

**TESIS**

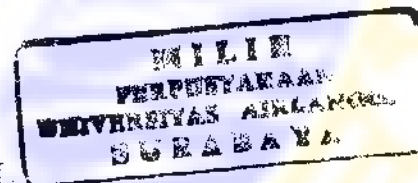
**ANALISIS HUBUNGAN JENIS MEDIA MASSA DENGAN  
KECERDASAN EMOSIONAL  
(Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Jurusan Aqidah Filsafat IAIN  
Sunan Ampel Surabaya)**



TPU 28 06

06

06



**M. ASNAWI SABIL**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2005**

**ANALISIS HUBUNGAN JENIS MEDIA MASSA DENGAN  
KECERDASAN EMOSIONAL  
(Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Jurusan Aqidah Filsafat IAIN  
Sunan Ampel Surabaya)**

**TESIS**

**Untuk memperoleh Gelar Magister  
dalam Program Studi Ilmu Pengembangan Sumber Daya Manusia  
pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga**

**Oleh**

**M. ASNAWI SABIL**

**NIM. 090114383**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2005**

**TESIS**

**ANALISIS HUBUNGAN JENIS MEDIA MASSA DENGAN  
KECERDASAN EMOSIONAL  
(Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Jurusan Aqidah Filsafat IAIN  
Sunan Ampel Surabaya)**

**M. ASNAWI SABIL**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2005**

**TESIS INI TELAH DISETUJUI  
PADA TANGGAL, Pebruari 2005**

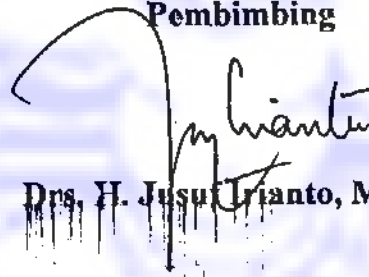
**Oleh**

**Pembimbing Ketua**



**Dr. Hariadi Soeparto, dr., DOR, M.Sc. APU**

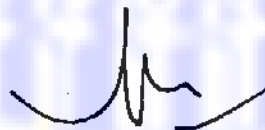
**Pembimbing**



**Drs. H. Jusuf Prianto, M.Com**

**Mengetahui,**

**wk Ketua Program Studi PSDM**



**Dr. Sunarjo, dr., M.S., M.Sc.**

**NIP. 130685841**

**Telah diuji pada  
Tanggal, 16 Maret 2005**

**PANITIA PENGUJI TESIS**

- Ketua : I Nyoman Naya Sudjana, Drs., MA.**  
**Anggota : 1. Haryadi Soeparto, DR., dr., DOR., MSc**  
**2. Jusuf Irianto, Drs., MCom**  
**3. Suryanto, Drs., MSi**  
**4. Imam Ghozali Said, Dr., MA**  
**5. Cholicul Hadi, Dr., M.Si**

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji serta memanjatkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kehadirat *ALLAH SWT* yang telah memberikan anugerah-Nya. Atas berkat rahmat dan pertolongan-Nya, penulis mampu menyelesaikan tesis ini hingga tuntas.

Judul yang penulis pilih pada tesis ini adalah **Analisis Hubungan Jenis Media Massa Dengan Kecerdasan Emosional Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Jurusan Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya.**

Mengingat terbatasnya kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis, maka dengan rendah hati penulis mengharapkan tegur nasihat, kritik, saran, serta anjuran konstruktif, dari siapa saja yang sempat membaca dan menilai tesis ini. Untuk itu sudah selayaknya penulis ucapkan terima kasih.

Selama pelaksanaan penulisan, baik sejak awal hingga selesai, penulis banyak menerima bantuan berupa sumbangan pikiran, konsultasi, saran, nasihat, hingga dorongan secara langsung maupun tidak dari berbagai pihak. Oleh karena itu semua, maka menjadi kewajiban penulis untuk mengucapkan terima kasih.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan secara khusus kepada:

1. Prof. Dr. Med. H. Puruhito, dr., selaku Rektor Universitas Airlangga yang telah memberi kesempatan penulis untuk mengikuti jenjang pendidikan pada Program Pascasarjana (S2) di Universitas Airlangga;
2. Prof. Dr. Muhammad Amin, dr., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Airlangga yang telah berkenan memberikan kesempatan dan fasilitas belajar selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis;
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Pengembangan Sumber Daya Manusia Program Pascasarjana Universitas Airlangga, atas kesempatan dan bimbingan selama pendidikan;

4. Dr. Ilariadi Soeparto, dr., DOR, M.Sc. APU, selaku dosen pembimbing ketua, yang telah bersedia mengorbankan waktunya untuk memberikan arahan penulisan tesis ini dengan penuh ketelitian dan kesabaran;
5. Drs. H. Jusuf Irianto, M.Com., selaku dosen pembimbing, yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan masukan dengan penuh kecermatan dan kesabaran dalam membimbing tesis ini;
6. Seluruh Staf Pengajar Program Studi Ilmu Pengembangan Sumber Daya Manusia yang secara konsisten memberikan ajaran dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan di Program Pascasarjana Universitas Airlangga;
7. Sembah sujud dan samudera maaf penulis haturkan kepada Ramanda HM. Syu'aib dan Ibunda Hj. Siti Ma'isyah yang telah memberikan binaan, dorongan, semangat, dan berkorban mengasuh penulis sebagai anak. Kepada saudara-saudara penulis, kakak, keponakan, dan segenap handai taulan yang selalu turut mengobarkan api di dada penulis untuk menyelesaikan tesis ini;
8. Kepada keluargaku yang tercinta. Kepada istriku *Ismatul Karimah* dan putriku *Alya Ilma Sabilillah* yang hingga kini tidak henti-hentinya menambah pasokan kekuatan kepada penulis untuk terus melanjutkan perjuangan menuntut pengetahuan;
9. Kepada rekan-rekan satu angkatan 2001 Program Studi Ilmu Pengembangan Sumber Daya Manusia Program Pascasarjana Universitas Airlangga Surabaya;
10. Kepada segenap masukan dari siapa saja yang turut membantu menyempurnakan tesis ini Ali Mustofa, Suryani, M. Syaeful Bahar, Weny, dan Hadi Susanto.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi masyarakat.

Surabaya, 22 Pebruari 2005

Penulis



## RINGKASAN

### ANALISIS HUBUNGAN JENIS MEDIA MASSA DENGAN KECERDASAN EMOSIONAL

(Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Jurusan Aqidah Filsafat IAIN  
Sunan Ampel Surabaya)

Ketika komprehensi ilmiah tentang kecerdasan emosional dirilis Daniel Goleman pada tahun 1995, muncul paradigma baru di dalam lingkungan pendidikan tentang kecerdasan. Di satu sisi, emosi yang sebelumnya dipandang sebagai masalah individual dan tidak ada kaitan dengan nalar, berhasil dibuktikan peran pentingnya dalam proses hubungan perilaku dan otak. Kecerdasan emosional mencakup pengendalian diri, semangat, ketekunan, kemampuan memotivasi diri, bertahan menghadapi frustrasi, kesanggupan mengendalikan dorongan hati, kemampuan menyelesaikan konflik, serta kemampuan memimpin. Media massa, di sisi lain, merupakan 'lokasi' yang berperan menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan, sebagai wahana masyarakat. Osgood, et.al. (1957) yang dikutip Fulton (1970) menjelaskan bahwa citra yang dibangun media massa dapat dideskripsikan menjadi tiga ukuran yang independen, yaitu: evaluasi, potensi, dan aktivitas. Jenis media massa telah menjadi sumber dominan bagi individu maupun masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra diri. Media massa memiliki peran transformatif dan menjadi piranti pendidikan yang efektif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara jenis media massa dengan kecerdasan emosional mahasiswa Jurusan Aqidah Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif dengan pengambilan data secara cross sectional. Besar sample yang digunakan adalah 90 orang mahasiswa. Variable bebas penelitian adalah jenis media massa yang dibedakan atas majalah dan koran, televisi dan radio, majalah, koran, televisi dan radio. Sedangkan variable tergantung adalah kecerdasan emosi. Uji statistik yang digunakan adalah Chi Square pada alpha 0,05.

Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa untuk responden yang mempunyai kecerdasan emosi rendah sebagian besar media yang digunakan adalah televisi dan radio, sedangkan responden dengan kecerdasan emosi sedang sebagian besar membaca majalah, koran, televisi dan radio. Kelompok responden yang mempunyai kecerdasan emosi tinggi sebagian besar membaca majalah, koran, menyaksikan televisi serta mendengarkan radio. Hasil uji *Chi square* menunjukkan ada hubungan atau perbedaan proporsi antara tingkat kecerdasan emosi dengan masing - masing jenis media yang dikonsumsi mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya.



## SUMMARY

### **THE ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN MASS MEDIA AND EMOTIONAL INTELLIGENCE (On Student of Aqidah Filsafat at Ushuluddin Faculty in IAIN Sunan Ampel Surabaya)**

The Daniel Goleman was the first psychologist which release an emotional intelligence as new educational paradigm in 1995. On one hand, The emotional ability viewed as individual problem and no reliance with the reason, took a an important role in a process of linkage between behavioural and brain working. The emotional intelligence is consist of a self control, an encouragement, a dilligence, gaining self motivation, pushing on depression, controlling passion, resolving conflicts, and a good leadership. On the other hand, mass media is 'located' to show a life newscast, simulated as a social play group. Osgood, et.al. (1957) adapted by Fulton (1970) explained that the image of mass media could be described into three categories, i.e.: evaluation, potentiality, and activity. The mass media has become a main source for individual visualization or self image. Mass media has a transformatif participation and an effectively educational tools.

The aim of this research was to analyze relationship between media and emotional intelligence on student of Aqidah Filsafat at Ushuluddin Faculty in IAIN Sunan Ampel Surabaya.

This research used an explanative approach taking cross-sectionally data. It took 90 students as sampling. The mass media as an independent variable that was differed from magazine, news paper, TV, and radio. The emotional intelligence was take as dependent variable. This research used Chi Square at Alpha 0,05 as a statistic test.

The result of cross tabulation showed that respondents who had low emotional intelligence, they used TV and radio. However, respondents having medium emotional intelligence, they read magazine and news paper. Respondents having a high emotional intelligenc, they didn't only read magazine and newspaper, but also watching TV and listening radio. The result of Chi Square test showed that there was relationship or difference between the level of emotional intelligence which was related with mass media read by student of Aqidah Filsafat of Ushuludin Faculty of IAIN Sunan Ampel Surabaya.

## ABSTRACT

### **THE ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN MASS MEDIA AND EMOTIONAL INTELLIGENCE (On Student of Aqidah Filsafat at Ushuluddin Faculty in IAIN Sunan Ampel Surabaya)**

Emotional intelligence is an important factor to improve a personal quality. It could be equal with intellectual intelligence which was able to support a human resource development. The achievement of it involved information through all kinds of media. The media has important role to influences a personal quality of emotional intelligence.

The aim of this research was to analyze relationship between media with emotional intelligence of student of Aqidah Filsafat on Ushuluddin Faculty at IAIN Sunan Ampel Surabaya.

This research used an explanative approach taking cross-sectionally data. It used 90 students a sampling. The mass media was to be an independent variable that was differed from magazine and news paper, TV and radio. The dependent variable was emotional intelligence. It used Chi Square at alpha 0,05 as statistic test

The result of cross tabulation showed that respondents who had a low emotional intelligence, they used TV and radio. However, respondents having medium emotional intelligence, they read magazine, news paper. For respondents having high emotional intelligence, they didn't only read magazine, news paper but also watching TV and listening radio. The result of Chi Square test showed that there was relationship or difference between the level of emotional intelligence which was related with mass media read by student of Aqidah Filsafat of Ushuluddin Faculty of IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Key Words: mass media, emotional intelligence, chi square

## DAFTAR ISI

Sampul Depan .....	i
Sampul Dalam .....	ii
Prasyarat Gelar .....	iii
Persetujuan .....	iv
Penetapan Panitia .....	v
Ucapan Terima Kasih .....	vi
Ringkasan .....	viii
Summary .....	ix
Abstract .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN TEORITIK</b>	
2.1. Media Massa .....	8
2.2. Jenis Media Massa Dan Fungsinya .....	11
2.3. Hubungan Jenis Media Massa dan Kecerdasan Emosional (EQ) .....	15
2.4. Kecerdasan Emosional .....	18
2.4.1. Pengertian Kecerdasan Emosional .....	18
2.4.2. Aspek-Aspek Kecerdasan Emosional.....	20
2.5. Hubungan Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Kecerdasan Emosional .....	22

<b>BAB 3</b>	<b>KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
	<b>PENELITIAN</b>	
3.1.	Kerangka Konseptual Penelitian .....	25
3.2.	Hipotesis .....	26
<b>BAB 4</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
4.1.	Rancangan Penelitian .....	27
4.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
4.3.	Populasi dan Sampel .....	28
4.3.1.	Populasi .....	28
4.3.2.	Sampel .....	28
4.4.	Teknik Pengambilan Sampel .....	28
4.5.	Variabel Penelitian .....	28
4.6.	Definisi Operasional .....	29
4.7.	Instrumen Penelitian .....	30
4.7.1.	Fisibilitas Instrumen Penelitian .....	30
4.7.2.	Validitas Instrumen Penelitian .....	31
4.7.3.	Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	31
4.8.	Jenis Dan Sumber Data .....	31
4.9.	Pengolahan Data dan Analisis Data .....	32
<b>BAB 5</b>	<b>ANALISIS HASIL PENELITIAN</b>	
5.1.	Data Penelitian .....	34
5.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	34
5.1.2.	Struktur Organisasi .....	34
5.2.	Deskripsi Responden.....	36
5.3.	Hasil Pengujian Fisibilitas, Validitas dan Reliabilitas .....	39
5.3.1.	Pengujian Hasil Fisibilitas.....	39
5.3.2.	Hasil Pengujian Validitas .....	39
5.3.3.	Reliabilitas.....	41
5.4.	Deskripsi Jawaban Responden.....	41
5.4.1.	Kecerdasan Emosi .....	41

5.4.2. Jenis Media Yang Dikonsumsi .....	46
5.5. Pengujian Hipotesis.....	47
BAB 6 PEMBAHASAN .....	50
BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN	
7.1. Kesimpulan .....	59
7.2. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	62



**DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1. Tabel Frekuensi .....	32
Tabel 5.1. Jenis Kelamin Responden .....	36
Tabel 5.2. Usia Responden.....	37
Tabel 5.3. Pendidikan Terakhir Responden .....	37
Tabel 5.4. Tingkat Semester Responden .....	38
Tabel 5.5. Hasil Uji Validitas Kuisener .....	40
Tabel 5.6. Hasil Reliabilitas Kuisener .....	41
Tabel 5.7. Frekuensi Kemampuan Mengenali Emosi Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2005 .....	42
Tabel 5.8. Frekuensi Kemampuan Memahami Emosi Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2005 .....	43
Tabel 5.9. Frekuensi Kemampuan Mengatur dan Mengendalikan Emosi Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2005 .....	44
Tabel 5.10. Frekuensi Kemampuan Menggunakan Emosi Secara Efektif Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2005 .....	45
Tabel 5.11. Distribusi Kategori Kecerdasan Emosi Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2005 .....	46
Tabel 5.12. Distribusi Jenis Media Massa yang Dikonsumsi Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel 2005 .....	47
Tabel 5.13. Tabulasi Silang Jenis Media Massa yang Dibaca dengan Kecerdasan Emosi Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2005.....	48
Tabel 5.14. Tabulasi Silang Jenis Media Massa yang Dibaca dengan Kecerdasan Emosi Setelah Digabung, Mahasiswa Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya 2005 .....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Abstraksi Hubungan Jenis Media Massa dengan Kecerdasan Emosional .....	25
Gambar 5.1. Struktur Organisasi Makro Mahasiswa .....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan.....	65
Lampiran 2. Data Mentah Hasil Penelitian.....	66
Lampiran 3. Frekuensi.....	68
Lampiran 4. Crosstabs .....	69
Lampiran 5. Kuesioner .....	71

**BAB 1****PENDAHULUAN****1.1. Latar Belakang**

Manusia adalah unit analisis pertama ketika diskursus kebudayaan dipilih sebagai objek penelitian. Sebagai unit analisis pertama, manusia adalah faktor terpenting yang harus diperhatikan untuk memahami segala dimensi kebudayaan. Ketika kebudayaan harus dikaitkan dengan dinamikanya melintasi kebutuhan kontekstual dengan segenap tuntutan pengembangan dan progresifitas, maka lagi-lagi manusia dapat dijadikan ukuran *gradatif* tentang sejauh mana tingkat progresifitas kebudayaan diukur. Pengembangan potensi sumberdaya manusia, dengan demikian, menjadi sangat signifikan jika dipertimbangkan berdasarkan posisi struktural-fungsionalnya sebagai indikator kebudayaan. Pengembangan sumber daya manusia, dalam tataran ini, dipetakan di samping pengembangan sumber daya manajerial lain seperti sumber daya finansial, fisik, kemampuan teknologi dan sistem (Simamora, 2001: 2).

Perkembangan potensi kemanusiaan dikaitkan dengan perkembangan tuntutan kebudayaan memiliki simpul analisis yang kuat dengan pengembangan sumber daya manusia. Wilayah pengembangan sumber daya manusia secara psikologis adalah pengembangan fungsi kognitif, afektif, dan psikomotorik. Tiga wilayah utama ini membicarakan dengan jelas bagaimana manusia dibidik melalui spesifikasi bagian-bagiannya yang diturunkan dari kesadaran total atas dimensi keutuhan jiwa dan raganya. Pada wilayah mana sumber daya manusia dikaji dan dikembangkan.

Pada bagian lain, sumber daya manusia mengambil beberapa pengertian dari pemahaman akan kemampuan dasar manusia untuk menyesuaikan diri dengan tugas-tugas yang dihadapi. Karena alasan inilah kenapa sumber daya manusia menjadi begitu berkaitan dengan pengertian tentang kecerdasan. Jika tingkat kecerdasan diukur melalui daya adaptasi seseorang mengatasi situasi baru, maka tingkat sumber daya seseorang sangat mungkin diukur dari tingkat kecerdasannya (Kompas: 2002).

Disadari bahwa diskusi tentang sumber daya manusia tidak menghendaki manusia sebagai satu dimensi yang hanya memiliki kemampuan kognitif-intellegensi, maka konsep kecerdasan secara serta merta bergerak menuju kepada pemahaman kecerdasan komprehensif. Kecerdasan komprehensif tidak hanya didasarkan pada tumpuan intelligensi tetapi lebih signifikan dari itu ialah kecerdasan emosional. Kecerdasan emosional adalah kecerdasan yang disifatkan pada daya manusia dalam hal pengendalian diri, semangat dan ketekunan, serta kemampuan memotivasi diri.

Sejak makna pelembagaan menjadi begitu penting bagi bangunan sosial dan organisasi menjadi tidak terpisahkan dari makna kebudayaan karena keniscayaan sosial, sejak itu pula organisasi tidak dapat memisahkan diri dari manusia. Mengelola orang-orang merupakan unsur dasar semua organisasi (Handoko, 1998:1). Apapun latar belakang atau tujuan pembentukannya, dari yang paling modern hingga yang sangat tradisional, organisasi selalu bertumpu pada manajemen sumber daya manusia. Institusi pendidikan yang secara jelas

dapat diamati melalui organisasi-organisasinya adalah salah satu sistem manajerial yang menekankan pada pengembangan sumber daya manusia.

IAIN Sunan Ampel Surabaya adalah sebuah organisasi yang berbentuk lembaga Perguruan Tinggi yang secara struktural berada di bawah naungan negara. Sebagai sebuah organisasi dan lembaga perguruan tinggi, IAIN Sunan Ampel memiliki visi pendidikan yang jelas dilindungi oleh undang-undang. IAIN Sunan Ampel Surabaya adalah Institusi pendidikan keagamaan Islam yang bertujuan membentuk manusia Indonesia menjadi pribadi berpengetahuan luas, berperilaku santun, dan berlandaskan spirit Islam yang kokoh. Pribadi yang ingin dibentuk adalah gambaran manusia yang ingin dikembangkan seluruh potensinya secara integral. Jelas, bahwa di balik kualitas-kualitas normatif sumber daya manusia seperti itu memiliki keterkaitan erat dengan proses pengambilan kebijakan berikutnya dalam bingkai manajerial yang selalu bersifat strategis secara politis (Semin dan Fiedler, 1996: 30).

Fakultas Ushuluddin, di sisi lain, merupakan satu unit fakultatif dari beberapa fakultas dalam lingkup IAIN Sunan Ampel yang pembentukannya didasarkan pada unit disiplin keilmuan sebagaimana yang diajarkan. Fakultas Ushuluddin terdiri dari tiga jurusan bidang studi Tafsir Hadits, Aqidah Filsafat, dan Perbandingan Agama. Masing-masing jurusan membahas titik tekan keilmuan yang berbeda meskipun tetap dibingkai dalam satu keterkaitan tentang pokok disiplin dasar-dasar agama. Sebagai satu fakultas, Ushuluddin tidak memiliki perberbedaan mencolok dari fakultas-fakultas lain seperti fakultas

Tarbiyah, Syariah, Adab, dan Dakwah, kecuali bidang studi yang diajarkan di dalamnya.

Pengembangan sumber daya manusia, sebagaimana diuraikan di atas, yang tidak hanya berarti menekankan satu dimensi tentang kecerdasan intelligensi akan sangat menarik dikupas sebagai sebuah unit persoalan jika dihubungkan dengan subjek penelitian mengenai mahasiswa di lingkungan fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel. Disiplin ke-Ushuluddin-an menghendaki pembentukan manusia dengan diri yang unggul secara intelektual tetapi juga stabil secara emosional dan kokoh secara spiritual.

Manusia ideal dalam pencapaian Ushuluddin sama sekali tidak berlebihan karena memang secara umum tujuan pendidikan di Indonesia adalah pembentukan manusia seutuhnya. Masalahnya adalah, apakah melalui konsep kecerdasan emosional yang banyak dikembangkan dalam pemberdayaan manusia, terutama dalam bidang kepemimpinan, apa yang terjadi pada kondisi riil mahasiswa di lingkungan fakultas Ushuluddin IAIN sunan Ampel berhubungan dengan apa yang terjadi dalam hal pembacaan jenis media massa.

Media massa, di sisi lain, merupakan satu fenomena sosial yang penting. Jenis media massa merupakan "lokasi" yang berperan menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat nasional maupun internasional. Media sering berperan sebagai wahana masyarakat. Jenis media massa juga sering berperan sebagai pengembangan budaya, norma-norma, dan lain-lain. Jenis media massa telah menjadi sumber dominan bagi individu maupun masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra (*image*) dari suatu obyek bahkan kadang



media menciptakan realitas sendiri menurut sudut pandangnya. Osgood, et.al. (1957) yang dikutip Fulton (1970) menjelaskan bahwa citra (image) yang dibangun media massa dapat dideskripsikan menjadi tiga ukuran yang independen, yaitu: evaluasi, potensi, dan aktivitas. Potensi dan aktivitas cenderung menggambarkan faktor dinamis dari konsep sosial politik.

Media massa, dengan demikian, memiliki dua peran sekaligus, di sisi lain dapat menampilkan perang transformatif tetapi juga di sisi lain mampu menjadi piranti pendidikan yang efektif. Demikian halnya yang terjadi di kalangan mahasiswa fakultas Ushuluddin. Hal ini berarti bahwa fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel tidak hanya memandang pengembangan sumber daya manusia hanya bertumpu pada kecerdasan kognitif sebagai satu-satunya target pengembangan.

Kecerdasan afektif dan psikomotorik adalah bagian kecerdasan emosional yang sangat signifikan bagi tujuan pengembangan fakultas. Penelitian ini disusun guna menganalisis hubungan antara konsep pengembangan sumber daya manusia dengan model pengembangan kecerdasan emosional pada mahasiswa di lingkungan fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya. Hipotesis dari hubungan yang dimaksudkan ini menyatakan bahwa kecerdasan emosional mahasiswa di lingkungan fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel terkait dengan informasi yang diserap melalui jenis media massa.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang analisis korelasional yang berkaitan dengan jenis media massa dan kecakapan emosional masih relatif jarang dilakukan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan

misalnya tentang *“Studi korelasional antara motivasi kerja, Program Pelatihan, dan Persepsi tentang Pengembangan Karir dengan Kepuasan Kerja Karyawan: Survei di PT. Dok & Perkapalan Kodya Bahari”* (Supratman, 2002); *“Persepsi Mahasiswa terhadap Variabel Mediator masuknya Teknologi Komunikasi pada Perusahaan Manufaktur”* (Spica Almilla, 2002).

Penelitian-penelitian di atas belum melibatkan variabel jenis media massa sebagai variabel penting (bebas) yang mempengaruhi kecakapan emosi (EQ) seseorang sehingga berpengaruh terhadap peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Untuk itu penelitian ini penting guna melengkapi dan mengembangkan studi-studi atau analisis korelasional yang telah ada sebelumnya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Masalah yang diteliti dalam Penelitian ini dirumuskan dengan pertanyaan:

Apakah ada hubungan antara jenis media massa dengan kecerdasan emosional Mahasiswa Jurusan Aqidah-Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisis hubungan antara jenis media massa dengan kecerdasan emosional di kalangan Mahasiswa Jurusan Aqidah-Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara praktis, dari hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong pengembangan sumber daya manusia pada mahasiswa Jurusan Aqidah-Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya secara lebih efektif dengan jalan mengaktifkan fungsi edukatif jenis media massa, dikaitkan dengan pengembangan kecerdasan emosional (EQ) Mahasiswa.
2. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi *kontributor* ilmiah bagi studi tentang pengembangan sumber daya manusia terutama sebagai model analisis untuk mengukur hubungan antara jenis variabel yang sama dengan tujuan penelitian yang berbeda.

## BAB 2

### TINJAUAN TEORITIK

#### 2. 1. Media Massa

Media massa telah masuk dan menjadi bagian kehidupan masyarakat. Media massa menggantikan sendi kehidupan masyarakat dalam proses komunikasi massa yang sebelumnya hanya dilakukan terbatas secara verbal atau dengan kontak langsung. Media massa merupakan wahana pesan yang telah berubah menjadi lorong utama bagi setiap pihak untuk mengekspresikan tanda atau simbol bagi pihak lain. Kini, pertanyaan untuk meragukan seberapa besar kekuatan media mampu menjangkau masyarakat luas mulai tidak relevan. Media massa kini, berjenis televisi, radio, koran, dan majalah, adalah wakil satu-satunya bagi transformasi informasi yang paling efektif, paling cepat, dan dengan distribusi paling massal.

Peran yang dimainkan media massa seringkali menjadi hal terpenting dan batas terminologinya dijadikan beragam objek penelitian ilmiah. Media massa memiliki kekuatan untuk mengartikan dirinya sendiri sebagai sebuah institusi sosial yang darinya banyak elemen sosial yang lain mengaitkan diri dan mengambil manfaat dari fungsinya. Sebagaimana halnya sebuah contoh proses mediasi, media massa mampu menjembatani kepentingan banyak pihak di dalam masyarakat. Jembatan ini selanjutnya dioptimalkan sebagai sebuah proses komunikasi yang menghubungkan efektifitas pesan secara sosial. Proses penyebaran informasi, ide, sikap, atau emosi seseorang atau kelompok kepada kelompok lain sehingga selalu terdapat pihak yang merasa dapat

memanfaatkannya bagi kepentingannya mengindikasikan adanya sebuah transformasi yang memang sangat dibutuhkan (Windahl & McQuail, 1985). Keberadaan media massa di tengah-tengah masyarakat diteliti melalui sifatnya yang mampu mempengaruhi kehidupan sosial. Sepanjang media massa masih dilekatkan berdasarkan fungsi sosialnya di dalam masyarakat, maka peran media massa tetap diakui bagi masyarakat (McQuail, 1994).

Data yang disajikan Victor Menayang mengemukakan bahwa televisi merupakan media paling populer digunakan masyarakat saat ini (Menayang, 1997). Tanpa bermaksud hanya memberi pengakuan kecil terhadap efektifitas elektronik audio radio serta media cetak seperti koran dan majalah, kenyataannya mayoritas masyarakat menghabiskan 20 jam perharinya untuk mengkonsumsi layanan televisi. Itu berarti hampir 80% tambahan pengetahuan masyarakat umum diarahkan oleh media televisi. Jika ditambah dengan apa yang diberikan oleh media lain selain televisi, maka dapat disimpulkan secara kasar bahwa hidup masyarakat sekarang sulit dipisahkan dari media massa. Dengan demikian dapat dibenarkan manakala media massa dianggap begitu besar mempengaruhi pola pikir dan pola perilaku masyarakat.

Terjadi perubahan yang sangat besar pada percepatan kualitas media atau industri media secara umum. Perubahan ini membawa akibat-akibat kuat bagi perubahan sosial terutama bagi perubahan cara pandang masyarakat. Manakala ekonomi, informasi, dan jasa adalah alasan utama kenapa motor sosial digerakkan, maka mekanisme-mekanisme perubahan tidak akan jauh dari bagaimana pengaruh media membentuk pemahaman dan perilaku masyarakat



tentang transformasi informasi (Fidler, 1997). Teoritikus sosial meyakini bahwa sistem dunia sekarang ditopang dan digerakkan oleh globalisasi kebudayaan dan ekonomi kapitalisme internasional dan membentuk sebuah masyarakat informatif (Castells, 1996).

Studi-studi atau penelitian-penelitian tentang jenis media massa sebenarnya telah banyak dilakukan oleh para analis media. Selama ini studi tentang jenis media massa seringkali dikaitkan atau bahkan diidentikkan dengan ilmu komunikasi karena memang studi media masa menjadi bagian dari disiplin ilmu komunikasi. Studi tentang dampak jenis media massa sebagai satu model dari teori komunikasi yang hingga kini masih populer adalah model yang dikembangkan oleh Laswell (1948). Model yang berbunyi "*Who says what in which channel to whom and with what effect?*".

Model tersebut telah memunculkan studi tentang teori-teori dampak jenis media massa yang dalam perkembangannya sudah mengalami berbagai perubahan dan penyempurnaan. Sehingga studi tentang jenis media massa pada akhirnya tidak hanya bicara soal komunikasi dan dampak jenis media massa *an sich* tetapi berkait berkelindan dengan disiplin-disiplin ilmu lainnya. LIPI misalnya sudah lama mempunyai perhatian di bidang komunikasi sosial terutama terhadap aspek dampak sosial.

Di sisi lain, pada saat ini dan masa mendatang nampaknya dibutuhkan penelitian-penelitian tentang peran jenis media massa dalam masyarakat dan pengaruhnya terhadap keberadaan perusahaan jenis media massa. disamping itu perlu pula studi tentang bagaimana wujud konglomerasi media. Studi yang pernah



dilakukan berkaitan dengan hal itu misalnya penelitian oleh Rahayu (2000) tentang “Analisis Dampak Pergeseran Karakteristik Industri Pers pada Strategi Perusahaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia” yang dimuat dalam jurnal *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* (Vol. 5/Oktober 2000).

Oleh karena itulah guna melengkapi pengembangan studi media massa, penulis mencoba melakukan penelitian tentang analisis hubungan jenis media massa dengan kecerdasan emosional bagi pengembangan sumber daya manusia pada mahasiswa di sebuah perguruan tinggi agama negeri. Berikut akan dipaparkan uraian teoritik yang berkaitan dengan studi ini.

## 2. 2. Jenis media massa dan Fungsinya

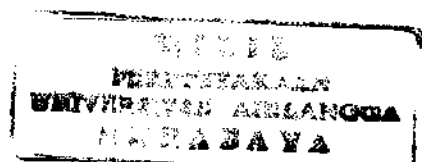
Ada lima jenis media masa yang dikenal sebagai "*The big five of mass media*" yaitu televisi, film, radio, majalah dan koran dengan fungsi komunikasi yang saling melengkapi yaitu *Social Function* dan *Individual Function*. Fungsi terhadap masyarakat (*Social function*) bersifat sosiologis sedangkan fungsi terhadap individu (*Individual function*) bersifat psikologis (Sasa Djuarsa, 1993 dalam Kuswita, 1999). *Social Function* atau fungsi komunikasi massa terhadap masyarakat menurut Dominick (2001), terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan) dan *entertainment* (hiburan).

Berikut uraian masing-masing fungsi sosial media masa tersebut:

- a. *Surveillance* (Pengawasan) terhadap lingkungan. Fungsi ini dibagi dalam bentuk utama: (1) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (2) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

Pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang berbagai macam ancaman baik yang alamiah seperti bencana alam ataupun berita-berita tentang konflik-konflik sosial. Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Seperti berita tentang harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide baru tentang mode, dll.

- b. *Interpretation* (Penafsiran). Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Contoh nyata penafsiran medi dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar dan rubrik artikel yang disajikan, tayangan acara derap hukum di televisi dan tayangan penafsiran sejenis lainnya. Tujuannya ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antar kelompok.
- c. *Linkage* (pertalian). Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama.
- d. *Transmission of values* (Sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai). Sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.



- e. *Entertainment* (Hiburan) (Lasswell dan wright, 1975). Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan, hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan. Begitupun radio siaran yang banyak dimuati acara hiburan. Memang ada beberapa televisi dan radio siaran yang memuat 100% berita. Tetapi televisi dan radio siaran lainnya menyajikan berita kurang dari 5 %. Demikian halnya dengan majalah seperti *Time* dan *News Week*, *Tempo*, *Gatra* yang lebih banyak menampilkan berita ketimbang hiburannya (Ardianto & Komala Erdinaya, 2004:16-18).

Di samping fungsi sosial media massa tersebut di atas, media massa juga memiliki fungsi yang bersifat individual (*Individual function*) di antaranya:

- a. Fungsi pencarian informasi. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai manusia sosial akan selalu merasa haus informasi tentang segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya.
- b. Fungsi pendidikan. Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu caranya adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Misalnya melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.
- c. Fungsi proses pengembangan mental. Untuk mengembangkan wawasan pengetahuan dan intelektualitas, kita butuh berkomunikasi dengan orang

lain. Hal tersebut diperoleh dari pengalaman pribadi sendiri dan dari orang lain. Pengalaman dapat membantu manusia untuk memahami betapa besar ketergantungan manusia kepada komunikasi karena komunikasi dapat membantu manusia dalam perkembangan mentalnya.

- d. Fungsi adaptasi lingkungan. Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya untuk bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator (produsen media massa) dan penerimaan pesan oleh komunikan (penikmat media massa) dapat membantu kita dalam berhubungan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri sehingga menimbulkan kesamaan diantara kedua komunikator dan komunikan.

Terkait dengan fungsi-fungsi tersebut sebetulnya terdapat tiga masalah pokok yang harus diperhatikan dalam memahami fungsi-fungsi media massa menurut Devito (1997) seperti dikutip Karlina, dkk. (1999). *Pertama*, setiap kali kita menghidupkan pesawat televisi, radio siaran maupun membaca surat kabar, kita melakukannya karena alasan tertentu yang unik. *Kedua*, komunikasi massa menjalankan fungsi yang berbeda bagi setiap pemirsa secara individual. Program televisi yang sama dapat menghibur satu orang, mendidik yang lain, memengaruhi seseorang atau sekelompok orang. *Ketiga*, fungsi yang dijalankan komunikasi massa bagi sembarang orang yang berbeda dari satu waktu ke waktu yang lain.

Selanjutnya, Karlina, dkk. (1999) menyebutkan fungsi komunikasi massa (media massa) secara khusus dengan menyitir pendapat DeVito (1997), yaitu:

meyakinkan (*to persuade*), menganugerahkan status, membius (*narcotization*), menciptakan rasa kebersatuan, privatisasi, dan hubungan para sosial.

### **2. 3. Hubungan Jenis media massa dan Kecerdasan Emosional (EQ)**

Kiranya bukanlah suatu hal yang mudah ketika kita berupaya menganalisis adakah hubungan secara langsung antara jenis media massa dengan EQ (*Emotional Quotient*) atau kecerdasan emosional. Namun jika diteliti secara lebih detail, maka akan tampak korelasi yang bahkan bisa saling mempengaruhi antara jenis media massa dan EQ tersebut. Analisis tentang EQ sebenarnya sangat terkait dengan analisis psikologis berupa gejala perilaku, sikap, dan perasaan seseorang terhadap sesuatu hal. EQ berhubungan dengan penciptaan komitmen, integritas, pikiran, sikap, kepercayaan diri, dan kreatifitas seseorang (Agustian, 2001:xlviii).

Sementara jenis media massa membentuk dan mempengaruhi kognisi, sikap dan perilaku manusia dalam beberapa hal. Persoalan yang harus dijawab adalah seberapa besar pengaruh jenis media massa tersebut. McGuire (1986) sampai pada kesimpulan bahwa efek-efek jenis media massa sebenarnya kecil, meskipun kenyataannya bahwa dengan menonton (TV), mesti ada efeknya (McGuire, 1986, p.175). Kajian ini nampaknya berkisar antara pandangan bahwa media tidak memiliki pengaruh langsung sama sekali dan jika ada pengaruhnya hal itu diperantarai melalui komunikasi personal dengan opini para pemimpin, dan pandangan yang bertentangan bahwa media massa adalah sumber sentral



pengetahuan, sehingga mereka menentukan pandangan kita tentang dunia, serta perilaku kita.

Posisi (pandangan) yang terakhir didukung oleh filosof-filosof *kultur-pessimistik* dan beberapa pakar media, demikian juga oleh para pendukung pandangan yang kuat terhadap *perkembangan hipotesis kepercayaan-kepercayaan*, misalnya ide bahwa kita seringkali tidak memiliki akses langsung terhadap even-even dan informasi, padahal jenis media massa membawa informasi, dengan demikian mereka membentuk dan menentukan pandangan kita tentang dunia (Gebner & Gross, 1976; p. 331ff.).

Tampak bahwa masalah pengaruh (yang seringkali negatif) isi-isi jenis media massa muncul bersamaan dengan datangnya dan meningkatnya popularitas media yang baru. Satu contoh adalah persoalan lama dan yang masih belum terselesaikan dari pengaruh jenis media massa tentang agresi dan kekerasan. Jenis media massa yang ditujukan terutama pada para remaja nampaknya terkadang menjadi kambing hitam. Misalnya, pada tahun 1950-an, buku-buku komik dipersalahkan karena berpengaruh negatif terhadap para remaja, dan pada tahun 1960-an adalah televisi, serta pada tahun 1980-an bioskop (khususnya popularitas film-film horor dan semacamnya). Hal ini terjadi pada tahun 1990-an di antara isi-isi media lainnya—dengan video-video musik (keras, rock, rap dan heavy metal), yang dianggap bertanggung jawab terhadap agresi dan kekerasan (lihat Wallbott, 1992a).

Penelitian populer lainnya tentang isi-isi jenis media massa disamping perilaku agresif adalah berkaitan dengan prasangka yang dibawa melalui media.



Topik-topik termasuk stereotipe-stereotipe gender sebagaimana dikomunikasikan oleh beragam media tersebut seperti drama televisi, iklan-iklan dan buku-buku anak-anak. Karakteristik etnis, ras, dll adalah topik-topik penelitian lain yang telah terfokus (untuk penjelasan tentang topik-topik tersebut lihat McGuire, 1986; Harris, 1989). Permasalahan-pemmasalahan disini termasuk peran-peran dan fungsi bangsa Amerika-Afrika dalam (US-bangsa Amerika) iklan-iklan atau drama televisi, pentingnya media selama pemilihan (pemilu) dan debat-debat politik, bunuh diri-bunuh diri imitatif seperti ulasan media tentang bunuh diri-bunuh diri yang menyolok, pengaruh karakterisasi etnis tentang sifat-sifat kesalahan terhadap para penjahat dan perkosaan lintas-rasial sebagaimana disajikan melalui artikel-artikel koran.

Yang terpenting dari berbagai teori yang berbeda tersebut adalah mengenai munculnya keyakinan (*cultivation of beliefs*) (Gerbner, Gross, Morgan & Signorelli, 1986). Hipotesis mengenai perkembangan keyakinan berada dalam corak yang berbeda diantara relasi-relasi yang lemah dan kuat yang dijadikan dalil antara ekspos media dan keyakinan yang diperoleh (Untuk penjelasannya, lihat Winterrhoff-Spurk, 1989). Pada dasarnya teori ini menyatakan bahwa berbeda dengan sebelum adanya jenis media massa, pengetahuan kita tentang dunia, keyakinan dan perilaku kita tidaklah dibentuk oleh pengalaman kita sehari-hari, tetapi malah dibentuk oleh media masa, dan disini media yang paling menonjol adalah televisi.

Dengan kata lain jenis media massa juga tidak hanya membentuk keyakinan kita, tetapi juga pada tingkat dan perilaku kita. Disinilah letak keterkaitan jenis media massa dan EQ (*Emotional Quotient*).

## **2. 4. Kecerdasan Emosional/*Emotional Quotient* (EQ)**

### **2.4. 1 Pengertian Kecerdasan Emosional (EQ)**

Istilah kecerdasan emosional (EQ) pada awalnya dikemukakan oleh ahli psikologi, yaitu Peter Salovey dari Universitas Harvard dan John Mayer dari universitas New Hampshire. Istilah ini kemudian dipopulerkan oleh Daniel Goleman. Menurut Goleman (1997), Salovey dan Mayer menggunakan istilah EQ untuk menggambarkan sejumlah ketrampilan yang berhubungan dengan keakuratan penilaian tentang emosi diri sendiri dan orang lain, kemampuan mengelola perasaan untuk memotivasi, merencanakan dan meraih tujuan kehidupan.

Dalam menjabarkan arti kecerdasan emosional, Salovey dan Mayer menggunakan pengertian “kecerdasan pribadi” yang dikemukakan oleh ahli psikologi Howard Gardner sebagai definisi dasar yaitu: kemampuan untuk memahami orang lain, apa yang memotivasi, serta cara bekerja dan cara bekerja sama, juga kemampuan untuk membedakan dan menanggapi dengan tepat suasana hati, temperamen, motivasi, dan hasrat orang lain. Definisi ini diperluas oleh Solovey dan Mayer dalam lima wilayah utama, yaitu: kemampuan untuk mengenali emosi diri-sendiri, kemampuan untuk mengelola dan mengekspresikan emosi diri-sendiri dengan tepat, kemampuan untuk memotivasi diri-sendiri,

kemampuan untuk mengenali emosi orang lain dan kemampuan untuk membina hubungan dengan orang lain (Goleman, 1997:52).

*Emotional Intelligence* (EQ) tidak sama dengan *Intelligence Quotient* (IQ), karena kecerdasan emosional (EQ) berhubungan dengan kemampuan seorang individu tentang bagaimana ia mengelola diri-sendiri dan berhubungan dengan orang lain. Jadi kecerdasan emosional (EQ) lebih menekankan pada kualitas pribadi seperti inisiatif, empati, adaptasi, dan kemampuan persuasi. Perkembangan terakhir menunjukkan bahwa untuk mencapai kesuksesan dalam hidup, seorang individu tidak hanya harus mempunyai skor IQ yang baik tetapi juga harus mempunyai EQ yang baik pula.

Cooper dan Sawaf (1998) menyatakan bahwa kecerdasan emosional (EQ) adalah kemampuan merasakan, memahami, dan secara selektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi dan pengaruh yang manusiawi. Kecerdasan emosional (EQ) menuntut manusia untuk belajar mengakui dan menghargai perasaan diri dan orang lain dan bisa memberi tanggapan yang tepat, menerapkan dengan efektif informasi dan energi dalam kehidupan sehari-hari (Cooper R.F. & Sawaf A., 1998:xv). Sementara menurut Bar-On seperti dikutip Melianawati, dkk. (2001), kecerdasan emosional merupakan kemampuan mengatur perasaan dengan baik, mampu memotivasi diri sendiri, berempati ketika menghadapi gejala emosi diri maupun dari orang lain. Manusia dengan kecerdasan emosional (EQ) yang baik harus dapat memecahkan suatu masalah, fleksibel dalam situasi dan kondisi yang kerap berubah

(Meliawanati F.X., dkk dalam *Anima Indonesian Psychological*, Vol. 17 No. 1, 2001:57-62).

Jadi, kecerdasan emosional merupakan kemampuan untuk membedakan dan menanggapi dengan tepat suasana hati, temperamen, motivasi dan hasrat orang lain yang merupakan kunci pengetahuan diri dan akan menuntut pada tingkah laku yang tepat. Adapun komponen dasar kecerdasan emosional menurut Reuven Bar-On dibagi menjadi lima bagian: (1) Kualitas kemampuan di dalam diri (intra personal), mencakup kesadaran diri emosional, asertivitas, menghargai diri-sendiri, aktualisasi diri;(2) Kualitas kemampuan di dalam menjalin hubungan dengan orang lain (interpersonal) mencakup empati, hubungan interpersonal, tanggung jawab sosial;(3) Pemanfaatan proses kognitif secara konstruktif dan realistis (*cognition orientation*) mencakup kemampuan memecahkan masalah, menguji kenyataan, fleksibilitas;(4) Menjaga diri agar tetap tenang dan terkendali di bawah himpitan stres dari luar dan dari dalam diri (*stress management*) mencakup toleransi stres dan mengendalikan impuls;(5) Perasaan-perasaan positif yang menimbulkan kenyamanan dan gairah hidup (*affect*) mencakup kebahagiaan dan optimisme (Prihanto, 2000).

#### **2.4. 2 Aspek-Aspek Kecerdasan Emosional (EQ)**

Ada beberapa aspek dalam kecerdasan emosional (EQ) menurut Goleman (1997) yang meliputi, yakni:

- a. Kemampuan mengenali emosi diri, yaitu kemampuan individu untuk mengenali perasaan sesuai dengan apa yang terjadi, mampu memantau

perasaan dari waktu ke waktu dan merasa selaras terhadap apa yang dirasakan.

- b. kemampuan mengelola emosi, yaitu kemampuan untuk menangani perasaan sehingga perasaan dapat diungkap dengan tepat, kemampuan untuk menenangkan diri, melepaskan diri dari keceemasan dan kemarahan yang menjadi-jadi.
- c. Kemampuan memotivasi diri-sendiri, yaitu kemampuan untuk mengatur emosi sebagai alat untuk mencapai tujuan, menunda kepuasan dan meregangkan dorongan hati, mampu berada dalam tahap *flow*.
- d. Kemampuan mengenali emosi orang lain, yaitu kemampuan untuk mengetahui perasaan orang lain (kesadaran empatik), menyesuaikan diri terhadap apa yang diinginkan orang lain.
- e. Kemampuan membina hubungan, yaitu kemampuan mengelola emosi orang lain dan berinteraksi secara mulus dengan orang lain (Goleman, 1997:57-59).

Di sisi lain, Gardner mengemukakan lima ciri utama dari kecerdasan emosional (EQ), yaitu:

- 1) Mengenali emosi diri adalah kesadaran diri waktu perasaan terjadi merupakan dasar kecerdasan emosional dan merupakan hal yang penting bagi pemahaman diri
- 2) Mengelola emosi diri adalah kemampuan untuk menangani perasaan agar perasaan dapat diungkapkan secara baik.



- 3) Memotivasi diri-sendiri adalah kemampuan untuk menata emosi diri-sendiri untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- 4) Empati adalah kemampuan untuk mengenali emosi orang lain.
- 5) Membina hubungan adalah bagaimana menjalin hubungan dengan orang lain (Goleman, 1997:57-59).

Dari semua aspek kecerdasan emosional (EQ) sebagaimana dipaparkan di atas, penulis akan menggunakan komponen-komponen kecerdasan emosional yang diungkapkan Goleman yakni komponen-komponen seperti mengenali emosi diri, mengelola emosi diri, memotivasi diri-sendiri, mengenali emosi orang lain dan membina hubungan dengan orang lain. sebagai indikator dalam variabel EQ dalam penelitian ini. Menurut penulis aspek-aspek EQ yang dipaparkan Goleman lebih jelas dan secara simple cukup representatif untuk menggambarkan tentang konsep EQ yang menyeluruh.

## **2. 5. Hubungan Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Kecerdasan Emosional (EQ)**

Salah satu hal yang terpenting dalam pengembangan SDM adalah orientasi terhadap budaya organisasi. Budaya organisasi menurut Robbins mengacu pada suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggotanya yang membedakan organisasi tersebut dengan organisasi-organisasi lainnya (Robbins, 1996:286). Dalam hubungannya dengan SDM, budaya perusahaan memiliki fungsi sebagai kunci utama dalam pencapaian komitmen, peningkatan dan pemeliharaan kohesivitas diantara anggota kelompok, produktifitas dan



sebagainya. Kotter seperti dikutip Lukito (1996) mengemukakan bahwa dalam suatu lingkungan usaha yang kompetitif, budaya perusahaan dapat berpengaruh besar pada individu-individu atau kelompok individu dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Hal senada diungkapkan oleh Smircich yang dikutip Bachtiar bahwa fungsi-fungsi budaya, meliputi:

- a. membawa suatu perasaan identitas sebagai anggota organisasi;
- b. sebagai sarana untuk membangun komitmen;
- c. meningkatkan stabilitas sistem sosial;
- d. merupakan *sense making device* yang dapat memberikan pedoman dan mempertajam perilaku (Bachtiar, 1996:25).

Dalam merealisasikan budaya tersebut terdapat tiga model pendekatan yang dapat dilakukan, yaitu: *Pertama*, model budaya kuat (*strong culture*). Dalam kategori budaya ini, hampir dapat dipastikan mayoritas karyawan perusahaan memegang nilai-nilai umum dan memiliki pola perilaku dan praktik yang relatif konsisten, sehingga budaya kuat memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku anggotanya karena tingginya tingkat kebersamaan. Melalui budaya yang kuat perusahaan dapat membina komitmen karyawan, kesetiaan, kohesivitas, dan produktivitas, karenanya diperlukan sosialisasi secara intensif.

*Kedua*, model *strategically appropriate cultures*. Model kedua ini lebih diorientasikan ke luar perusahaan. Model ini mengemukakan arti pentingnya kesesuaian (*fit*) antara budaya perusahaan dengan lingkungan usaha di mana budaya tersebut berlaku. Karenanya, perusahaan dituntut memiliki budaya

perusahaan yang selaras dengan lingkungan usaha. *Ketiga*, model *adaptive culture*. Model ini menunjukkan bahwa keunggulan kinerja perusahaan dapat diraih jika perusahaan memiliki budaya yang dapat mendorong perusahaan untuk mengantisipasi dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Pendekatan ini mengarahkan karyawan untuk senantiasa bersikap adaptif dan inovatif.

Guna mewujudkan ketiga model pendekatan budaya organisasi (perusahaan) di atas dibutuhkan tidak hanya kecerdasan kognitif (IQ) dalam peningkatan kualitas kinerja dan SDM sebuah organisasi (perusahaan) tetapi yang lebih penting adalah kecerdasan emosi (EQ) dari SDM-nya (karyawan dan pengelola perusahaan). Tidak seperti IQ, kecerdasan emosi dapat meningkat dan terus-menerus ditingkatkan seumur hidup yang tentu saja membutuhkan *training* atau pelatihan sepanjang waktu (*continously improvement*) (Goleman, 1999). Ada Beberapa langkah yang bisa dijadikan landasan dalam membentuk kecerdasan emosi (EQ) (Agustian, 2001:lv-lvi):

1. *Mental Building*, yaitu membangun mental berdasarkan prinsip-prinsip keteladanan, kepemimpinan, pembelajaran, visioner, dan keteraturan (*well-organized*).
2. *Personal strenght*, ketangguhan pribadi berupa *mission statement* (penetapan misi), pembangunan karakter, dan pengendalian diri.
3. *Ketangguhan Sosial* dengan melakukan aliansi atau sinergi dengan orang lain atau dengan lingkungan sosialnya.

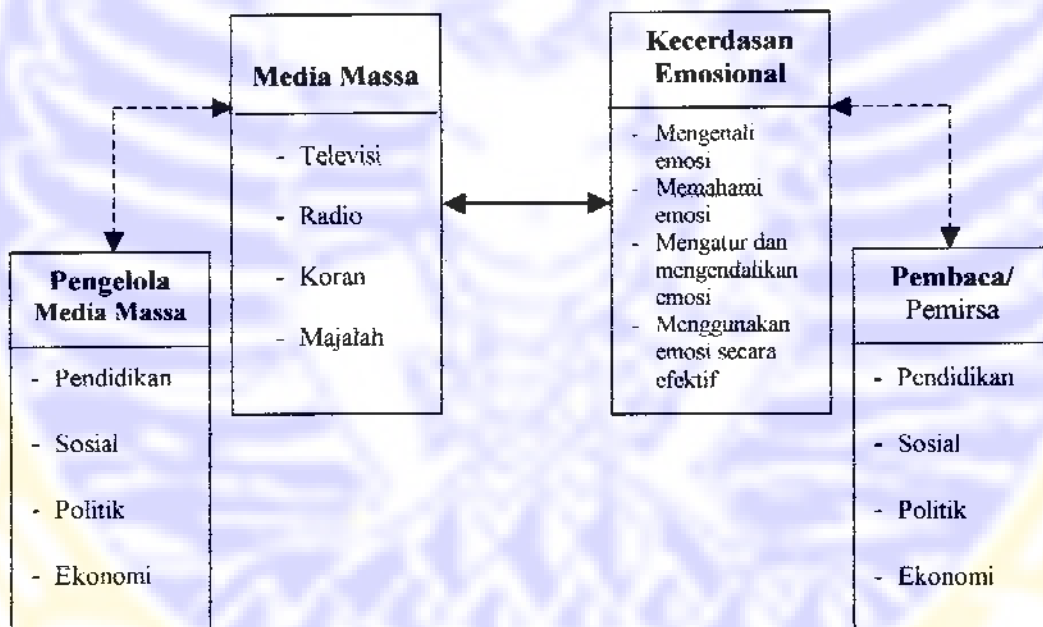
### BAB 3

## KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

### 3.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian tentang analisis hubungan antara jenis media massa dengan kecerdasan emosional pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya Jurusan Aqidah-Filsafat dapat diabstraksikan sebagaimana berikut:

Gambar 3.1. Abstraksi Hubungan Jenis Media Massa dengan Kecerdasan Emosional



**Keterangan:**

- : Diteliti
- - - - - : Tidak Diteliti

### 3.2. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa ada hubungan antara Jenis Media Massa dengan Kecerdasan Emosional di kalangan mahasiswa Jurusan Aqidah-Filsafat Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

## BAB 4

### METODE PENELITIAN

#### 4.1. Rancangan Penelitian

Sesuai dengan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu menjelaskan pengaruh variabel yang sudah ditetapkan maka jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang sifatnya penjelasan (*eksplanatory*) yaitu menyoroti pengaruh antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Menurut Singarimbun (1989: 5) Penelitian penjelasan (*eksplanative research*) tidak melakukan pengamatan (bersifat non-eksperimental), melainkan hanya menjelaskan hubungan di antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis tanpa pemberian perlakuan. Penelitian *eksplanative* menurut Kerlinger (200: 278) adalah menguji variabel yang dihipotesiskan.

Penelitian analisis hubungan antara jenis media massa dengan kecerdasan emosional mahasiswa Jurusan Aqidah-Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya ini merupakan penelitian *observational* karena bertujuan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang dirumuskan sebelumnya. Pengambilan data dilakukan secara *cross sectional*.

#### 4.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di lingkungan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Jurusan Aqidah-Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian dilakukan pada tanggal 14 Januari sampai 5 Februari 2005.

### 4.3. Populasi dan Sampel

#### 4.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Aqidah-Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berjumlah 180.

#### 4.3.2. Sampel

Besar Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus  $X^2$  yaitu jumlah sel  $\times 5 = (9 \times 5 - 45)$ . Untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan, maka hitungan sampel dikalikan 2 sehingga jumlahnya menjadi 90.

### 4.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara Accidental sampling. Teknik pengambilan sampel ini termasuk dalam teknik non probability sampling

### 4.5. Variabel Penelitian

#### 1. Jenis media massa

Kategori:

Televisi + Radio (Media Elektronik)

Koran + Majalah (Media Cetak)

#### 2. Kecerdasan Emosional (EQ)

- Mengenal emosi
- Memahami emosi
- Mengatur dan mengendalikan emosi
- Menggunakan emosi secara efektif



#### 4.6. Definsi Operasional

##### a. Jenis Media Massa.

Jenis media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua jenis yakni jenis media massa cetak dan jenis media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai jenis media massa adalah koran dan majalah. Sedangkan media elektronik diwujudkan dengan adanya radio dan televisi.

Sementara itu, Responden dalam penelitian ini dibagi menjadi kategori;

1. Responden yang mempunyai kebiasaan menyimak televisi dan radio
2. Responden yang mempunyai kebiasaan membaca koran dan majalah
3. Responden yang biasa menyimak acara TV, radio dan membaca koran dan majalah

##### b. Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk mengenali, mengelola, dan mengekspresikan dengan tepat, termasuk untuk memotivasi diri sendiri, mengenali emosi orang lain, serta membina hubungan dengan orang lain. Jelas bila seseorang mempunyai kecerdasan emosi tinggi, dapat hidup lebih bahagia dan sukses karena percaya diri serta mampu menguasai emosi atau mempunyai kesehatan mental yang baik.

Indikator kecerdasan emosional meliputi di antaranya.

- Kemampuan untuk mengenali emosi.
- Kemampuan untuk memahami emosi.
- Kemampuan untuk mengatur dan mengendalikan emosi.

- Kemampuan untuk menggunakan emosi secara efektif.

Indikator ini kemudian dijabarkan dalam item kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala 0-3 (Azwar, 2002)

0= Saya tidak pernah mengetahui

1= Saya jarang mengetahui

2= Saya sering mengetahui

3= Saya selalu mengetahui

Kemudian dari hasil jawaban kuisisioner dikategorikan menjadi tiga:

1. EQ rendah = 0 - 1
2. EQ sedang = >1 - 2
3. EQ tinggi = >2 - 3

Dengan asumsi masing-masing seluruh pertanyaan memiliki bobot yang sama, serta masing-masing pertanyaan independen (tidak saling mempengaruhi).

#### **4.7. Instrumen Penelitian**

##### **4.7.1. Fisibilitas Instrumen Penelitian**

Untuk menilai kelayakan kuesioner maka dilakukan tes awal kuesioner pada 5 orang responden. Uji inibertjuan untuk menilai kelayakan / tingkat kemampuan / responden dalam memahami item pertanyaan kuesioner.

#### 4.7.2. Validitas Instrumen Penelitian

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur ( Sugiono 1998).

Cara pengukuran validitas angket kecerdasan Emosi menggunakan teknik korelasi dengan  $r$  Pearson atau koefisien korelasi product moment Pearson dengan taraf signifikansi 5%. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka item kuesioner valid. Jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  table maka item kuisisioner tersebut tidak valid.

#### 4.7.3. Reliabilitas Instrumen Penelitian

Pengujian realibitas instrumen dengan mnggunakan teknikalpha cronbach. Realibitas instrumen dianggap andal jika memiliki koefisien realibitas 0,6 (besar atau sama dengan 6) (Malhotro, 1999). Teknik ini cocok untuk menguji skala instrumen yang masing-masing butirnya mempunyai lebih dari satu alternatif jawaban.

#### 4.8. Jenis dan Sumber Data

prosedur pengambilan data penelitian ada dua jenis yaitu:

##### 1. Data primer

Sumber data primer akan didapat dari obyek penelitian (responden) yang berkaitan dengan jawaban tentang jenis media massa dan keccrdasan emosi (EQ) mahasiswa.

## 2. Data sekunder

Data ini diperoleh dari dokumen atau buku-buku yang memiliki keterkaitan dengan fakultas Ushuluddin khususnya jurusan Aqidah Filsafat.

### 4.9. Pengolahan Data dan Analisis Data

Data yang terkumpul diolah melalui proses editing yakni dengan meneliti: lengkap tidaknya kuesioner, keterbacaan tulisan, kejelasan makna jawaban, relevansi jawaban, dan keseragaman satuan data. Selanjutnya, editing dilanjutkan dengan coding melalui pengklasifikasian jawaban responden berdasarkan macammnya. Pengklasifikasian data menggunakan tabel frekuensi .

Tabel 4.1. Frekuensi Tabel

		Jenis media massa			
		1	2	3	Jumlah
E. Q.	Tinggi				a
	Sedang				b
	Rendah				c
	Jumlah	d	e	f	g

Keterangan :

- 1 : Televisi dan Radio
- 2 : Koran dan Majalah
- 3 : 1 + 2

Tahap berikutnya adalah analisis data. Analisis data menggunakan analisis kualitatif. Analisis data kualitatif menggunakan teknik pengujian hipotesis dalam distribusi frekuensi dengan rumus *chi kuadrat* (Bungin, 2001: 230-231).

Bentuk rumus Chi Kuadrat sbb:

$$\chi^2 = \sum \left[ \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} \right]$$

Keterangan:

$\chi^2$  : Chi kuadrat

$f_o$  : frekuensi yang diperoleh

$f_h$  : frekuensi yang diharapkan

$\sum$  : jumlah



## **BAB 5**

### **ANALISIS HASIL PENELITIAN**

#### **5.1 Data Penelitian**

##### **5.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai dari tanggal 14 Januari hingga 5 Pebruari 2005 di lingkungan mahasiswa Jurusan Aqidah Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya. Jurusan Aqidah Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya herdiri bersama dua jurusan Perbandingan Agama dan Tafsir Hadis pada tahun 1966 dengan SK Menteri Agama RI No. 36/1966. pendirian Fakultas Ushuluddin sendiri terkait erat dengan latar belakang pendirian Perguruan Tinggi Agama Islam Sunan Ampel pada 5 Juli tahun 1965 melalui SK Menteri Agama nomor 20/1965, cikal bakal berdirinya IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Sebagai peserta pusat informasi, kajian dan pengembangan di bidang aqidah dan filsafat, mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat adalah peserta didik program jurusan yang ditujukan untuk menjadi sarjana yang berpengetahuan ilmiah serta mampu menganalisis problem ke-Islaman, ilmu kalam, tasawwuf, dan filsafat.

##### **5.1.2 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan kerangka yang mewujudkan pola tetap dari hubungan-hubungan di antara bagian-bagian, bidang kerja-bidang kerja, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab

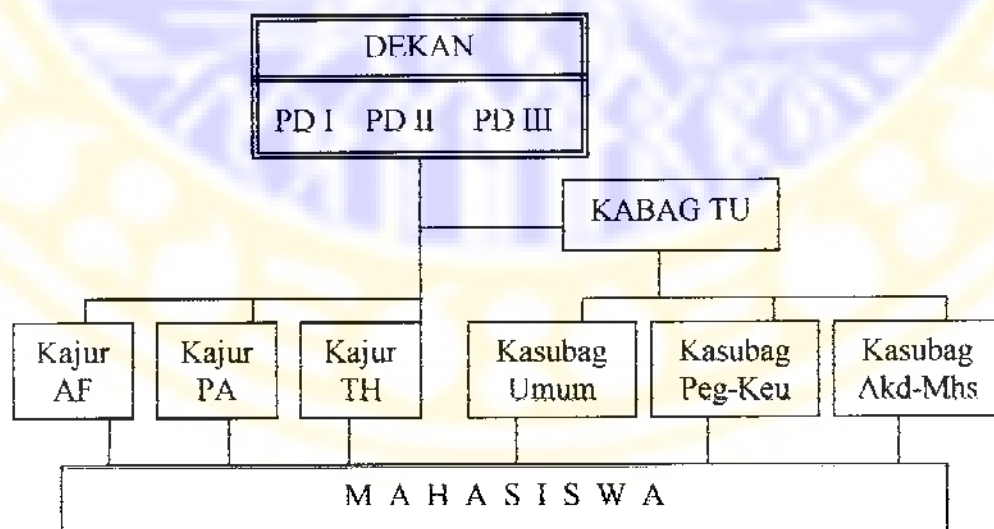
dalam sebuah proses atau sistem kerja. Organisasi perlu diwujudkan untuk membantu tujuan kelompok orang yang berkumpul membangun kesepakatan, komitmen, dan bekerjasama.

Struktur organisasi mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat tidak lepas dari gambaran SK Menteri Agama RI No. 36/1966 tentang Organisasi IAIN Sunan Ampel Surabaya. Secara umum, struktur organisasi mahasiswa jurusan Aqidah filsafat dapat dibagi ke dalam dua jenis, struktur organisasi makro dan struktur organisasi mikro.

#### a. Struktur Organisasi Makro

Struktur organisasi makro adalah pencngasan dan penggambaran kedudukan mahasiswa Jurusan Aqidah Filsafat sebagai sub unit peserta teknis pendidikan. Mahasiswa bertanggung jawab dalam mengikuti semua kegiatan pendidikan jurusan di bawah pimpinan Ketua Jurusan Aqidah Filsafat yang diangkat melalui proses pemilihan terbatas dan disahkan oleh Dekan Fakultas. Struktur organisasi makro mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat dapat digambarkan melalui skema berikut:

Gambar 5.1. Struktur Organisasi Makro Mahasiswa



## b. Struktur Organisasi Mikro

Struktur organisasi mikro merupakan penegasan dan gambaran tentang macam, kedudukan, ruang lingkup, sistem kewenangan secara hirarki dari sub unit kerja mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat yang kemudian tertuang dalam struktur organisasi perguruan tinggi bersangkutan. Pada mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel, struktur organisasi mikro memungkinkan adanya kerjasama antara bagian satu dengan yang lain karena terdapat hubungan kepentingan yang tidak terlepas, meskipun masing-masing bagian memiliki ruang lingkup sendiri.

### 5.2. Deskripsi Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui beberapa gambaran karakteristik responden berdasarkan jumlah sampel penelitian, jenis kelamin, usia, lama pendidikan (semester) dan pendidikan terakhir. Berdasarkan penyebaran 90 buah kuisioner, semua data dapat dipergunakan sebagai dasar penelitian. Berikut ini digambarkan karakteristik responden berdasarkan kuesioner yang disebar.

Tabel 5.1 Tabulasi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	57	63,3%
wanita	33	36,7%
Jumlah	90	100%

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa jumlah responden pria 63,3% sedangkan responden wanita 36,7%. Pada dasarnya penyebaran ini kuesioner ini tidak membedakan jenis kelamin (pria atau wanita), akan tetapi pada data statistik jumlah responden pria dan wanita tidak begitu jauh berbeda.

Melalui karakter usia, responden dapat digambarkan melalui tabel:

Tabel 5.2 Tabulasi Usia Responden

Umur	Jumlah	Persentase
19-20	39	43,3%
21-23	36	40%
Diatas 23	15	16,7%
Jumlah	90	100%

Berdasarkan tabel 2 usia responden menunjukkan 43,3% berusia 19-20 tahun, kemudian diikuti responden yang berusia 21-23 tahun 40% sedangkan sisanya responden yang berusia diatas 23 tahun.

Melalui sifat pendidikan terakhir, responden dapat digambarkan dengan tabel:

Tabel 5.3 Tabulasi Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
MA	73	81,15%
SMU	15	16,7%
SMK	2	2,2%
JUMLAH	90	100%

Berdasarkan tabel 3, pendidikan terakhir responden menunjukkan bahwa 81,15% berasal dari Madrasah Aliyah (MA), kemudian jumlah responden yang berasal dari lulusan SMU adalah 16,7%. Sisa responden adalah lulusan SMK.

Berdasarkan peringkat semester dan lama menempuh studi, responden dapat dijelaskan melalui:

Tabel 5.4 Tabulasi Tingkat Semester Responden

Semester	Jumlah	Persentase
Semester I	17	18,9%
Semester III	16	17,8%
Semester V	22	24,4%
Semester VII	19	21,1%
Semester IX	10	11,1%
Semester XI	6	6,7%
Semester XIII	0	0
Jumlah	90	100%

Berdasarkan tabel 4, jenjang semester responden menunjukkan bahwa 18,9% berasal dari semester I. Menyusul 17,8% berasal dari semester III. Disusul 24,4% dari semester V dan 21,1% dari semester VII. Responden yang berasal dari semester IX adalah 11,1%, sedangkan selebihnya 6,7% ada di semester XI.



### **5.3. Hasil Pengujian Fisibilitas, Validitas dan Reliabilitas**

#### **5.3.1. Hasil Pengujian Fisibilitas**

Pengujian fisibilitas kuesioner ini dilakukan untuk kuesioner sikap. Hasil pengujian fisibilitas pada 5 orang responden menunjukkan bahwa item kuesioner sudah dapat dipahami dan tidak menimbulkan penafsiran lain, sehingga dapat digunakan untuk pengumpulan data.

#### **5.3.2. Hasil Pengujian Validitas**

Pengujian validitas data dilakukan pada 15 orang sampel penelitian selain dari responden yang diambil untuk penelitian sesungguhnya. Pengujian ini dilakukan sebelum penelitian dilakukan. Pengujian validitas dengan menggunakan uji *Pearson* atau *Product Moment*. Item kuesioner dinyatakan valid menurut Solimun (2000 ; 81) apabila mempunyai nilai  $r$  tabel yang lebih besar dari 0,3. Item kuesioner yang valid adalah yang dapat mengukur sesuatu yang ingin diukur. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner untuk variabel kecerdasan emosi mempunyai nilai  $r$  yang lebih besar dari 0,3. Dengan demikian seluruh item valid dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Hasil selengkapnya pengujian validitas dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner

Item	Hasil uji r	Keterangan
Y1.1	0.4093	VALID
Y1.2	0.7891	VALID
Y1.3	0.4984	VALID
Y1.4	0.4580	VALID
Y1.5	0.5187	VALID
Y2.1	0.3213	VALID
Y2.2	0.5195	VALID
Y2.3	0.7155	VALID
Y2.4	0.6128	VALID
Y2.5	0.5188	VALID
Y3.1	0.6524	VALID
Y3.2	0.3501	VALID
Y3.3	0.9299	VALID
Y3.4	0.7759	VALID
Y3.5	0.7253	VALID
Y4.1	0.5794	VALID
Y4.2	0.6830	VALID
Y4.3	0.6286	VALID
Y4.4	0.5894	VALID
Y4.5	0.6520	VALID

### 5.3.3. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada kuesioner kecerdasan emosi. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai reliabilitas yang lebih besar dari 0.6 dengan demikian kuesioner kecerdasan emosi reliabel. Tabel selengkapnya hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 5.6 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Item	Nilai alpha	Keterangan
Mengenali emosi	0.7572	RELIABEL
Memahami emosi	0.7553	RELIABEL
Mengatur dan mengendalikan emosi	0.8439	RELIABEL
Mengatur emosi secara efektif	0.8188	RELIABEL

### 5.4. Deskripsi Jawaban Responden

Hasil penelitian dari pengolahan data kuesioner diperoleh hasil seperti yang tertuang dibawah ini. Besar sampel penelitian adalah 90 orang responden. Hasil jawaban responden selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

#### 5.4.1. Kecerdasan Emosi

Variabel kecerdasan emosi terdiri dari 4 indikator yaitu kemampuan mengenali emosi, memahami emosi, mengatur dan mengendalikan emosi dan menggunakan emosi secara efektif.

## 1. Kuesioner Mengenali Emosi

Tabel 5.7 Frekuensi Kemampuan Mengenali Emosi, Mahasiswa IAIN Surabaya, 2005

No.	Item	Nilai								Jumlah
		0	%	1	%	2	%	3	%	
1.	Y1.1	1	1.1	5	5.6	27	30.0	57	63.3	90
2.	Y1.2	0	0	1	1.1	33	36.7	56	62.2	90
3.	Y1.3	1	1.1	3	3.3	21	23.3	65	72.2	90
4.	Y1.4	5	5.6	5	5.6	54	60.0	26	28.9	90
5.	Y1.5	0	0	1	1.1	23	25.6	66	73.3	90

Dari table di atas dapat dilihat bahwa untuk kemampuan mengenali emosi sebagian besar jawaban responden pada skor 3 yaitu saya selalu mengetahui. Kecuali untuk item Y1.4 sebagian besar jawaban responden pada skor 2 yaitu saya sering mengetahui.

## 2. Kuesioner Memahami Emosi

Table dibawah ini menunjukkan bahwa untuk kemampuan memahami emosi sebagian besar jawaban responden pada skor 2 yaitu saya sering mengetahui untuk item Y2.1, Y2.2, Y2.3. Sedangkan untuk item Y2.4 dan Y2.5 sebagian besar jawaban responden pada skor 3 yaitu saya selalu mengetahui.

Tabel 5.8 Frekuensi Kemampuan Memahami Emosi, Mahasiswa IAIN Surabaya, 2005

No.	Item	Nilai								Jumlah
		0	%	1	%	2	%	3	%	
1.	Y2.1	0	0	5	5.6	49	54.4	36	40.0	90
2.	Y2.2	5	5.6	30	33.3	42	46.7	13	14.4	90
3.	Y2.3			4	4.4	46	51.1	40	44.4	90
4.	Y2.4			1	1.1	34	37.8	55	61.1	90
5.	Y2.5			1	1.1	29	32.2	60	66.7	90



### 3. Kuesioner Mengatur dan Mengendalikan Emosi

Table dibawah ini menunjukkan bahwa untuk kemampuan mengatur dan mengendalikan emosi sebagian besar jawaban responden pada skor 3 yaitu saya selalu mengetahui untuk item Y3.1, Y3.2, Y3.3 dan Y3.4. Sedangkan untuk item Y3.5 sebagian besar jawaban responden pada skor 2 yaitu saya sering mengetahui.

Tabel 5.9 Frekuensi Kemampuan Mengatur dan Mengendalikan Emosi, Mahasiswa IAIN Surabaya, 2005

No.	Item	Nilai								Jumlah
		0	%	1	%	2	%	3	%	
1.	Y3.1	0	0	0	0	21	23.3	69	76.7	90
2.	Y3.2	0	0	1	1.1	21	23.3	68	75.6	90
3.	Y3.3	1	1.1	5	5.6	27	30.0	57	63.3	90
4.	Y3.4	1	1.1	2	2.2	29	32.2	58	64.4	90
5.	Y3.5	6	6.7	10	11.1	41	45.6	33	36.7	90

#### 4. Kuesioner Menggunakan Emosi secara Efektif

Table dibawah ini menunjukkan bahwa untuk kemampuan menggunakan emosi secara efektif sebagian besar jawaban responden pada skor 3 yaitu saya selalu mengetahui untuk item Y4.3, Y4.4, Y4.5. Sedangkan untuk item Y4.1 dan Y4.2 sebagian besar jawaban responden pada skor 2 yaitu saya selalu mengetahui.

Tabel 5.10 Frekuensi Kemampuan Menggunakan Emosi Secara Efektif, Mahasiswa IAIN Surabaya, 2005

No.	Item	Nilai								Jumlah
		0	%	1	%	2	%	3	%	
1	Y4.1	3	3.3	22	24.4	34	37.8	31	34.4	90
2	Y4.2	2	2.2	14	15.6	40	44.4	34	37.8	90
3	Y4.3	1	1.1	3	3.3	22	24.4	64	71.1	90
4	Y4.4	0	0	2	2.2	28	31.1	60	66.7	90
5	Y4.5	0	0	1	1.1	24	26.7	65	72.2	90

Dari seluruh item kecerdasan emosi yang berjumlah 20 pertanyaan kemudian ditotal untuk mengetahui tingkat kecerdasan emosinya. Kemudian skor total tersebut dicari nilai maksimum (tertinggi) dan nilai minimum (terendah). Dari

hasil perhitungan diperoleh nilai skor maksimum 2.85 dan nilai skor minimum 1.85.

Tabel 5.11 Distribusi Kategori Kecerdasan Emosi Mahasiswa IAIN, Surabaya, 2005

Kecerdasan emosi	F	%
Rendah (0 - <1)	0	0
Sedang (>1 - 2)	6	6.7
Tinggi (>2 - 3)	84	93.3
<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar kecerdasan emosi mahasiswa IAIN adalah pada kategori tinggi sebanyak 84 orang (93.3%), sedangkan yang berada pada kategori sedang ada 6 orang (6.7%) dan tidak satupun responden ditemukan (0%) pada kategori rendah.

#### 5.4.2. Jenis Media yang Dikonsumsi

Berikut adalah deskripsi jawaban responden tentang jenis-jenis media massa yang sering dikonsumsi yang dibagi menjadi empat kelompok yaitu kelompok pertama pembaca majalah dan Koran, kedua televisi dan radio dan ketiga majalah, koran, televisi dan radio, serta pilihan tidak semuanya. Hasil selengkapnya adalah sebagai berikut :

Tabel 5.12. Distribusi Jenis Media Massa yang Dikonsumsi Mahasiswa IAIN, Surabaya, 2005

Jenis Media Massa	F	%
Majalah dan Koran	9	10.0
Televisi dan radio	19	21.1
Majalah, koran, televisi dan radio	62	68.9
Tidak semua	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya mengkonsumsi media majalah, koran, televisi dan radio sebanyak 62 orang (68.9%), sedangkan yang mengkonsumsi televisi dan radio 19 orang (21.1%) dan yang membaca majalah dan koran ada 9 orang (10%).

### 5.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dengan menggunakan uji Chi Square. Uji ini dipilih karena data hasil penelitian berskala nominal dan ordinal serta yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel.

Tabulasi silang menunjukkan bahwa untuk responden yang mempunyai kecerdasan emosi rendah sebagian besar media yang digunakan adalah televise dan radio, sedangkan responden dengan kecerdasan emosi sedang sebagian besar membaca majalah, koran, televisi dan radio. kelompok responden yang

mempunyai kecerdasan emosi tinggi sebagian besar membaca majalah, koran, menyaksikan televisi serta mendengarkan radio.

Tabel 5.13 Tabulasi silang jenis media massa yang dibaca dengan kecerdasan emosi, Mahasiswa IAIN, Surabaya, 2005

Jenis media massa	Kategori kecerdasan emosi		Total
	Sedang	Tinggi	
Majalah dan Koran	3	6	9
	0.6	8.4	90
Televisi dan Radio	2	17	19
	1.3	17.7	19.0
Majalah, Koran, Televisi dan Radio	1	61	62
	4.1	57.9	62.0
<b>Total</b>			
<b>Chi Square</b>			<b>13.286</b>
<b>Signifikansi</b>			<b>0.001</b>

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai chi square adalah 13.286 dengan tingkat signifikansi 0.001. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka ada hubungan atau perbedaan proporsi antara tingkat kecerdasan emosi dengan masing – masing jenis media yang dikonsumsi mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya.



Namun berdasarkan ketentuan *Chi Square* yaitu tidak boleh nilai expected count yang mempunyai nilai kurang dari 5 lebih dari 20 % maka dilakukan proses penggabungan kategori sebagai berikut :

Tabel 5.14 Tabulasi silang jenis media massa yang dibaca dengan kecerdasan emosi setelah digabung, Mahasiswa IAIN, Surabaya, 2005

Jenis media massa	Kategori kecerdasan emosi		Total
	Rendah dan Sedang	Tinggi	
Gabungan Majalah dan Koran, Televisi dan radio	5 1.5	23 26.1	28
Majalah, Koran, Televisi dan radio	1 4.1	61 57.9	62
<b>Total</b>	6	84	90
<i>Chi Square</i>		8.180	
<i>Continuity correction</i>		5.778	
Signifikansi		0.010	

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *chi square for continuity correction* adalah 5.778 dengan tingkat signifikansi 0.010. Hasil ini tidak mengubah bahwa ada hubungan atau perbedaan proporsi antara tingkat kecerdasan emosi dengan masing-masing jenis media yang dikonsumsi mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya.

## BAB 6

### PEMBAHASAN

Penelitian Goleman (1995) mengatakan bahwa kecerdasan umum hanya memprediksi 20% kesuksesan hidup seseorang, sedangkan yang 80% ditentukan faktor lain, di antaranya adalah kecerdasan emosional. Tanpa ditunjang pengolahan emosi yang baik, kecerdasan intelektual tidak akan menjamin kesuksesan dan keberhasilan hidup seseorang. Patton (1998) mengemukakan hal yang sama bahwa kecerdasan emosional yang tinggi cenderung mendorong kesuksesan di tempat kerja.

Para neurolog menggunakan istilah 'ingatan kerja' untuk menyebut kemampuan atensi manusia menyimpan fakta untuk menyelesaikan persoalan. *Korteks prefrontal* adalah wilayah otak yang bertanggung jawab atas ingatan itu. Tetapi, karena ada sirkuit dari *limbik* menuju *lobus prefrontal*, maka sinyal-sinyal emosi yang kuat seperti amarah, kecemasan, dan semacamnya dapat menciptakan gangguan syaraf, menyabot kemampuan lobus mempertahankan ingatan kerja. Seseorang yang mengalami 'kacau' atau kemurungan emosional secara terus menerus dapat mengalami kecacatan intelektual sehingga melumpuhkan kemampuan berpikir. Kecerdasan emosi menjadi alasan mendasar setiap pelatihan. Perusahaan-perusahaan saat ini semakin sadar bahwa dukungan mengembangkan ketrampilan kecerdasan emosi karyawan merupakan hal yang sangat bermanfaat untuk meningkatkan profit/bottom line perusahaan.

Goleman mengatakan bahwa IQ (kecerdasan intelektual) merupakan takdir dan faktor bawaan genetik yang tidak mungkin diubah oleh pengalaman hidup. Berbeda dengan itu, EQ (kecerdasan emosional) dapat dipelajari, dikembangkan, dan disempurnakan, kapan saja (Cooper, 1997). Kecerdasan emosional dipengaruhi oleh latar belakang keluarga, budaya, dan bidang keilmuan setiap individu. Itu berarti, secara umum kecerdasan emosional seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan atau informasi yang ia dapat.

Penelitian mengenai upaya pengembangan sumber daya manusia merupakan topik yang tidak akan pernah habis untuk dibahas atau dikaji. Dari berbagai sektor, mengembangkan sumber daya manusia merupakan hal yang menantang. Manusia sebagai makhluk yang unik diciptakan dengan komponen khusus yang membedakannya dengan makhluk yang lainnya. Akal manusia diciptakan dapat merespon segala macam bentuk rangsangan maupun informasi yang masuk kepadanya. Salah satu bentuk stimulus yang merupakan komponen penting adalah komunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat berinteraksi dengan manusia lain, mengolah sekaligus menghasilkan sebuah pemahaman atau wacana baru.

Efek kognitif komunikasi massa yang pertama adalah adanya pembentukan dan perubahan citra, yang dimaksud citra disini adalah realitas yang dipertontonkan media massa kepada khalayak, sehingga realitas tersebut tampak sebagai gambaran sesuatu yang mempunyai makna. Atau dengan kata lain, citra merupakan keseluruhan informasi tentang dunia ini yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan individu. Citra merupakan dunia menurut persepsi

kita, karena citra hanyalah merupakan persepsi kita, maka citra tidak harus sesuai dengan realitas.

Realitas yang ditampilkan media massa adalah realitas yang sudah diseleksi, bukan lagi realitas yang sesungguhnya. Sehingga dari media massa itu kita membentuk citra tentang lingkungan sosial kita berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media massa.

Efek yang kedua adalah agenda setting, yaitu kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita, teori agenda setting dinilai dengan suatu asumsi bahwa media massa menyaring suatu berita, artikel atau tulisan yang akan disiarkannya. Secara selektif media menentukan yang mana yang pantas untuk diberikan dan mana yang seharusnya disembunyikan, setiap kejadian atau issue diberikan bobot tertentu dengan panjang penyajian ataupun melalui cara penonjolan berita.

Agenda masyarakat dapat diteliti dari segi yang dipikirkan orang (intrapersonal), apa yang dibicarakan orang itu dengan orang lain (interpersonal), dan apa yang mereka anggap sedang menjadi pembicaraan orang ramai (community silence). Efek terdiri dari efek langsung dan efek lanjutan (subsequent effects), efek langsung berkaitan dengan issues, mana yang dianggap paling penting menurut khalayak, bagaimana issues itu diranking oleh responden dan apakah rankingnya itu sesuai dengan ranking media (prioritas). Efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau berupa tindakan (Rakhmat, 1998).

Efek kognitif yang ketiga adalah efek prososial kognitif, yaitu bahwa media massa dalam menyampaikan informasi dapat memberikan manfaat pada khalayakan. Media massa memberikan informasi tentang hal-hal yang sebelumnya manusia tidak mengetahuinya, dari media massa kita dapat belajar banyak hal di luar pengetahuan manusia.

Efek afektif komunikasi massa yang pertama adalah pembentukan dan perubahan sikap, pada tahun 1960 Joseph Klapper (dalam Rakhmat, 1996) melaporkan hasil penelitian yang komprehensif tentang efek media massa terhadap pembentukan dan perubahan sikap. pengaruh media massa dapat disimpulkan dalam lima prinsip umum, yaitu :

1. Pengaruh media massa di antara faktor-faktor predisposisi personal, proses selektif dan adanya keanggotaan kelompok.
2. Karena faktor ini, komunikasi massa biasanya berfungsi sebagai media pengubah.
3. Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, maka perubahan kecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi daripada “konversi” (perubahan seluruh sikap) di satu sisi masalah kesisi lainnya.
4. Komunikasi massa cukup efektif dalam merubah sikap pada bidang di mana pendapat orang lemah, misalnya pada iklim komersial.
5. Komunikasi massa efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah-masalah baru bila tidak ada predisposisi yang harus diperteguh.



Efek afektif yang kedua adalah menimbulkan adanya sara emosional, timbulnya rangsangan emosional ini biasanya dipengaruhi oleh faktor yang dapat menekan intensitas rangsangan emosional pesan yang disampaikan. Faktor tersebut meliputi: suasana emosional, skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual dan tingkat indentifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

Efek terakhir adalah rangsangan seksual bagi khalayak, terkadang media massa menyiarkan adegan-adegan yang crotis, diduga siaran yang berbau erotisme dapat mengundang gairah seksual, meruntuhkan nilai-nilai moral, dan mendorong orang gila seks. Namun sampai saat ini belum dapat ditentukan secara jelas sampai di mana batas-batas erotika bagi sebuah siaran media massa, karena makna erotis bagi setiap orang sangat berbeda dan bersifat relatif.

Efek behavioral komunikasi massa menciptakan adanya prososial behavioral, yaitu timbulnya proses peneladanan terhadap apa yang disampaikan oleh media massa. Khalayak cenderung meniru terhadap apa yang dilihatnya di televisi, didengarnya di radio, atau dibacanya di surat kabar.

Efek prososial behavioral dari media massa diperjelas oleh teori psikologinya Bandura tentang belajar sosial. Menurutnya kita belajar bukan saja dari pengalaman langsung, tetapi dari peniruan atau peneladanan (modeling). Prilaku merupakan hasil dari faktor kognitif dan lingkungan. Dengan kata lain bahwa kita dapat memiliki ketrampilan dari proses jalinan positif antara stimuli yang kita amati dengan karakteristik diri kita sendiri (Rakhmat Dkk, 1996).

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan atau informasi kepada khalayak atau massa, maka untuk memudahkan penyampaian tersebut harus digunakan sebuah alat atau sarana penunjang yang biasanya disebut media.

Media ini lebih dikenal dengan sebutan media massa, secara umum media massa yang ada diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu :

1. *The spoken words*, yaitu media massa yang berbentuk bunyi, karenanya hanya dapat ditangkap telinga, misalnya telepon, radio dan sebagainya.
2. *The writing*, yaitu media massa yang berupa media cetak, misalnya fignet, majalah, tabloid, koran, dan sebagainya.
3. *The audiovisual*, yaitu penggabungan dari dua istilah di atas yang bisa dilihat dan didengar, misalnya televisi, film, dan sebagainya.

Semakin canggih dunia informasi maka semakin canggih pula media atau alat komunikasi. Kecanggihan alat komunikasi ini bergeser dari yang sebelumnya menggunakan media tulis menulis dalam kertas menjadi media audio yaitu dengan munculnya radio. Kemudian dengan perkembangan zaman yang lebih pesat maka media audio pun digeser dengan media audio yang sekaligus menampilkan visualisasi obyek.

Alat-alat komunikasi tersebut diciptakan bukanlah sekedar sebagai alat. Karena manusia makhluk yang berbudaya maka alat komunikasi tersebut difungsikan untuk berbagai hal sesuai kepentingan manusia. Pemanfaatan alat komunikasi menjadi beragam tergantung tingkat kepentingan dan penguasaan alat.

Untuk kepentingan terbatas, alat-alat komunikasi tersebut berfungsi untuk memberikan informasi kepada khalayak. Bentuk pemberian informasi kepada khalayak lewat alat-alat komunikasi umum ini kemudian dikenal dengan istilah media massa. Media massa dapat berperan menampilkan peristiwa-peristiwa

kehidupan masyarakat dari berbagai belahan dunia manapun. Media massa berperan sebagai pengembangan budaya, norma, dan pengetahuan.

Pada penelitian ini dicoba dikaji atau dianalisis jenis media massa dengan kecerdasan emosional mahasiswa. Jenis media massa yang dipilih meliputi media massa cetak, media audio visual dan media cetak dan audio visual. Dipilihnya berbagai jenis media massa karena ketiga pilihan tersebut merangsang atau menstimulus indera yang berbeda yang dapat menghasilkan perbedaan tingkat pengetahuan, pemahaman yang beragam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya mengkonsumsi media majalah, koran, televisi dan radio sebanyak 62 orang (68.9%), sedangkan yang mengkonsumsi televisi dan radio 19 orang (21.1%) dan yang membaca majalah dan koran ada 9 orang (10%).

Sedangkan tingkat kecerdasan emosi mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya sebagian besar pada kategori tinggi sebanyak 84 orang (93.3%), sedangkan yang berada pada kategori sedang ada 6 orang (6.7%) dan pada kategori rendah tidak satupun responden ditemukan (0%).

Tabulasi silang menunjukkan bahwa untuk responden yang mempunyai kecerdasan emosi sedang sebagian besar media yang digunakan adalah majalah dan koran, sedangkan responden dengan kecerdasan emosi tinggi sebagian besar membaca majalah, koran, televisi dan radio.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *chi square* adalah 13.286 dengan tingkat signifikansi 0.001. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka ada hubungan atau perbedaan proporsi antara tingkat kecerdasan emosi dengan masing-masing jenis media yang dikonsumsi mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Adanya hubungan jenis media massa dengan kecerdasan emosi ini terkait dengan teori dengan analisis psikologis berupa gejala perilaku, sikap dan perasaan seseorang terhadap sesuatu hal. Jenis media massa akan membentuk dan mempengaruhi kognisi, sikap dan perilaku manusia dalam beberapa hal. Menurut Mc Guire (1986) efek media massa sebenarnya kecil tidak begitu besar. Namun menurut Gebner dan Gross jenis media massa pembawa informasi menentukan bentuk dan pandangan tentang dunianya.

Media yang secara nyata menampilkan gambar atau visualisasi akan dapat diingat, diserap dan membentuk pemahaman dalam ruang bawah sadar dan sadar. Apabila informasi ini sebagai bentuk informasi awal maka ia akan menjadi rujukan apabila pada suatu waktu atau saat mereka (penerima informasi) harus memberikan respon atau reaksinya terhadap masalah yang sama atau hampir sama. Jika informasi yang masuk terkait dengan hal-hal positif maka akan sangat baik pula respon yang akan muncul, namun sebaliknya, informasi yang masuk adalah informasi sampah seperti yang lebih banyak menampilkan kekerasan, hedonisme, dan budaya konsumtif, maka ia akan menjadi rujukan alam bawah sadar dan sadar yang akan menjadi bahan pemahaman orang.

Media massa dalam bentuk tulisan merupakan media yang mampu menstimulus imajinasi pembacanya, sehingga dalam konteks ini media massa tulis menjadi wacana yang cukup baik dalam membentuk karakter pemahaman, sikap, dan kemampuan verbal.

Ditengah perkembangan zaman yang lebih mengglobal nampaknya mengurung diri pada satu informasi sesuatu hal yang jarang terjadi. Dan hasil penelitian ini membuktikan bahwa sebagian besar mahasiswa pun sudah dapat menikmati informasi baik dari jenis media elektronik seperti radio dan televisi dengan jenis media massa cetak yaitu majalah dan koran.



## BAB 7

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1. Kesimpulan

Berdasarkan olah pembahasan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara kecerdasan emosional dengan jenis media massa yang dibaca oleh mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya. Hal ini ditunjukkan oleh tabulasi silang yang menunjukkan bahwa responden yang mempunyai kecerdasan emosi sedang sebagian besar membaca media majalah dan koran, sedangkan responden dengan kecerdasan emosi tinggi sebagian besar membaca majalah, koran, televisi dan radio.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *chi square* adalah 13.286 dengan tingkat signifikansi 0.001. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka ada hubungan antara tingkat kecerdasan emosi dengan masing-masing jenis media yang dikonsumsi mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya.

#### 7.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengkajian intensif selama penelitian, maka selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran yang secara umum kiranya dapat menyumbangkan masukan bagi proyek penelitian bertema sama ataupun

secara khusus bermanfaat bagi progresifitas komunitas mahasiswa jurusan Aqidah Filsafat fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Adapun saran yang diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pelajaran bagi proyek penelitian lain tetapi memiliki tajuk yang sama. Kelemahan-kelemahan konseptual serta banyak kekurangan analisis dari penelitian ini diharapkan menjadi cambuk dan peringatan bagi penelitian berikutnya sehingga idealisme akademis dapat dicapai melalui kualitas ilmiah yang lebih maksimal.
2. Sehubungan dengan terbatasnya variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka untuk penelitian lebih lanjut perlu diperhatikan adanya tambahan atau kelengkapan variabel-variabel berikutnya yang dapat mendukung kesempurnaan penelitian. Pentingnya penelitian yang lebih mendalam, terkait dengan materi yang ada dalam jenis media massa.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan informasi dari media massa berkaitan erat dengan tingkat kecerdasan emosional di lingkungan mahasiswa. Jika terdapat bukti tentang hubungan positif antara akses informasi yang diserap dari media massa dengan kualitas kecerdasan emosional, maka semua elemen pendidikan kampus terutama di lingkungan fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel agar senantiasa terus mempertimbangkan pengembangan kesadaran untuk menyerap ragam informasi dari jenis-jenis media massa secara lebih intensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Ginanjar Ary, 2001, *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual ESQ*, Arga, Jakarta.
- Azwar, Saifuddin, 2002, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bachtiar, Emil, 1996, *Manajemen Budaya Perusahaan untuk Pengendalian Organisasi, Manajemen Usahawan Indonesia*, No. 2/Th. XXV, Pebruari.
- Bungin, Burhan, 2001, *Metodologi Penelitian Sosial*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Castells, Manuel, 1996, *The Rise of the Network Society*, Oxford: Blackwell.
- Cooper, and Ayman, 1997, *Executive Emotional Quotiont, Kecerdasan Emosional dalam Kepemimpinan dan Organisasi*, Alih Bahasa : Alex Tri, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fidler, Roger, 1997, *Mediamorfosis*, terj. Hartono, Yogyakarta, Benteng Budaya.
- Goleman, Daniel, 1995, *Emotional Intelligence*, Alih Bahasa, Hermaya, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko, Hani, 1998, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- Kerlinger, 2000, *Asas-Asas penelitian Behavioral*, Edisi 3, Cetakan 7, Gadjah Mada University press, Yogyakarta
- Kompas, 2002, *EI (Emotional Intelligence) atau Kecerdasan Emosional?*, Nopember.
- Kuswita, Herry, 1999, *Dampak Isi Pesan Media Massa*, Jurnal Teknodik No. 7/IV/Oktober.

- McQuail, Denis, 1994, *Teori Komunikasi Massa*, terj. Dharma & Aminuddin, Erlangga, Jakarta.
- Rahayu, 2000, *Analisis Dampak Pergeseran Karakteristik Industri Pers pada Strategi Perusahaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, No. 5/Oktober.
- Robinson, and Shaver, 1973, *Measures of Socially Psychological Attitude: The Problem of Maladaptive Behavior*. 7<sup>th</sup> Ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Robbins, Stephen, 1996, *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, edisi terjemahan, Prenhallindo, Jakarta.
- Tjahajana, Boejoeng Lukito, 1996, *Peningkatan Kinerja Perusahaan Tinjauan Aspek Budaya*, Manajemen Usahawan Indonesia, No. 5/th. XXV/Mei.
- Simamora, Henry, 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Semin dan Fiedler, 1996, *Applied Social Psychology*, Sage Publications, London.
- Salich, and Saarni, 2001, Introduction to the Special Section, *Emotional Development in Interpersonal Relationship International*, Journal of Behavioral Development, 25 (4), 289.
- Schutte, Malouff, Bobik, Coston, Greeson, Jedlicka, Rhodes, and Wnedorf, 2001, *Emotional Intelligence and Interpersonal Relations*, The Journal Social Psychology, 141, 4, 523-536.
- Shapiro, 1997, *Mengajarkan Emotional Intellegence Pada Anak*, (Alih Bahasa, Widodo), Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Prawitasari, and Khan, 1985, *Personality Differences and Sex Similiarities in Amaerican and Indonesian College Student*, The Journal of Social Psychology, 124, 703-708.

\_\_\_\_\_, 1995, *Mengenal Emosi Melalui Komunikasi Non Verbal*, Buletin Psikologi, No. 1, 3, 27-43, Yogyakarta : Fak. Psikologi UGM.

\_\_\_\_\_, Dkk, 1997, *Konsep Emosi Orang Indonesia: Pengungkapan dan Pengertian Emosi Melalui Komunikasi Nonverbal di Masyarakat yang Berbeda Latar Belakang*, (Penelitian), Yogyakarta : Fak. Psikologi UGM.

Windahl, and McQuail, 1985, *Model-Model Komunikasi*, terj. Putu Laxman, Uni Primas, Jakarta.

<http://www.perspektif.net/articles/view.asp?id=233>.

[WWW.mydocuments\kecerdasan emosional\htm.](http://www.mydocuments.kecerdasanemosional.htm)

[WWW//sccapramana.tripod.com/http.](http://www.sccapramana.tripod.com/http)

[WWW.ut.ac.id/ol-supt/FKIP/PAB/14422/kurikulum.atm.](http://www.ut.ac.id/ol-supt/FKIP/PAB/14422/kurikulum.atm)





ADLN Perpustakaan Universitas Airlangga  
**DEPARTEMEN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**SUNAN AMPEL**  
**FAKULTAS USHULUDDIN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Telp. 8438369 - 8410298 Fax. (031) 8413300 Tromol Pos 4 / WO Surabaya 60237

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : In.03.1/PP.009/KTR/87/TV/2005

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel Surabaya, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : **M. Asnawi Sabil**  
NIM : 090114383 - M  
Program Studi : Pengembangan Sumber Daya Manusia, pada Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga ;

telah melakukan penelitian dengan tema : "Analisis Hubungan Antara Jenis Media Massa Dengan Kecerdasan Emosional (EQ)" terhadap mahasiswa Fakultas Ushuluddin Jurusan Aqidah Filsafat IAIN Sunan Ampel Surabaya mulai tanggal 14 Januari 2005 sampai dengan 5 Pebruari 2005.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 8 Pebruari 2005



**Abdullah Khozin Afandi, M.A.**  
NIP. 150 190 192



ADLN Perpustakaan Universitas Airlangga  
DATA MENTAH HASIL PENELITIAN

No	Media	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Y3.5	Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4	Y4.5	SKOR TOTAL	RERATA	KATEGORI EMOSI
		MENGENALI EMOSI					MEMAHAMI EMOSI					MENGATUR EMOSI					EMOSI EFEKTIF							
1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	49	2,45	3
2	2	1	2	3	1	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	45	2,25	3
3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	54	2,7	3
4	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	52	2,6	3
5	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	3	50	2,5	3
6	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	50	2,5	3
7	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	51	2,55	3
8	2	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	3	3	3	48	2,4	3
9	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	52	2,6	3
10	2	3	3	3	2	3	2	1	1	2	3	2	3	2	3	0	1	1	3	3	3	44	2,2	3
11	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57	2,85	3
12	3	1	3	3	1	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	1	1	2	3	43	2,15	3
13	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	53	2,65	3
14	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	52	2,6	3
15	2	2	2	1	3	2	2	1	2	3	3	3	2	1	1	0	1	3	3	3	3	41	2,05	3
16	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	56	2,8	3
17	3	3	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	51	2,55	3
18	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	51	2,55	3
19	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	2	2	51	2,55	3
20	1	3	2	1	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	39	1,95	2
21	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	2,75	3
22	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	50	2,5	3
23	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	47	2,35	3
24	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	52	2,6	3
25	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	3	3	45	2,25	3
26	2	2	2	0	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	0	1	2	2	2	3	39	1,95	2
27	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	53	2,65	3
28	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	51	2,55	3
29	1	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	43	2,15	3
30	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	48	2,4	3
31	3	3	2	2	2	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	50	2,5	3
32	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	54	2,7	3
33	1	3	2	2	0	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	45	2,25	3
34	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	1	3	53	2,65	3
35	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	52	2,6	3
36	3	2	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	51	2,55	3
37	2	1	3	2	0	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	51	2,55	3
38	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	2,9	3
39	3	3	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	53	2,65	3
40	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	0	3	2	3	2	3	3	3	50	2,5	3
41	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	56	2,8	3
42	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	0	3	1	3	49	2,45	3
43	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	55	2,75	3
44	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	53	2,65	3
45	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	53	2,65	3
46	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	54	2,7	3
47	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	53	2,65	3
48	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	54	2,7	3
49	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58	2,9	3
50	1	3	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	52	2,6	3

No	Media	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Y3.5	Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4	Y4.5	SKOR TOTAL	RERATA	KATEGORI EMOSI
		MENGENALI EMOSI					MEMAHAMI EMOSI					MENGATUR EMOSI					EMOSI EFEKTIF							
51	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	58	2,9	3
52	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	50	2,5	3
53	3	3	2	2	2	3	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	48	2,4	3
54	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	53	2,65	3
55	3	2	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	51	2,55	3
56	3	2	2	2	3	2	2	0	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	1	2	2	42	2,1	3
57	2	1	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	51	2,55	3
58	3	2	2	3	3	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	0	1	2	2	2	3	45	2,25	3
59	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	2	3	3	2	3	2	2	0	2	2	3	45	2,25	3
60	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	49	2,45	3
61	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	2	3	3	3	1	1	2	3	3	3	49	2,45	3
62	2	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	54	2,7	3
63	3	3	2	3	1	2	2	1	2	2	2	3	3	1	2	1	1	2	3	3	2	41	2,05	3
64	2	3	2	3	2	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	54	2,7	3
65	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	3	2	3	3	1	1	2	3	3	3	49	2,45	3
66	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	54	2,7	3
67	2	2	2	3	0	2	2	0	2	2	2	3	2	2	3	3	0	2	2	2	2	38	1,9	2
68	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	56	2,8	3
69	3	2	2	2	0	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	40	2	2
70	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	51	2,55	3
71	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	54	2,7	3
72	3	3	3	3	2	3	3	0	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	49	2,45	3
73	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	1	1	1	3	2	2	43	2,15	3
74	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	0	3	3	2	3	46	2,3	3
75	3	2	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	52	2,6	3
76	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	2	1	1	2	1	1	37	1,85	2
77	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	53	2,65	3
78	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	1	2	2	3	48	2,4	3
79	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	49	2,45	3
80	3	3	3	3	3	3	3	0	2	3	3	3	3	1	2	0	3	3	2	3	3	49	2,45	3
81	2	2	2	3	2	2	3	1	3	2	3	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	44	2,2	3
82	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	51	2,55	3
83	2	1	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	3	3	47	2,35	3
84	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	53	2,65	3
85	2	3	3	2	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	47	2,35	3
86	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	0	1	0	2	3	3	3	49	2,45	3
87	3	3	2	2	0	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	47	2,35	3
88	3	0	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	43	2,15	3
89	1	2	2	2	2	1	1	0	2	2	1	2	2	2	2	0	1	1	0	2	2	29	1,45	2
90	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	51	2,55	3

Keterangan  
 1 koran dan majalah  
 2 televisi dan radio  
 3 koran, majalah, televisi dan radio

Kecerdasan emosi  
 1 rendah  
 2 sedang  
 3 tinggi

## Frequencies Frequency Table

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1.1	1.1	1.1
	1	5	5.6	5.6	6.7
	2	27	30.0	30.0	36.7
	3	57	63.3	63.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	33	36.7	36.7	37.8
	3	56	62.2	62.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1.1	1.1	1.1
	1	3	3.3	3.3	4.4
	2	21	23.3	23.3	27.8
	3	65	72.2	72.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	5	5.6	5.6	5.6
	1	5	5.6	5.6	11.1
	2	54	60.0	60.0	71.1
	3	26	28.9	28.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	23	25.6	25.6	26.7
	3	66	73.3	73.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

## Y2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5.6	5.6	5.6
2	49	54.4	54.4	60.0
3	36	40.0	40.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	5	5.6	5.6	5.6
1	30	33.3	33.3	38.9
2	42	46.7	46.7	85.6
3	13	14.4	14.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.4	4.4	4.4
2	46	51.1	51.1	55.6
3	40	44.4	44.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.1	1.1	1.1
2	34	37.8	37.8	38.9
3	55	61.1	61.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.1	1.1	1.1
2	29	32.2	32.2	33.3
3	60	66.7	66.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	



## Y3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	21	23.3	23.3	23.3
	3	69	76.7	76.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

## Y3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	21	23.3	23.3	24.4
	3	68	75.6	75.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

## Y3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1.1	1.1	1.1
	1	5	5.6	5.6	6.7
	2	27	30.0	30.0	36.7
	3	57	63.3	63.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

## Y3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1.1	1.1	1.1
	1	2	2.2	2.2	3.3
	2	29	32.2	32.2	35.6
	3	58	64.4	64.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

## Y3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	6	6.7	6.7	6.7
	1	10	11.1	11.1	17.8
	2	41	45.6	45.6	63.3
	3	33	36.7	36.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

## Y4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	3	3.3	3.3	3.3
1	22	24.4	24.4	27.8
2	34	37.8	37.8	65.6
3	31	34.4	34.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	2	2.2	2.2	2.2
1	14	15.6	15.6	17.8
2	40	44.4	44.4	62.2
3	34	37.8	37.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y4.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	1.1	1.1	1.1
1	3	3.3	3.3	4.4
2	22	24.4	24.4	28.9
3	64	71.1	71.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.2	2.2	2.2
2	28	31.1	31.1	33.3
3	60	66.7	66.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Y4.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.1	1.1	1.1
2	24	26.7	26.7	27.8
3	65	72.2	72.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	



RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

\*\*\*\*\* Method 1 (space saved) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

**Reliability**

Item-total statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Correlation	Alpha if Item Deleted
10.0667	3.6381	.4093	.7504
10.2000	2.6000	.7891	.6056
10.1333	3.1238	.4984	.7236
10.4000	2.9714	.4580	.7479
10.1333	3.4095	.5187	.7188

Reliability coefficients

N of Cases = 15.0

N of Items = 5

Alpha = .7572

**Reliability**

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y2.1	9.7333	4.0667	.3213	.7713
Y2.2	10.0667	2.9238	.5195	.7253
Y2.3	9.6000	2.6857	.7155	.6288
Y2.4	9.5333	3.5524	.6128	.6899
Y2.5	9.6000	3.6857	.5188	.7166

Reliability Coefficients

N of Cases = 15.0

N of Items = 5

Alpha = .7553

**Reliability**

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y3.1	9.6000	5.5429	.6524	.8133
Y3.2	9.4667	6.8381	.3501	.8747
Y3.3	9.8000	4.8857	.9299	.7433
Y3.4	9.7333	5.2095	.7759	.7824
Y3.5	10.2000	3.7429	.7253	.8278

Reliability Coefficients

N of Cases = 15.0

N of Items = 5

Alpha = .8439

```

***** Method 1 (space saved) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-Total Statistics

Scale Mean If Item Deleted Scale Variance If Item Deleted Correlation Deleted If Item Deleted Alpha If Item Deleted
Y4.1 9.9333 4.0667 .6794 .7994
Y4.2 9.8000 3.8857 .6830 .7614
Y4.3 9.2667 5.0667 .6286 .7920
Y4.4 9.5333 4.5525 .5894 .7894
Y4.5 9.4667 4.4095 .6520 .7718

Reliability Coefficients

N of Cases 15.0
Alpha = .8188
N of Items = 5

```

**Reliability**

## Frequencies

Jenis media massa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid majalah dan koran	9	10.0	10.0	10.0
televisi dan radio	19	21.1	21.1	31.1
majalah, koran, televisi dan radio	62	68.9	68.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Kecerdasan emosi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sedang	6	6.7	6.7	6.7
tinggi	84	93.3	93.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

## Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis media massa * Kecerdasan emosi	90	100.0%	0	.0%	90	100.0%

Jenis media massa \* Kecerdasan emosi Crosstabulation

			Kecerdasan emosi		Total
			sedang	tinggi	
Jenis media massa	majalah dan koran	Count	3	6	9
		Expected Count	.6	8.4	9.0
		% within Jenis media massa	33.3%	66.7%	100.0%
televisi dan radio	Count	2	17	19	
	Expected Count	1.3	17.7	19.0	
	% within Jenis media massa	10.5%	89.5%	100.0%	
majalah, koran, televisi dan radio	Count	1	61	62	
	Expected Count	4.1	57.9	62.0	
	% within Jenis media massa	1.6%	98.4%	100.0%	
Total	Count	6	84	90	
	Expected Count	6.0	84.0	90.0	
	% within Jenis media massa	6.7%	93.3%	100.0%	

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.286 <sup>a</sup>	2	.001
Likelihood Ratio	9.605	2	.008
Linear-by-Linear Association	12.230	1	.000
N of Valid Cases	90		

a. 3 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .60.

## Crosstabs

## Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis media massa * Kecerdasan emosi	90	100.0%	0	.0%	90	100.0%

## Jenis media massa \* Kecerdasan emosi Crosstabulation

			Kecerdasan emosi		Total
			sedang	tinggi	
Jenis media massa	gabungan majalah, koran, televisi dan radio	Count	5	23	28
		Expected Count	1.9	26.1	28.0
		% within Jenis media massa	17.9%	82.1%	100.0%
	majalah, koran, televisi dan radio	Count	1	61	62
		Expected Count	4.1	57.9	62.0
		% within Jenis media massa	1.6%	98.4%	100.0%
Total		Count	6	84	90
		Expected Count	6.0	84.0	90.0
		% within Jenis media massa	6.7%	93.3%	100.0%



## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8.180 <sup>a</sup>	1	.004		
Continuity Correction <sup>a</sup>	5.778	1	.016		
Likelihood Ratio	7.573	1	.006		
Fisher's Exact Test				.010	.010
Linear-by-Linear Association	8.089	1	.004		
N of Valid Cases	90				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.87.

## **KUESIONER KECERDASAN EMOSI**

Kuesioner ini merupakan wahana untuk menggali informasi mengenai jenis media massa terutama yang berhubungan dengan kecerdasan emosi mahasiswa Jurusan Aqidah Filsafat.

Jawaban yang saudara/saudari berikan tidak mempengaruhi keberadaan saudara/ saudari di tempat kuliah, karena penelitian ini semata-mata untuk keperluan akademi. Untuk itu kami mengharapkan informasi serta jawaban yang sesungguhnya (obyektif).

Atas bantuan dan partisipasi saudara/saudari dalam mengisi kuesioner ini, kami sampaikan terima kasih.

### DATA RESPONDEN

Berilah tanda **V** di muka pertanyaan yang sesuai dengan data diri Anda.

1. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita

2. Usia :  19 tahun  
 20 tahun  
 21 tahun  
 22 tahun  
 23 tahun atau lebih

3. Pendidikan Terakhir :  MA  
 SMU  
 SMK

4. Semester :  I  III  
 IV  VII  
 IX  XI  
 XIII

**Petunjuk:** Berilah tanda V pada salah satu jawaban yang ada di bawahnya pilihlah jawaban mana yang paling sesuai untuk menggambarkan diri anda. Jawablah secara jujur:

**Instrumen Variabel Jenis Media Massa**

Jenis Media Massa apa yang biasa anda ikuti:

- 1) Majalah dan Koran
- 2) Televisi dan Radio
- 3) Majalah, Koran, Televisi, dan radio
- 4) Tidak semuanya

**Petunjuk:** Berilah tanda✓ pada salah satu jawaban yang ada di bawahnya pilihlah jawaban mana yang paling sesuai untuk menggambarkan diri anda. Jawablah secara jujur:

- 0= Saya tidak pernah mengetahui
- 1= Saya jarang mengetahui
- 2= Saya sering mengetahui
- 3= Saya selalu mengetahui

### **Instrumen Variabel Kecerdasan Emosional**

#### **1. Mengenali Emosi**

- 1) Jika merasa sedih atau murung, saya mampu mengetahui apa penyebabnya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
- 2) Jika saya merasa gelisah, saya tidak dapat mengungkapkan dengan kata-kata mengapa saya merasa seperti itu.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
- 3) Jika orang lain merasa tertekan saya dapat mengetahui alannya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
- 4) Saya pandai menjelaskan mengapa teman-teman saya merasakan apa yang mereka rasakan.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
- 5) Saya perlu berusaha keras untuk memahami apa penyebab emosi orang lain.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui

## 2. Memahami Emosi

- 6) Emosi saya mempunyai efek yang dapat ditebak dari caranya bersikap kepada orang lain.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 7) Jika saya melihat orang lain sedang marah, saya mudah meramalkan bagaimana hal itu akan mempengaruhi tingkah lakunya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 8) Saya memahami betul hubungan antara tingkah laku dengan emosi seseorang.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 9) Saya bingung saat mencoba memahami hubungan antara emosi seseorang dengan sikap-sikapnya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 10) Suasana hati yang buruk hanya sedikit mempengaruhi penilaian dan tingkah laku saya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui




### 3. Mengatur Emosi

- 1) Jika saya merasa emosi saya menguat, saya pandai mengendalikannya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 2) Saya merasa suasana hati saya cukup kuat untuk mengendalikan tingkah laku saya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 3) Emosi saya terlihat jelas oleh semua orang.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 4) Saya lepas kendali ketika marah.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 5) Jika orang lain sedang marah, saya pandai menenangkannya.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui

### 4. Menggunakan Emosi Secara Efektif

- 6) Saya mampu menggunakan humor secara efektif untuk meredakan keadaan emosional.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui
  
- 7) Jika dua orang teman saya sedang bertengkar, saya pandai menenangkan keadaan.
  - a. Saya tidak pernah mengetahui
  - b. Saya jarang mengetahui
  - c. Saya sering mengetahui
  - d. Saya selalu mengetahui

- 
- 8) Saya terampil menghibur seseorang yang sedang bersedih.
- Saya tidak pernah mengetahui
  - Saya jarang mengetahui
  - Saya sering mengetahui
  - Saya selalu mengetahui
- 9) Kemampuan saya untuk menenangkan orang yang emosional perlu ditingkatkan.
- Saya tidak pernah mengetahui
  - Saya jarang mengetahui
  - Saya sering mengetahui
  - Saya selalu mengetahui
- 10) Saya mengetahui dengan mudah kemampuan orang lain mengatasi situasi emosional bagi dirinya.
- Saya tidak pernah mengetahui
  - Saya jarang mengetahui
  - Saya sering mengetahui
  - Saya selalu mengetahui