

BAB I

I.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Manusia adalah makhluk sosial yang mempunyai pengaruh pada individu yang lainnya. Terjalannya suatu hubungan dapat terjadi ketika individu berinteraksi dengan individu lainnya. Begitupun juga ketika orang-orang melakukan hal yang sama dan mempunyai tujuan yang sama secara berkelompok terbentuklah sebuah komunitas.

Dalam sebuah komunitas, *sense of community* merupakan bagian yang berperan penting, setiap anggotanya harus memiliki *sense of community* agar komunitasnya tetap bertahan dan hubungan yang berjalan semakin kuat. Komunitas merupakan kumpulan dari beberapa orang yang membentuk suatu kelompok dengan tujuan yang sama. Ketika anggota dalam sebuah komunitas menggunakan alat komunikasi dan banyak yang terlibat pada penggunaan internet (*online*).

Menghilangnya rasa komunitas (*lost community*) dapat terjadi karena jarak maupun waktu yang memisahkan seseorang sehingga mereka kehilangan rasa komunitas atau kehilangan *sense of community* namun dengan adanya fasilitas internet dapat menghubungkan kembali dan membangun *sense of community* yang telah hilang.

Perkembangan teknologi informasi menyebabkan hubungan dunia menjadi tanpa batas dan memicu terjadinya perubahan hubungan antar individu. Internet

tidak membatasi usia para penggunanya, pada kalangan orang tua pun juga dapat berhubungan via internet. Penelitian yang dilakukan di Australia, yang menunjukkan penggunaan internet dapat digunakan sebagai prediktor *sense of community* pada orang usia lanjut. Internet sebagai teknologi sosial yang dapat menciptakan sebuah hubungan. Penelitian tersebut membuktikan adanya hubungan antara penggunaan internet dan rasa kebersamaan dalam komunitas dimana tingginya penggunaan internet juga dapat meningkatkan rasa komunitas pada orang usia lanjut. Temuan ini menyatakan bahwa penggunaan internet dapat meningkatkan kontak sosial pada masyarakat dan penggunaan internet tidak menyebabkan keterlibatan sosial yang buruk. Penggunaan internet adalah prediktor yang baik untuk *sense of community* pada orang usia lanjut serta memperluas kemampuan berkomunikasi, (Shum, Shima : 2008).

Adapun pada aktivitas penyampaian pesan yang dulunya lewat surat menyurat, namun sekarang masyarakat telah beralih ke pesan elektronik. Dari pengakuan PT Pos Indonesia bahwa penurunan pengiriman surat pribadi disebabkan maraknya penggunaan layanan ponsel lewat "short message service : sms" yang semakin digandrungi masyarakat. Kepala PT Pos Indonesia Divisi Regional (Divre) V Jawa Barat Hariyanto, Kamis, mengatakan, jumlah transaksi pengiriman surat pribadi di kantor pos terus menurun sejak 1995, antara lain akibat kian populernya layanan sms. Hingga sekarang, jumlahnya terus menurun rata-rata lima persen per tahun.(<http://www.antarajawabarat.com>). Pemaparan tersebut membuktikan bahwa peran teknologi informasi lebih diminati oleh masyarakat.

Nielsen Company Indonesia beberapa waktu lalu juga merilis hasil survey mereka seputar dunia handphone di Indonesia. terjadi peningkatan hampir 3 kali lipat dari jumlah kepemilikan handphone di Indonesia pada tahun 2010 dibandingkan pada tahun 2005. Sedangkan untuk perangkat telepon berkabel mengalami penurunan lebih dari 50% sejak tahun 2005. (<http://teknojurnal.com>). Hasil survey tersebut membuktikan bahwa masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan pemakaian alat komunikasi ke yang lebih praktis dan mudah.

Berdasarkan situs resmi *Internet World Stats*, telah diketahui bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia hingga bulan Juni 2014 mencapai angka 71,190,000 (diambil dari *Internet World Stats*, Minggu, 19 April 2015). Hal ini menggambarkan bahwa penggunaan teknologi informasi internet telah diterima masyarakat.

Data statistik dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan, selama tahun 2014 menunjukkan pengguna naik menjadi 88,1 juta atau dengan kata lain penetrasi sebesar 34,9%. Angka pengguna sebesar 88,1 juta tersebut disesuaikan dengan jumlah penduduk Indonesia sesuai data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2014 sebesar 252 juta penduduk. Dengan demikian, dari sisi jumlah penduduk, pengguna internet mengalami pertumbuhan 16,2 juta pengguna, yaitu dari 71,9 juta menjadi 88,1 juta pengguna. (diambil dari www.apjii.or.id, Senin, 20 April 2015). Data tersebut membuktikan bahwa di penggunaan internet di Indonesia telah meningkat.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. (diambil dari kominfo.go.id, 20 April 2015). Apalagi untuk saat ini Indonesia menempati urutan teratas di dunia dalam penggunaan ponsel pintar dengan waktu pemakaian rata-rata 181 menit per hari. Hal itu diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan lembaga survei di Amerika Serikat, bahwa orang Indonesia saat ini tengah keranjingan teknologi *smartphone* (diambil dari okezone.com, Selasa, 16 Desember 2014). Hal ini mengindikasikan bahwa berkembangnya teknologi bisa diterima masyarakat Indonesia dengan baik sehingga dapat menyebabkan perubahan pola hubungan antar individu.

Komunitas Ex-Bank Duta merupakan sebuah komunitas yang memberi wadah bagi para alumni pegawai Bank Duta untuk berkumpul, dimana mereka sudah tersebar di berbagai daerah yang sudah tidak terjangkau lagi untuk berhubungan dengan jarak yang dekat. Internet sebagai media komunikasi menjadikan hubungan jauh menjadi dekat sehingga ketika seseorang lepas komunikasi dapat ditemukan kembali melalui media sosial dalam internet. Bagaimanapun pada era digital saat ini peran *sense of community* dalam sebuah komunitas perlu diketahui untuk memelihara hubungan dan keterlibatan anggota di dalam komunitas ex-bank duta. Apalagi pada masa sekarang berbagai kalangan dituntut menggunakan internet untuk berbagai kepentingan termasuk berhubungan dengan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan yang sama dengan tujuan yang sama khususnya pada sebuah komunitas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran mengenai *sense of community* yang terjadi pada komunitas ex-bank data ditinjau dari intensitas penggunaan internet. Komponen-komponen *sense of community* yang akan diukur yaitu *membership, influence, integration and fulfillment of needs*, dan *shared emotional connection*. Dengan mengukur komponen-komponen yang terdapat pada *sense of community* dan mengukur intensitas penggunaan internet maka dapat diketahui tingkat *sense of community* pada anggota komunitas Ex-Bank Duta Surabaya jika ditinjau berdasarkan intensitas penggunaan internet.

Penelitian ini penting dilakukan karena melalui penelitian ini akan menghasilkan sebuah informasi atau gambaran mengenai bagaimana SoC (*sense of community*) pada komunitas ex-bank data berdasarkan intensitas penggunaan internet.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana tingkat *sense of community* pada komunitas ex-bank data Surabaya berdasarkan?
- 2) Bagaimana intensitas penggunaan internet pada komunitas ex-bank data Surabaya?
- 3) Bagaimana keterkaitan antara *sense of community* dengan intensitas penggunaan internet?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dilihat dari rumusan masalah yang diajukan penulis, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui gambaran *sense of community* pada komunitas ex-bank duta Surabaya berdasarkan intensitas penggunaan internet, dimana secara khusus bertujuan untuk mengidentifikasi tentang:

- 1) *Sense of community* pada komunitas ex-bank duta
- 2) Intensitas penggunaan internet pada komunitas ex-bank duta

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan terhadap studi di bidang Ilmu Informasi dan Perpustakaan khususnya yang berkaitan dengan teknologi informasi khususnya *sense of community* berdasarkan intensitas penggunaan internet. Di samping itu, dapat juga digunakan sebagai landasan penelitian sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang *sense of community* yang mencakup perihal mengenai *sense of community* pada sebuah komunitas yang menggunakan media internet untuk kepentingan menjalin hubungan bersama.

1.5 TINJAUAN PUSTAKA

1.5.1 Sense of Community

Dalam suatu komunitas, masing-masing anggota memiliki ikatan hubungan emosional yang disebut *sense of community*. Suatu ikatan emosional di antara mereka untuk saling berbagi, kebutuhan mereka dapat saling terpenuhi karena adanya ikatan ini.

Menurut McMillan dan Chavis (1986) istilah *sense of community*, didefinisikan sebagai perasaan bahwa anggota komunitas memiliki keterikatan, perasaan bahwa anggota komunitas berarti bagi anggota yang lain dan bagi komunitas itu sendiri, dan adanya keyakinan bersama antar anggota komunitas memiliki kebutuhan yang sama akan terpenuhi melalui komitmen mereka untuk bersama.

Menurut McMillan dan Chavis (1986) seseorang yang memperoleh *sense of community* ketika mereka merasakan empat elemen dalam sebuah komunitas, yaitu :

1) *Membership* (keanggotaan) adalah perasaan bahwa seseorang telah menginvestasikan diri sendiri untuk menjadi anggota dalam sebuah komunitas. Keanggotaan dalam sebuah komunitas memiliki *boundaries* (batasan) dalam komunitas yang membedakan anggota komunitas dengan yang bukan anggota komunitas serta mengetahui siapa saja yang ada dalam komunitas tersebut, *emotional safety* (keamanan emosional) hal ini dapat diartikan sebagai bagian dari gagasan yang lebih luas dari keamanan, *a sense*

of belonging and identification, melibatkan perasaan menjadi bagian dari komunitas serta dapat diterima oleh komunitas, *personal investment*, kontribusi diri dan komitmen yang diberikan untuk komunitas, dan *a common symbol system* (simbol umum) yang berfungsi menciptakan dan memelihara rasa keterkaitan dalam komunitas. Kelima atribut tersebut saling berperan dalam terbentuknya *membership* (keanggotaan) dalam sebuah komunitas.

- 2) *Influence* (pengaruh), adalah kekuatan yang dimiliki individu untuk mempengaruhi anggota lain dan kekuatan komunitas untuk mempengaruhi individu.
- 3) *Integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan). Ini adalah perasaan bahwa kebutuhan anggota akan dipenuhi oleh sumber daya yang diterima melalui keanggotaan mereka dalam kelompok.
- 4) *Shared emotional connection*, hubungan emosional bersama dalam suatu komunitas yang terbentuk dari interaksi positif, berbagi cerita dan pengalaman yang dilakukan bersama. Semakin banyak orang berinteraksi, semakin besar kemungkinan mereka membentuk hubungan yang erat, yang kemudian mengarah keikatan yang lebih kuat.

1.5.2 Perubahan Rasa Komunitas

Berawal dari hilangnya rasa komunitas yang disebabkan adanya jarak dan waktu yang tidak terjangkau untuk berhubungan secara langsung dapat menyebabkan perubahan *sense of community*. Namun dengan berkembangnya media sosial akan memudahkan mereka untuk menjalin hubungan kembali. Dalam hal ini masyarakat yang mengalami *lost community* akan terhubung kembali lewat

perantara penggunaan media sosial dalam internet. Penggunaan media internet dapat mengembalikan serta meningkatkan rasa komunitas yang dahulu pernah ada pada anggotanya ataupun sebaliknya.

Menurut Ferdinand Tonnies (1887), masyarakat akan berubah dari tipe masyarakat sederhana yang mempunyai hubungan erat dan kooperatif menjadi tipe masyarakat besar yang memiliki hubungan yang terspesialisasi dan impersonal. Perubahan-perubahan tersebut tidak selalu membawa kemajuan, kadang juga membawa perpecahan dalam masyarakat, individu menjadi terasing, dan lemahnya ikatan sosial.

Tonnies memiliki teori yang penting yang akhirnya berhasil membedakan konsep tradisional dan modern dalam suatu organisasi sosial, yaitu *Gemeinschaft* (yang diartikan sebagai kelompok atau asosiasi) dan *Gesellschaft* (yang diartikan sebagai masyarakat atau masyarakat modern-istilah Piotr Sztompka). Keunikan pendekatan Tonnies terlihat dari sikap kritisnya terhadap masyarakat modern (*Gesellschaft*), terutama nostalgianya mengenai kehidupan tipe komunitas / kelompok / asosiasi (*Gemeinschaft*) yang lenyap.

Gemeinschaft lahir dari dalam individu; keinginan untuk berhubungan didasarkan atas kesamaan dalam keinginan dan tindakan. Kesamaan individu dalam hal ini merupakan factor penguat hubungan sosial, yang kemudian diperkuat dengan adanya hubungan emosional serta interaksi individu. Sedangkan *Gesellschaft* merupakan sebuah konsep yang menunjuk pada hubungan anggota masyarakat yang memiliki ikatan yang lemah, individu kadang tak saling

mengenal, nilai, norma dan sikap menjadi kurang berperan dengan baik. Tonnies memaparkan *gemeinschaft* adalah *wessenwill*, yang diartikan sebagai kehendak dalam arti positif maupun negatif yang berakar pada manusia dan diperkuat oleh agama dan kepercayaan yang sudah merupakan kodrat manusia yang timbul dari keseluruhan kehidupan alami. *Gesellschaft* disebut dengan konsep *kurwille* yang merupakan bentuk-bentuk kehendak yang mendasarkan pada akal-akal manusia yang ditujukan pada tujuan-tujuan tertentu dan sifatnya rasional dengan menggunakan alat-alat dari unsure-unsur kehidupan lainnya; atau dapat pula berupa pertimbangan dan pertolongan (Sztompka, 1994).

Tonnies membedakan *gemeinschaft* menjadi tiga jenis :

1. *Gemeinschaft by blood*, yaitu *gemeinschaft* yang mendasarkan diri pada ikatan darah atau keturunan
2. *Gemeinschaft of place (locality)*, yaitu *gemeinschaft* yang mendasarkan diri pada tempat tinggal yang saling berdekatan
3. *Gemeinschaft of mind*, yaitu *gemeinschaft* yang mendasarkan diri pada ideology atau pikiran yang sama

1.5.3 Intensitas Penggunaan Internet

Menurut Horrigan dalam Astutik (2008), terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna internet.

The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology (2008), menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori dengan berdasarkan intensitas internet yang digunakan :

1. *Heavy users* : pengguna internet menghabiskan waktu lebih dari 40 jam kerjaper bulan. Jenis pengguna ini adalah salah satu ciri-ciri pengguna internet yang addicted.
2. *Medium users* : pengguna internet menghabiskan waktu antara 10 sampai 40 jam per bulan.
3. *Light users* : pengguna internet menghabiskan waktu kurang dari 10 jam per bulan.

1.6 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1.6.1 Definisi Konseptual

1) *Sense of community*

Perasaan memiliki yang dirasakan oleh individu ketika tergabung dalam sebuah komunitas. Perasaan memiliki ini merupakan keyakinan bahwa ada hal-hal yang dapat dibagi dengan anggota lainnya dalam komunitas tersebut dan kebutuhan mereka akan terpenuhi melalui komitmen yang mereka yakini dalam komunitasnya. Dalam hal ini terdapat elemen *sense of community* yaitu *membership, influence, integration and fulfillment of needs, shared emotionat connection.*

2)Intensitas penggunaan internet

Frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna internet.

3) Komunitas Ex-Bank Duta Surabaya

Anggota alumni pegawai Bank Duta Surabaya yang tergabung dalam sebuah komunitas dan membentuk komunitas yang dinamakan “komunitas ex-bank duta” yang berusia sekitar 40an tahun.

1.6.2 Definisi Operasional

1) *Sense of community*

a. *Membership* (keanggotaan)

- Tingkat keakraban individu dengan anggota lainnya dalam komunitas
- Tingkat kepercayaan sesama anggota dalam komunitas
- Menjadi anggota komunitas merupakan identitas anggota
- Kemauan berkomitmen dan berkontribusi untuk komunitas
- Kepemilikan simbol umum untuk memelihara rasa keanggotaan seperti pakaian, tanda-tanda, logo, dll
- Keterkaitan individu dengan anggota komunitas

b. *Influence* (pengaruh)

- Kemampuan individu untuk menyesuaikan diri
- Rasa kepedulian individu didalam komunitas

- Kemampuan individu mempengaruhi individu lainnya

- Kemampuan komunitas mempengaruhi individu

c. *Integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan)

- Kemampuan komunitas untuk memenuhi kebutuhan individu yang diperoleh melalui kebersamaan didalam komunitas

- Kemampuan individu berempati dengan anggota lainnya

d. *Shared emotional connection*

- Kemauan berbagi cerita dan pengalaman yang dilakukan bersama

- Kemampuan individu berinteraksi dengan sesama anggota

2) Intensitas Penggunaan Internet

- Frekuensi penggunaan internet yang sering digunakan

- Lama mengakses internet yang sering digunakan

I.7 METODE DAN PROSEDUR PENELITIAN

I.7.1 Penentuan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, yaitu metode penelitian yang tidak sampai mempersoalkan jalinan hubungan antar variabel yang ada, tidak dimaksudkan untuk menarik generasi yang menjelaskan variabel-variabel antededen yang menyebabkan sesuatu gejala atau kenyataan

sosial (Faisal S:2005:20). Oleh karena itu pada suatu penelitian deskriptif tidak menggunakan hubungan antar variabel dan tidak melakukan pengujian hipotesis.

I.7.2 Penentuan Lokasi Penelitian

Untuk menggambarkan *sense of community* berdasarkan intensitas penggunaan internet peneliti melibatkan anggota komunitas Ex-Bank Duta di Surabaya. Peneliti memilih lokasi tersebut karena lokasi tersebut merupakan lokasi dimana para anggota dalam komunitas tersebut tersebar.

I.7.3 Penentuan Populasi Penelitian

Populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati (Eriyanto, 2007:61). Populasi adalah wilayah yang terdiri dari subyek ataupun obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dilakukan penarikan untuk mencari sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2010:117). Populasi sasaran dari penelitian ini adalah anggota yang tergabung dalam komunitas Ex-Bank Duta Surabaya.

I.7.4 Penentuan Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil atau populasi yang bersangkutan. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu anggota komunitas Ex-Bank Duta Surabaya. Pada penelitian ini sampel yang akan di gunakan adalah teknik *total sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh populasi sebagai responden atau sebagai sampel. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah teknik *total sampling*. Teknik

penentuan sampel tersebut sesuai jika dilakukan pada penelitian dengan jumlah responden yang cukup kecil (Sugiyono, 2005).

Penelitian ini melibatkan seluruh anggota komunitas Ex-Bank Duta. Menurut Bailey dalam Hasan (2002 : 60), bahwa ukuran minimal sebuah sampel ialah sebanyak 30 responden. Pada penelitian ini, digunakan jumlah sampel sebanyak 30 sampel. Tiga puluh sampel tersebut merupakan anggota komunitas Ex-Bank Duta Surabaya yang tergabung dalam grup media sosial BBM.

I.7.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik-teknik pengumpulan data yang nantinya dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dengan melalui tahap-tahap sebagai berikut :

1. Pengumpulan data primer
 - menyebar kuesioner kepada responden, kuesioner dapat membantu proses dalam pengumpulan data dari responden.
2. Pengumpulan data sekunder
 - wawancara tak terstruktur yakni dengan mewawancarai responden secara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara secara khusus. wawancara tidak terstruktur ini hanya untuk memperdalam dan memperkuat data untuk hasil analisis berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan guna untuk memperdalam hasil pengambilan data
 - observasi untuk mendapatkan informasi dan gambaran langsung dalam penelitian mengenai data yang diperlukan.

- studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan dan mempelajari literature ataupun jurnal ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini yang berisi mengenai konsep dasar dan teori dalam memberikan landasan penelitian.

I.7.6 Penggunaan Metode Analisis

Proses analisa data dilakukan dengan mendeskripsikan dan menjelaskan temuan penelitian di lapangan yang telah disajikan dalam bentuk tabel tunggal dan tabel silang (cross table). Hal tersebut bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan. Data yang diperoleh juga dianalisa dengan menggunakan interpretasi teoritik dan dikaitkan dengan beberapa teori yang ada maupun pendapat para ahli.

Teknik pengolahan data merupakan bagian yang sangat penting dalam proses penelitian. Karena semua data yang didapat harus diolah dengan cara melakukan coding data dari kuisisioner, ditabulasi data dengan menggunakan *Microsoft Excel*, lalu melakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20.

Tahap pertama analisis data pada penelitian ini adalah analisis data secara deskriptif yang diolah dengan *coding data* dari data primer yang berasal dari kuesioner. Tabel tabulasi dibuat, kemudian disusun tabel frekuensi untuk masing-masing karakter responden dan untuk masing-masing item pertanyaan.

Menentukan nilai rata-rata masing-masing responden terhadap item-item pertanyaan kemudian ditentukan dengan cara menjumlahkan nilai jawaban dan

dibagi dengan masing-masing jumlah item atau indikator dalam setiap variabel.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata} = \frac{F}{N}$$

Keterangan :

F=frekuensi

N=besar sampel (30 responden)

Kemudian untuk menunjukkan baik buruknya nilai rata-rata, maka tahap pertama kita akan menentukan kelas intervalnya. Berikut rumus menentukan kelas interval :

$$\text{Interval (i)} = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

i = interval kelas

R = range (skala tertinggi – skala terendah)

K = jumlah kelas

Kelas interval digunakan sebagai batas nilai dari masing-masing kelas maka interval dalam penelitian ini adalah :

$$i = \frac{7-1}{4} = 1,5$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa batas masing-masing kelas adalah 1,5. Berikut penafsiran kategori yang digunakan dalam penelitian:



Tabel I.1 Skor Range

Skor	Pilihan Jawaban
7	-Sangat Setuju -Sangat Merasa
5	-Setuju -Merasa
3	-Tidak Setuju -Tidak Merasa
1	-Sangat Tidak Setuju -Sangat Tidak Merasa

Sumber : olah data peneliti

Tabel I.2 Penafsiran Kategori Mean Berdasarkan Skor Interval

Interval	Kategori
5,53-7,03	Sangat Baik
4,02-5,52	Baik
2,51-4,01	Cukup Baik
1,00-2,5	Buruk

Sumber : olah data peneliti