BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini peneliti menganalisa dan membahas hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu mengenai "Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi".

Adapun data yang terkumpul dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada responden yaitu siswa-siswi SMA Negeri 1 Sukabumi dan SMK Negeri 2 Sukabumi, dimana SMA dan SMK tersebut adalah sekolah yang berada di wilayah Kota Sukabumi yang mengikuti kegiatan *Roadshow* Bio Farma *Goes To School*.

Penyebaran angket dilaksanakan pada hari Senin, 13 Juni 2011 di SMA Negeri 1 Sukabumi dan SMK Negeri 2 Sukabumi. Angket ini disebarkan kepada 100 orang responden yang terpilih secara *Total Sampling*, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara lengkap dan jelas mengenai masalah yang diteliti oleh peneliti.

Dimana angket tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil angket terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X (Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*") dan variabel Y (Sikap Siswa SMA). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan korelasi.

Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer.

Agar pembahasan yang dilakukan lebih sistematis dan terarah maka analisis penelitian ini terbagi atas beberapa bagian yaitu:

1. Deskriptif Identitas Responden.
2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian.
3. Analisis Uji Validitas Dan Reliabilitas.
4. Korelasi Antara Variabel X Dengan Variabel Y.
5. Pembahasan Hasil Penelitian.

4.1. Analisis Deskriptif Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini akan diuraikan berdasarkan: Jenis kelamin, Usia, dan Pendidikan responden. Adapun identitas responden tersebut akan dijabarkan melalui tabel distribusi frekuensi pada tabel 4.1 sampai dengan 4.3 berikut:

Tabel 4.1

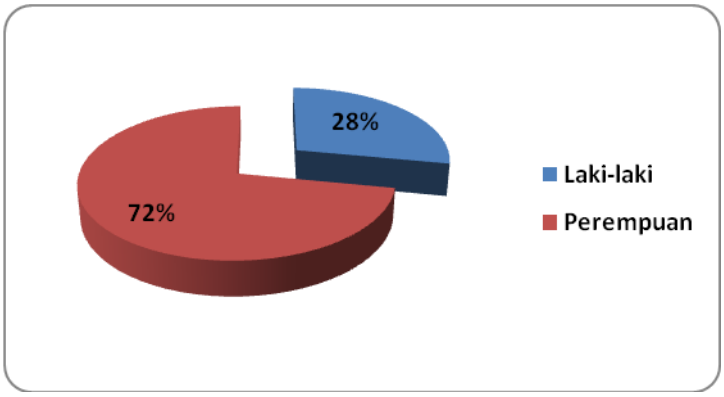
Jenis Kelamin

No	Kategori	F	%
1	Laki-laki	28	28.0
2	Perempuan	72	72.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Gambar 4.1

Persentase Jenis Kelamin



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Dari tabel 4.1 tersebut, diketahui jumlah siswa perempuan mendominasi dari pada jumlah siswa laki-laki, yakni sebanyak 72%, hal ini dikarenakan sebagian besar responden di Sekolah Menengah Atas yang mengikuti *roadshow* cenderung didominasi oleh siswa perempuan yang lebih antusias mengikuti kegiatan *roadshow* tersebut. Selain itu juga dikarenakan sebagian besar jumlah responden berasal dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang mana pelajar siswa SMK cenderung didominasi oleh siswa perempuan.

Tabel 4.2

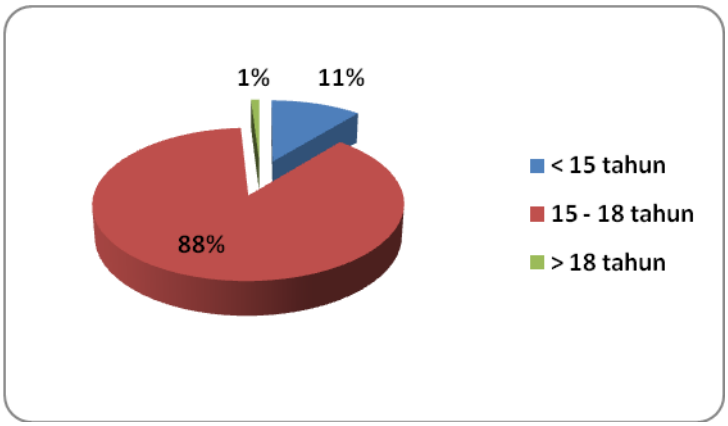
Usia

No	Kategori	F	%
1	≤15 tahun	11	11.0
2	15 - 18 tahun	88	88.0
3	≥18 tahun	1	1.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Gambar 4.2

Persentase Usia Siswa/i



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Tabel 4.2 memperlihatkan frekuensi usia responden. Dimana menunjukan sebagian besar siswa berusia sekitar 15 – 18 tahun sebanyak 88%. Hal ini karena sesuai dengan usia siswa yang tepat mengikuti jenjang pendidikan sekolah. Sedangkan sisanya sekitar 11% siswa dengan usia ≤ 15 tahun lebih muda dan lebih cepat menginjak di bangku sekolah menengah atas. Dan sisanya 1% usianya ≥ 18 tahun, siswa lebih lambat menginjakkan kakinya di bangku sekolah menegah atas.

Tabel 4.3

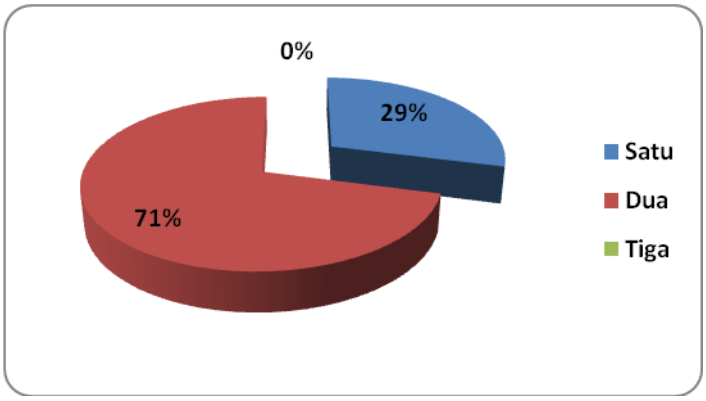
Kelas

No	Kategori	F	%
1	Satu	29	29.0
2	Dua	71	71.0
3	Tiga	0	0.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Gambar 4.3

Persentase Kelas Siswa/i



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Tabel 4.3 memperlihatkan frekuensi kelas responden. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, 71% adalah siswa kelas dua, dimana jumlah tersebut lebih mendominasi. Hal ini dikarenakan bahwa siswa kelas dua lebih matang dan bisa diharapkan menjadi agen informasi. Sedangkan siswa kelas

tiga tidak diikutsertakan karena pada waktu itu, mereka lebih difokuskan untuk persiapan Ujian Akhir Nasional.

4.2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

4.2.1. Kredibilitas Komunikator Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi

Pada tabel 4.4 sampai tabel 4.6 peneliti mengemukakan tentang pernyataan mengenai kredibilitas komunikator Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi. Komunikasi dikatakan efektif atau berhasil adalah apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator serta dapat mengubah sikap komunikan. Artinya **kredibilitas komunikator**, mendukung pada keefektivitasan komunikasi.

Maka dari itu pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai kredibilitas sumber adalah keahlian, kemampuan, dan kepercayaan pembicara dalam menyampaikan pesan atau informasi.

Tabel 4.4

Keahlian yang dimiliki pembicara dalam menyampaikan pesan atau informasi

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak ahli	-	-
2	Tidak ahli	1	1.0
3	Kurang ahli	2	2.0
4	Ahli	73	73.0
5	Sangat ahli	24	24.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.4 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Keahlian yang dimiliki pembicara dalam menyampaikan pesan atau informasi". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, sebagian besar responden, sebagian besar responden sekitar 73% menyatakan bahwa pembicara ahli dalam menyampaikan pesan atau informasi dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*". Namun masih ada 1 responden yang mengatakan bahwa pembicara tidak ahli, dan 2 responden menyatakan bahwa pembicara kurang ahli. Hal ini bisa terjadi karena responden tersebeut berpendapat bahwa kompetensi komunikator atau pembicara pada kegiatan *roadshow* tersebut kurang. Seperti penejelasan kompetensi dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi,

kompetensi ialah penguasaan yang dimiliki komunikator pada masalah yang dibahasnya (Cangara, 2006: 88).

Tabel 4.5

Kemampuan pembicara dalam penguasaan materi pesan yang disampaikan

No	Kategori	f	%
1	Sangat tidak mampu	-	-
2	Tidak mampu	1	1.0
3	Kurang mampu	-	-
4	Mampu	71	71.0
5	Sangat mampu	28	28.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.5 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Kemampuan pembicara dalam penguasaan materi pesan yang disampaikan". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, sebagian besar responden sekitar 71 responden diantaranya (71.0%) menyatakan bahwa pembicara mampu dalam menguasai materi yang disampaikan.

Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

Hal ini dikarenakan komunikator atau pembicara yang berasal dari PR PT Bio Farma (Persero) mempunyai kemampuan berkomunikasi dengan baik di depan umum, dan mampu melakukan presentasi dengan baik, serta kaya ide serta penuh daya kreativitas.

> Praktik PR sebagai komunikator tentunya harus memiliki persyaratan tertentu, sehingga dapat menjalankan fungsi PR ini secara professional. Ada lima persyaratan mendasar bagi seseorang yang ingin menjalankan fungsi PR, yakni ; 1) *ability to communicate* (kemampuan berkomunikasi), 2) *ability to organize* (kemampuan manajerial atau kepemimpinan), 3) *ability to get on with people* (kemampuan bergaul atau membina relasi), 4) *personality integrity* (memilki kepribadian yang utuh atau jujur), 5) *imagination* (banyak ide dan kreatif). (Ardianto, 2009:28)

Dari semua persyaratan tersebut, bahwa pembicara atau komunikator dalam menyampaikan pesan pada kegiatan *roadshow* tersebut sangat memperhatikan dan memiliki kemampuan-kemampuan tersebut, terutama kemampuan dalam berkomunikasi dan kemampuan bergaul atau dalam membina relasi.

Tabel 4.6

Kepercayaan yang dimiliki pembicara dalam menyampaikan pesan atau informasi

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak percaya	-	-
2	Tidak percaya	-	-
3	Kurang percaya	-	-
4	Percaya	78	78.0
5	Sangat percaya	22	22.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.6 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Kepercayaan yang dimiliki pembicara dalam menyampaikan pesan atau informasi". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 78 responden diantaranya (78.0%) menyatakan bahwa pembicara percaya dalam menyampaikan pesan atau informasi, dan 22 responden diantaranya (22.0%) menyatakan bahwa pembicara sangat percaya dalam menyampaikan pesan atau informasi. Hal tersebut bahwa komunikator dalam kegiatan *roadshow* tersebut memiliki kepercayaan yang tinggi dan dapat diterima oleh *audience* atau siswa-siswinya.

Hal ini sesuai dengan penjelasan dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, bahwa kepercayaan atau kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima). Gobbel, Menteri Propaganda Jerman dama Perang Dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas atau kepercayaan yang tinggi (Cangara, 2006 : 86)

4.2.2. Pesan yang Disampaikan Pada Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi

Pada tabel 4.7 sampai tabel 4.8 peneliti mengemukakan tentang pernyataan mengenai Isi Pesan dalam Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Di SMA Kota Sukabumi.

Dimana komunikator tersebut memiliki kemampuan, dan daya tarik dalam menyampaikan pesan. Selain itu juga komunikator menyampaikan pesannya dengan memperhatikan kejelasan, dan daya tarik pesan.

Maka dari itu pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai Pesan adalah Kejelasan pesan yang disampaikan, dan Daya Tarik pesan.

Tabel 4.7

Kejelasan pesan atau informasi yang disampaikan oleh pembicara

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak jelas	-	-
2	Tidak jelas	-	-

3	Kurang jelas	6	6.0
4	Jelas	69	69.0
5	Sangat jelas	25	25.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak – gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan (Cangara, 2006 : 23).

Tabel 4.7 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Kejelasan pesan atau informasi yang disampaikan oleh pembicara". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 6 responden diantaranya (6.0%) menyatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh pembicara dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah kurang jelas. Hal ini bisa terjadi karena adanya gangguan dalam penyampaian pesan, baik gangguan teknis maupun gangguan semantik.

Gangguan teknis adalah gangguan yang terjadi selama proses perjalanan pesan dari komunikator ke komunikannya, yakni mulai proses pengiriman (*transmit*) hingga proses penerimaan (*receive*). Sedangkan gangguan semantik adalah gangguan yang terjadi pada akal budi manusia ketika menjalankan fungsi penyandian (*encoder*), penyandian balik (*decoder*), dan penginterpretasian (*interpreter*). (Vardiansyah, 2004 : 98)

Sedangkan sebagian besar responden, 69 responden diantaranya (69.0%) menyatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh pembicara dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah jelas dan 25 responden diantaranya (25.0%) menyatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh pembicara dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah sangat jelas. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan jelas terhadap pernyataan "Kejelasan pesan atau informasi yang disampaikan oleh pembicara".

Tabel 4.8

Daya tarik pesan yang disampaikan oleh pembicara

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak menarik	-	-
2	Tidak menarik	-	-
3	Kurang menarik	4	4.0
4	Menarik	74	74.0
5	Sangat menarik	22	22.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Dalam hal ini, pesan yang disampaikan dalam kegiatan *roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" menggunakan model penyusunan yang bersifat persuasif. Model penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak. Ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam penyusunan atau penyampaian pesan yang memakai model persuasif, antara lain :

1. *Fear appeal*, yaitu metode penyusunan atau penyampaian pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak.
2. *Emotional appeal*, yaitu penyusunan atau penyampaian pesan dengan berusaha menggugah emosional khalayak.
3. *Reward appeal*, yaitu penyusunan atau penyampaian pesan dengan menawarkan janji – janji kepada khalayak.
4. *Motivational appeal*, yaitu penyusunan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu.
5. *Humorious appeal*, yaitu teknik penyusunan pesan yang disertai dengan humor, sehingga dalam penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh. (Cangara, 2006 : 114)

Berdasarkan penjelasan tersebut, jika dilihat dari tabel 4.8, masih ada 4 responden diantaranya (4.0%) menyatakan bahwa daya tarik pesan yang disampaikan oleh pembicara dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah kurang menarik, peneliti berasumsi bahwa pesan

yang disampaikan tidak memperhatikan teknik penyusunan pesan yang disertai humor, sehingga membuat jenuh responden, dan berpendapat bahwa daya tarik pesan kurang menarik. Dan sebagian besar responden sebanyak 74 responden diantaranya (74.0%) menyatakan menyatakan bahwa daya tarik pesan yang disampaikan oleh pembicara dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah menarik. Hal ini bisa terjadi karena pesan yang disampaikan oleh komunikator memperhatikan teknik penyusunan pesan *emotional appeal*, dengan berusaha menggugah emosional khalayak, dan *motivational appeal* sehingga menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu.

4.2.3. Media yang Digunakan Dalam Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi

Pada tabel 4.9 sampai tabel 4.11 peneliti mengemukakan tentang pernyataan mengenai Media yang digunakan dalam Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Di SMA Kota Sukabumi.

Pesan yang disampaikan oleh komunikator, rangsangan atau stimulus yang diberikan kepada organisme (peserta) berupa pesan atau informasi yang disajikan dalam *slide* presentasi. Pesan atau informasi yang disajikan dalam *slide* berupa profil perusahaan, penjelasan mengenai vaksin, dan cuplikan film yang berkaitan dengan vaksin.

Maka dari itu pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai Media adalah apakah jenis media mendukung, ketepatan pemilihan jenis media, dan daya tarik media.

Tabel 4.9

Jenis media (*slide*) mendukung dalam kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak mendukung	-	-
2	Tidak mendukung	-	-
3	Kurang mendukung	5	5.0
4	Mendukung	64	64.0
5	Sangat mendukung	31	31.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.9 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Jenis media (*slide*) mendukung dalam kegiatan *Roadshow* tersebut". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 5 responden diantaranya (5.0%) menyatakan bahwa jenis media (*slide*) yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah kurang mendukung. Hal ini terjadi karena media *slide* presentasi yang digunakan kurang maksimal dimanfaatkan, komunikator atau pembicara lebih cenderung berinteraksi dengan komunikan. Namun, 64 responden

diantaranya (64.0%) menyatakan bahwa jenis media (*slide*) yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah mendukung dan, 31 responden diantaranya (31.0%) menyatakan bahwa jenis media (*slide*) yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah sangat mendukung. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan mendukung terhadap pernyataan "Jenis media (*slide*) mendukung dalam kegiatan *Roadshow* tersebut".

Tabel 4.10

Pemilihan jenis media (*slide*) yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak tepat	-	-
2	Tidak tepat	-	-
3	Kurang tepat	2	2.0
4	Tepat	79	79.0
5	Sangat tepat	19	19.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.10 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Pemilihan jenis media (*slide*) yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut".

> Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, media bentuk jamak dari medium, medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (Vardiansyah, 2004 : 24 - 26)

Dalam hal ini PR PT Bio Farma (Persero) memilih penggunaan teknologi media komunikasi berupa *slide* presentasi sehingga sebagian besar responden sekitar 79% (79 responden) berpendapat bahwa pemilihan media tersebut tepat dalam kegiatan *roadshow* tersebut. Namun masih ada 2 responden (2%) yang mengatakan kurang tepat dalam pemilihan media *slide* presentasi tersebut.

Tabel 4.11

Daya tarik media yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak menarik	-	-
2	Tidak menarik	-	-
3	Kurang menarik	6	6.0
4	Menarik	71	71.0
5	Sangat menarik	23	23.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.11 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Daya tarik media yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 6 responden diantaranya (6.0%) menyatakan bahwa daya tarik media yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah kurang menarik. Hal ini terjadi karena tampilan *slide* tersebut kurang menarik dalam hal permainan warna, efek, dan lain halnya yang menjadi daya tarik agar komunikan memperhatikan *slide* tersebut. Namun, 71 responden diantaranya (71.0%) menyatakan bahwa daya tarik media yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah menarik, dan 23 responden diantaranya (23.0%) menyatakan bahwa daya tarik media yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" adalah sangat menarik. Mereka yang menyatakan hal tersebut, melihat dari sudut pandang yang berbeda, bahwa selain untaian kalimat atau materi presentasi yang ditampilkan, ada cuplikan film yang berkaitan dengan tema vaksin tersebut yang diputar saat presentasi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan menarik terhadap pernyataan "Daya tarik media yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut".

4.2.4. Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Komponen Kognitif Siswa SMA Di Kota Sukabumi

Pada tabel 4.12 sampai tabel 4.16 peneliti mengemukakan tentang pernyataan mengenai aspek kognitif siswa-siswi yang mengikuti Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Di SMA Kota Sukabumi.

Dari pesan yang disampaikan oleh komunikator (Kepala PR dan dokter dari PT Bio Farma (Persero)), maka akan menambah pengetahuan dan wawasan siswa (peserta) mengenai perusahaan, PT Bio Farma (Persero), dan mengenai pentingnya vaksin bagi kesehatan. Dalam hal ini, adanya harapan – harapan siswa (peserta) dalam mengikuti kegiatan *roadshow* ini, yaitu para siswa ingin mengetahui informasi mengenai pentingnya vaksin bagi kesehatan. Hal ini berkaitan dengan komponen kognitif siswa sebagai peserta dalam kegiatan *roadshow* ini.

Maka dari itu pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai aspek kognitif adalah menambah pengetahuan, pengetahuan siswa setelah kegiatan *roadshow* dilaksanakan, menambah perhatian, perhatian siswa terhadap vaksinasi, dan pemahaman siswa .

Tabel 4.12

Kegiatan *Roadshow* ini dapat menambah pengetahuan

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Kurang setuju	-	-
4	Setuju	34	34.0
5	Sangat setuju	66	66.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.12 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Kegiatan *Roadshow* ini dapat menambah pengetahuan". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 34 responden diantaranya (34.0%) menyatakan setuju bahwa kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' dapat menambah pengetahuan dan 66 responden diantaranya (66.0%) menyatakan sangat setuju bahwa kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' dapat menambah pengetahuan. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan "Kegiatan *Roadshow* ini dapat menambah pengetahuan". Hal ini sesuai dengan komponen kognitif (keyakinan) pada sikap : yaitu yang berhubungan dengan gejala mengenai pikiran. Ini berarti berwujud pengolahan, pengalaman, dan keyakinan serta harapan – harapan

individu tentang objek atau kelompok objek tertentu, seperti pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran yang didasarkan pada informasi, yang berhubungan dengan objek. Jadi, dalam hal ini siswa sebagai responden menganggap bahwa dengan adanya kegiatan *roadshow* ini mengenai pentingnya vaksinasi bagi kesehatan sangat menambah pengetahuanya.

Tabel 4.13

Pengetahuan responden mengenai Bio Farma dan pentingnya vaksinasi setelah acara *Roadshow* dilaksanakan

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak baik	-	-
2	Tidak baik	-	-
3	Kurang baik	1	1.0
4	Baik	62	62.0
5	Sangat baik	37	37.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.13 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Pengetahuan responden mengenai Bio Farma dan pentingnya vaksinasi setelah acara *Roadshow* dilaksanakan". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, sebagian besar , sekitar 62 responden (62.0%) setelah acara *Roadshow* dilaksanakan adalah baik. 1 responden diantaranya (1.0%) menyatakan bahwa pengetahuan mengenai Bio Farma

dan pentingnya vaksinasi setelah acara *Roadshow* ‘Bio Farma *Goes To School*’ dilaksanakan adalah kurang baik. Hal ini bisa terjadi karena waktu dalam pemberian informasi mengenai hal tersebut sangat sedikit, sehingga siswa tersebut lupa dengan informasi yang telah disampaikan pada kegiatan *roadshow* yang telah dilaksanakan.

Tabel 4.14

Kegiatan *Roadshow* ini dapat menambah perhatian responden mengenai pentingnya vaksinasi bagi kesehatan

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Kurang setuju	-	-
4	Setuju	56	56.0
5	Sangat setuju	44	44.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.14 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan “Kegiatan *Roadshow* ini dapat menambah perhatian responden mengenai pentingnya vaksinasi bagi kesehatan”. Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 56 responden diantaranya (56.0%) menyatakan setuju dan 44 responden diantaranya (44.0%) menyatakan

sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan "Kegiatan *Roadshow* ini dapat menambah perhatian responden mengenai pentingnya vaksinasi bagi kesehatan". Hal tersebut bisa terjadi karena, sebagian besar siswa awalnya tidak memperhatikan betapa pentingnya vaksinasi bagi kesehatan. Namun setelah adanya *roadshow* tersebut mengenai penyuluhan betapa pentingnya vaksinasi bagi kesehatan, maka siswa tersebut merasa sangat perlu memperhatikan pentingnya vaksinasi bagi kesehatan.

Tabel 4.15

Perhatian responden terhadap pentingnya vaksinasi bagi kesehatan setelah acara *Roadshow* dilaksanakan

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak memperhatikan	-	-
2	Tidak memperhatikan	-	-
3	Kurang memperhatikan	3	3.0
4	Memperhatikan	76	76.0
5	Sangat memperhatikan	21	21.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.15 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Perhatian responden terhadap pentingnya vaksinasi bagi kesehatan setelah acara *Roadshow* dilaksanakan". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 3 responden diantaranya (3.0%) menyatakan bahwa perhatian terhadap pentingnya vaksinasi bagi kesehatan setelah acara *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' dilaksanakan adalah kurang memperhatikan. Hal ini bisa terjadi karena faktor kelabilan siswa tersebut yang merupakan masi remaja, yang mana perhatiannya terbagi untuk beberapa hal, sehingga perhatian mengenai pesan atau informasi mengenai pentingnya vaksinasi bagi kesehatan setelah *roadshow* mengenai hal tersebut kurang diperhatikan. Hal tersebut merupakan suatu kewajaran dan manusiawi. Sedangkan sisanya merupaka jumlah sebagian besar responden sekitar 76% masih memperhatikan pentingnya vaksinasi bagi kesehatan.

Tabel 4.16

Pemahaman responden terhadap isi materi yang disampaikan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak paham	-	-
2	Tidak paham	-	-
3	Kurang paham	5	5.0
4	Paham	78	78.0

5	Sangat paham	17	17.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.16 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Pemahaman responden terhadap isi materi yang disampaikan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 5 responden diantaranya (5.0%) menyatakan bahwa pemahaman terhadap isi materi yang disampaikan dalam kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' adalah kurang paham. Hal tersebut bisa terjadi karena materi mengenai pentingnya vaksinasi bagi kesehatan masih terasa asing ditelinga siswa-siswi tersebut, sehingga kurang memahami. Namun, 78 responden diantaranya (78.0%) menyatakan bahwa pemahaman terhadap isi materi yang disampaikan dalam kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' adalah paham.

4.2.5. Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Komponen Afektif Siswa SMA Di Kota Sukabumi

Pada tabel 4.17 sampai tabel 4.19 peneliti mengemukakan tentang pernyataan mengenai aspek afektif siswa-siswi yang mengikuti Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Di SMA Kota Sukabumi.

PR PT Bio Farma (Persero), terutama yang menjadi komunikator dalam kegiatan *roadshow* tersebut berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan dan menyampaikan pesan dengan baik kepada siswa (pesertanya) mengenai vaksin, hal ini ditujukan agar para siswa tidak hanya melibatkan dirinya pada aspek kognitifnya saja, tetapi melibatkan perasaannya, senang atau tidak senang, puas atau tidak puas, dan bangga atau tidak bangga terhadap kegiatan *roadshow* tersebut.

Maka dari itu pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai aspek afektif adalah senang, puas, bangga yang dirasakan siswa.

Tabel 4.17

Apakah responden merasa senang dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* Bio Farma "*Bio Farma Goes To School*" di sekolah responden

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak senang	-	-
2	Tidak senang	-	-
3	Kurang senang	1	1.0
4	Senang	48	48.0
5	Sangat senang	51	51.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.17 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Apakah responden merasa senang dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* Bio Farma "*Bio Farma Goes To School*" di sekolah responden". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 1 responden diantaranya (1.0%) menyatakan kurang senang. Peneliti berasumsi bahwa siswa atau responden yang berpendapat seperti itu, kurang begitu antusias mengikuti kegiatan *roadshow* tersebut. Namun, 48 responden diantaranya (48.0%) menyatakan senang dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* Bio Farma "*Bio Farma Goes To School*" di sekolahnya, dan 51 responden diantaranya (51.0%) menyatakan sangat senang dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* Bio Farma "*Bio Farma Goes To School*" di sekolahnya.

Tabel 4.18

Apakah responden merasa puas dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	f	%
1	Sangat tidak puas	-	-
2	Tidak puas	-	-
3	Kurang puas	3	3.0
4	Puas	76	76.0
5	Sangat puas	21	21.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.18 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Apakah responden merasa puas dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* tersebut". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 3 responden diantaranya (3.0%) menyatakan kurang puas dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*'. hal ini bisa terjadi karena beberapa hal, diantaranya kegiatan *roadshow* tersebut berjalan sangat singkat. Namun, 76 responden diantaranya (76.0%) menyatakan puas dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*', dan 21 responden diantaranya (21.0%) menyatakan sangat puas dengan diadakannya kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*'. Hal ini dikarenakan kegiatan *roadshow* tersebut sangat jarang diselenggarakan di sekolah tersebut, dan secara keseluruhan mereka puas terhadap jalannya kegiatan tersebut.

Tabel 4.19

Apakah responden merasa bangga mengikuti kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak bangga	-	-
2	Tidak bangga	-	-
3	Kurang bangga	3	3.0
4	Bangga	74	74.0
5	Sangat bangga	23	23.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.19 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Apakah responden merasa bangga mengikuti kegiatan *Roadshow* tersebut". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 3 responden diantaranya (3.0%) menyatakan kurang bangga mengikuti kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*'. Hal ini bisa terjadi karena mereka menganngap merupakan hal biasa mengikuti kegiatan *roadshow* tersebut. Namun, 74 responden diantaranya (74.0%) menyatakan bangga mengikuti kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*', dan 23 responden diantaranya (23.0%) menyatakan sangat bangga mengikuti kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*'. Hal ini, karena mereka menganggap bahwa tidak semua siswa bisa mengikuti kegiatan *roadshow* semacam ini, jadi mereka yang ikut merasa bangga.

4.2.6. Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhadap Komponen Konatif Siswa SMA Di Kota Sukabumi

Pada tabel 4.20 sampai tabel 4.21 peneliti mengemukakan tentang pernyataan mengenai aspek konatif siswa-siswi yang mengikuti Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Di SMA Kota Sukabumi.

Peserta akan melakukan perilaku atau tindakan misalnya bersedia mendiskusikan segala hal yang disampaikan oleh komunikator dalam kegiatan tersebut. Bahkan kebersediaan peserta menyebarluaskan informasi yang didapat dalam kegiatan *roadshow* tersebut.

Maka dari itu pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai aspek konatif adalah bersedia untuk mendiskusikan dan bersedia untuk menginformasikan.

Tabel 4.20

Apakah responden bersedia untuk mendiskusikan dengan teman atau orang lain informasi yang telah diberikan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	f	%
1	Sangat tidak bersedia	-	-
2	Tidak bersedia	-	-
3	Kurang bersedia	6	6.0
4	Bersedia	82	82.0
5	Sangat bersedia	12	12.0
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.20 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Apakah responden bersedia untuk mendiskusikan dengan teman atau orang lain informasi yang telah diberikan dalam kegiatan *Roadshow* tersebut". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 82 responden diantaranya (82.0%) menyatakan bersedia untuk mendiskusikan dengan teman atau orang lain informasi yang telah diberikan dalam kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*', dan 12

responden diantaranya (12.0%) menyatakan sangat bersedia untuk mendiskusikan dengan teman atau orang lain informasi yang telah diberikan dalam kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*'. 6 responden diantaranya (6.0%) menyatakan kurang bersedia untuk mendiskusikan dengan teman atau orang lain informasi yang telah diberikan dalam kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*', Hal ini bisa terjadi karena masi banyak hal lain yang mereka anggap lebih penting untuk didiskusikan seperti mengenai tugas mata pelajaran di sekolahnya.

Tabel 4.21

Bersediakah responden menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh dari kegiatan *Roadshow* tersebut

No	Kategori	F	%
1	Sangat tidak bersedia	-	-
2	Tidak bersedia	-	-
3	Kurang bersedia	3	3.0
4	Bersedia	82	82.0
5	Sangat bersedia	15	15
Total		**100**	**100**

Sumber : Hasil Angket Penelitian, Juni 2011

Tabel 4.21 menerangkan pendapat responden mengenai pernyataan "Bersediakah responden menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh dari kegiatan *Roadshow* tersebut". Dari tabel diketahui, ternyata dari 100 responden yang diteliti, 3 responden diantaranya (3.0%) menyatakan kurang bersedia menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh dari kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*', 82 responden diantaranya (82.0%) menyatakan bersedia bersedia menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh dari kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*', dan 15 responden diantaranya (15.0%) menyatakan sangat bersedia bersedia menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh dari kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*'. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan bersedia terhadap pernyataan "Bersediakah responden menyebarluaskan informasi yang telah diperoleh dari kegiatan *Roadshow* tersebut".

4.3. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Husen Umar mengatakan "Validitas adalah dimaksudkan untuk menyamakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang ingin diukur". (Umar, 2002:97). Maka sebelum penelitian menyebarkan angket kepada responden berdasarkan ketentuan sebelum angket atau kuesioner disebarkan, maka terlebih dahulu penelitian melakukan uji validitas dan reabilitas.

Data dapat dikatakan valid apabila data tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan reabilitas digunakan untuk menunjukan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu, dengan demikian reabilitas berfokus pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Pada penelitian ini peneliti melakukan uji validitas dan reabilitas data dengan menggunakan *Microsoft Excel* 2007 dan SPSS versi 13.

Adapun pengujian validitas dan reabilitas data menelitian yang diperoleh melalui penyebaran angket yang telah dilakukan akan dijelaskan pada poin-poin dibawah ini.

4.3.1. Analisis Uji Validitas

Sebelum menyebarkan seluruh angket penelitian atau kuesioner kepada responden yaitu siswa-siswi SMA di Kota Sukabumi, khususnya SMA Negeri 1 dan SMK Negeri 2 Sukabumi sebagai yang telah mengikuti kegiatan *roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" , terlebih dahulu peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas pada 18 pertanyaan (dari pertanyaan nomor 4 sampai dengan pertanyaan nomor 21) yaitu mengenai data penelitian. Uji validitas dan reliabilitas ini peneliti lakukan pada 100 responden.

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor jawaban responden dari setiap item pernyataan dengan jumlah total jawaban responden atas seluruh pernyataan. Koefisien korelasi tiap item akan dibandingkan dengan 0,3 (df). Jika nilai korelasi suatu item atau

pernyataan lebih kecil atau sama dengan 0.3, maka pernyataan tersebut tidak valid dan harus dikeluarkan dari pengujian yang dilakukan. Hanya item yang memiliki nilai korelasi lebih tinggi dari 0.3 diikut sertakan dalam pengujian (Sugiyono, 2003:124).

Untuk menguji validitas dan reabilitas peneliti menggunakan program SPSS 13. Hasil dari pengujiannya dapat secara langsung dilihat pada kolom *Output Correlated Item Total Correlation*, dibawah ini :

Tabel 4.22

Tabel Nilai Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Angket

No Item	Koef Validitas	Titik Kritis	Keterangan	Koef Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Variabel X : Efektivitas Komunikasi						
p4	0.696	0.3	Valid	0.811	0.7	Reliabel
p5	0.605	0.3	Valid			
p6	0.634	0.3	Valid			
p7	0.738	0.3	Valid			
p8	0.647	0.3	Valid			
p9	0.643	0.3	Valid			
p10	0.471	0.3	Valid			
p11	0.796	0.3	Valid			
Variabel Y : Sikap Siswa						
p12	0.707	0.3	Valid	0.838	0.7	Reliabel
p13	0.535	0.3	Valid			
p14	0.669	0.3	Valid			
p15	0.743	0.3	Valid			
p16	0.719	0.3	Valid			
p17	0.653	0.3	Valid			
p18	0.728	0.3	Valid			
p19	0.470	0.3	Valid			
p20	0.533	0.3	Valid			
p21	0.620	0.3	Valid			

Sumber : Output SPSS 13

Berdasarkan tabel di atas, semua pertanyaan memiliki nilai di atas 0,3. Hal ini menunjukan semua pertanyaan dalam angket penelitian ini dikatakan **valid.**

4.3.2. Analisis Uji Reliabilitas

> Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung koefisien *Cronbach Alpha* dari masing-masing item dalam suatu variabel dengan nilai >0,60 untuk dinyatakan reliabel, seperti yang diungkapkan oleh Imam Ghozali, bahwa "Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliable) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60." (Gozali, 2001: 42).

Data dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi >0,60. Hasil analisis reliabilitas dari butir pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 13. Pada kolom *Cronbach's Alpha* dalam tabel dibawah ini dinyatakan bahwa nilai rata-rata menunjukkan angka 0,881 yang berarti **reliabel**.

Tabel 4.23

Tabel Reliabilitas Untuk Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	8

Sumber : Output SPSS 13

Tabel 4.24

Tabel Reliabilitas Untuk Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	10

Sumber : Output SPSS 13

4.4. Korelasi Antara Variabel X Dengan Variabel Y

Dalam pengolahan data mentah disesuaikan dengan *skoring* pada masing-masing alat ukur. Penghitungan statistik digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dan pengujian terhadap hipotesis. Terdapat 2 (Dua) variabel dalam penelitian ini (X dan Y) dimana keduanya berskala ordinal. Untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel, data yang terkumpul melalui *kuisioner* dan telah diberi bobot dengan menggunakan skala kategori dan dihitung skor dari masing-masing responden berdasarkan total jumlah dari total jawaban tersebut akan dilakukan perangkingan berdasarkan jumlah skor tersebut, dan kemudian diolah menjadi uji statistik dengan alat ukur analisis korelasi *Rank Spearman* yang akan menghasilkan koefisien korelasi, untuk mengetahui tingkat hubungan di antara kedua variabel, digunakan rumus sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Sumber : Purwanto, 2010 : 230

Keterangan :

r_s : Korelasi *Rank Spearman*

d_i : Selisih dua rank X_i dengan rank Y_i

n : Jumlah sampel

Untuk lebih memudahkan maka peneliti memasukkan rumus di atas kedalam program SPSS 13. Sedangkan untuk menganalisa pengaruh Koefisien Determinasi (KD) atau Variabel X dan Variabel Y digunakan rumus :

$$KD = r^2 \text{ X } 100\%$$

Sumber : Modul SPSS, 2010

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Besarnya Korelasi

Sedangkan pengujian korelasi korelasi *Rank Spearman*, digunakan rumus statistik uji-t yaitu :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Sumber : Ruslan, 2008 :268

Nilai t tabel didapat dari tabel t-*student* dengan derajat bebas (*degree of freedom*) = n-2 dan nilai α yang digunakan 0,01 kemudian pengujian yang dilakukan adalah dua pihak.

Uji signifikansi dilakukan terhadap hipotesis statistik yang telah ditentukan dengan kriteria uji : (dua arah) tolak hipotesis nol pada taraf α jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ dengan db = n-2 dan α = 0,01 atau 0,05.

Ketentuan signifikansi :

Jika angka signifikansi ≤ 0,01 = signifikan

Jika angka signifikansi ≥ 0,01 = tidak signifikan

Atau,

Jika angka signifikansi ≤ 0,05 = signifikan

Jika angka signifikansi ≥ 0,05 = tidak signifikan (Modul SPSS, 2010).

Sedangkan untuk menghitung tingkat hubungan digunakan kriteria Koefisien Korelasi menurut Sarwono (2005:47), sebagai berikut:

R_s = 0 – 0,25 : Korelasi sangat lemah (tidak ada).

R_s = > 0,25 – 0,5 : Korelasi cukup kuat.

R_s = > 0,5 – 0,75 : Korelasi kuat.

R_s = > 0,75 – 1 : Korelasi sangat kuat (Sarwono, 2005:47)

Selanjutnya peneliti akan menghitung korelasi antara indikator dan variabel sesuai dengan rumus *Rank Spearman* serta uji hipotesisnya dengan menggunakan cara penghitungan SPSS 13.

4.4.1. Korelasi antara Kredibilitas Komunikator Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Perhitungan korelasi antara kredibilitas dengan sikap menggunakan program SPSS 13. Sehingga hasil dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.25

Korelasi Kredibilitas Komunikator dan Sikap

Correlations

			Kredibilitas Komunikator (X1)	Sikap Siswa (Y)
Spearman's rho	Kredibilitas Komunikator (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.220*
		Sig. (2-tailed)	.	.028
		N	100	100
	Sikap Siswa (Y)	Correlation Coefficient	.220*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.028	.
		N	100	100

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

Sumber : Output SPSS 13

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi *Rank Spearman* antara Kredibilitas Komunikator Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi adalah sebesar **0,220**. Artinya hubungan antara Kredibilitas Komunikator Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa **korelasi cukup kuat**.

Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

Proses Penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}220\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0{,}220^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2{,}1778889}{0{,}97549987}$$

$$t_{hitung} = 2{,}2325876$$

Mencari t tabel

dk = derajat kebebasan

dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel)

dk = 100-2

dk = 98

Untuk mengetahui t tabel dengan dk = 98 dan α = 0,05 peneliti menggunakan formula statistika dalam *Microsoft Excel 2007* dikarenakan jumlah sampel yang ada tidak terdapat dalam tabel distribusi, maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.984**.**

Hubungan antara kredibilitas komunikator dan sikap siswa bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,028 ≤ dari angka korelasi signifikan 0,05 (2-*tailed*).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kredibilitas Komunikator Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*'

Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi, maka perlu dihitung koefisien determinasinya sebagai berikut :

Pengaruh Koefisien Determinasi

$KD = r^2 \times 100\%$

$= (0{,}220)^2 \times 100\%$

$= 0{,}0484 \times 100\%$

$= 4{,}84\%$

Maka Hipotesisnya adalah :

Ha_1 : Ada pengaruh antara **kredibilitas komunikator** kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Ho_1 : Tidak ada pengaruh antara **kredibilitas komunikator** kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Sikap Siswa, yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.26

Hubungan Antara Kredibilitas Komunikator dengan Sikap

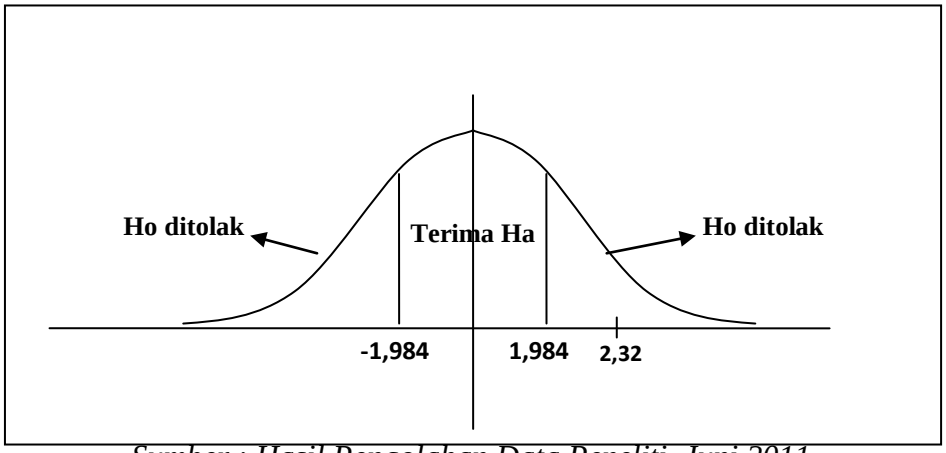
Variabel	r_{xy}	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
X1 dan Y	0.220	2.232	1.984	Ho ditolak	Signifikan	4.84%

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan Kredibilitas Komunikator dengan Sikap Siswa adalah 0.220. Hubungan ini termasuk kategori rendah tapi pasti. Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai t_{hitung} (2.232) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukan bahwa terdapatnya hubungan antara Kredibilitas Komunikator dengan Sikap Siswa. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 4.84%. Hal ini memberikan pengertian bahwa Sikap Siswa dipengaruhi oleh variabel Kredibilitas Komunikator sebesar 4.84%, sedangkan sisanya 95.16% merupakan kontribusi variabel lain selain Kredibilitas Komunikator.

Gambar 4.4

Kurva Uji t Efektivitas Komunikasi Terhadap Sikap Siswa



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Pada gambar 4.4 tersebut terlihat bahwa, t_{hitung} jatuh didaerah ditolak, artinya Ha diterima, berarti ada hubungan antara Kredibilitas Komunikator Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT BioFarma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

4.4.2. Korelasi antara Pesan Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Perhitungan korelasi antara Pesan dengan sikap menggunakan program SPSS 13. Sehingga hasil dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.27

Korelasi Pesan dan Sikap

Correlations

			Pesan (X2)	Sikap Siswa (Y)
Spearman's rho	Pesan (X2)	Correlation Coefficient	1.000	.283**
		Sig. (2-tailed)	.	.004
		N	100	100
	Sikap Siswa (Y)	Correlation Coefficient	.283**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.004	.
		N	100	100

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

Sumber : Output SPSS 13

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi *Rank Spearman* antara Pesan Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi adalah sebesar **0,283**. Artinya hubungan antara Pesan Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa **korelasi cukup kuat**.

Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

Proses Penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}283\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0{,}283^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2{,}8015571}{0{,}95911991}$$

$$t_{hitung} = 2{,}9209665$$

Mencari t tabel

dk = derajat kebebasan

dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel)

dk = 100-2

dk = 98

Untuk mengetahui t tabel dengan dk = 98 dan α = 0,01 peneliti menggunakan formula statistika dalam *Microsoft Excel 2007* dikarenakan jumlah sampel yang ada tidak terdapat dalam tabel distribusi, maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.984**.**

Hubungan antara pesan dan sikap siswa bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,004 ≤ dari angka korelasi signifikan 0,01 (2-*tailed*).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pesan Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi, maka perlu dihitung koefisien determinasinya sebagai berikut :

Pengaruh Koefisien Determinasi

$KD = r^2 \times 100\%$

$= (0{,}283)^2 \times 100\%$

$= 0{,}080089 \times 100\%$

$= 8{,}0089\%$

Maka Hipotesisnya adalah :

Ha_2 : Ada pengaruh antara **pesan** yang disampaikan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Ho_2 : Tidak ada pengaruh **pesan** yang disampaikan kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Pesan dengan Sikap Siswa, yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.28

Hubungan Antara Pesan dengan Sikap

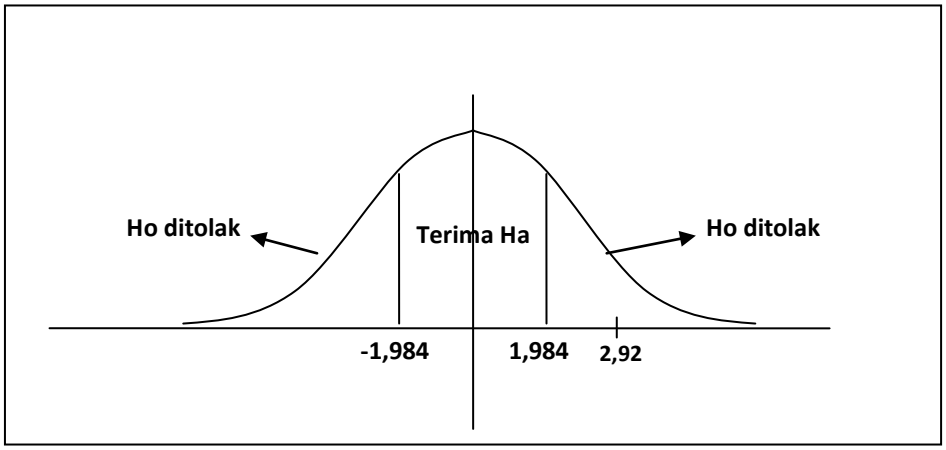
Variabel	r_{xy}	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
X2 dan Y	0.283	2,9209665	1.984	Ho ditolak	Signifikan	8.0089%

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan Pesan dengan Sikap Siswa adalah 0.283. Hubungan ini termasuk kategori rendah tapi pasti. Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai t_{hitung} (2,9209665) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukan bahwa terdapatnya hubungan antara Pesan dengan Sikap Siswa. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 8.0089%. Hal ini memberikan pengertian bahwa Sikap Siswa dipengaruhi oleh variabel Pesan sebesar 8.0089%, sedangkan sisanya 91.9911% merupakan kontribusi variabel lain selain Pesan.

Gambar 4.5

Kurva Uji t Pesan Terhadap Sikap Siswa



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Pada gambar 4.5 tersebut terlihat bahwa, t_{hitung} jatuh didaerah ditolak, artinya Ha diterima, berarti ada hubungan antara Pesan yang disampaikan dalam Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT BioFarma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

4.4.3. Korelasi antara Media Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Perhitungan korelasi antara Media dengan sikap menggunakan program SPSS 13. Sehingga hasil dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.29

Korelasi Media dan Sikap

Correlations

			Media (X3)	Sikap Siswa (Y)
Spearman's rho	Media (X3)	Correlation Coefficient	1.000	.356**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Sikap Siswa (Y)	Correlation Coefficient	.356**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

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

Sumber : Output SPSS 13

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi *Rank Spearman* antara Media Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi adalah sebesar **0,356**. Artinya hubungan antara Media Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa **korelasi cukup kuat**.

Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

Proses Penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}356\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0{,}356^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{3{,}5242202}{0{,}93448595}$$

$$t_{hitung} = 3{,}7712929$$

Mencari t tabel

dk = derajat kebebasan

dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel)

dk = 100-2

dk = 98

Untuk mengetahui t tabel dengan dk = 98 dan α = 0,01 peneliti menggunakan formula statistika dalam *Microsoft Excel 2007* dikarenakan jumlah sampel yang ada tidak terdapat dalam tabel distribusi, maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.984**.**

Hubungan antara media dan sikap siswa bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 ≤ dari angka korelasi signifikan 0,01 (2-*tailed*).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Media Kegiatan *Roadshow* ‘Bio Farma *Goes To School*’ Terhadap Sikap Siswa SMA Di

Kota Sukabumi, maka perlu dihitung koefisien determinasinya sebagai berikut :

Pengaruh Koefisien Determinasi

$KD = r^2 \times 100\%$

$= (0{,}356)^2 \times 100\%$

$= 0{,}126736 \times 100\%$

$= 12{,}6736\%$

Maka Hipotesisnya adalah :

Ha_3 : Ada pengaruh antara **media** yang digunakan dalam kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Ho_3 : Tidak ada pengaruh **media** yang digunakan kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Media dengan Sikap Siswa, yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.30

Hubungan Antara Media dengan Sikap

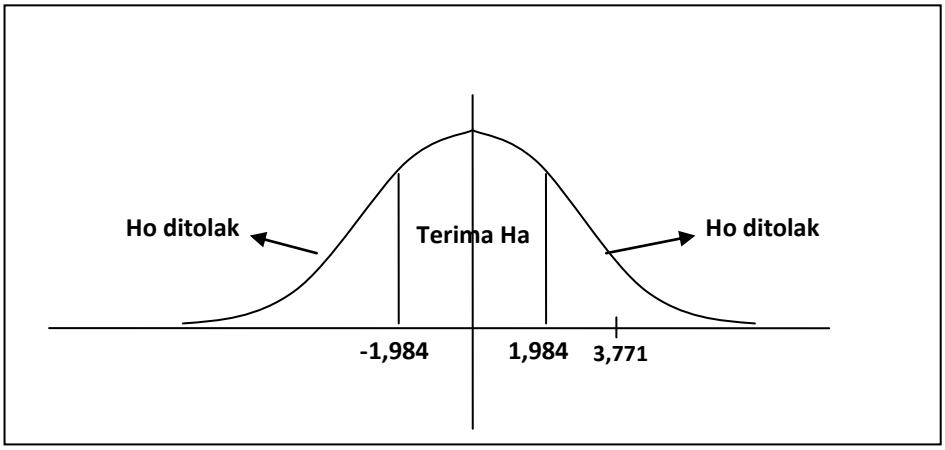
Variabel	r_{xy}	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
X3 dan Y	0.356	3,771	1.984	Ho ditolak	Signifikan	12,67%

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan Media dengan Sikap Siswa adalah 0.356. Hubungan ini termasuk kategori rendah tapi pasti. Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai t_{hitung} (3,771) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukan bahwa terdapatnya hubungan antara Media dengan Sikap Siswa. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 12.67%. Hal ini memberikan pengertian bahwa Sikap Siswa dipengaruhi oleh variabel Media sebesar 12.67%, sedangkan sisanya 87.33% merupakan kontribusi variabel lain selain Media.

Gambar 4.6

Kurva Uji t Media Terhadap Sikap Siswa



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Pada gambar 4.6 tersebut terlihat bahwa, t_{hitung} jatuh didaerah ditolak, artinya Ha diterima, berarti ada hubungan antara Media yang digunakan dalam Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT BioFarma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

4.4.4. Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Aspek Kognitif Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Perhitungan korelasi antara Efektivitas dengan Aspek Kognitif menggunakan program SPSS 13. Sehingga hasil dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.31

Korelasi Efektivitas Komunikasi dan Komponen Kognitif

Correlations

			Efektivitas Komunikasi (X)	Komponen Kognitif (Y1)
Spearman's rho	Efektivitas Komunikasi (X)	Correlation Coefficient	1.000	.337**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	100	100
	Komponen Kognitif (Y1)	Correlation Coefficient	.337**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	100	100

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

Sumber : Output SPSS 13

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi *Rank Spearman* antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap

Komponen Kognitif Siswa SMA Di Kota Sukabumi adalah sebesar **0,337**. Artinya hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Kognitif Siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa **korelasi cukup kuat**.

Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

Proses Penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}337\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0{,}337^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{3{,}3361298}{0{,}94150465}$$

$$t_{hitung} = 3{,}5434024$$

Mencari t tabel

dk = derajat kebebasan

dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel)

dk = 100-2

dk = 98

Untuk mengetahui t tabel dengan dk = 98 dan α = 0,01 peneliti menggunakan formula statistika dalam *Microsoft Excel 2007* dikarenakan jumlah sampel yang ada tidak terdapat dalam tabel distribusi, maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.984**.**

Hubungan antara Efektivitas Komunikasi dan Komponen Kognitif siswa bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,001 ≤ dari angka korelasi signifikan 0,01 (2-*tailed*).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Kognitif Siswa SMA Di Kota Sukabumi, maka perlu dihitung koefisien determinasinya sebagai berikut :

Pengaruh Koefisien Determinasi

$KD = r^2 \times 100\%$

$= (0{,}337)^2 \times 100\%$

$= 0{,}113569 \times 100\%$

$= 11{,}3569\%$

Maka Hipotesisnya adalah :

Ha_4 : Ada pengaruh antara efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap **komponen kognitif** siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Ho_4 : Tidak ada pengaruh antara efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap **komponen kognitif** siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Kognitif Siswa, yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.32

Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Kognitif

Variabel	r_{xy}	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
X dan Y1	0.337	3,543	1.984	Ho ditolak	Signifikan	11,36%

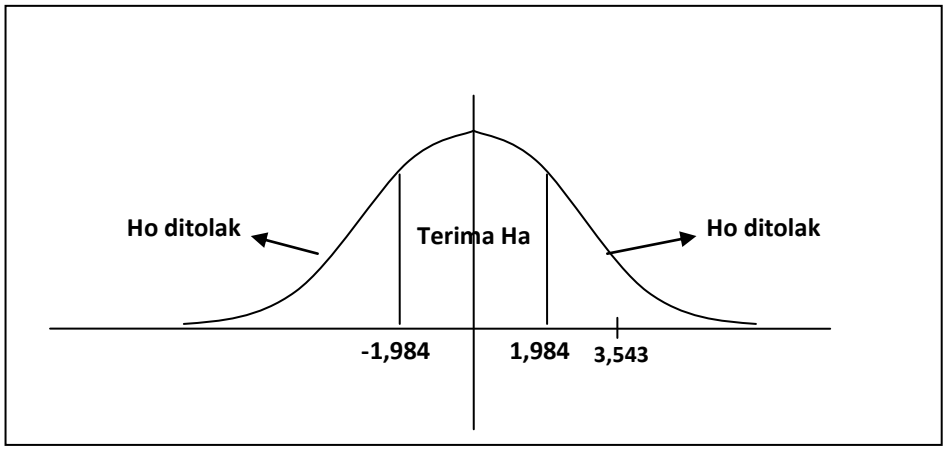
Sumber : Data yang sudah diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Kognitif adalah 0.337. Hubungan ini termasuk kategori rendah tapi pasti. Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai t_{hitung} (3,543) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut

mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukan bahwa terdapatnya hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Kognitif. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 11.36%. Hal ini memberikan pengertian bahwa Komponen Kognitif dipengaruhi oleh variabel Efektivitas Komunikasi sebesar 11.36%, sedangkan sisanya 88.64% merupakan kontribusi variabel lain selain Efektivitas Komunikasi.

Gambar 4.7

Kurva Uji t Efektivitas Komunikasi Terhadap Komponen Kognitif Siswa



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Pada gambar 4.7 tersebut terlihat bahwa, t_{hitung} jatuh didaerah ditolak, artinya Ha diterima, berarti ada hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT BioFarma (Persero) Terhadap Komponen Kognitif Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

4.4.5. Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Afektif Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Perhitungan korelasi antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Afektif menggunakan program SPSS 13. Sehingga hasil dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.33

Korelasi Efektivitas Komunikasi dan Komponen Afektif

Correlations

			Efektivitas Komunikasi (X)	Aspek Afektif (Y2)
Spearman's rho	Efektivitas Komunikasi (X)	Correlation Coefficient	1.000	.242*
		Sig. (2-tailed)	.	.015
		N	100	100
	Aspek Afektif (Y2)	Correlation Coefficient	.242*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.015	.
		N	100	100

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

Sumber : Output SPSS 13

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi *Rank Spearman* antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Afektif Siswa SMA Di Kota Sukabumi adalah sebesar **0,242**. Artinya hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Afektif Siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa **korelasi cukup kuat**.

Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

Proses Penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}242\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0{,}242^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2{,}3956778}{0{,}97027625}$$

$$t_{hitung} = 2{,}4690678$$

Mencari t tabel

dk = derajat kebebasan

dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel)

dk = 100-2

dk = 98

Untuk mengetahui t tabel dengan dk = 98 dan α = 0,05 peneliti menggunakan formula statistika dalam *Microsoft Excel 2007* dikarenakan jumlah sampel yang ada tidak terdapat dalam tabel distribusi, maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.984**.**

Hubungan antara Efektivitas Komunikasi dan Komponen Afektif siswa bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,015 ≤ dari angka korelasi signifikan 0,05 (2-*tailed*).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Afektif Siswa SMA Di Kota Sukabumi, maka perlu dihitung koefisien determinasinya sebagai berikut :

Pengaruh Koefisien Determinasi

$KD = r^2 \times 100\%$

$= (0{,}242)^2 \times 100\%$

$= 0{,}058564 \times 100\%$

$= 5{,}8564\%$

Maka Hipotesisnya adalah :

Ha_5 : Ada pengaruh antara efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap **komponen afektif** siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Ho_5 : Tidak ada pengaruh antara efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap **komponen afektif** siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Afektif Siswa, yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.34

Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Afektif

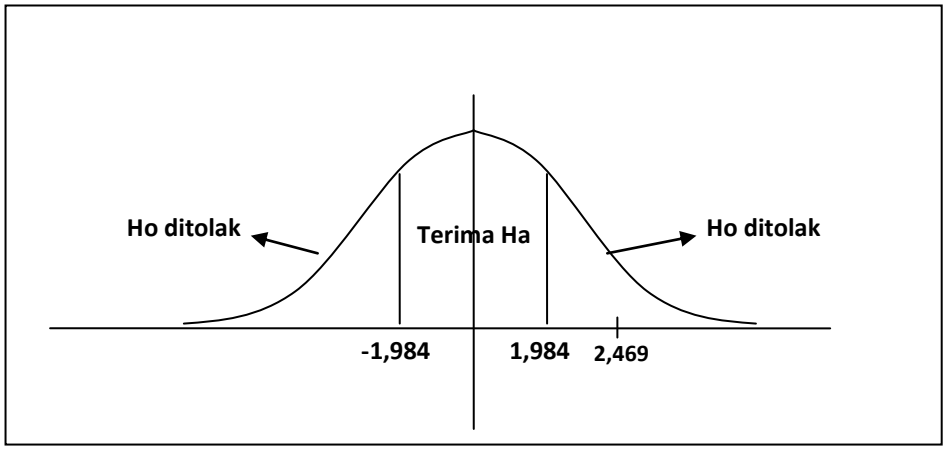
Variabel	r_{xy}	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
X dan Y2	0.242	2,469	1.984	Ho ditolak	Signifikan	5,86%

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan Efektivitas Komunikasi dengan Aspek Afektif adalah 0.242. Hubungan ini termasuk kategori rendah tapi pasti. Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai t_{hitung} (2,469) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukan bahwa terdapatnya hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Aspek Afektif. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 5.86%. Hal ini memberikan pengertian bahwa Aspek Afektif dipengaruhi oleh variabel Efektivitas Komunikasi sebesar 5.86%, sedangkan sisanya 94.14% merupakan kontribusi variabel lain selain Efektivitas Komunikasi.

Gambar 4.8

Kurva Uji t Efektivitas Komunikasi Terhadap Komponen Afektif Siswa



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Pada gambar 4.8 tersebut terlihat bahwa, t_{hitung} jatuh didaerah ditolak, artinya Ha diterima, berarti ada hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT BioFarma (Persero) Terhadap Komponen Afektif Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

4.4.6. Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Konatif Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Perhitungan korelasi antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Konatif menggunakan program SPSS 13. Sehingga hasil dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.35

Korelasi Efektivitas Komunikasi dan Komponen Konatif

Correlations

			Efektivitas Komunikasi (X)	Aspek Konatif (Y3)
Spearman's rho	Efektivitas Komunikasi (X)	Correlation Coefficient	1.000	.227*
		Sig. (2-tailed)	.	.023
		N	100	100
	Aspek Konatif (Y3)	Correlation Coefficient	.227*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.023	.
		N	100	100

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

Sumber : Output SPSS 13

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi *Rank Spearman* antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Konatif Siswa SMA Di Kota Sukabumi adalah sebesar **0,227**. Artinya hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Konatif Siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa **korelasi cukup kuat**.

Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

Proses Penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}227\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0{,}227^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{2{,}2471853}{0{,}97389476}$$

$$t_{hitung} = 2{,}3074211$$

Mencari t tabel

dk = derajat kebebasan

dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel)

dk = 100-2

dk = 98

Untuk mengetahui t tabel dengan dk = 98 dan α = 0,05 peneliti menggunakan formula statistika dalam *Microsoft Excel 2007* dikarenakan jumlah sampel yang ada tidak terdapat dalam tabel distribusi, maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.984**.**

Hubungan antara Efektivitas Komunikasi dan Komponen Konatif siswa bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,023 ≤ dari angka korelasi signifikan 0,05 (2-*tailed*).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Komponen Konatif Siswa SMA Di Kota Sukabumi, maka perlu dihitung koefisien determinasinya sebagai berikut :

Pengaruh Koefisien Determinasi

$KD = r^2 \times 100\%$

$= (0{,}227)^2 \times 100\%$

$= 0{,}051529 \times 100\%$

$= 5{,}1529\%$

Maka Hipotesisnya adalah :

Ha_6 : Ada pengaruh antara efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap **komponen konatif** siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Ho_6 : Tidak ada pengaruh antara efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap **komponen konatif** siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Konatif Siswa, yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.36

Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Konatif

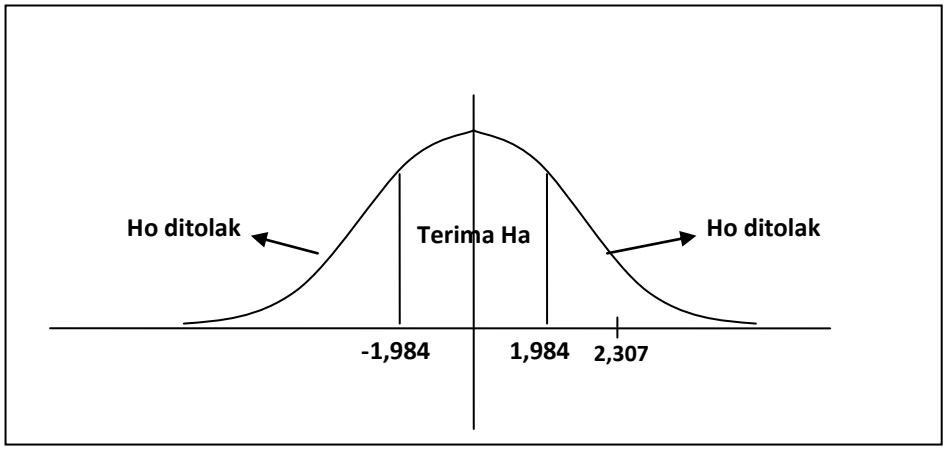
Variabel	r_{xy}	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
X dan Y3	0.227	2.307	1.984	Ho ditolak	Signifikan	5.15%

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan Efektivitas Komunikasi dengan Aspek Konatif adalah 0.227. Hubungan ini termasuk kategori rendah tapi pasti. Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai t_{hitung} (2.307) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukan bahwa terdapatnya hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Aspek Konatif. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 5.15%. Hal ini memberikan pengertian bahwa Aspek Konatif dipengaruhi oleh variabel Efektivitas Komunikasi sebesar 5.15%, sedangkan sisanya 94.85% merupakan kontribusi variabel lain selain Efektivitas Komunikasi.

Gambar 4.9

Kurva Uji t Efektivitas Komunikasi Terhadap Komponen Konatif Siswa



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Pada gambar 4.9 tersebut terlihat bahwa, t_{hitung} jatuh didaerah ditolak, artinya Ha diterima, berarti ada hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT BioFarma (Persero) Terhadap Komponen Konatif Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

4.4.7. Korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Perhitungan korelasi antara Efektivitas Komunikasi dengan Sikap Siswa menggunakan program SPSS 13. Sehingga hasil dari hasil perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.37

Korelasi Efektivitas Komunikasi dan Sikap Siswa

Correlations

			Efektivitas Komunikasi (X)	Sikap Siswa (Y)
Spearman's rho	Efektivitas Komunikasi (X)	Correlation Coefficient	1.000	.377**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Sikap Siswa (Y)	Correlation Coefficient	.377**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

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

Sumber : Output SPSS 13

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi *Rank Spearman* antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi adalah sebesar **0,377**. Artinya hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa **korelasi cukup kuat**.

Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana : r = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

Proses Penghitungan :

$$r\sqrt{(n-2)}$$

$$t_{hitung} = \frac{}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0{,}377\sqrt{(100 - 2)}}{\sqrt{(1 - 0{,}377^2)}}$$

$$t_{hitung} = \frac{3{,}7321096}{0{,}92621326}$$

$$t_{hitung} = 4{,}029428$$

Mencari t tabel

dk = derajat kebebasan

dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel)

dk = 100-2

dk = 98

Untuk mengetahui t tabel dengan dk = 98 dan α = 0,01 peneliti menggunakan formula statistika dalam *Microsoft Excel 2007* dikarenakan jumlah sampel yang ada tidak terdapat dalam tabel distribusi, maka t tabel yang diperoleh adalah sebesar 1.984**.**

Hubungan antara Efektivitas Komunikasi dan Komponen Konatif siswa bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 ≤ dari angka korelasi signifikan 0,01 (2-*tailed*).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* ‘Bio Farma *Goes To School*’

Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi, maka perlu dihitung koefisien determinasinya sebagai berikut :

Pengaruh Koefisien Determinasi

$KD = r^2 \times 100\%$

$= (0{,}377)^2 \times 100\%$

$= 0{,}142129 \times 100\%$

$= 14{,}2129\%$

Maka Hipotesisnya adalah :

H_7 : Ada pengaruh efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

H_7 : Tidak ada pengaruh efektivitas komunikasi kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) terhadap sikap siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Berikut ini merupakan penelitian mengenai hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Sikap Siswa, yang dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.38

Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi dengan Sikap

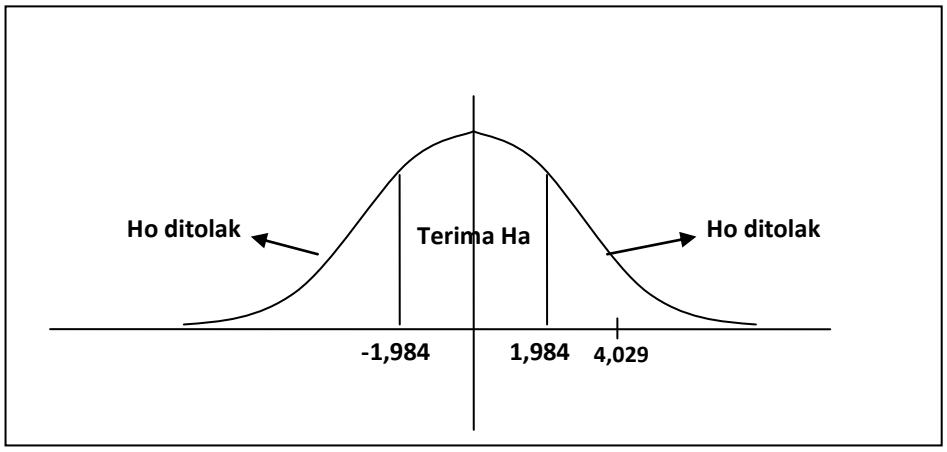
Variabel	r_{xy}	t hitung	t tabel	Keputusan	Keterangan	Koefisien Determinasi
X dan Y	0.377	4.029	1.984	Ho ditolak	Signifikan	14.21%

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa besarnya hubungan Efektivitas Komunikasi dengan Sikap Siswa adalah 0.377. Hubungan ini termasuk kategori rendah tapi pasti. Hasil pengujian dengan statistik t didapat nilai t_{hitung} (4.029) > t_{tabel} (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukan bahwa terdapatnya hubungan antara Efektivitas Komunikasi dengan Sikap Siswa. Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 14.21%. Hal ini memberikan pengertian bahwa Sikap Siswa dipengaruhi oleh variabel Efektivitas Komunikasi sebesar 14.21%, sedangkan sisanya 85.79% merupakan kontribusi variabel lain selain Efektivitas Komunikasi.

Gambar 4.10

Kurva Uji t Efektivitas Komunikasi Terhadap Sikap Siswa



Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, Juni 2011

Pada gambar 4.10 tersebut terlihat bahwa, t_{hitung} jatuh didaerah ditolak, artinya Ha diterima, berarti ada hubungan antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" Oleh *Public Relations* PT BioFarma (Persero) Terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.

Dari semua penjelasan dan analisis di atas, maka peneliti mengambil kesimpulan yang di sajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.39

Ringkasan Data Analisis Korelasi

No	Variabel / Sub Variabel (X)	Variabel / Sub Variabel (Y)	Besarnya Korelasi	Besarnya Pengaruh	Signifikansi Korelasi	Hipotesis yang Diterima
1	Sub Variabel Kredibilitas Komunikator	Variabel Sikap Siswa SMA	0,220	4,84%	Signifikan (0,028 < 0,05)	**Ha:** Adanya Pengaruh Kredibilitas Komunikator terhadap Sikap Siswa SMA
2	Sub Variabel Pesan	Variabel Sikap Siswa SMA	0,283	8,0089%	Signifikan (0,004 < 0,01)	**Ha:** Adanya Pengaruh Pesan terhadap Sikap Sikap Siswa SMA
3	Sub Variabel Media	Variabel Sikap Siswa SMA	0,356	12,67%	Signifikan (0,000 < 0,01)	**Ha:** Adanya Pengaruh Media terhadap Sikap Sikap Siswa SMA
4	Variabel Efektivitas Komunikasi	Sub Variabel Aspek Kognitif Siswa SMA	0,337	11,36%	Signifikan (0,000 < 0,01)	**Ha:** Adanya Pengaruh efektivitas komunikasi terhadap Komponen

						Kognitif Siswa SMA
5	Variabel Efektivitas Komunikasi	Sub Variabel Aspek Afektif Siswa SMA	0,242	5,86%	Signifikan (0,015 < 0,05)	**Ha:** Adanya penagruh efektivitas komunikasi terhadap Komponen Afekitif Siswa SMA
6	Variabel Efektivitas Komunikasi	Sub Variabel Aspek Konatif Siswa SMA	0,227	5,15%	Signifikan (0,023 < 0,05)	**Ha:** Adanya pengaruh efektivitas komunikasi terhadap Komponen Konatif Siswa SMA
7	Variabel Efektivitas Komunikasi	Variabel Sikap Siswa SMA	0,377	14,21%	Signifikan (0,000 < 0,01)	**Ha :** Adanya pengaruh efektivitas komunikasi terhadap Sikap Siswa SMA

Sumber : Analisis Peneliti, Juni 2011

4.5. Pembahasan Hasil Penelitian

Peneliti mencoba membahas hasil penelitian mengenai Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* ‘Bio Farma *Goes To School*’ Oleh *Public Relations* PT Bio Farma (Persero) Terhaap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi sesuai dengan identifikasi masalah yang dikaitkan dengan data yang telah diperoleh dan diolah dari hasil penelitian di lapangan. Selain itu, data tersebut ditunjang dengan studi pustaka.

Dari hasil penelitian menunjukkan korelasi antara Kredibilitas Komunikator Kegiatan *Roadshow* “Bio Farma *Goes To School*” dengan Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi memiliki korelasi yang cukup kuat

dan signifikan. Hal tersebut sesuai dengan PR PT Bio Farma (Persero) yang memperhatikan kredibilitas yang menjadi komunikator dalam kegiatan *roadshow* tersebut yang ahli di bidangnya masing – masing. Komunikator dalam kegiatan *roadshow* ini adalah Kepala Bagian PR dan salah satu dokter dari bagian klinik PT Bio Farma (Persero). Dimana komunikator tersebut memiliki kemampuan, kepercayaan, dan daya tarik dalam menyampaikan pesan, sehingga menjadikan komunikator dalam kegiatan *roadshow* tersebut memiliki kompetensi dan kredibilitas yang cukup tinggi.

Hal tersebut didukung dengan penjelasan kredibilitas dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, bahwa kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima). Gobble, Menteri Propaganda Jerman dalam Perag Dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi (Cangara, 2006:87).

Apabila komunikator memiliki kredibilitas yang tinggi, maka akan mudah ketika komunikator tersebut menyampaikan pesan kepada komunikannya. Dari penjelasan mengenai korelasi antara Pesan yang disampaikan dalam Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" dengan Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi, dihasilkan korelasi yang cukup kuat dan signifikan antara pesan dan sikap siswa. Hal tersebut karena PR PT Bio Farma (Persero) menyampaikan pesan berupa

pengetahuan yaitu mengenai keberadaan Bio Farma dan pentingnya vaksinasi bagi kesehatan sehingga menjadi jelas bahwa pesan yang disampaikan mengenai hal tersebut, hiburan yaitu pesan yang disampaikan tidak monoton dan pesan yang disampaikan pun memiliki daya tarik yang membuat siswa-siswi ikut terlibat dalam kegiatan *roadshow* tersebut.

Hal ini sesuai dengan pengertian pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda (Cangara, 2006 : 23).

Selain faktor tersebut di atas, hal yang menjadikan korelasi kuat dan signifikan antara pesan dengan sikap, PR PT Bio Farma memperhatikan kejelasan dan daya tarik pesan yang disampaikan dalam kegiatan *roadshow* tersebut.

Dalam menyampaikan pesan mengenai perusahaan dan pentingnya vaksinasi bagi kesehatan, PR PT Bio Farma (Persero) menggunakan alat bantu berupa slide presentasi yang menampilkan materi – materi mengenai perusahaan dan vaksin.

Adapun hubungan antara Media yang digunakan dalam Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" dengan Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi memiliki korelasi yang cukup kuat dan signifikan. Hal ini karena PR PT Bio Farma menggunakan alat bantu berupa *slide* presentasi yang menampilkan materi – materi mengenai perusahaan dan vaksin.

Penampilan dari *slide* presentasi tersebut menarik perhatian siswa. Media *slide* tersebut merupakan teknologi media komunikasi yang dipilih sengaja oleh komunikator sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya. Hal ini didukung oleh pengertian media yang dijelaskan dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi.

> Media bentuk jamak dari medium, medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi (Vardiansyah, 2004 : 24 - 26).

Kefektivitasan komunikasi yang meliputi kredibilitas komunikator, pesan, dan media tersebut, dalam hal kegiatan *roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" ini, diharapkan dapat mengubah sikap siswa-siswi yang mengikuti kegiatan *roadshow* .

Dari hasil analisis korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" dengan komponen kognitif siswa SMA Di Kota Sukabumi menunjukkan hubungan atau korelasi yang cukup kuat dan signifikan. Hal ini karena dari pesan yang disampaikan oleh komunikator (Kepala PR dan dokter dari PT Bio Farma (Persero)), maka akan menambah pengetahuan dan wawasan siswa (peserta) mengenai perusahaan, PT Bio Farma (Persero), dan mengenai pentingnya vaksin bagi kesehatan. Dalam hal ini, adanya harapan – harapan siswa (peserta) dalam mengikuti kegiatan *roadshow* ini, yaitu para siswa ingin mengetahui informasi mengenai pentingnya vaksin bagi kesehatan. Sehingga korelasi

antara efektifitas komunikasi dengan komponen kognitif siswa, cukup kuat dan signifikan.

Hal tersebut sesuai dengan penjelasan mengenai komponen kognitif sebagai berikut :

> Komponen kognitif (keyakinan) : yaitu yang berhubungan dengan gejala mengenai pikiran. Ini berarti berwujud pengolahan, pengalaman, dan keyakinan serta harapan – harapan individu tentang objek atau kelompok objek tertentu, seperti pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran yang didasarkan pada informasi, yang berhubungan dengan objek (Soedarsono, 2009 : 69).

Begitu juga dengan hasil korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" dengan komponen afektif siswa SMA Di Kota Sukabumi yang menunjukkan korelasi yang cukup kuat dan signifikan. Hal ini terlihat bahwa siswa-siswi yang mengikuti kegiatan *roashow* tersebut mengalami proses yang menyangkut perasaan – perasaan tertentu seperti senang, puas, dan bangga mengikuti kegiatan *roadshow* tersebut.

Selanjutnya mengenai korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" dengan komponen konatif siswa SMA Di Kota Sukabumi yang sama menunjukkan adanya korelasi yang cukup kuat dan signifikan. Dalam hal ini terlihat efektivitas komunikasi berpenagruh terhadap komponen konatif siswa yang mengikuti *roadshow* tersebut dengan bersedianya siswa untuk mendiskusikan dan menyebarkan informasi yang diperoleh dari kegiatan *roadshow* tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan penegrtian komponen konatif (perilaku atau tindakan): yaitu proses tendensi atau kecenderungan untuk berbuat sesuatu kepada objek, misalnya kecenderungan memberi pertolongan, dan menjauhkan diri. (Soedarsono, 2009 : 69)

Pada akhirnya korelasi antara Efektivitas Komunikasi Kegiatan *Roadshow* "Bio Farma *Goes To School*" dengan Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi juga menunjukkan korelasi yang cukup kuat dan signifikan. Hal ini karena PR PT Bio Farma (Persero) memperhatikan semua faktor – faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi. Hal ini sesuai dengan penjelasan bahwa untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi, menurut Drs. Abdillah Hanafi dalam bukunya "Memahami Komunikasi Antara Manusia", menegaskan perlunya memperhatikan dan mengenal kesemua unsur dalam proses komunikasi, yang antara lain ; Sumber – *encoder*, **pesan**, saluran (**media**), *decoder* dan penerima (Hanafi, 1984:174)

Komunikasi dikatakan efektif atau berhasil adalah apabila pesan yang disampaikan komunikator itu dapat diterima, adanya saling pengertian sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan komunikator serta dapat mengubah sikap komunikan. Artinya **kredibilitas komunikator**, mendukung pada keefektivitasan komunikasi.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan *Roadshow* 'Bio Farma *Goes To School*' cukup efektif terhadap sikap siswa SMA di Kota Sukabumi. Dikatakan cukup efektif karena berdasarkan hasil dari

perhitungan yang menunjukan semua korelasi hanya cukup kuat dan signifikan. Hal ini berdasarkan fakta di lapangan yang menunjukkan masih ada jawaban dari beberapa item pertanyaan yang hasilnya kurang, misalnya mengenai daya tarik pada pesan yang disampaikan oleh pembicara. Beberapa responden masih ada yang menjawab kurang menarik. Hal ini bisa terjadi karena pesan yang disampaikan kurang memperhatikan teknik penyusunan pesan yang disertai humor, sehingga membuat membuat jenuh responden, sehingga sebagian dari mereka berpendapat bahwa daya tarik pesan kurang menarik. Begitu pula mengenai kurangnya kebersediaan siswa-siswi untuk mendiskusikan dan menyebarluaskan pesan dari apa yang telah disampaikan dalam kegiatan *roadshow* tersebut. Hal ini terjadi karena beberapa dari siswa-siswi menganggap bahwa masih banyak hal yang penting untuk didiskusikan dan disebarluaskan daripada pesan yang ada dalam kegiatan *roadshow* tersebut. Misalnya mereka lebih memilih mendiskusikan mengenai tugas dari mata pelajaran yang ada di sekolahnya.

Selain penjelasan tersebut di atas, hal yang mengindikasikan kegiatan *roasdshow* ini hanya cukup efektif adalah kegiatan ini hanya berlangsung kurang lebih dua jam dan hanya dilakukan satu kali di masing-masing sekolah.

Namun walaupun demikian, kegiatan *roadshow* ‘Bio Farma *Goes To School*’ sudah cukup efektif terhadap Sikap Siswa SMA Di Kota Sukabumi.