di Media Siber (Studi Deskriptif pada Anggota Persatuan Wartawan Indonesia di Kabupaten Purwakarta). *Skripsi*. Diakses dari <https://digilib.uinsgd.ac.id/39161/>
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. : Nuansa Cendikia
- Salmaa. (2021). *Definisi Operasional: Pengertian, Ciri-ciri, Contoh, dan Cara Menyusunnya*. Diakses dari <https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/>
- Singarimbun, M., & Shofian, E. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



- Suciska & Gunawibawa. (2020). Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 249-266.
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis. *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298-299.
- Susilowati, R. (2021). Clickbait Pada Headline Youtube (Analisis Isi Pesan Terhadap Judul-Judul Konten Clickbait Di Channel Bobon Santoso Edisi Konten Terbaru). *Skripsi*. Diakses dari <http://eprints.umpo.ac.id/6803/>
- Tiara, K. A. (2022). *Kalimat Imperatif Bersifat Memerintah Atau Memberi Komando*. Diakses dari <https://www.brilio.net/wow/kalimat-imperatif-adalah-ini-pengertian-ciri-ciri-dan-jenisnya-220316e.html#:~:text=Ciri%2Dciri%20kalimat%20imperatif.&text=%2D%20Menggunakan%20partikel%20penegas%2C%20penghalus%2C,subjek%20berada%20di%20belakang%20predikat>.
- Trianda, Y. (2020). *Kefektifan dan Kepantasan Manipulasi Penarikan Perhatian Dalam Pemberluasan Informasi Online Oleh Pustakawan Menggunakan Clickbait*. Diakses dari [https://www.academia.edu/download/65073478/kelayakan\\_clickbait.pdf](https://www.academia.edu/download/65073478/kelayakan_clickbait.pdf)
- Tribunnews.com. *About Us*. Diakses dari <https://m.tribunnews.com/about#home>
- Tribuneo.id. *Profile*. Diakses dari <https://www.tribuneo.id/profile>
- Yuan, E. (2011). News Consumption Across Multiple Media Platforms: A repertoire approach. *Information, Communication & Society*, 14(7), 998– 1016. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2010.549235>

Widodo, R. A. (2014). Motif membaca rubrik for her surat kabar jawa pos pada perempuan.

*Journal Unair*, 3(3).

Wardani, Ningsih, & Dewi. (2021). Penggunaan *Clickbait* Headline Pada Portal Berita

Tribunnews.com. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora*, 2(1).



## LAMPIRAN

### Kuesioner

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Maria Angelina Da Costa dari prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh *Clickbait* di Media Daring *Tribunnews.com* Terhadap Tingkat Konsumsi Berita (Studi Kuantitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta Usia 18-25 tahun)”. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan dari Saudara untuk mengisi kuesioner berikut. Hasil dari kuesioner ini akan saya gunakan sebagai data utama dalam penelitian saya. Atas kesediaan Saudara, saya ucapkan terima kasih.



Peneliti,

Maria Angelina Da Costa



**Nama Responden** :

**Usia** :

**Jenis Kelamin** :

**Petunjuk Pengisian:**

1. Kuesioner ini semata-mata untuk keperluan akademis, mohon dijawab dengan jujur.
2. Berilah tanda (✓) pada jawaban yang menurut Anda tepat.

Keterangan:

**STS** = Sangat tidak setuju

**TS** = Sangat setuju

**S** = Setuju

**SS** = Sangat setuju

### Clickbait di Tribunnews.com

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
<i>Incomplete Information</i>					
1	Judul berita di Tribunnews.com memuat informasi yang tidak relevan dengan isinya.				
2	Judul berita di Tribunnews.com menggunakan kata deiksis (“ini”, “begitu”, “ia”, “besok”, dan “seperti ini”)				
3	Judul berita di Tribunnews.com memuat pertanyaan yang bersifat misterius.				
4	Judul berita di Tribunnews.com menggunakan pola <i>listicles</i> (judul berita yang menggunakan penomoran atau daftar)				
5	Judul berita di Tribunnews.com bersifat ambigu.				
<i>Appealing expressions</i>					
6.	Judul berita di Tribunnews.com menggunakan kalimat imperatif (judul berita yang menggunakan kata perintah atau tanda seru)				
<i>Repetition and Serialization</i>					
7	Judul berita di Tribunnews.com sering dipublikasi berulang kali.				
<i>Exaggeration</i>					
8	Judul berita di Tribunnews.com berlebihan.	SS	S	TS	STS
9	Judul berita di Tribunnews.com menggunakan huruf kapital.				

10	Judul berita di Tirbunnews.com menggunakan kata hiperbola (judul berita yang dilebih-lebihkan)				
----	--	--	--	--	--

### Tingkat Konsumsi Berita

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Frekuensi					
1	Saya membaca berita dengan judul <i>clickbait</i> di media daring Tribunnews.com setiap hari.				
2	Saya sering mengakses berita dengan judul <i>clickbait</i> di media daring dalam sehari	>5 kali	3-4 kali	2 kali	1 kali
3	Saya pasti mengakses berita dengan judul <i>clickbait</i> di media daring Tribunnews.com				
Durasi					
4	Dalam sehari, saya mengakses berita dengan judul <i>clickbait</i> di Tribunnews.com.	>10 menit	6-7 menit	3-5 menit	< 2 menit
Jenis media yang digunakan					
5	Saya menggunakan media daring untuk mengonsumsi berita.				
6	Saya mengakses media daring Tribunnews.com untuk mengonsumsi berita.				
Kredibilitas media					
7	Media daring Tribunnews.com dapat dipercaya				

8	Media daring Tribunnews.com menyajikan info terkini.				
9	Media daring Tribunnews.com tidak bias dalam pemberitaan.				

### Hasil Olah Data SPSS

Lampiran Hasil uji validitas variabel X

#### Correlations

		item _1	item _2	item _3	item _4	item _5	item _6	item _7	item _8	item _9	item_ 10	skor_t otal
item_1	Pearson	1	,540	,063	,374	,451	,082	,322	,561	-	,451*	,682**
	Correlat ion		**		*	*			**	,408	*	
	Sig. (2- tailed)		,002	,739	,042	,012	,668	,083	,001	,025	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson	,540	1	,041	,409	,568	,020	,285	,294	-	,310	,611**
	Correlat ion	**			*	**				,260		
	Sig. (2- tailed)	,002		,829	,025	,001	,917	,127	,115	,165	,096	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson	,063	,041	1	,022	,491	,325	-	,344	-	,179	,455*
	Correlat ion					**		,073		,118		

	Sig. (2-tailed)	,739	,829		,909	,006	,080	,702	,063	,535	,343	,012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	,374*	,409*	,022	1	,194	,239	,057	,251	-,155	-,170	,389*
	Sig. (2-tailed)	,042	,025	,909		,304	,204	,767	,181	,413	,370	,034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson Correlation	,451*	,568**	,491**	,194	1	,131	,263	,670**	-,230	,610**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,012	,001	,006	,304		,492	,160	,000	,222	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson Correlation	,082	,020	,325	,239	,131	1	,375*	,127	-,093	-,020	,417*
	Sig. (2-tailed)	,668	,917	,080	,204	,492		,041	,505	,623	,916	,022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	,322	,285	-,073	,057	,263	,375*	1	,225	-,149	-,007	,464**



	Sig. (2-tailed)	,083	,127	,702	,767	,160	,041		,233	,432	,972	,010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	,561**	,294	,344	,251	,670**	,127	,225	1	-,494**	,757**	
	Sig. (2-tailed)	,001	,115	,063	,181	,000	,505	,233		,080	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	-,408*	-,260	-,118	-,155	-,230	-,093	-,149	-,325	1	-,154	-,188
	Sig. (2-tailed)	,025	,165	,535	,413	,222	,623	,432	,080		,417	,321
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson Correlation	,451*	,310	,179	-,170	,610**	-,020	-,007	-,494**	-,154	1	,575**
	Sig. (2-tailed)	,012	,096	,343	,370	,000	,916	,972	,006	,417		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	,682**	,611**	,455*	,389*	,843**	,417*	,464**	,757**	-,188	-,575**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,012	,034	,000	,022	,010	,000	,321	,001	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Lampiran Hasil uji validitas variabel Y

### Correlations

		item _1	item _2	item _3	item _4	item _5	item _6	item _7	item _8	item _9	skor_tot al
item_1	Pearson	1	,608*	,446*	,387*	-,164	,328	,410*	,309	,364*	,728**
	Correlation		*								
	Sig. (2-tailed)		,000	,014	,035	,387	,077	,024	,096	,048	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson	,608*	1	,565*	,627*	-,289	,239	,369*	,215	,293	,771**
	Correlation	*		*	*						
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,121	,204	,045	,253	,116	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

item_3	Pearson	,446*	,565*	1	,469*	-,324	,455*	,369*	,284	,463*	,745**
	Correlation		*		*						
	Sig. (2-tailed)	,014	,001		,009	,081	,012	,045	,128	,010	,000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson	,387*	,627*	,469*	1	-,099	,160	,294	,227	,133	,663**
	Correlation		*	*							
	Sig. (2-tailed)	,035	,000	,009		,602	,399	,114	,227	,485	,000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson	-,164	-,289	-,324	-,099	1	-,074	-,175	,193	-	-,141
	Correlation									,405*	
	Sig. (2-tailed)	,387	,121	,081	,602		,697	,354	,308	,026	,457
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson	,328	,239	,455*	,160	-,074	1	,360	,193	,625*	,606**
	Correlation									*	
	Sig. (2-tailed)	,077	,204	,012	,399	,697		,051	,307	,000	,000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

item_7	Pearson	,410*	,369*	,369*	,294	-,175	,360	1	,512*	,261	,642**
	Correlation								*		
	Sig. (2-tailed)	,024	,045	,045	,114	,354	,051		,004	,164	,000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson	,309	,215	,284	,227	,193	,193	,512*	1	,260	,547**
	Correlation							*			
	Sig. (2-tailed)	,096	,253	,128	,227	,308	,307	,004		,165	,002
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson	,364*	,293	,463*	,133	-	,625*	,261	,260	1	,573**
	Correlation					,405*	*				
	Sig. (2-tailed)	,048	,116	,010	,485	,026	,000	,164	,165		,001
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson	,728*	,771*	,745*	,663*	-,141	,606*	,642*	,547*	,573*	1
	Correlation	*	*	*	*		*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,457	,000	,000	,002	,001	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Lampiran tabel data utama

jenis kelamin	responden	usia	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	item 14	item 15	item 16	item 17	item 18	item 19
perempuan	1	21	2	3	4	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2
perempuan	2	21	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	1	1	1	1	2	2	3	3	2
perempuan	3	22	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	2	3	3
perempuan	4	21	4	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	1	2	4	2	3	3
perempuan	5	21	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2
perempuan	6	21	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	1	3	1	4	2	2	3	2
perempuan	7	21	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	4	3	2	2	2
laki-laki	8	23	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	1	2	1	4	3	2	3	2
laki-laki	9	21	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	1	2	1	4	3	2	3	3
perempuan	10	21	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	4	2	3	3	3

per em pua n	11	2 1	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	4	2	1	3	2	1	3	3
laki - laki	12	2 1	3	3	3	3	2	4	2	4	3	1	1	1	1	1	3	2	2	3	2
laki - laki	13	2 2	4	3	3	2	1	3	2	2	3	2	3	4	3	2	4	4	2	3	3
laki - laki	14	2 3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3
per em pua n	15	2 2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	1	2	1	4	3	3	4	2
per em pua n	16	2 1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3
per em pua n	17	2 1	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3
per em pua n	18	2 0	2	3	4	2	4	2	4	4	2	4	2	2	1	1	4	3	2	4	3
per em pua n	19	2 1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	1	2	1	4	3	3	3	3
laki - laki	20	2 4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	2	2	2	3	2
per em pua n	21	2 0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
per em pua n	22	2 1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3
per em pua n	23	2 2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	3	2	2
laki - laki	24	2 1	1	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	3	4	4	4	4
per em	25	2 1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	4	4	4	4	4

<b>pua n</b>																					
<b>laki - laki</b>	26	2 1	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	1	3	2	2	3	2
<b>laki - laki</b>	27	2 2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	3	2	3	2
<b>per em pua n</b>	28	2 2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2
<b>laki - laki</b>	29	2 1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	3	2
<b>laki - laki</b>	30	2 1	3	2	3	2	3	2	3	2	1	4	3	2	2	1	3	3	2	3	3
<b>laki - laki</b>	31	2 1	1	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2
<b>per em pua n</b>	32	2 1 T a h u n	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	2	1	4	3	3	3	2
<b>per em pua n</b>	33	2 1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	3	1	3	3	3	3	3
<b>per em pua n</b>	34	2 1	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	1	4	3	3	4	3
<b>per em pua n</b>	35	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	2
<b>laki - laki</b>	36	2 1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	1	1	2	1	4	3	3	3	3
<b>per em pua n</b>	37	2 0 t a h u n	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	1	1	1	1	4	3	3	3	3
<b>laki - laki</b>	38	2 1 t a h	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3



		u n																			
per em pua n	39	2 1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	2	3	2	2	3	2
laki - laki	40	2 1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	3	1	2	3	2
per em pua n	41	2 1 ta h u n	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	3	3	2
laki - laki	42	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
per em pua n	43	2 1 ta h u n	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	4	3	1	2	3
per em pua n	44	2 1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3
per em pua n	45	2 1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3
per em pua n	46	2 1	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	1	3	1	3	3	2	3	2
laki - laki	47	2 2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	2	3	3	2	3	2
laki - laki	48	2 3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	4	2	3	3	3
per em pua n	49	2 1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	1	4	3	3	3	3
per em pua n	50	2 1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
per em pua n	51	2 0	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	3	3	3	4	3

per em pua n	52	2 1	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	1	4	3	3	3	3
per em pua n	53	2 1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	1	3	3	3	3	3
laki - laki	54	2 1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	1	4	3	4	4	4
per em pua n	55	2 2 T a h u n	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2
per em pua n	56	2 2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2
per em pua n	57	2 1 ta h u n	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	2	3	3	3	3
laki - laki	58	2 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2
per em pua n	59	2 3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	2	1	4	3	3	3	2
per em pua n	60	2 2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	2	3	3	3	3	3
laki - laki	61	2 1	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	1	4	3	3	3	3
per em pua n	62	2 1	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	4	2	3	3	3
per em pua n	63	2 1	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	1	2	1	3	2	3	3	3
per em pua n	64	2 1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	3	1	2	3	3	3	3

per em pua n	65	2 1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
laki - laki	66	2 1	2	3	2	1	2	1	3	2	4	2	1	1	1	1	4	1	3	4	2
per em pua n	67	2 2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	1	4	3	2	3	2
per em pua n	68	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3
per em pua n	69	2 1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
per em pua n	70	2 1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	1	1	1	4	1	2	3	2	
per em pua n	71	2 1	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	1	2	1	3	2	3	3	3
per em pua n	72	2 2	2	3	3	2	1	3	3	2	3	2	2	2	3	1	3	2	3	4	2
per em pua n	73	2 2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	1	1	1	3	2	2	3	2
laki - laki	74	2 2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	1	4	2	2	3	2
laki - laki	75	2 1	2	2	3	3	2	2	3	2	4	3	2	1	2	2	3	2	3	3	2
per em pua n	76	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
laki - laki	77	2 2	2	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3
per em pua n	78	2 1	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3
per em	79	2 1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3

<b>pua n</b>																					
<b>per em pua n</b>	80	2 2 T a h u n	2	2	4	3	2	3	3	2	3	2	1	1	1	1	4	2	3	3	2
<b>per em pua n</b>	81	2 2	2	2	2	3	2	3	4	2	4	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3
<b>per em pua n</b>	82	2 2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	1	3	2	3	3	3
<b>per em pua n</b>	83	2 1	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>per em pua n</b>	84	2 1	3	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	1	2	1	3	3	3	2	2
<b>laki - laki</b>	85	2 1	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	1	3	2	1	3	3
<b>per em pua n</b>	86	2 2	2	3	3	4	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	3	2	3	3	2
<b>per em pua n</b>	87	2 1 ta h u n	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>per em pua n</b>	88	2 1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	2
<b>laki - laki</b>	89	2 2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	2	2	3	2
<b>per em pua n</b>	90	2 2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
<b>laki - laki</b>	91	2 1	3	4	3	2	2	3	4	2	2	3	1	1	2	1	3	2	3	3	3
<b>per em</b>	92	2 2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3

<b>pua n</b>		<b>ta h u n</b>																			
<b>per em pua n</b>	93	2 1	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	1	2	1	3	1	2	3	2
<b>per em pua n</b>	94	2 1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	3	1	4	2	3	3	3
<b>per em pua n</b>	95	2 1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	4	4	3	3	3
<b>per em pua n</b>	96	2 1	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2
<b>laki - laki</b>	97	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	3	3	3	3
<b>laki - laki</b>	98	2 1	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>per em pua n</b>	99	2 1	3	2	3	2	2	2	2	3	1	3	1	1	2	1	3	1	3	3	3
<b>per em pua n</b>	100	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3
<b>per em pua n</b>	101	2 1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	3
<b>per em pua n</b>	102	2 1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	2	3	3	3
<b>per em pua n</b>	103	2 3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	1	2	1	3	3	3	2	3
<b>per em pua n</b>	104	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>per em pua n</b>	105	2 1	2	2	3	3	2	2	3	2	4	3	1	1	1	1	3	4	3	3	3

per em pua n	10 6	2 1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3
per em pua n	10 7	2 1	3	3	4	2	4	2	2	3	3	3	3	1	3	1	3	2	2	3	3
per em pua n	10 8	2 1	3	3	3	2	4	2	3	4	3	4	1	2	2	1	4	1	2	2	1
per em pua n	10 9	2 1	3	3	3	2	3	4	3	4	2	4	1	1	1	1	3	2	3	3	2
per em pua n	11 0	2 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	1	4	1	1	3	1
per em pua n	11 1	2 2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	1	1	1	3	2	3	3	2
laki - laki	11 2	2 1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	2	1	2	3	3
laki - laki	11 3	2 2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
per em pua n	11 4	2 1	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3
per em pua n	11 5	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	1	3	2	3	3	2
per em pua n	11 6	2 1	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
per em pua n	11 7	2 1	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	1	1	1	1	4	2	2	3	2
laki - laki	11 8	2 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
laki - laki	11 9	2 1	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3

laki - laki	120	21	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2
laki - laki	121	20	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2
perempuan	122	22	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2
perempuan	123	20	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3
laki - laki	124	22	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	3	2	3	3	3
laki - laki	125	22	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
perempuan	126	21	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	2
perempuan	127	21	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2
perempuan	128	22	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3
perempuan	129	21 tahun	3	3	2	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3	3
perempuan	130	21	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	1	1	1	3	2	3	3	3	2
perempuan	131	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	3	3	3	3
laki - laki	132	21	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	3	4	3
laki - laki	133	21	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	2	1	2	2	4	2	2	3	3



<b>laki - laki</b>	134	21	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	2	1	1	1	3	3	2	
<b>laki - laki</b>	135	21	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	3	3	2	
<b>laki - laki</b>	136	23	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	3	2	
<b>perempuan</b>	137	21	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	4	3	
<b>perempuan</b>	138	22	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	1	2	1	4	4	3	3	2	
<b>perempuan</b>	139	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	2	3	3	3	
<b>perempuan</b>	140	20	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	
<b>perempuan</b>	141	21	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	3	3	2
<b>laki - laki</b>	142	22	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	