

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kualitas komunikator mempunyai pengaruh yang sangat kuat, sebesar 66,1% terhadap tingkat pengetahuan dan kualitas pesan mempunyai pengaruh yang cukup, sebesar 37,6% terhadap tingkat pengetahuan. Di samping itu, jika kedua variabel tersebut berkualitas, maka pengaruh yang diberikan akan lebih besar terhadap tingkat pengetahuan, yaitu sebesar 72,7%.

Pada program sosialisasi ini, komunikator yang dipilih oleh INPEX Masela Ltd., yaitu manajer *Communication & Relations* (C&R) mempunyai kualitas yang tinggi. Ia mempunyai kualitas yang tinggi, karena ia memenuhi syarat sebagai komunikator yang berkualitas dari segi kredibilitas dan daya tarik dari aspek *liking*, serta *physic*. Di sisi lain, manajer C&R kurang memenuhi syarat sebagai komunikator yang berkualitas dari segi daya tarik dari aspek *similarity* dan *familiarity*. Ia juga belum mampu untuk menegaskan kualitasnya dari segi kekuatan. Pesan program sosialisasi yang berisi tentang profil perusahaan INPEX Masela Ltd. dan industri hulu minyak dan gas bumi (migas) mempunyai kualitas yang tinggi. Pesan yang disampaikan telah memenuhi syarat pesan berkualitas, yakni mempunyai isi dan kejelasan.

Komunikator dan pesan yang berkualitas menyebabkan tingkat pengetahuan komunitas berada pada tataran tinggi. Namun, masih ada komunitas yang mempunyai pengetahuan yang sangat kurang terkait nama proyek di Blok Masela dan tahapan alur pengembangan energi. Di samping itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk melihat pengaruh kualitas komunikator dan kualitas pesan program sosialisasi industri hulu minyak dan gas bumi INPEX Masela Ltd. terhadap tingkat pengetahuan komunitas jika dihambat oleh faktor-faktor lainnya, seperti pengalaman, media massa, sosial ekonomi dan budaya, serta lingkungan.

Berdasarkan beberapa hal di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas komunikator mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap tingkat pengetahuan dibandingkan pengaruh yang diberikan oleh kualitas pesan terhadap tingkat pengetahuan. Kedua variabel ini juga terbukti dengan bersama-sama mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap tingkat pengetahuan dibandingkan berdiri sendiri-sendiri. Pengaruh yang diberikan oleh kualitas komunikator dan kualitas pesan terhadap tingkat pengetahuan adalah linear, di mana semakin tinggi kualitas komunikator dan kualitas pesan maka semakin tinggi juga tingkat pengetahuan. Hubungan yang linear ini masih dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor di luar unsur komunikasi, sehingga perlu dilakukan penelitian selanjutnya yang dapat menjelaskan sejauh mana atau seberapa besar pengaruh yang diberikan faktor-faktor tersebut terhadap tingkat pengetahuan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan:

1. INPEX Masela Ltd. diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas komunikator dan kualitas pesan dalam memberikan sosialisasi karena telah terbukti bahwa keduanya mempunyai pengaruh yang sangat kuat, signifikan dan positif terhadap tingkat pengetahuan komunitas.
2. INPEX Masela Ltd. diharapkan dapat memperbanyak informasi mengenai nama proyek dan tahapan alur pengembangan energi agar komunitas bisa mempunyai pengetahuan yang lebih baik terkait kedua hal itu.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel *intervening* seperti usia, pendidikan, pengalaman, media massa, sosial ekonomi dan budaya, serta lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albania, Malta. 2011. *Pengaruh kualitas komunikasi interpersonal terhadap tingkat pengetahuan komunikan*. S1 thesis, UAJY.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala & Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aryani, Dewi. 2012. Kasus Freeport, Hilangnya Nurani Pemerintah. *Antaranews*, [online]. Dilihat: <<http://www.antaranews.com/berita/286476/kasus-freeport-hilangnya-nurani-pemerintah>> [Diakses 29 April 2013]
- Baroroh, Ali. 2008. *Trik-trik analisis statistik dengan SPSS 15*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Broom, Glen M. 2009. *Cutlip & center's effective public relations*. 10th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Cangara, Hafied H. 2013. *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Christiana, Wulan. 2013. *Pengaruh kualitas presentasi dalam program plant visit di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java terhadap tingkat pengetahuan audiens mengenai profil perusahaan*. S1 thesis, UAJY.
- Djarum. 2014. *Corporate social initiatives*. Dilihat: <<http://www.djarum.com/index.php/en/csi/page/19>> [Diakses 2 Maret 2014]
- Ednadita, Nathania. 2010. *Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan persepsi (Kasus: Efektivitas komunikasi persuasif dalam event factory visit PT. Djarum)*. S1 thesis, UAJY.
- EP, Tjahjono. 2012. Ratusan Orang Rusak Kantor Freeport. *Tempo*, [online] 21 September. Dilihat: <<http://www.tempo.co/read/news/2012/09/21/058431067/Ratusan-Orang-Rusak-Kantor-Freeport>> [Diakses 29 April 2013]
- Forrest, Carol J & Renee Hix Mays. 1997. *The practical guide to environmental community relations*. Canada: John Wiley & Sons.
- Gereja Protestan Maluku. 1985. *Buku panduan yubileum 50 tahun GPM 1985*. Ambon: Gereja Protestan Maluku.
- Gereja Protestan Maluku. 2011. *Himpunan keputusan persidangan ke-33 majelis pekerja lengkap sinode GPM*. Ambon: Sekretariat Umum MPH Sinode GPM.
- Gereja Protestan Maluku. 2014. *Program lima tahunan tahun 2010-2015 Klasik Tanimbar Selatan*. Saumlaki: Sekretariat Kantor Klasik GPM Tanimbar Selatan.
- INPEX Corporation. 2012a. *Developing stable energy, Annual report 2012*. Tokyo: INPEX Corporation.

- INPEX Corporation. 2012b. *Sustainability report 2012*. Tokyo: INPEX Corporation.
- INPEX Corporation. 2012c. *Energi untuk masa depan*. Jakarta: INPEX Corporation.
- INPEX Corporation Indonesia. 2013a. *Code of conduct*. Jakarta: INPEX Corporation Indonesia.
- INPEX Corporation. 2013b. *Annual report 2013*. [pdf] Dilihat: <http://www.inpex.co.jp/english/ir/library/pdf/annual_report/inpex_annualreport2013_en.pdf> [Diakses 24 Oktober 2013]
- Iskandar, Maskun dan Atmakusumah.eds. 2007. *Panduan praktis kehumasan: Bermitra dengan pers, melepas isolasi bisnis*. Jakarta: Lembaga Pers Dr. Soetomo.
- Keyton, Joann. 2011. *Communication research 3rded*. New York: McGraw-Hill.
- Khasali, Rhenald. 2005. *Manajemen public relations: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Lattimore, Dan, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth dan James K. Van Leuven. 2004. *Public relations: The profession and the practice*. New York: McGraw-Hill.
- Liliweri, Alo. 2002. *Makna budaya dalam komunikasi antar budaya*. Yogyakarta: LKiS.
- Malakalamere, Maria. 2014. *Proses penyusunan program sosialisasi industri hulu minyak dan gas bumi INPEX Masela Ltd. kepada komunitas di Kabupaten Maluku Tenggara Barat*. S1 KKL, UAJY.
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Negoro, Sherly Hindra. 2013. *Hubungan antara kredibilitas customer service dengan citra perusahaan (kasus pada pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasi (DAOP) 6 Yogyakarta)*. S1 thesis, UAJY.
- Nova, Firsan. 2012. *Republic relations*. Jakarta: Media Bangsa.
- Oktaviana, Ivonne. 2012. *Pengaruh kualitas program csr terhadap citra perusahaan di mata mitra binaan PT. Telekomunikasi Indonesia CDC DIY*. S1 thesis, UAJY.
- Pertamina. 2012. *Social responsibility*. Dilihat: <<http://www.pertamina.com/social-responsibility/csr-program/>> [Diakses 2 Maret 2014]
- Putri, Deviyana Utami. 2010. *Strategi sosialisasi program "Pertamina Pasti Pas" tahun 2007-2009 (Studi deskriptif kualitatif tentang strategi sosialisasi program "Pertamina Pasti Pas" tahun 2007-2009)*. S1 thesis, UAJY.

- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-dasar public relations: Teori dan praktik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode penelitian: Public relations dan komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi.eds. 2008. *Metode penelitian survai*. Jakarta: LP3ES
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika terapan: Teori dan aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sunaryo. 2002. *Psikologi untuk keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar teori dan manajemen komunikasi*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Trisyarini, Dian Carista. 2013. *Peran dan fungsi public relations dalam membangun citra perusahaan spa di Yogyakarta (Kasus pada perusahaan spa level menengah di Woman and Woman Spa Yogyakarta, Spa Putri Kedaton Yogyakarta dan Raga Jive Home Spa Yogyakarta)*. S1 thesis, UAJY.
- Wattimury, Seane Stevany. 2011. *Pengaruh tingkat kredibilitas narasumber terhadap perilaku wajib pajak pribadi*. S1 thesis, UAJY.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2007. *Pengantar teori komunikasi: Analisis dan aplikasi edisi 3 buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wulandari, Bhita. 2013. *Analisis kualitas relasi antara PT. Coca Cola Amatil Indonesia (CCAI) central java ungaran dengan komunitas local perusahaan*. S1 thesis, UAJY.
- Yuniar, Maria. 2014. Gara-gara Sepotong Lahan, Proyek Blok Cepu Terhambat. *Tempo*, [online] 18 Februari. Dilihat: <<http://www.tempo.co/read/news/2014/02/18/090555431/Garagara-SepotongLahan-Proyek-Blok-Cepu-Terhambat>> [Diakses 2 Maret 2014]
- Zhu, Yunxia. 2005. *Written communication across cultures: A sociocognitive perspective on business genres*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.



LAMPIRAN 1



**GEREJA PROTESTAN MALUKU
ANGGOTA PGI
KLASIS TANIMBAR SELATAN**

*Jln. Pancasila ☎ (0918) 21013; Email: mpkgpm_tansel@yahoo.com
SAUMLAKI*

SURAT KETERANGAN

Nomor: 05/SK/KTS/E.3/08/2014.

Majelis Pekerja Klasik, Gereja Protestan Maluku, Tanimbar Selatan menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

N a m a : **MARIA MALAKALAMERE.**

Identitas : Mahasiswa Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

N P M : 100904043.

Adalah benar mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah menyelesaikan penelitiannya dalam rangka penulisan skripsi, dengan lokasi penelitian pada komunitas basis atau umat di jemaat-jemaat Gereja Protestan Maluku se-wilayah Klasik Tanimbar Selatan, berdasarkan surat Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Nomor: 609/IX, tanggal 5 Juni 2014.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : **S a u m l a k i.**

Pada tanggal : 20 Agustus 2014.

MAJELIS PEKERJA KLASIS GPM TANIMBAR SELATAN



Ketua

PDT. MAX CHR. SYAUTA, S.TH.



LAMPIRAN 2

KUESIONER

A. Identitas Responden

Nama:

Umur:

Pendidikan:

B. Kualitas Pembicara dalam Sosialisasi

Petunjuk pengisian: berikan tanda centang (v) pada jawaban yang menggambarkan penilaian Anda, dengan ketentuan SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Kredibilitas					
1.	Pembicara bersikap tegas				
2.	Pembicara merupakan orang yang hangat				
3.	Pembicara merupakan orang yang bersahabat				
4.	Pembicara merupakan orang yang jujur				
5.	Pembicara merupakan orang yang adil				
6.	Pembicara merupakan orang yang tulus				
7.	Pembicara memiliki rasa hormat				
8.	Pembicara merupakan orang yang ramah				
9.	Pembicara merupakan orang yang berani				
10.	Pembicara memiliki semangat				
11.	Pembicara merupakan orang yang kuat				
12.	Pembicara memiliki rasa empati				
Daya Tarik					
13.	Pembicara menggunakan bahasa yang sama dengan komunitas				
14.	Pembicara berasal dari daerah yang sama dengan komunitas				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
15.	Pembicara telah dikenal dengan baik oleh komunitas				
16.	Pembicara disukai oleh komunitas				
17.	Pembicara memiliki penampilan fisik yang baik				
Kekuatan					
18.	Pembicara memiliki rasa percaya diri				
19.	Pembicara memiliki kekuasaan				

C. Kualitas Pesan Sosialisasi

Petunjuk pengisian: berikan tanda centang (v) pada jawaban yang menggambarkan penilaian Anda, dengan ketentuan SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Isi Pesan					
20.	Pesan yang disampaikan memiliki makna				
21.	Pesan yang disampaikan sesuai dengan sistem nilai komunitas				
22.	Pesan yang disampaikan sesuai dengan situasi yang dihadapi komunitas				
23.	Pesan yang disampaikan menawarkan keuntungan bagi komunitas				
Kejelasan Pesan					
24.	Pesan disampaikan dengan sederhana				
25.	Pesan disampaikan dengan jelas				

D. Tingkat Pengetahuan Komunitas

Petunjuk pengisian: berikan tanda centang (v) pada jawaban yang menurut Anda paling tepat, dengan ketentuan B (Benar) dan S (Salah)

No.	Pernyataan	B	S
Tingkat Pengetahuan Profil Perusahaan			
26.	INPEX Masela Ltd. beroperasi di 27 negara		
27.	INPEX Masela Ltd. memiliki 70 proyek		
28.	Kontrak Blok Masela ditandatangani pada tahun 1999		
29.	Blok Masela berada di Laut Arafura		
30.	Proyek di Blok Masela tersebut bernama Proyek Masela		
31.	INPEX Masela Ltd. telah menjalankan program <i>social investment</i>		
Tingkat Pengetahuan Industri Hulu Minyak dan Gas Bumi			
32.	Alur bisnis pengembangan energi memiliki empat tahap		
33.	Tujuan utama dari bisnis ini adalah mencari dan memproduksi		



LAMPIRAN 3



Profil Perusahaan, Proyek Abadi dan Program Social Investment

*Adaut
4 Maret 2013*

●● Tugas Pokok dan Fungsi BPMIGAS

TUGAS :
melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap pelaksanaan Kontrak Kerja Sama (KKS).

FUNGSI :
Melakukan pengawasan agar pengambilan sumber daya alam dapat memberikan manfaat dan penerimaan yang maksimal bagi negara.

- 1) Memberikan pertimbangan kepada Menteri dalam hal penyiapan dan penawaran Wilayah Kerja serta KKS;
- 2) Menandatangani KKS
- 3) Mengkaji dan menyampaikan rencana pengembangan lapangan yang pertama kali akan diproduksi kepada Menteri untuk mendapatkan persetujuan
- 4) Menyetujui rencana pengembangan lapangan selain rencana yang pertama;
- 5) Memberikan persetujuan rencana kerja dan anggaran; (RENCANA KERJA DAN ANGGARAN KEGIATAN CSR)
- 6) Memonitor pelaksanaan Kontrak Kerja Sama; (MONITORISASI PELAKSANAAN PROGRAM KERJA DAN ANGGARAN CSR)
- 7) Menunjuk penjual Minyak Bumi dan/atau Gas Bumi bagian Negara

KEGIATAN USAHA HULU
MEMBERIKAN KEUNTUNGAN MAKSIMAL BAGI NEGARA

Alur Pasokan Energi

Hulu

Hilir

Explorasi /
Produksi



Transportasi



Processing /
Logistics



Minyak

Gas Alam

Energy

Bensin

Minyak
Pemanas

Listrik

Gas
Perkotaan

Alur Bisnis Pengembangan Energi



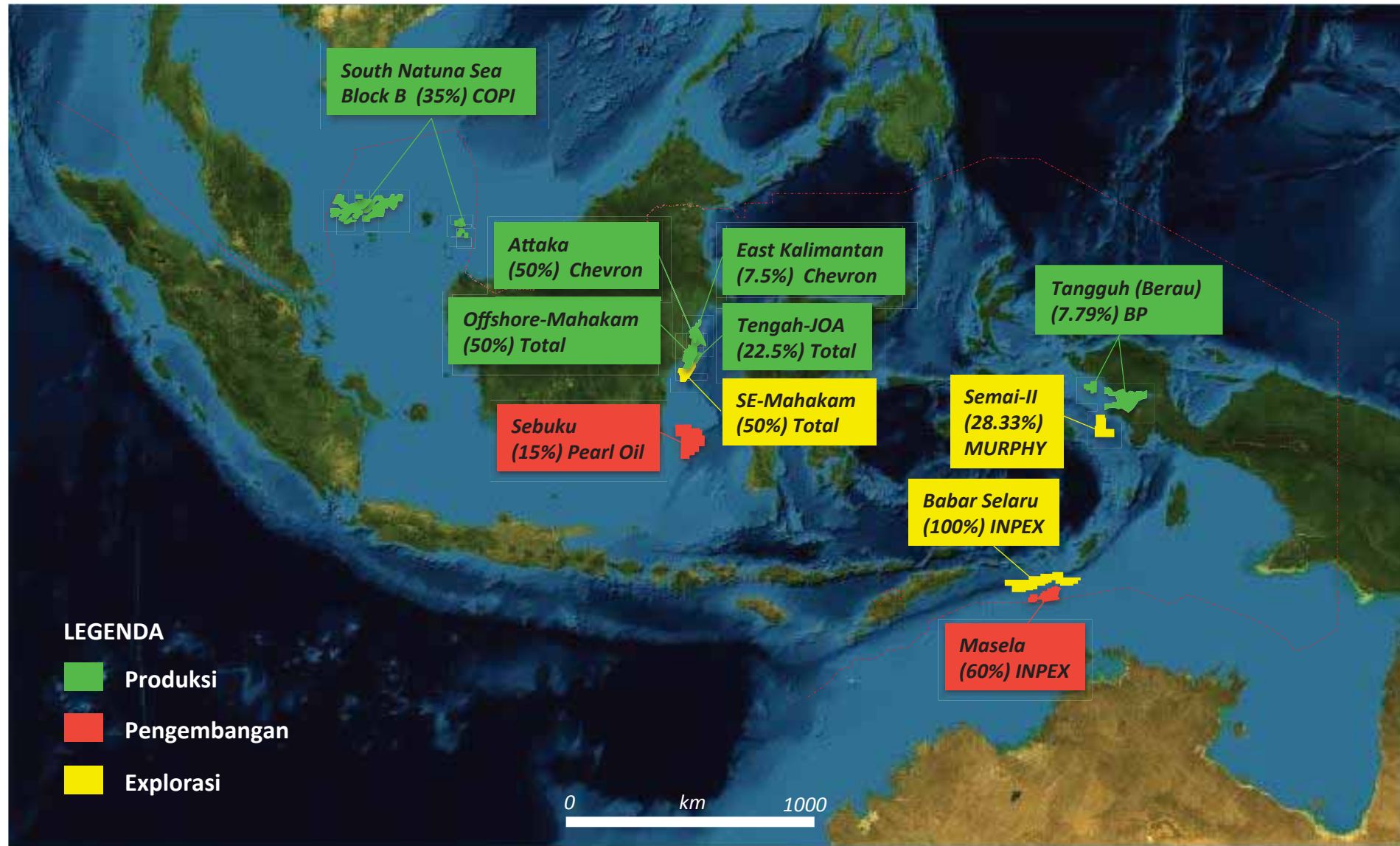
Tujuan utama dari bisnis kami adalah (i) mencari dan (ii) memproduksi

Proyek INPEX



27 negara 75 proyek

Komitmen INPEX untuk Indonesia



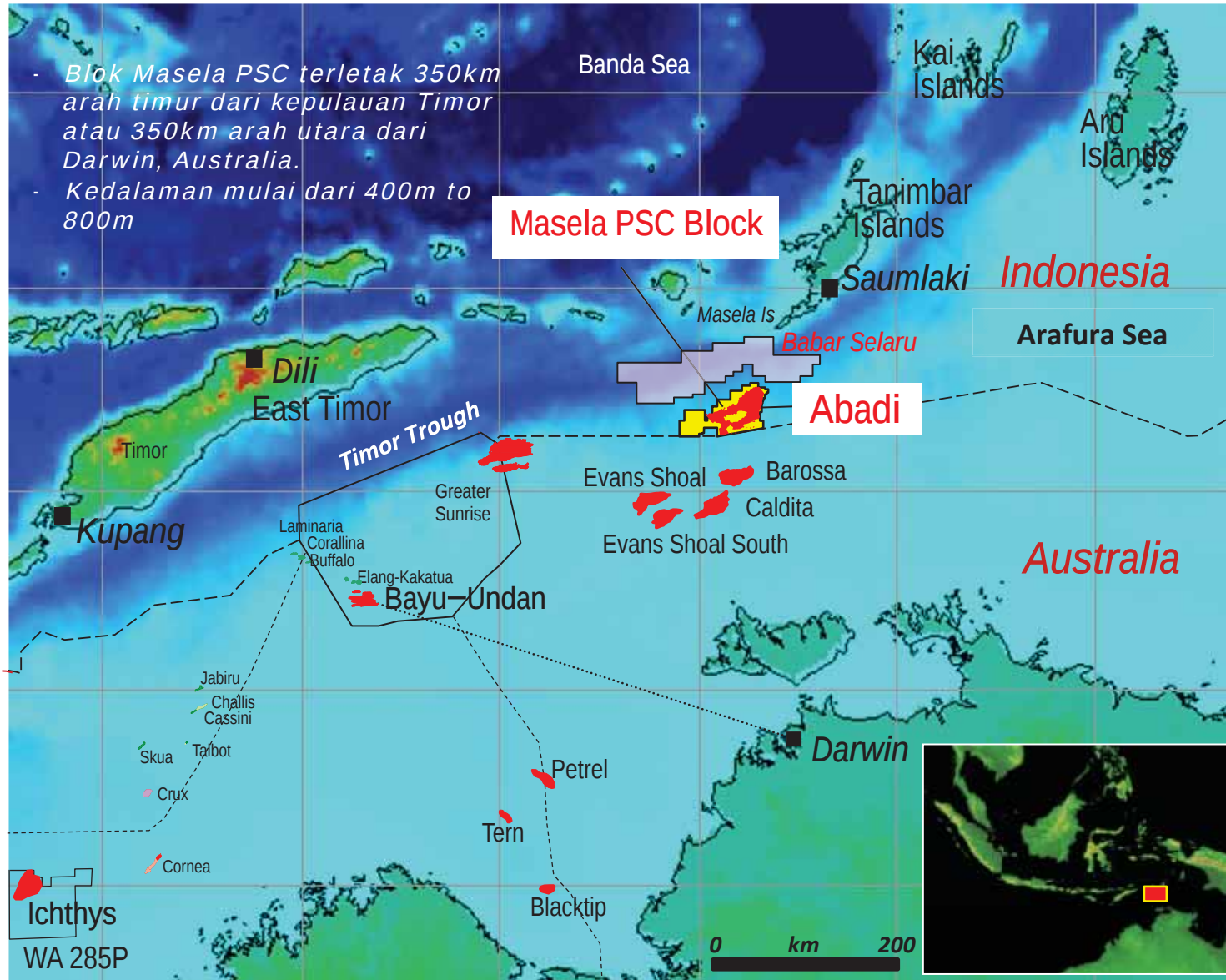
Sejarah Perjalanan Blok Masela

Tonggak Sejarah Masela PSC

Nov 16, 1998	Kontrak PSC ditandatangani
Feb - Mar 1999	Survei Seismik 2D (2,948km) oleh Marine Vessel Geco Rho
1999 - 2000	Studi Subsurface untuk pemilihan lokasi sumur <i>wild cat</i>
Oct - Dec 2000	Pemboran Abadi-1 oleh Rig Energy Searcher
Jul - Sep 2001	Survei seismik 3D (2,060km ²) oleh Marine Vessel PGS Ramform Challenger
2001 - 2002	Studi Subsurface untuk memilih lokasi dari sumur <i>appraisal</i>
Mar - Oct 2002	Pemboran pertama appraisal Drilling oleh rig Energy Searcher (2 sumur)
2003- 2007	Studi Subsurface termasuk inversi seismik dan pengembangan konsep selection studies
May 2007 - Jul 2008	Pemboran 2nd appraisal oleh rig Ocean General (4 sumur)
Sep 2007 - Nov 2008	Pre-FEED of Floating LNG
Nov. 2012/ Jan. 2013	FEED for SURF and FLNG



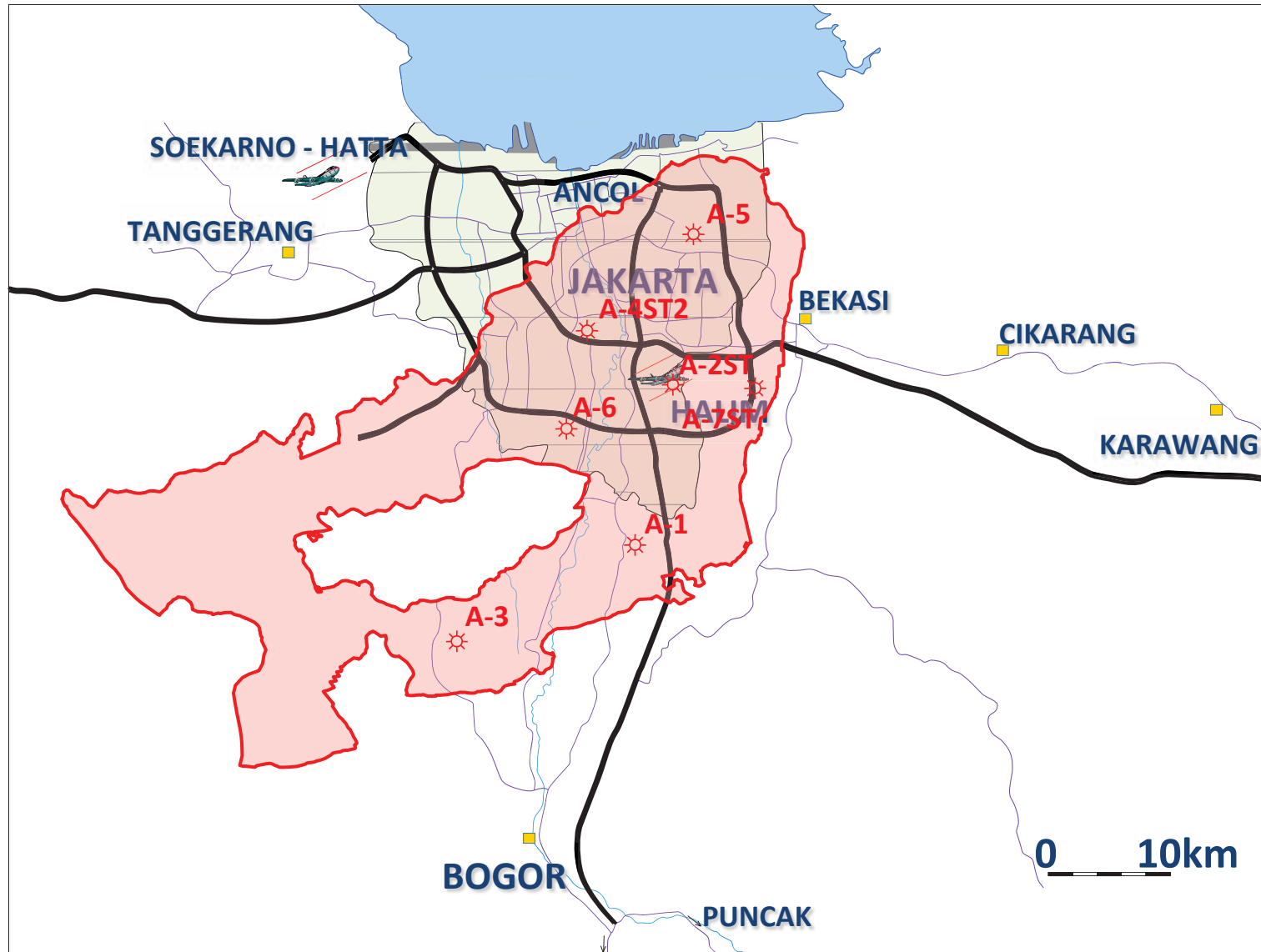
Peta Lokasi Blok Masela



Profil Singkat Blok Masela

- **Saham INPEX's : 60%**
(Operator: INPEX Masela, Ltd.)
 - Shell Upstream Overseas Services Ltd. 30%
 - PT. Energi Mega Persada 10%
- **Rencana Produksi (POD) - Berdasarkan POD-1)**
 - FLNG Concept Offshore - 2.5 MTPA
- **Persetujuan POD-1**
 - Diterbitkan oleh Kementerian ESDM dan diumumkan secara resmi oleh BPMIGAS (SKKMIGAS) pada Desember 2010
- **Status Proyek**
 - Saat ini FEED SURF (sejak November 2012)
 - FEED FLNG (sejak January 2013)
- **Rencana ke Depan**
 - Kegiatan Pengeboran (4 sumur) kuartal ketiga 2013

Perbandingan Luas Blok Abadi dengan **INPEX** Jakarta





Sekilas Mengenai Proyek Abadi

ABADI

LNG Terapung (LNG FPSO)



Griffin Venture (Oil FPSO)
(BHP)



Darwin LNG (ConocoPhillips)

Perpaduan teknologi terintegrasi

LNG Terapung
(LNG FPSO)



Keterlibatan INPEX dalam Proyek LNG

- INPEX turut berpartisipasi dalam proyek LNG sebagai partner di:
 - Bontang (Indonesia)
 - Tangguh (Indonesia)
 - Bayu Undan (Timor Leste and Australia)
- INPEX mengoperasikan proyek Ichthys LNG (Australia)

Proyek Bontang LNG



Proyek Ichthys LNG



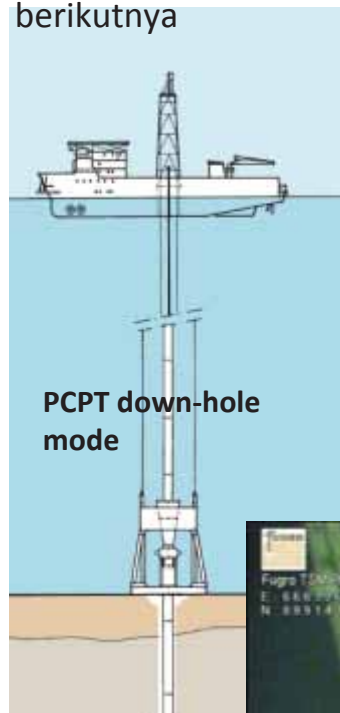
Proyek Tangguh LNG



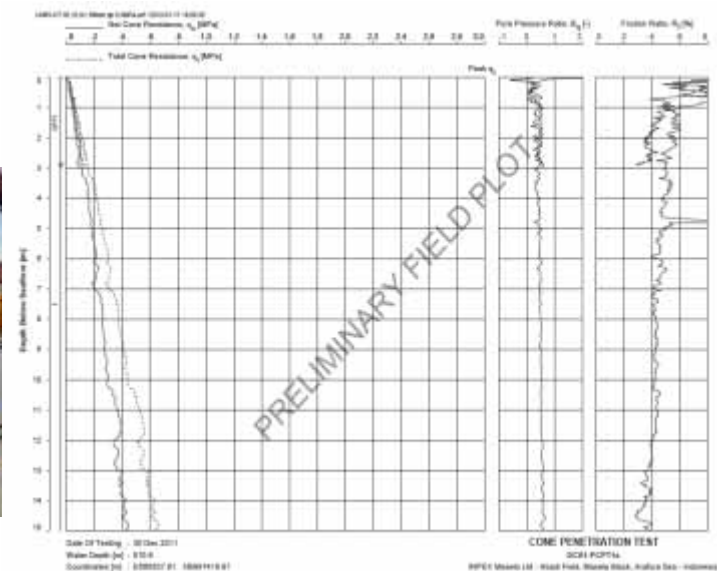
Abadi LNG Terapung - Gambar 3 Dimensi



Survei Geoteknik dilakukan untuk pengetesan tanah guna mendapatkan data terperinci dari karakter tanah tersebut sebagai landasan untuk perancangan berikutnya



Survey yang dilakukan pada tahun 2011/2012 dilakukan dengan menggunakan Kapal Fugro Synergy serta menggunakan metode Down-hole and Seabed





Program Social Investment



Program Social Investment & Fokus Area

PRIORITAS

- Memprioritaskan pada program dengan tingkat kebutuhan yang tinggi dan memiliki dampak yang luas
- Pemilihan program berdasarkan keterlibatan tiga unsur utama (INPEX-Pemerintah Daerah - Masyarakat)
- Partisipasi aktif masyarakat

FOKUS AREA

- Sosialisasi Kegiatan Migas
- Pemberdayaan Masyarakat/ Income Generation
- Kesehatan Umum
- Lingkungan
- Infrastruktur
 - Energi terbarukan yang ramah lingkungan (solar cell)
- Pendidikan dasar & Pengembangan Ketrampilan
- Partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan



Pendidikan

- o Pengembangan Kompetensi perguruan tinggi lokal
- o Bantuan fasilitas edukasi untuk perguruan tinggi lokal
- o Program bantuan Buku dan Komputer untuk Perpustakaan dan Universitas Lokal
- o CALISTUNG untuk siswa-siswi sekolah dasar

Pemberdayaan Masyarakat/Income Generation

- o Pengembangan Petani Rumput laut
- o Pelatihan Petani Organik

Lingkungan

- o Bantuan penyediaan motor sampah

Participation on Community Events

- o Partisipasi dalam 100 Tahun Misi Katolik di Tanimbar
- o Bantuan untuk GPM Adaut





Terimakasih



A full-page background image of a sunset over a body of water. The sun is a bright, glowing orb partially obscured by dark, silhouetted clouds. The sky is a mix of orange, yellow, and grey. The water in the foreground is calm, reflecting the golden light of the sun. A dark, low-lying shoreline is visible in the distance. The text 'BACK UP SLIDES' is overlaid on the left side of the image, and 'Communication & Relations Department' is overlaid on the bottom right.

BACK UP SLIDES

Communication & Relations Department

Dukungan Pendidikan



Kontribusi buku – buku dan Komputer ke Perpustakaan Saumlaki



Pelatihan untuk Generasi Muda



Peningkatan Kapasitas kepada Universitas Lokal



Dukungan Kepada Siswa

“Kampanye untuk Mutu Pendidikan yang baik”

CALISTUNG “3 M”

- Membaca
- Menulis
- Menghitung



Peningkatan Pendapatan



Pelatihan Produksi Rumput Laut

Peningkatan Pendapatan



Pelatihan Pertanian Organik

Pelestarian Lingkungan



Dukungan Motor Sampah

Dukungan Kepada Masyarakat Lokal



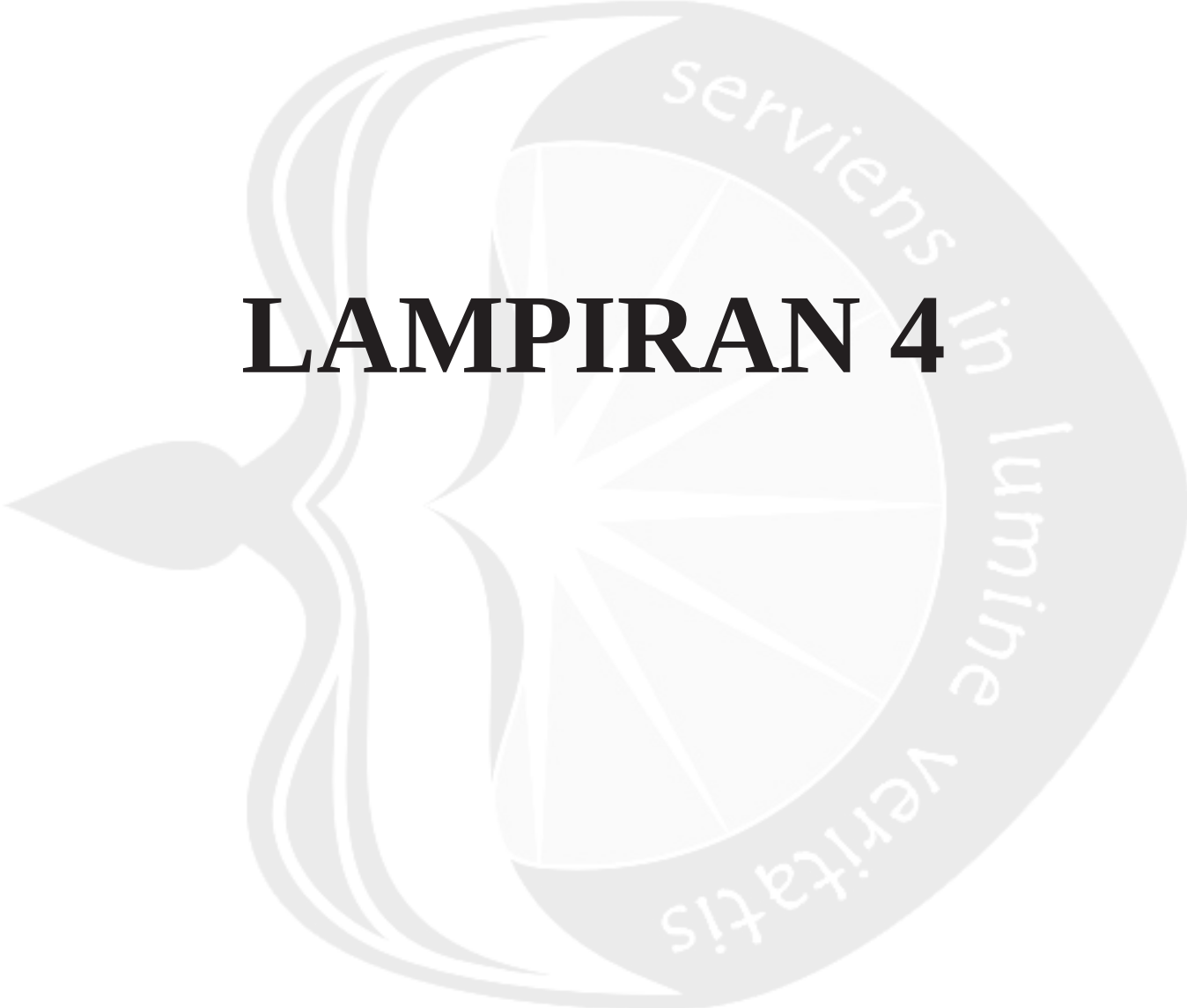
Apresiasi kepada
Tenun Ikat
Tanimbar



Dukungan Kepada Masyarakat Lokal



Dukungan kepada Gereja Adaut di Selaru



LAMPIRAN 4

A. Hasil Uji Validitas Kualitas Komunikator

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	total
P1	Pearson Correlation	1	.219**	.129	.050	-.054	.054	.104	-.086	.095	.030	.145	.177*	.172*	-.014	.175*	.043	.078	.013	.182*	.314**
	Sig. (2-tailed)		.006	.106	.535	.497	.497	.195	.284	.237	.712	.068	.026	.031	.860	.028	.591	.329	.870	.022	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P2	Pearson Correlation	.219**	1	.071	.128	.211**	.081	-.034	.039	.031	.088	.107	-.020	.178*	.050	-.130	.044	.090	-.099	.184*	.280**
	Sig. (2-tailed)	.006		.374	.108	.008	.314	.667	.626	.701	.273	.180	.799	.025	.535	.103	.583	.259	.217	.021	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P3	Pearson Correlation	.129	.071	1	.373**	.207**	.233**	.155	.099	.173*	.216**	.347**	.236**	.231**	.185*	.172*	.228**	.127	.278**	.077	.518**
	Sig. (2-tailed)	.106	.374		.000	.009	.003	.052	.217	.030	.007	.000	.003	.003	.020	.030	.004	.111	.000	.335	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P4	Pearson Correlation	.050	.128	.373**	1	.551**	.384**	.210**	.180*	.275**	.208**	.524**	.274**	.227**	.177*	.183*	.187*	.144	.232**	.103	.637**
	Sig. (2-tailed)	.535	.108	.000		.000	.000	.008	.024	.000	.009	.000	.000	.004	.026	.021	.019	.072	.003	.198	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P5	Pearson Correlation	-.054	.211**	.207**	.551**	1	.459**	.298**	.351**	.170*	.169*	.225**	.124	.224**	.160*	.125	.275**	.093	.261**	.090	.575**

[illegible]

P 11	Pearson Correlation	.145	.107	.347**	.524**	.225**	.240**	.107	.010	.141	.014	1	.203*	.224**	.214**	.068	.090	.156	.231**	.135	.500**
	Sig. (2-tailed)	.068	.180	.000	.000	.004	.002	.181	.896	.078	.863		.011	.005	.007	.394	.262	.050	.003	.090	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 12	Pearson Correlation	.177*	-.020	.236**	.274**	.124	.330**	.254**	.125	.198*	.241**	.203*	1	.364**	.195*	.264**	.190*	.259**	.086	-.028	.528**
	Sig. (2-tailed)	.026	.799	.003	.000	.120	.000	.001	.117	.013	.002	.011		.000	.014	.001	.017	.001	.281	.725	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 13	Pearson Correlation	.172*	.178*	.231**	.227**	.224**	.248**	.219**	.107	.160*	.192*	.224**	.364**	1	.515**	.021	.082	.255**	.185*	-.005	.549**
	Sig. (2-tailed)	.031	.025	.003	.004	.005	.002	.006	.181	.045	.015	.005	.000		.000	.792	.304	.001	.020	.951	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 14	Pearson Correlation	-.014	.050	.185*	.177*	.160*	.290*	.090	.189*	.070	.128	.214**	.195*	.515**	1	.173*	.110	.010	-.005	-.070	.428**
	Sig. (2-tailed)	.860	.535	.020	.026	.044	.000	.261	.017	.379	.109	.007	.014	.000		.030	.170	.899	.947	.384	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 15	Pearson Correlation	.175*	-.130	.172*	.183*	.125	.351**	.118	-.039	.137	.020	.068	.264**	.021	.173*	1	.471**	-.212**	-.075	.170*	.379**
	Sig. (2-tailed)	.028	.103	.030	.021	.117	.000	.139	.626	.085	.800	.394	.001	.792	.030		.000	.007	.349	.033	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 16	Pearson Correlation	.043	.044	.228**	.187*	.275**	.512**	.165*	.308**	.077	.137	.090	.190*	.082	.110	.471**	1	.155	.103	.093	.488**

	Sig. (2-tailed)	.591	.583	.004	.019	.000	.000	.038	.000	.339	.086	.262	.017	.304	.170	.000		.052	.198	.247	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 17	Pearson Correlation	.078	.090	.127	.144	.093	.126	.155	.171*	.147	.177*	.156	.259**	.255**	.010	-.212**	.155	1	.262**	-.008	.340**
	Sig. (2-tailed)	.329	.259	.111	.072	.246	.116	.051	.032	.065	.026	.050	.001	.001	.899	.007	.052		.001	.919	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 18	Pearson Correlation	.013	-.099	.278**	.232**	.261**	.150	.090	.118	.159*	.139	.231**	.086	.185*	-.005	-.075	.103	.262**	1	.069	.344**
	Sig. (2-tailed)	.870	.217	.000	.003	.001	.061	.262	.141	.046	.082	.003	.281	.020	.947	.349	.198	.001		.386	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P 19	Pearson Correlation	.182*	.184*	.077	.103	.090	.046	-.065	-.081	.158*	-.121	.135	-.028	-.005	-.070	.170*	.093	-.008	.069	1	.259**
	Sig. (2-tailed)	.022	.021	.335	.198	.261	.565	.414	.312	.047	.130	.090	.725	.951	.384	.033	.247	.919	.386		.001
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158
tot al	Pearson Correlation	.314**	.280**	.518**	.637**	.575**	.655**	.445**	.400**	.469**	.409**	.500**	.528**	.549**	.428**	.379**	.488**	.340**	.344**	.259**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158	158

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

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

B. Hasil Uji Validitas Kualitas Pesan

Correlations

		P20	P21	P22	P23	P24	P25	total
P20	Pearson Correlation	1	.308**	.320**	.273**	.149	.222**	.562**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.062	.005	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158
P21	Pearson Correlation	.308**	1	.554**	.381**	.173*	.148	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.029	.064	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158
P22	Pearson Correlation	.320**	.554**	1	.432**	.071	.017	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.379	.831	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158
P23	Pearson Correlation	.273**	.381**	.432**	1	.118	.144	.641**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.141	.071	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158
P24	Pearson Correlation	.149	.173*	.071	.118	1	.673**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.062	.029	.379	.141		.000	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158
P25	Pearson Correlation	.222**	.148	.017	.144	.673**	1	.607**
	Sig. (2-tailed)	.005	.064	.831	.071	.000		.000
	N	158	158	158	158	158	158	158
total	Pearson Correlation	.562**	.683**	.632**	.641**	.605**	.607**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	158	158	158	158	158	158	158

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

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

P32	Pearson Correlation	.162 [*]	.355 ^{**}	.323 ^{**}	.074	.191 [*]	.028	1	.078	.638 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.041	.000	.000	.356	.016	.725		.331	.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158
P33	Pearson Correlation	.118	.129	.011	.268 ^{**}	-.101	.025	.078	1	.302 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.141	.107	.889	.001	.207	.759	.331		.000
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158
total	Pearson Correlation	.446 ^{**}	.648 ^{**}	.675 ^{**}	.293 ^{**}	.474 ^{**}	.253 ^{**}	.638 ^{**}	.302 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	158	158	158	158	158	158	158	158	158

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

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

D. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Komunikator

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	19

E. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pesan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.681	6

F. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.538	8



LAMPIRAN 5

A. Hasil Distribusi Frekuensi Usia Responden

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-24	1	.6	.6	.6
	25-34	25	15.8	15.8	16.5
	35-44	67	42.4	42.4	58.9
	45-54	52	32.9	32.9	91.8
	55-64	12	7.6	7.6	99.4
	65-74	1	.6	.6	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

B. Hasil Distribusi Frekuensi Pendidikan Responden

Pendidikan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	24	15.2	15.2	15.2
	SMP	24	15.2	15.2	30.4
	SMA	60	38.0	38.0	68.4
	D3	5	3.2	3.2	71.5
	Sarjana	45	28.5	28.5	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

C. Hasil Distribusi Frekuensi Kualitas Komunikator

P1		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	1.9	1.9	1.9
	tidak setuju	25	15.8	15.8	17.7
	setuju	83	52.5	52.5	70.3
	sangat setuju	47	29.7	29.7	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	1.9	1.9	1.9
	tidak setuju	34	21.5	21.5	23.4
	setuju	83	52.5	52.5	75.9
	sangat setuju	38	24.1	24.1	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.6	.6	.6
	tidak setuju	5	3.2	3.2	3.8
	setuju	90	57.0	57.0	60.8
	sangat setuju	62	39.2	39.2	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	32	20.3	20.3	20.3
	setuju	83	52.5	52.5	72.8
	sangat setuju	43	27.2	27.2	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	2.5	2.5	2.5
	tidak setuju	35	22.2	22.2	24.7
	setuju	93	58.9	58.9	83.5
	sangat setuju	26	16.5	16.5	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	24	15.2	15.2	16.5
	setuju	95	60.1	60.1	76.6
	sangat setuju	37	23.4	23.4	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	3.2	3.2	3.2
	setuju	84	53.2	53.2	56.3
	sangat setuju	69	43.7	43.7	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	5	3.2	3.2	4.4
	setuju	83	52.5	52.5	57.0
	sangat setuju	68	43.0	43.0	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	18	11.4	11.4	12.7
	setuju	81	51.3	51.3	63.9
	sangat setuju	57	36.1	36.1	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	7	4.4	4.4	4.4
	setuju	84	53.2	53.2	57.6
	sangat setuju	67	42.4	42.4	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	1.9	1.9	1.9
	tidak setuju	45	28.5	28.5	30.4
	setuju	85	53.8	53.8	84.2
	sangat setuju	25	15.8	15.8	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	24	15.2	15.2	16.5
	setuju	79	50.0	50.0	66.5
	sangat setuju	53	33.5	33.5	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	42	26.6	26.6	27.8
	setuju	80	50.6	50.6	78.5
	sangat setuju	34	21.5	21.5	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	26	16.5	16.5	16.5
	tidak setuju	82	51.9	51.9	68.4
	setuju	42	26.6	26.6	94.9
	sangat setuju	8	5.1	5.1	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	6	3.8	3.8	3.8
	tidak setuju	79	50.0	50.0	53.8
	setuju	49	31.0	31.0	84.8
	sangat setuju	24	15.2	15.2	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	24	15.2	15.2	16.5
	setuju	112	70.9	70.9	87.3
	sangat setuju	20	12.7	12.7	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	6	3.8	3.8	3.8
	setuju	95	60.1	60.1	63.9
	sangat setuju	57	36.1	36.1	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	3.2	3.2	3.2
	setuju	87	55.1	55.1	58.2
	sangat setuju	66	41.8	41.8	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	16	10.1	10.1	10.1
	tidak setuju	68	43.0	43.0	53.2
	setuju	59	37.3	37.3	90.5
	sangat setuju	15	9.5	9.5	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

D. Hasil Distribusi Frekuensi Kualitas Pesan**P20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	.6	.6	.6
	setuju	79	50.0	50.0	50.6
	sangat setuju	78	49.4	49.4	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.6	.6	.6
	tidak setuju	33	20.9	20.9	21.5
	setuju	92	58.2	58.2	79.7
	sangat setuju	32	20.3	20.3	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.6	.6	.6
	tidak setuju	21	13.3	13.3	13.9
	setuju	92	58.2	58.2	72.2
	sangat setuju	44	27.8	27.8	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.6	.6	.6
	tidak setuju	27	17.1	17.1	17.7
	setuju	76	48.1	48.1	65.8
	sangat setuju	54	34.2	34.2	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	2.5	2.5	2.5
	tidak setuju	14	8.9	8.9	11.4
	setuju	88	55.7	55.7	67.1
	sangat setuju	52	32.9	32.9	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	3.2	3.2	3.2
	tidak setuju	9	5.7	5.7	8.9
	setuju	89	56.3	56.3	65.2
	sangat setuju	55	34.8	34.8	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

E. Hasil Distribusi Frekuensi Tingkat Pengetahuan

P26

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	28	17.7	17.7	17.7
	benar	130	82.3	82.3	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P27

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	29	18.4	18.4	18.4
	benar	129	81.6	81.6	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P28

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	46	29.1	29.1	29.1
	benar	112	70.9	70.9	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P29

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	27	17.1	17.1	17.1
	benar	131	82.9	82.9	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P30

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	113	71.5	71.5	71.5
	benar	45	28.5	28.5	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P31

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	40	25.3	25.3	25.3
	benar	118	74.7	74.7	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P32

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	97	61.4	61.4	61.4
	benar	61	38.6	38.6	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

P33

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	salah	24	15.2	15.2	15.2
	benar	134	84.8	84.8	100.0
	Total	158	100.0	100.0	



A. Hasil Uji Analisis Deskriptif Statistika

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Kualitas Komunikator	158	57.65	5.671
Kualitas Pesan	158	19.18	2.456
Tingkat Pengetahuan	158	5.44	1.148
Valid N (listwise)	158		

B. Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Kualitas Komunikator	Kualitas Pesan	Tingkat Pengetahuan
Kualitas Komunikator	Pearson Correlation	1	.478**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	158	158	158
Kualitas Pesan	Pearson Correlation	.478**	1	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	158	158	158
Tingkat Pengetahuan	Pearson Correlation	.813**	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	158	158	158

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

C. Hasil Uji Regresi Linear Kualitas Komunikator dan Tingkat Pengetahuan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.661	.659	.670

a. Predictors: (Constant), Kualitas Komunikator

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.048	.547		-7.407	.000
	Kualitas Komunikator	.165	.009	.813	17.450	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Pengetahuan

D. Hasil Uji Regresi Linear Kualitas Pesan dan Tingkat Pengetahuan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.376	.372	.910

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pesan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.057	.571		-.099	.921
	Kualitas Pesan	.287	.030	.613	9.702	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Pengetahuan

E. Hasil Uji Regresi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.727	.723	.604

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pesan, Kualitas Komunikator

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.036	.518		-9.716	.000
	Kualitas Komunikator	.136	.010	.674	14.102	.000
	Kualitas Pesan	.136	.022	.291	6.099	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Pengetahuan