

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan, Metode dan Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen kuasi (*quasi experiment*). Metode eksperimen kuasi digunakan untuk menghasilkan program bimbingan karir yang efektif dalam meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl*. Sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan tujuan penelitian, guna menguji efektivitas program bimbingan karir dalam meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* pada Agensi Eta Pro'Comm Bandung, maka penelitian menggunakan metode penelitian eksperimen kuasi yaitu rancangan penelitian yang mempunyai kelompok kontrol, tetapi tidak dapat berfungsi sepenuhnya untuk mengontrol/mengendalikan variabel-variabel luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen. Dalam eksperimen kuasi tidak dilakukan penugasan random (*random assigment*), melainkan melakukan pengelompokan subjek penelitian berdasarkan kelompok yang terbentuk sebelumnya (Mohammad Ali, 1993: 140).

Dalam desain ini, baik kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol diambil berdasarkan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Dua kelompok yang ada diberi *pretest*, kemudian diberikan perlakuan (*treatment*) berupa layanan program bimbingan karir pada kelompok eksperimen dan perlakuan konvensional pada kelompok kontrol, dan terakhir diberikan *posttest*.

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository. 69 | perpustakaan.upi.edu

Desain penelitian digambarkan sebagai berikut.

**Tabel 3.1**  
**Desain Penelitian**

Kelompok Eksperimen	Pretest	X	Posttest
Kelompok Kontrol	Pretest	-	Posttest

Keterangan:

- X : Perlakuan  
- : Tanpa Perlakuan

## **B. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Lokasi**

Penelitian dilakukan di Kantor Agensi Eta Pro'Comm yang bertempat di Jalan Subang Raya No. 60 Antapani Bandung.

### **2. Populasi**

Populasi penelitian adalah *Sales Promotion Girl* pada Agensi Eta Pro'Comm Bandung yang berjumlah 58 orang.

### **3. Sampel**

Sampel ditentukan untuk memperoleh informasi tentang obyek penelitian dengan mengambil representasi populasi yang diprediksikan terhadap seluruh populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara mengambil sampel yang didasarkan atas adanya tujuan tertentu, dan berbagai pertimbangan peneliti (Arikunto, 2022:117).

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

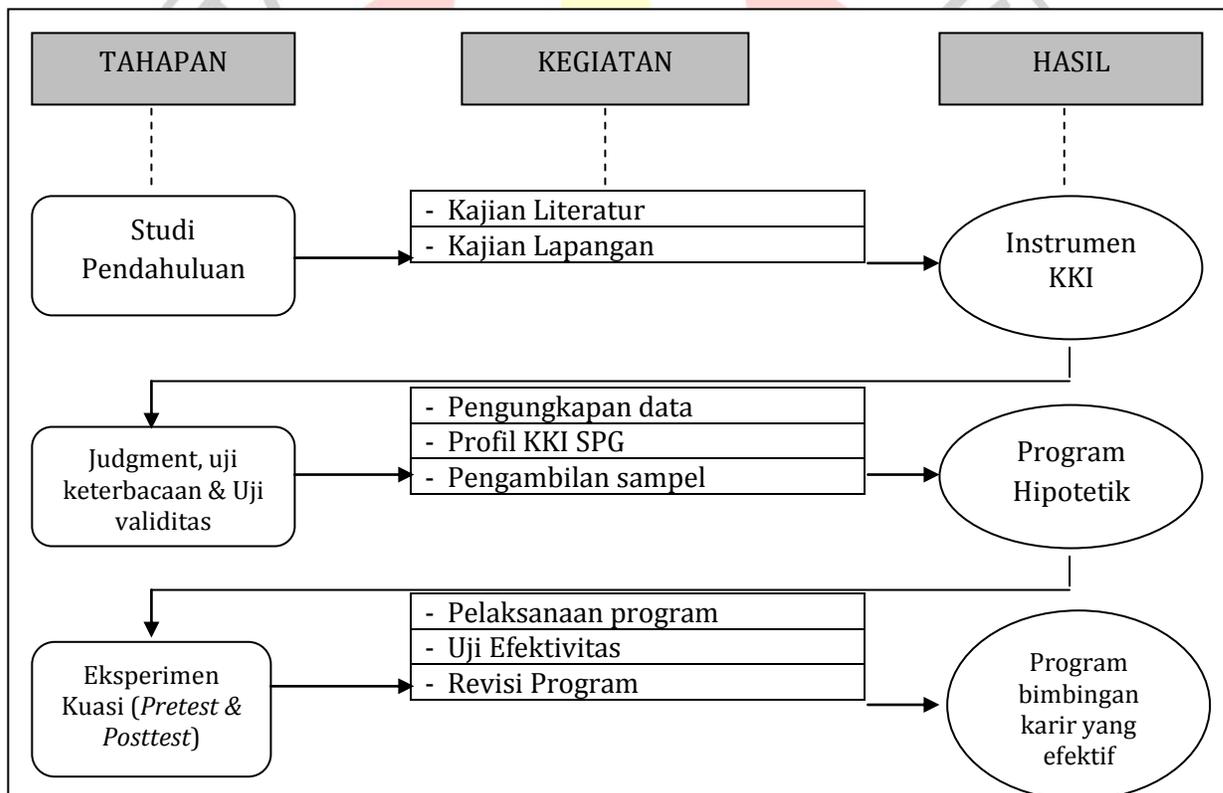
Sampel penelitian adalah *Sales Promotion Girl* yang teridentifikasi memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yang belum mencapai kategori sangat kompeten. Adapun langkah-langkah menentukan sampel penelitian adalah sebagai berikut.

- a. Menyebarkan instrumen kompetensi komunikasi interpersonal kepada seluruh *Sales Promotion Girl* yang tergabung dalam Agensi Eta Pro'Comm sejumlah 58 orang.
- b. Mengambil *Sales Promotion Girl* yang belum mencapai kategori sangat kompeten.

Langkah pengambilan sampel tersebut dimaksud agar dapat menyaring *Sales Promotion Girl* yang berada pada kategori: (1) sangat kompeten; (2) kompeten; (3) tidak kompeten; dan (4) sangat tidak kompeten. Berdasarkan kategori tersebut diperoleh 40 orang *Sales Promotion Girl* sebagai sampel penelitian.

### **C. Alur Penelitian**

Tujuan akhir penelitian adalah menghasilkan program bimbingan karir yang efektif untuk meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl*. Dalam rangka menghasilkan program bimbingan karir yang efektif dilakukan sejumlah langkah-langkah penelitian sebagaimana digambarkan dalam alur penelitian sebagai berikut.



**Bagan 3.1**  
**Alur penelitian Program Bimbingan Karir untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl**

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

#### D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian terdapat dua variabel yaitu komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* dan program bimbingan karir, definisi dari kedua variabel tersebut diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

Variabel adalah objek penelitian yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikuto, 1993:91). Dalam penelitian terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan terikat. Adapun variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah:

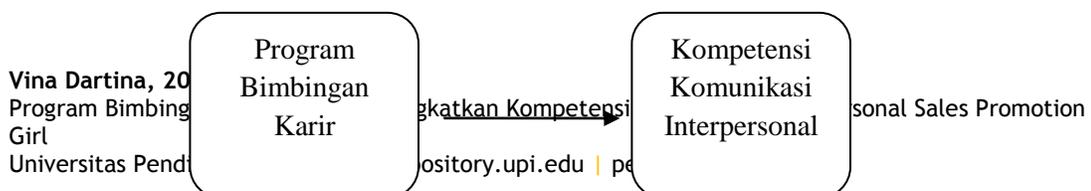
##### 1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel bebas adalah program bimbingan karir.

##### 2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel terikat adalah kompetensi komunikasi interpersonal.

Hubungan antara kedua variabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.



## **Bagan 3.2** **Hubungan antar variabel**

### **E. Pengembangan Instrumen Penelitian**

#### **1. Definisi Kompetensi Komunikasi Interpersonal**

Kompetensi komunikasi interpersonal dalam penelitian ini mengacu pada pengertian komunikasi interpersonal yang dikembangkan oleh beberapa tokoh dengan pengertian sebagai berikut.

Spitzberg dan Cupach (1989:112) menjelaskan bahwa “kompetensi seseorang dalam melakukan sebuah komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif yang memengaruhi kandungan pesan dan bentuk komunikasi”.

Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Spitzberg dan Cupach, De Vito (1997:213) menyebutkan bahwa kompetensi komunikasi interpersonal mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (*context*) dalam memengaruhi kandungan pesan (*content*) dan bentuk komunikasi, seperti pengetahuan bahwa pesan apa yang layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu, dan juga pengetahuan tentang cara perilaku non verbal, misalnya kepatutan sentuhan, suara, serta kedekatan fisik yang merupakan bagian dari kompetensi komunikasi interpersonal. Kompetensi komunikasi interpersonal dikatakan efektif ditandai

dengan lima aspek, yaitu a) keterbukaan; b) empati; c) dukungan; d) kepositifan; e) kesamaan De Vito (1997:259).

Menurut Trenholm dan Jensen (1996) kompetensi komunikasi interpersonal meliputi a) kompetensi pesan, yaitu kemampuan untuk memilih pesan yang dapat dimengerti orang lain dan untuk merespon pesan yang orang lain berikan; b) kompetensi *interpretative*, yaitu kemampuan untuk mendeskripsikan, mengorganisasikan, dan menterjemahkan kondisi yang terjadi sewaktu individu berinteraksi dengan orang lain; c) kompetensi peran, yakni sebuah kemampuan untuk mengambil suatu peran sosial dan mengetahui perilaku apa yang tepat untuk peran tersebut; d) kompetensi diri, yang merupakan kemampuan untuk menentukan dan menampilkan imej diri yang diinginkan; e) kompetensi tujuan, yaitu kemampuan untuk menentukan tujuan atau dengan kata lain kemampuan untuk mengantisipasi konsekuensi yang mungkin terjadi dengan perilaku yang efektif.

Menurut Reardon (1987), terdapat dua jenis kemampuan sosial yang penting dimiliki dan berkaitan dengan kompetensi komunikasi interpersonal, yaitu:

- a. Kemampuan-kemampuan kognitif, meliputi: empati, pengambilan perspektif sosial, kompleksitas kognitif, sensitivitas terhadap standar-standar suatu hubungan, pengetahuan situasional, dan mengawasi diri.
- b. Kemampuan-kemampuan behavioral, meliputi: keterlibatan interaksi (sikap tanggap, sikap perspektif, dan sikap penuh perhatian), manajemen interaksi, fleksibilitas perilaku, mendengarkan, gaya sosial, dan kecemasan komunikasi.

**Vina Dartina, 2013**

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pendapat Spitzberg dan Cupach menekankan pada kemampuan seseorang dalam mengolah sebuah proses komunikasi pada penekanan memengaruhi orang lain. Sementara itu, Trenholm dan Jenssen lebih menitikberatkan pada kemampuan komunikator dalam beraksi menanggapi sebuah proses komunikasi dengan cara menilai diri secara keseluruhan, sehingga respon ataupun *feedback* yang diberikan pada lawan bicara akan tepat guna.

Pengertian Reardon berorientasi pada kepekaan komunikator dalam menentukan sikap saat melakukan sebuah komunikasi. Komunikator sebagai pemberi pesan dituntut untuk memiliki sensitivitas dalam menilai komunikan dan lingkungan sekitar saat terjadi suatu interaksi.

Secara garis besar, tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari pendapat para tokoh mengenai kompetensi komunikasi interpersonal, kesemuanya berorientasi pada pengetahuan dan kemampuan. Akan tetapi, De Vito memberikan pengertian secara lebih detail, tidak hanya mengacu pada aspek pengetahuan akan cara berkomunikasi secara verbal, komunikasi non verbal pun menjadi hal yang sangat penting. De Vito secara langsung menyebutkan kompetensi komunikasi interpersonal, ditandai oleh lima aspek, yaitu: a) keterbukaan; b) empati; c) dukungan; d) kepositifan; dan e) kesamaan.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah disampaikan oleh tokoh-tokoh dalam bidang komunikasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kompetensi komunikasi interpersonal merupakan suatu keahlian seseorang menyampaikan pesan kepada

**Vina Dartina, 2013**

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

orang lain untuk memecahkan permasalahan, pengambilan keputusan, pengendalian konflik, melakukan suatu transaksi penjualan, dan pemberian umpan balik pada situasi tertentu. Indikator seseorang yang memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yaitu pemilihan, pengorganisasian dan penjelasan pesan dengan tepat, penampilan menarik, penyesuaian diri, penentuan tujuan, empati, kepositifan, pengambilan perspektif sosial, keterbukaan, kompleksitas kognitif, dukungan, sensitivitas terhadap standar-standar suatu hubungan, pengetahuan situasional, keterlibatan interaksi, manajemen interaksi, fleksibilitas perilaku, mendengarkan, gaya sosial, kesetaraan dan kecemasan komunikasi

Secara lebih spesifik, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kompetensi komunikasi interpersonal mengacu pada kemampuan *Sales Promotion Girl* pada Agensi Eta Pro Comm dalam menyampaikan pesan kepada konsumen dilihat dari aspek keterbukaan, empati, dukungan, kepositifan, dan kesamaan pada waktu menawarkan dan menjual produk, yang ditandai dengan indikator sebagai berikut.

a. Keterbukaan

- 1) Jujur terhadap lawan bicara.
- 2) Kesiapan atas segala reaksi yang diberikan oleh lawan bicara.
- 3) Menerima dengan senang hati informasi yang disampaikan.

b. Empati

- 1) Memperhatikan pesan dari lawan bicara.
- 2) Mengetahui perasaan lawan bicara.

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

c. Dukungan

- 1) Menghargai orang lain tanpa pengecualian.
- 2) Memberi semangat lawan bicara untuk berkomunikasi aktif.
- 3) Memberikan kesempatan kepada lawan bicara.

d. Kepositifan

- 1) Memberikan penilaian positif pada lawan bicara.
- 2) Menciptakan situasi kondusif agar tercipta komunikasi yang efektif.

e. Kesetaraan

- 1) Membuat nyaman lawan bicara.
- 2) Memandang objektif terhadap lawan bicara.

## 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Berdasarkan jenis data yang diperlukan dalam penelitian maka dikembangkan alat pengumpul data yang berupa skala kompetensi komunikasi interpersonal, digunakan untuk memperoleh gambaran kompetensi komunikasi interpersonal sebelum dan sesudah mengikuti program bimbingan karier. Angket menggunakan format *rating scale* (skala penilaian) model *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan.

Instrumen kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* dikembangkan berdasarkan definisi operasional variabel. Instrumen ini berisi pernyataan-pernyataan tentang kompetensi komunikasi interpersonal merujuk pada aspek keterbukaan, kepositifan, empati, dukungan, dan kesamaan berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh De Vito (1989). Adapun kisi-kisi instrumen disajikan dalam Tabel 3.2 berikut.

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Instrumen Komunikasi Interpersonal Sebelum Validasi**

NO.	Aspek	Indikator	Pernyataan		Σ
			Positif (+)	Negatif (-)	
1.	Keterbukaan (kemampuan menerima informasi di dalam menghadapi hubungan interpersonal)	Jujur terhadap lawan bicara	1,2,3,5,7,8,9	4,6,10	10
		Siap atas segala reaksi yang diberikan oleh lawan bicara	11,12,13,14,16,17,19	15,18,20	10
		Menerima dengan senang hati informasi yang disampaikan.	21,22,23,24,25,26,27,29,30	28	10
2.	Empati (kemampuan mengetahui yang sedang dialami orang lain pada suatu saat	Memperhatikan pesan dari lawan bicara	31,32,33,35,36,37,38,39,40	34	10

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

NO.	Aspek	Indikator	Pernyataan		Σ
			Positif (+)	Negatif (-)	
	tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang tersebut)	Mengetahui perasaan lawan bicara	41,42,43,44,46,47,48,49,50	45	10
3.	Dukungan (situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung secara efektif)	Penghargaan terhadap orang lain tanpa pengecualian.	51,52,53,54,56,58,59,60	55,57	10
		Memberi semangat lawan bicara untuk berkomunikasi aktif.	61,63,65,66,67,68,69,70	62,64	10
		Membuka kesempatan kepada lawan bicara.	71,72,73,74,75,76,77,80	78,79	10
4.	Kepositifan (adanya kecenderungan bertindak pada diri komunikator secara positif pada diri komunikannya)	Menilai positif pada lawan bicara	82,83,84,85,86,87,88,90	81,89	10
		Menciptakan situasi kondusif agar tercipta komunikasi yang efektif	91,92,93,94,96,98,99,100	95,97	10
5.	Kesamaan/Kesetaraan (pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan)	Membuat nyaman lawan bicara	102,103,104,106,108,109,110	101,105,107	10
		Memandag objektif lawan bicara.	113,114,115,116,117,118	111,112,119,120	10
<b>TOTAL</b>			94	26	120

Tabel 3.3

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**Kisi-kisi Instrumen Komunikasi Interpersonal Setelah Validasi**

NO.	Aspek	Indikator	Pernyataan		Σ
			Positif (+)	Negatif (-)	
1.	Keterbukaan (kemampuan menerima informasi di dalam menghadapi hubungan interpersonal)	Jujur terhadap lawan bicara	1,2,3,7,8,9	-	6
		Siap atas segala reaksi yang diberikan oleh lawan bicara	11,12,13,14,17,19	-	6
		Menerima dengan senang hati informasi yang disampaikan.	21,22,23,24,25,26,27,29,30	-	9
2.	Empati (kemampuan mengetahui yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata -orang tersebut)	Memperhatikan pesan dari lawan bicara	31,32,33,35,36,37,38,40	-	8
		Mengetahui perasaan lawan bicara	41,42,43,44,46,47,48,49,50	-	9
3.	Dukungan (situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung secara efektif)	Penghargaan terhadap orang lain tanpa pengecualian.	51,52,53,54,58,59,60	-	7
		Memberi semangat lawan bicara untuk berkomunikasi aktif.	61,63,65,66,67,68,69,70	-	8
		Membuka kesempatan kepada lawan bicara.	71,72,73,74,75,76,77,80	-	8
4.	Kepositifan (adanya kecenderungan	Menilai positif pada lawan bicara	102,103,104,106,108,109,110	-	7

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

NO.	Aspek	Indikator	Pernyataan		Σ
			Positif (+)	Negatif (-)	
	bertindak pada diri komunikator secara positif pada diri komunikan)	Menciptakan situasi kondusif agar tercipta komunikasi yang efektif	113,114,115, 116,117,118	-	6
5.	Kesamaan/Kesetaraan (pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan)	Membuat nyaman lawan bicara	102,103,104, 106,108,109, 110	-	7
		Memandang objektif lawan bicara.	113,114,115, 116,117,118	-	6
<b>TOTAL</b>			90	0	90

### 3. Uji Kelayakan Instrumen

Penimbang instrumen adalah Dr. H. Mubiar Agustin, M. Pd., H. Nandang Budiman, S. Pd., M. Si., yang merupakan pakar dalam bimbingan dan konseling, serta Drs. Yaya Sunarya M. Pd., yang merupakan pakar dalam testing psikologis dan konstruksi tes.

Instrumen yang telah memperoleh penilaian dari ketiga pakar kemudian direvisi sesuai dengan saran dan masukan dari para penimbang tersebut. Setelah itu instrumen yang telah direvisi disebar pada seluruh populasi penelitian.

### 4. Uji Keterbacaan Instrumen

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Uji keterbacaan oleh lima responden dengan karakteristik yang cenderung sama dengan *Sales Promotion Girl*, untuk mengetahui tingkat keterbacaan setiap item agar mudah dipahami oleh responden, mengetahui kata-kata yang kurang dipahami, sehingga kalimat dalam pernyataan dapat disederhanakan tanpa mengubah maksud pernyataan tersebut. Setelah uji keterbacaan, pernyataan-pernyataan yang tidak dipahami kemudian direvisi sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat dimengerti oleh *Sales Promotion Girl* dan kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya.

### 5. Uji Validitas Item

Untuk menguji validitas konstruk, yang pertama digunakan pendapat dari dua orang ahli (*judgment experts*), pada bidang yang diteliti. Para ahli diminta pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun. Setelah pengujian konstruk dari ahli dan berdasarkan pengalaman empiris di lapangan selesai, maka diteruskan dengan uji coba instrumen. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

- 1) Menghitung koefisien korelasi product moment/ r hitung ( $r_{xy}$ ), dengan menggunakan rumus seperti berikut.

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

(Arikunto, 2006)

Keterangan:

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$r_{XY}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Item soal yang dicari validitasnya

Y = Skor total yang diperoleh sampel

## 2) Proses pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan didasarkan pada kriteria sebagai berikut.

- a) Jika r hitung positif, dan r hitung  $\geq 0,3$ , maka butir soal valid
- b) Jika r hitung negatif, dan r hitung  $< 0,3$ , maka butir soal tidak valid

Menurut Masrun dalam Sugiyono (2007 : 188-189), item yang dipilih (valid) adalah yang memiliki tingkat korelasi  $\geq 0,3$ . Jadi, semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut semakin mengenai sasarannya atau semakin menunjukkan yang seharusnya diukur.

Untuk lebih jelas tentang uji validitas item data, berikut disajikan hasil rekapitulasi uji validitas kompetensi komunikasi interpersonal dengan menggunakan program Ms. Excel 2007 sebagai berikut.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Perhitungan Pengujian Validasi Item**

No Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria	No Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria
1	0.42	0.30	Valid	61	0.44	0.30	Valid
2	0.40	0.30	Valid	62	-0.33	0.30	Invalid
3	0.32	0.30	Valid	63	0.40	0.30	Valid
4	0.14	0.30	Invalid	64	0.01	0.30	Invalid
5	0.03	0.30	Invalid	65	0.39	0.30	Valid
6	-0.19	0.30	Invalid	66	0.35	0.30	Valid
7	0.33	0.30	Valid	67	0.36	0.30	Valid
8	0.31	0.30	Valid	68	0.38	0.30	Valid

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria	No Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria
9	0.41	0.30	Valid	69	0.50	0.30	Valid
10	-0.02	0.30	Invalid	70	0.63	0.30	Valid
11	0.37	0.30	Valid	71	0.36	0.30	Valid
12	0.34	0.30	Valid	72	0.49	0.30	Valid
13	0.34	0.30	Valid	73	0.42	0.30	Valid
14	0.50	0.30	Valid	74	0.37	0.30	Valid
15	-0.17	0.30	Invalid	75	0.50	0.30	Valid
16	0.46	0.30	Valid	76	0.32	0.30	Valid
17	0.37	0.30	Valid	77	0.36	0.30	Valid
18	0.03	0.30	Invalid	78	-0.34	0.30	Invalid
19	0.45	0.30	Valid	79	-0.15	0.30	Invalid
20	-0.41	0.30	Invalid	80	0.55	0.30	Valid
21	0.38	0.30	Valid	81	-0.20	0.30	Invalid
22	0.62	0.30	Valid	82	0.35	0.30	Valid
23	0.42	0.30	Valid	83	0.50	0.30	Valid
24	0.61	0.30	Valid	84	0.37	0.30	Valid
25	0.34	0.30	Valid	85	0.34	0.30	Valid
26	0.39	0.30	Valid	86	0.55	0.30	Valid
27	0.58	0.30	Valid	87	0.33	0.30	Valid
28	-0.30	0.30	Invalid	88	0.43	0.30	Valid
29	0.11	0.30	Invalid	89	-0.10	0.30	Invalid
30	0.44	0.30	Valid	90	0.37	0.30	Valid
31	0.33	0.30	Valid	91	0.46	0.30	Valid
32	0.34	0.30	Valid	92	0.46	0.30	Valid
33	0.36	0.30	Valid	93	0.53	0.30	Valid
34	0.08	0.30	Invalid	94	0.44	0.30	Valid
35	0.36	0.30	Valid	95	-0.31	0.30	Invalid
36	0.52	0.30	Valid	96	0.42	0.30	Valid
37	0.33	0.30	Valid	97	-0.07	0.30	Invalid
38	0.37	0.30	Valid	98	0.42	0.30	Valid
39	0.15	0.30	Invalid	99	0.35	0.30	Valid
40	0.38	0.30	Valid	100	0.34	0.30	Valid
41	0.41	0.30	Valid	101	-0.06	0.30	Invalid
42	0.33	0.30	Valid	102	0.35	0.30	Valid
43	0.37	0.30	Valid	103	0.42	0.30	Valid

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria	No Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Kriteria
44	0.51	0.30	Valid	104	0.37	0.30	Valid
45	0.13	0.30	Invalid	105	-0.14	0.30	Invalid
46	0.33	0.30	Valid	106	0.34	0.30	Valid
47	0.34	0.30	Valid	107	-0.12	0.30	Invalid
48	0.35	0.30	Valid	108	0.45	0.30	Valid
49	0.36	0.30	Valid	109	0.30	0.30	Valid
50	0.37	0.30	Valid	110	0.34	0.30	Valid
51	0.69	0.30	Valid	111	-0.01	0.30	Invalid
52	0.34	0.30	Valid	112	0.05	0.30	Invalid
53	0.40	0.30	Valid	113	0.49	0.30	Valid
54	0.53	0.30	Valid	114	0.49	0.30	Valid
55	-0.13	0.30	Invalid	115	0.60	0.30	Valid
56	0.04	0.30	Invalid	116	0.41	0.30	Valid
57	-0.09	0.30	Invalid	117	0.46	0.30	Valid
58	0.52	0.30	Valid	118	0.46	0.30	Valid
59	0.44	0.30	Valid	119	-0.07	0.30	Invalid
60	0.38	0.30	Valid	120	0.04	0.30	Invalid

Berdasarkan Tabel 3.4 tampak bahwa dari 120 pernyataan, item yang valid ada 90 pernyataan dan yang tidak valid ada 30 pernyataan. Item yang tidak valid artinya bahwa item tersebut tidak dapat mengukur yang seharusnya diukur.

## 6. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian derajat konsistensi (kejelasan) instrument pengumpul data. Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketetapan setiap item yang digunakan.

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) melalui tahapan sebagai berikut.

*Pertama*, menghitung nilai reliabilitas atau  $r$  hitung ( $r_{11}$ ) dengan menggunakan rumus berikut.

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = Reliabilitas tes yang dicari
- $\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- $\sigma_t^2$  = Varians total
- $n$  = banyaknya soal

*Kedua*, mencari varians semua item menggunakan rumus berikut.

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Arikunto, 2002:109)

Keterangan :

- $\sum X$  = Jumlah Skor
- $\sum X^2$  = jumlah kuadrat skor
- $N$  = banyaknya sampel

Setelah diuji validitas butir soal/item dari variabel kompetensi komunikasi interpersonal, maka langkah selanjutnya adalah menguji apakah reliabilitas soal tersebut dengan menggunakan bantuan perhitungan program Ms Excel 2007 dan diperoleh hasil sebagai berikut.

Jumlah varian ( $\delta_i$ ) = 28,79

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Varian Total ( $\delta_t$ ) = 465,85

Reliabilitas = 0,95 (Sangat Tinggi)

Titik tolak ukur koefisien reliabilitas digunakan pedoman koefisien korelasi dari Sugiyono (1999 : 149) yang disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 3.5**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Merujuk pada tabel interpretasi nilai koefisien korelasi, maka reliabilitas instrumen ini dinyatakan sangat tinggi, karena 0,95 berada di antara 0,80-1,00. dengan kata lain, instrumen ini dapat digunakan untuk penelitian.

## F. Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan metode eksperimen kuasi yang menyajikan kondisi awal tentang kompetensi komunikasi interpersonal dan efektivitas program bimbingan karir. Untuk uji efektivitas program, dibandingkan hasil skor rata-rata antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Mengacu pada kepentingan tersebut, dilakukan analisis statistika untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memperoleh data dalam bentuk angka.

### 1. Teknik Analisis Kondisi Awal Kompetensi Komunikasi Interpersonal

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Teknik analisis pertama ditujukan untuk mengetahui kondisi awal kompetensi komunikasi interpersonal, alat yang digunakan berupa instrumen. Instrumen disusun berdasarkan kisi-kisi yang telah dibuat sehingga menghasilkan item-item pernyataan dan kemungkinan jawabannya. Instrumen digunakan untuk mengukur kompetensi komunikasi interpersonal rendah *Sales Promotion Girl*. Item pernyataan kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* menggunakan bentuk skala *Likert* yang dimodifikasi sehingga hanya terdiri dari empat alternatif jawaban, dengan pilihan Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Adapun yang menjadi alasan dimodifikasinya skala *Likert* tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Kategori *indecided*, yaitu mempunyai arti ganda, bisa juga diartikan netral atau ragu-ragu
- b. Dengan tersedianya jawaban di tengah, menimbulkan kecenderungan jawaban di tengah atau *central tendency effect*
- c. Maksud jawaban dengan empat tingkat kategori untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah tidak sesuai sehingga dapat mengurangi data penelitian yang hilang (Sutrisno Hadi, 1991:19-20).

Kriteria penskoran untuk mendapat skor angket kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut ini.

**Tabel 3.6**  
**Ketentuan Pemberian Skor Angket Kompetensi Komunikasi Interpersonal**  
**Sales Promotion Girl**

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Positif	3	2	1	0
Negatif	0	1	2	3

Pertanyaan No. 1 mengenai gambaran awal kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut.

- a. Menentukan Skor maksimal ideal yang diperoleh sampel:

Skor maksimal ideal = jumlah soal x skor tertinggi

- b. Menentukan Skor terendah ideal yang diperoleh sampel:

Skor minimal ideal = jumlah soal x skor terendah

- c. Mencari rentang skor ideal yang diperoleh sampel:

Rentang skor = Skor maksimal ideal – skor minimal ideal

- d. Mencari interval skor:

Interval skor = Rentang skor / 4

Berdasarkan langkah langkah di atas, didapat kriteria sebagai berikut.

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Gambaran Umum Variabel**

Kriteria	Rentang
Sangat Kompeten	$X > \text{Min Ideal} + 3.\text{Interval}$
Kompeten	$\text{Min Ideal} + 2.\text{Interval} < X \leq \text{Min Ideal} + 3.\text{Interval}$
Tidak Kompeten	$\text{Min Ideal} + \text{Interval} < X \leq \text{Min Ideal} + 2.\text{Interval}$
Sangat Tidak Kompeten	$X \leq \text{Min Ideal} + \text{Interval}$

(Sudjana 1996 : 47)

Berdasarkan kriteria gambaran umum variabel profil kompetensi komunikasi interpersonal, perolehan skor dikonversikan sebagai berikut.

**Tabel 3.8**

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### Konversi Skor Profil Kompetensi Komunikasi Interpersonal

Kategori	Skor	Penjelasan
<b>Sangat kompeten</b>	202.51 - 270.00	<i>Sales Promotion Girl</i> memiliki kemampuan komunikasi interpersonal pada 5 aspek, yakni keterbukaan, empati, dukungan, kepositifan, dan kesamaan.
<b>Kompeten</b>	135.01 - 202.50	<i>Sales Promotion Girl</i> setidaknya memiliki 3 aspek kemampuan komunikasi interpersonal.
<b>Tidak kompeten</b>	67.51 - 135.00	<i>Sales Promotion Girl</i> hanya memiliki 1 aspek kemampuan komunikasi interpersonal.
<b>Sangat tidak kompeten</b>	0.00 - 67.50	<i>Sales Promotion Girl</i> tidak memiliki kompetensi komunikasi interpersonal.

## 2. Teknik Uji Efektivitas Program Bimbingan Karir

Guna menjawab pertanyaan penelitian No. 3 tentang keefektifan program bimbingan karir yang efektif untuk meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* pada agensi Eta Pro Comm dilakukan dengan teknik uji t independen (*independent sample t test*) melalui analisis data kompetensi komunikasi interpersonal sebelum dan setelah mengikuti program bimbingan karir. Teknik uji ini dilakukan dengan cara membandingkan data pretest dan posttest, antara kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol. Tujuan uji ini adalah untuk memperoleh fakta empirik tentang keefektifan program bimbingan karir untuk meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* pada agensi Eta Pro Comm tersebut dibandingkan dengan kelompok kontrol. Teknik pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan *software statistical product and service solutions* (SPSS) versi 18.0.

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Prosedur pengujian efektivitas tersebut adalah sebagai berikut.

*Pertama*, menguji normalitas data pretest dan posttest kedua kelompok.

Pengujian normalitas data dilakukan dengan dengan statistik uji Z Kolmogrov-Smirnov ( $p > 0,05$ ) dengan menggunakan bantuan SPSS 18.0.

*Kedua*, menguji homogenitas varians data pretest dan posttest kedua kelompok ( $p > 0,05$ ) dengan bantuan SPSS 18.0.

*Ketiga*, uji perbedaan (efektivitas) program bimbingan karier untuk meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* pada agensi Eta Pro Comm menggunakan uji t independent (*Independent sample t test*) dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

#### a. Hipotesis

$$H_0 : \mu_{\text{eksperimen}} = \mu_{\text{kontrol}}$$

Tidak ada perbedaan rata-rata kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* pada agensi Eta Pro Comm sebelum dan setelah mengikuti program bimbingan karier.

$$H_1 : \mu_{\text{eksperimen}} > \mu_{\text{kontrol}}$$

Rata-rata kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl* pada agensi Eta Pro Comm setelah mengikuti program bimbingan karier lebih baik dibandingkan sebelum perlakuan.

#### b. Dasar Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dilakukan dengan dua cara, yaitu membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel atau dengan membandingkan nilai probabilitas yang diperoleh dengan  $\alpha=0,05$ .

Jika pengambilan keputusan berdasarkan nilai  $t$  hitung, maka kriterianya adalah terima  $H_0$  jika  $-t_{1-\frac{1}{2}\alpha} < t \text{ hitung} < t_{1-\frac{1}{2}\alpha}$ , dimana  $t_{1-\frac{1}{2}\alpha}$  didapat dari daftar tabel  $t$  dengan  $dk = (n_1 + n_2 - 1)$  dan peluang  $1-\frac{1}{2}\alpha$ . Untuk harga-harga  $t$  lainnya  $H_0$  ditolak.

Jika pengambilan keputusan berdasarkan angka probabilitas (nilai  $p$ ), maka kriterianya adalah:

- 1) Jika nilai  $p < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak
- 2) Jika nilai  $p > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima

### c. Mencari nilai $t$ hitung

Nilai  $t$  hitung ditentukan dengan rumus:

$$t_{\text{Hitung}} = \frac{\bar{Y}_1 - \bar{Y}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

Keterangan:

$\bar{Y}_1$  = rata-rata data kontrol

$\bar{Y}_2$  = rata-rata data eksperimen

$n_1$  = banyak sampel kelas kontrol

$n_2$  = banyak sampel kelas eksperimen

$s_1^2$  = varians kelompok kontrol

$s_2^2$  = varians kelompok eksperimen

(Furqon, 1997:167)

## G. Langkah-langkah Penelitian

Penelitian dilakukan melalui tiga tahap, yaitu: (1) tahap persiapan; (2) tahap pelaksanaan; dan (3) tahap pengolahan dan analisis data. Secara garis besar tahapan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan
  - a. Studi literatur berupa buku-buku yang membahas tentang kompetensi komunikasi interpersonal dan bimbingan karir yang merupakan salah satu teknik dari konseling kognitif perilaku.
  - b. Menentukan subjek penelitian.
  - c. Menyusun kisi-kisi dan instrumen penelitian berupa kuesioner.
2. Tahap Pelaksanaan
  - a. Pelaksanaan/implementasi layanan program bimbingan karir untuk meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal.
  - b. Observasi terhadap pelaksanaan program bimbingan karir pada kelompok eksperimen untuk mengetahui keefektifan layanan dalam meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal Sales Promotion Girl pada Agensi Eta Pro'Comm.
3. Tahap Pengolahan Data dan Analisis Data
  - a. Mengolah skor tes awal (*pretest*) dan tes akhir (*posttest*) kompetensi komunikasi interpersonal *Sales Promotion Girl*.
  - b. Menyajikan dan membahas hasil penelitian.

Vina Dartina, 2013

Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu