

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai laporan dan pembahasan data yang terkumpul merupakan hasil jawaban angket yang disebarkan peneliti kepada responden, kemudian data tersebut diolah menggunakan analisis statistik. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah peserta pelatihan. Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui apakah terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y, lalu bagaimana hubungan antara variabel X dan variabel Y. Dalam hal ini, hubungan antara kegiatan pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha. Analisis yang dilakukan peneliti berdasarkan data hasil penelitian berupa jawaban angket, hasil pengamatan peneliti, hasil wawancara, dan berdasarkan buku-buku yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

Dalam pengumpulan data di lapangan, peneliti menyebarkan angket kepada responden sebanyak 32 orang yang merupakan sampel dari populasi penelitian. Penarikan sampel ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampel total sampling.

4.1 Analisis Deskriptif Data Responden

Dalam penelitian ini diperlukan identitas responden untuk mengetahui latar belakang mereka. Identitas ini dikumpulkan dan menjadi data responden. Data responden ini berdasarkan beberapa karakteristik yang diajukan kepada responden yang berjumlah 32 orang. Karakteristik tersebut yaitu jenis kelamin,

pendidikan terakhir, usia, lama mengikuti pelatihan, pendapatan per bulan, apakah peserta pelatihan mempunyai minat berwirausaha sebelum mengikuti pelatihan bisnis internet marketing, dan apakah peserta sebelum mengikuti pelatihan mempunyai bidang usaha sendiri.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	21	65,6
2	Perempuan	11	34,4
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa 21 responden atau sebesar 65,6 % berjenis kelamin laki-laki, dan 11 responden atau sebesar 34,4 % berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan internet marketing laki-laki jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan peserta perempuan. Data ini sesuai dengan data yang pada saat penyebaran angket di lapangan.

Jumlah siswa laki-laki lebih banyak dari peserta perempuan dikarenakan pada pelatihan disesuaikan dengan kemampuan peserta pelatihan. Dari hasil kemampuan peserta dalam pelatihan bisnis internet marketing ini, lebih banyak peserta laki-laki yang kompeten dalam bidang berwirausaha, sehingga peserta laki-laki lebih banyak dibanding perempuan yaitu perempuan sebanyak 11 orang dan laki-laki sebanyak 21 orang.

Tabel 4.2
Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	28	87,5
2	D3	1	3,1
3	S1	3	9,4
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa 28 responden atau sebesar 87,5% masih lulusan SMA, dan 1 responden atau sebesar 3,1 % pendidikan terakhirnya adalah D3 serta 3 responden atau 9,4% pendidikan terakhir peserta adalah S1. Artinya ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan internet marketing dalam pendidikan terakhirnya adalah kebanyakan lulusan SMA jumlahnya lebih banyak dibandingkan lulusan D3 dengan S1.

Hal ini dapat dipahami, bahwa dalam pelatihan bisnis internet marketing adalah anak-anakmuda, maka dari itu yang mengikuti pelatihan adalah rata-rata masih mahasiswa yang masih aktif dalam kegiatan perkuliahan, berdasarkan hasil wawancara dan di lapangan bahwa memang target dalam pelatihan ini anak-anak muda yang sedang kuliah, jadi kebanyakan masih terdaftar lulusan SMA. Kemudian dilatih para peserta ini belajar dan melatih kemandiriannya pada usia muda terutama dalam hal mandiri finansial.

Tabel 4.3
Usia Responden

No	Usia Peserta	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 18 tahun	3	9,4
2	18 - 20 tahun	25	78,1
3	21 - 23 tahun	4	12,5
4	> 23 tahun	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa usia 18-20 tahun responden atau sebesar 78,1 %, usia 21-23 tahun 4 responden atau 12,5% dan 3 responden atau sebesar 9,4 % usia < 18 tahun. Artinya ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan bisnis internet marketing adalah kebanyakan yang mengikuti pelatihan bisnis internet marketing ini berusia 18-20 tahun. Sehingga peserta merupakan anak-anak muda yang masih produktif dalam hal di lembaga pendidikan, seperti masih bersekolah atau sedang aktif di perkuliahan.

Pada usia mudalah generasi muda harus bisa membangun atau karakter agar bisa mandiri, sesuai dengan tujuan Prana Persada yaitu ingin melatih anak-anak muda mandiri mental, mandiri spritual dan mandiri finansial dan membangkitkan semangat hidup sukses dengan cara berwirausaha.

Tabel 4.4
Lama mengikuti Pelatihan

No	Frekuensi Mengikuti Pelatihan	Frekuensi	Persentase (%)
1	2 Kali Pelatihan	0	0
2	Lebih 2 Kali Mengikuti Pelatihan	32	100
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa peserta lebih 2 kali mengikuti pelatihan 32 orang atau 100%, dan yang 2 kali mengikuti pelatihan adalah 0%. Jawaban dari peserta pelatihan ini menunjukkan para peserta sudah lebih dari 2 kali mengikuti pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada Bandung.

Dapat disimpulkan peserta yang sudah mengikuti pelatihan dari 2 kali, berdasarkan hasil wawancara peserta akan dilatih secara profesional oleh *coach*nya dan akan dilatih ke lapangan, dan juga diberikan teknik –teknik dalam berwirausaha. Bagaimana cara untuk bisa mempunyai usaha sendiri dan tentunya mendapatkan mandiri finansial pada usia muda dengan adanya strategi dan motivasi sesuai dengan visi dan misi yang terdapat di Prana Persada

Tabel 4.5
Pendapatan Per Bulan Responden

No	Pendapatan Per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Di atas Rp. 2.400.000	6	18,8
2	Rp. 1.500.000	8	25,0
3	Rp. 500.0000 - Rp. 1.000.000	12	37,5
4	Dibawah Rp. 500.000	6	18,8
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa 6 responden atau sebesar 18,8% pendapatan per bulan di atas di atas Rp. 2.400.000, 8 responden atau sebesar 25,0 % pendapatan perbulan sebanyak Rp 1.500.000. 12 responden atau sebesar 37,5% pendapatan Rp 500.000- Rp 100.000, 6 responden atau sebesar 18,8 % dibawah Rp 500.000.

Hal ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan bisnis internet marketing kebanyakannya pendapatan dalam per bulannya adalah Rp 500.000 – Rp 1.000.000. pendapatan per bulan ini adalah pendapatan peserta dalam berwirausaha dalam mengikuti pelatihan internet marketing di Prana Persada. Karena pelatihan internet marketing ini masih baru-baru *trend* di Prana Persada, sehingga peserta-peserta yang ikut dalam pelatihan ini masih pada tahap pembelajaran dalam berwirausaha.

Tabel 4.6
Sebelum mengikuti pelatihan minat mempunyai wirausaha

No	Minat	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	29	90,6
2	Tidak	3	9,4
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa 29 responden atau sebesar 90,6% peserta menjawab minat untuk berwirausaha. Sedangkan 3 responden atau 9,4 % peserta menjawab tidak minat untuk berwirausaha. Jawaban peserta pelatihan tersebut menunjukkan bahwa sebelum mengikuti pelatihan bisnis internet marketing sebagian besar menjawab mempunyai untuk berwirausaha, sedangkan yang menjawab tidak mempunyai minat hanya 9,4% atau 3 orang dari 32 peserta pelatihan

Dalam hal tersebut bahwa peserta pelatihan sebelum mengikuti pelatihan berwirausaha ini peserta sudah mempunyai minat ingin berwirausaha, menurut hasil wawancara dengan peserta bahwa peserta disamping untuk kebutuhan

ekonomi yang kurang, peserta juga ingin mandiri di usia muda yaitu dengan berwirausaha dan tidak tergantung dengan orang tuanya.

Tabel 4.7
Sebelum mengikuti pelatihan apakah responden mempunyai bidang usaha sendiri

No	Bidang Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ya	3	9,4
2	Tidak	29	90,6
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian N = 32

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa 3 responden atau sebesar 9,4 % menjawab ya, dan 29 responden atau 90,6 % menjawab tidak. Hal ini menunjukkan bahwa peserta sebelum mengikuti pelatihan internet marketing di Prana Persada, peserta kebanyakannya tidak mempunyai wirausaha sendiri, sedangkan yang mempunyai wirausaha sebelum mengikuti pelatihan ini hanya 3 orang peserta dari 32 orang peserta.

Pada pelatihan bisnis internet marketing ini berdasarkan di lapangan dan wawancara bahwa peserta pelatihan ini kebanyakannya mempunyai bidang usaha sendiri setelah mengikuti pelatihan, karena peserta di sini dilatih sekaligus diarahkan dan diberikan strategi bagaimana cara berwirausaha bagi para peserta pelatihan.

4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian adalah analisis yang berkaitan dengan data penelitian yang bersumber dari angket penelitian yang disebarkan oleh

peneliti kepada responden. Analisis ini berisi penjelasan dari jawaban responden mengenai item-item variabel X dan Y. Variabel X (kegiatan pelatihan internet marketing) yaitu mengenai kredibilitas pelatih, materi pelatihan, fasilitas pelatihan, media pelatihan, metode pelatihan. Variabel Y (motivasi peserta untuk berwirausaha) yaitu kebutuhan, dorongan dan tujuan.

Pada bab ini akan dikemukakan mengenai tanggapan atau Penjelasan analisis deskriptif bisa dilihat sebagai berikut:

4.2.1 Kegiatan Pelatihan (Variabel X)

Kegiatan pelatihan variabel X yang diteliti. Tayangan Iklan Energen ini diukur berdasarkan: (1) Kredibilitas pelatih, (2) Materi pelatihan, (3) fasilitas pelatihan, (4) media pelatihan dan (5) metode pelatihan.

1. Kredibilitas Pelatih

Kredibilitas pelatih dibagi menjadi tujuh bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap ke tujuh pernyataan tersebut.

Tabel 4.8
Coach menguasai materi pelatihan dengan baik

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	87,5
2	Setuju	3	9,4
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang (87,5%). Sisanya sebanyak 3 responden (9,4%)

menjawab setuju, dan 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. Mayoritas peserta menjawab sangat setuju bahwa *coach* menguasai materi pelatihan dengan baik mewakili peserta yang dituju.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa pelatih sebagai komunikator dalam kegiatan pelatihan ini memiliki peranan dalam memberikan pelatihan sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Malayu S.P. Hasibuan, bahwa trainer memberikan peranan penting terhadap kemajuan kemampuan para peserta yang dikembangkan. (hasibuan, 2005:73)

Tabel 4.9
***Coach* berpengalaman dalam menyampaikan materi pelatihan**

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	71,9
2	Setuju	8	25,0
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang (71,9%), responden menjawab setuju 8 orang (25,0%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu.

Mayoritas responden menjawab sangat setuju *coach* berpengalaman dalam menyampaikan materi pelatihan mewakili khalayak yang dituju. Dalam pengalaman seorang pelatih menyampaikan materi dalam pelatihan ini responden menjawab sangat setuju karena pengalaman seseorang dapat memberikan inspirasi untuk orang lain. Walaupun masih terdapat peserta yang menyatakan ragu-ragu.

Banyak responden yang sangat setuju tersebut bahwa diperkuat dalam profile Prana persada dikelola oleh SDM yang kompeten di bidangnya yaitu softskills, meskipun *coach* dalam pelatihan ini masih dikatakan anak muda. Maka dari itu sesuai tujuan Prana Persada ingin pengembangan kualitas SDM khususnya generasi muda bangsa Indonesia ini.

Tabel 4.10
***Coach* dalam kegiatan bisnis IM memiliki pengetahuan yang luas mengenai materi yang disampaikan**

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	22	68,8
2	Setuju	9	28,1
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (68,8%), responden menjawab setuju 9 orang (28,1%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. Berdasarkan tabel tersebut bahwa responden sangat setuju *coach* bisnis internet marketing berpengalaman luas mengenai materi.

Dapat dilihat dari tabel mayoritas responden menjawab bahwa *coach* dalam pelatihan bisnis internet marketing ini memiliki pengetahuan yang luas dalam materinya, karena *coach* yang ada di Prana Persada sebelum menjadi *coach* akan dilatih seperti para peserta menjadi *coach* yang profesional sehingga ahli dalam bidangnya untuk menyampaikan materi di pelatihan.

Tabel 4.11
Coach dalam kegiatan pelatihan jujur dalam menyampaikan materi pelatihan

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	71,9
2	Setuju	7	21,9
3	Ragu-Ragu	2	6,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (68,8%), responden menjawab setuju 9 orang (28,1%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. Berdasarkan tabel tersebut bahwa responden sangat setuju *coach* bisnis internet marketing berpengalaman luas mengenai materi.

Dengan demikian menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menjawab sangat setuju *coach* dalam pelatihan jujur dalam menyampaikan isi materi, berarti peserta pelatihan mempercayai materi pelatihan yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan memang benar dan sesuai dengan kebutuhan peserta dalam mendapatkan informasi. Dari 32 peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan, 23 peserta menjawab sangat setuju dan 7 peserta menjawab setuju bahwa *coach* jujur dalam menyampaikan materi. Jujur yang dimaksud di sini komunikator (*coach*) berbicara atau menyampaikan isi materi pada pelatihan secara benar apa adanya sesuai dengan fakta yang ada dengan tidak dilebih-lebihkan, sesuai kondisi dan informasi yang ada, terbaru atau *up to date*, dan materi-materi tentang pelatihan yang relevan, dan lain-lainnya.

Seperti yang diungkapkan oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya “metode penelitian komunikasi” kejujuran dioperasionisasikan sebagai persepsi komunikasi tentang sejauhmana komunikator bersikap tidak memihak dalam menyampaikan pesannya (Rakhmat, 200:63).

Tabel 4.12
Dalam menyampaikan materi, *coach* menunjukkan keramahan pada peserta

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	22	68,8
2	Setuju	9	28,1
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (68,8%), responden menjawab setuju 9 orang (28,1%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. Berdasarkan tabel tersebut bahwa responden sangat setuju *coach* bisnis internet marketing berpengalaman luas mengenai materi.

Dalam menyampaikan materi, *coach* menunjukkan keramahan kepada peserta pada saat menyampaikan materi. Hal ini dibenarkan oleh peserta pelatihan bahwa *coach* pada saat menyampaikan materi memberikan pelayanan yang baik serta nyaman, dan tidak membuat suasana tegang sehingga peserta pun merasakan keakraban dengan *coach* pada saat pelatihan.

Bahwa “Keramahan komunikator menimbulkan simpati komunikasi kepadanya. Keramahan tidak berarti kelemahan tetapi pengeksresian sikap etis.

Jadi keramahan tidak saja ditunjukkan dengan ekspresi wajah, tetapi juga dengan gaya dan cara pengutaraan paduan pikiran dan perasaannya. (effendy, 2008:19).

Tabel 4.13
Coach dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing tampak siap dan meyakinkan dalam menyampaikan materi

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	65,6
2	Setuju	10	31,3
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (68,8%), responden menjawab setuju 9 orang (28,1%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. Berdasarkan tabel tersebut bahwa responden sangat setuju *coach* bisnis internet marketing berpengalaman luas mengenai materi.

Menurut Notoadmodjo (2003:70), menyatakan bahwa,

Dalam menyampaikan materi, trainer pelatihan harus memiliki pedoman “ilmu mengajar” tentang bagaimana cara mengajar yang baik salah satu di antaranya adalah persiapan. Di samping persiapan materi yang akan disampaikan, harus mempersiapkan mental.

Dari uraian tersebut, *coach* yang mengajar pelatihan bisnis internet marketing mempunyai pedoman untuk dapat menyampaikan materi kepada peserta sesuai dengan materi yang berkaitan dengan pelatihan, dan juga *coach* pelatihan sudah terbiasa memberikan materi seperti contoh mengisi seminar, dan contohnya mengajar pelatihan yang sudah ahli dalam bidangnya.

Tabel 4.14
Coach pelatihan ahli dalam bidangnya

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	71,9
2	Setuju	8	25,0
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (68,8%), responden menjawab setuju 9 orang (28,1%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. Berdasarkan tabel tersebut bahwa responden sangat setuju *coach* bisnis internet marketing berpengalaman luas mengenai materi.

Dari uraian tersebut bahwa peserta pelatihan menyatakan *coach* pelatihan bisnis internet marketing ahli dalam bidangnya, menurut salah satu *coach* Prana Persada bahwa pelatih-pelatih yang ada di Prana Persada tentunya dulu kami beraawal dari peserta dan setelah mengikuti pelatihan kemudian dilatih dan setelah mempunyai pengalaman dan belajar mengenai pelatihan yang berkaitan sehingga *coach* menyampaikan materi dan informasi kepada peserta sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman jadi *coach* yang kompeten di bidang *softskill*.

Kredibilitas komunikator bisa diperoleh, bila ia memiliki keterampilan berkomunikasi secara lisan atau tertulis (*communication skills*), pengetahuan yang luas tentang apa yang dibahasnya (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial dan budaya (*social and cultural system*) dimana khalayak berada.” (Cangara, 2009:97)

2. Materi Pelatihan (X_2)

Materi pelatihan dibagi menjadi lima bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap ke lima pernyataan tersebut.

Tabel 4.15
Materi pelatihan bisnis internet marketing sudah disampaikan jelas oleh *coach*

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	31,3
2	Setuju	20	62,5
3	Ragu-Ragu	2	6,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang (31,3%), responden menjawab setuju 20 orang (62,5%). Sisanya 2 responden (6,3%) menjawab ragu-ragu. Hal tersebut berarti sebagian besar peserta menjawab setuju materi yang disampaikan *coach* jelas, ada juga yang menjawab sangat setuju dan sebagian kecil menyatakan ragu-ragu.

Dari pernyataan peserta tersebut berarti menunjukkan bahwa *coach* pelatihan bisnis internet marketing mampu menyampaikan pesan dengan efektif, bisa dilihat hanya sedikit peserta 2 peserta yang menyatakan ragu-ragu hanya sedikit. Kejelasan isi materi bisa diterima atau jelas apa yang disampaikan *coach* kepada peserta yang berhubungan dengan kewirausahaan dan sesuai dengan pelatihan bisnis Internet marketing yaitu pelatihan motivasi membangkitkan semangat hidup sukses dan sekaligus akan menjadi panduan bagaimana cara

menjadi manusia yang mandiri secara mental, mandiri secara finansial dan mandiri secara spiritual.

Menurut Widjaja, 2000, pesan harus memenuhi syarat-syarat yakni umum, jelas, dan gamblang, bahasa yang jelas, seimbang dan disesuaikan dengan komunikasi (Widjaja, 2000:101). Kejelasan isi pesan yang disampaikan *coach* yang dimaksudkan harus ditunjang dengan kejelasan pesan dan kelengkapan pesan yang disesuaikan dengan pelatihan.

Tabel 4.16

Bahasa yang digunakan oleh *coach* pelatihan mudah dimengerti oleh peserta

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	53,1
2	Setuju	13	40,6
3	Ragu-Ragu	2	6,3
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (53,1%), responden menjawab setuju 13 orang (40,6%). Sisanya 2 responden (6,3 %) menjawab ragu-ragu. berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan sangat setuju bahasa yang digunakan *coach* mudah dimengerti, meskipun sebagian ada yang menyatakan setuju dan menyatakan ragu-ragu dengan hal tersebut.

Berdasarkan dari pernyataan peserta rata-rata menyatakan sangat setuju dan setuju karena materi dari *coach* yang disampaikan penyampaian pesan kepada peserta mudah dimengerti untuk pemenuhan informasi. Pesan yang sebelumnya

sudah dikemas oleh *coach* disusun jelas, disesuaikan, mantap apa yang akan disampaikan dalam pelatihan, sehingga bisa diterima oleh peserta pelatihan.

Pesan dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain. Agar pesan disampaikan mudah dimengerti dan dapat mendorong perilaku komunikasi. Harus ditunjang dengan kejelasan pesan dan kelengkapan pesan. Menurut Brigley, pesan yang diorganisasikan dengan baik akan lebih mudah dimengerti daripada pesan yang tidak tersusun dengan baik. (Rakhmat, 2009:259).

Tabel 4.17
Materi yang disampaikan *coach* sudah sesuai dengan kewirausahaan di pelatihan bisnis internet marketing

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	71,9
2	Setuju	8	25,0
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang (71,9%), responden menjawab setuju 8 orang (25,0%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan *coach* sesuai dengan peserta mengikuti pelatihan mengenai kewirausahaan. Sedangkan sebagian besar peserta menyatakan setuju, meskipun ada yang menjawab ragu-ragu sebanyak 1 orang.

Sesuai dengan pelatihannya mengenai bisnis internet marketing, *coach* memberikan dan mempersiapkan materi mengenai kewirausahaan selain di dalam ruangan, tentunya Prana Persada memberikan bukti yang nyata di lapangan mengenai kewirausahaan. Kesesuaian materi tentunya materi kewirausahaan

bisnis internet marketing seperti cara memulai untuk berwirausaha, berawal dariman, teknik-teknik dalam berwirausaha, menganali bisnis online dan lain sebagainya.

Tabel 4.18
Materi pelatihan bisnis marketing internet sudah disampaikan secara menarik oleh *coach*

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	14	43,8
2	Setuju	17	53,1
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang (43,8%), responden menjawab setuju 17 orang (53,1%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. berdasarkan hal tersebut berarti peserta pelatihan menyatakan setuju Materi pelatihan bisnis marketing internet sudah disampaikan secara menarik oleh *coach*. Meskipun ada 1 orang yang menyatakan ragu-ragu.

Dari hasil tabel di atas sebagian peserta menyatakan setuju dengan materi yang disampaikan *coach* menarik bagi peserta, karena *coach* menyesuaikan dengan peserta dalam hal penyampaian materi yang dilakukan dengan interaktif akan mempengaruhi suasana aktivitas pelatihan sehingga akan mempunyai efek terhadap para peserta.

Menurut Wilbur scharm (1995) menagajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan sebagai berikut:

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman antara sumber dan sasaran, sehingga dua pengertian itu bertemu.
3. Pesan harus membangkitka kebutuhan pribadi daripada sasaran yang menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyerankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layar bagi situasi kelompok di mana kesadaran pada saat digerakan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki. (Fajar, 2009:194).

Tabel 4.19

Materi yang disampaikan *coach* berguna bagi peserta dalam berwirausaha

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	84,4
2	Setuju	5	15,6
3	Ragu-Ragu	0	0,0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang (84,4%), responden menjawab setuju 5 orang (15,6%). Dengan hal tersebut berarti peserta sangat setuju bahwa materi yang disampaikan dalam pelatihan oleh *coach* berguna bagi peserta.

Sesuai dengan profil pelatihan bisnis internet marketing ini pelatihan untuk generasi muda yang dimana merupakan kebutuhan mendasar untuk membangkitkan semangat motivasi anak muda untuk bisa mandiri finansial saja dengan mandiri mental dan spritual. Sehingga bisa menjadi kemanfaatan bagi peserta yang mengikuti pelatihan.

Pelatihan internet marketing ini telah membuktikan bahwa sebagian peserta sudah bisa berwirausaha dengan beberapa kali mengikuti pelatihan, berarti

membuktikan bahwa dalam materi yang disampaikan oleh *coach* mampu diaplikasikan oleh peserta sehingga bisa menjadi mandiri finansial sesuai dengan misi di Prana Persada, selain sukses didalam akademik tetapi sukses dalam bidang softskills salah satunya mampu berwirausaha mandiri finansial di usia muda.

3. Metode Pelatihan (X₃)

Metode pelatihan dibagi menjadi empat bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap ke empat pernyataan tersebut.

Tabel 4.20
Metode yang sering banyak waktunya paling lama digunakan *coach* dalam pelaksanaan kegiatan

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ceramah	10	31,3
2	Diskusi	12	37,5
3	Latihan lapangan	8	25,0
4	Pemutaran film/slide	2	6,25
5	Permainan peran (<i>role playing</i>)	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab metode ceramah sebanyak 10 orang (31,3%), responden menjawab metode diskusi 12 orang (37,5%), sedangkan metode latihan lapangan 8 responden (25,0%) menjawab, dan pemutaran film/slide sebanyak 2 orang (6,25%). berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan bahwa mayoritas metode yang sering banyak waktu paling lama digunakan *coach* dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Sebagian besar peserta menyatakan metode yang sering banyak waktu lama digunakan adalah diskusi, karena di pelatihan Prana Persada proses dalam pelatihan sering digunakan adalah metode diskusi, dimana metode diskusi ini bisa membuat interaksi *coach* dan peserta lebih nyaman dan saling akrab, sehingga *coach* ingin dalam pelatihan tidak ada jarak maksudnya saling sharing tentang pengetahuan, pengalaman mengenai materi yang dibahas di dalam pelatihan, bisa diselingi dengan tukar pendapat sampai kesempatan peserta untuk mengajukan pernyataan kepada *coach* tentang yang kurang di pahami. Pada saat *coach* ceramah memberikan informasi yang disesuaikan dengan materi sehingga dapat memberikan informasi yang lengkap dan memuaskan.

Tabel 4.21
Metode yang paling sering digunakan *coach* dalam pelaksanaan kegiatan

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ceramah	7	21,9
2	Diskusi	16	50,0
3	Latihan Lapangan	7	21,9
4	Pemutaran Film	2	6,25
5	Permainan peran (<i>role playing</i>)	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab ceramah sebanyak 7 orang (21,9%), responden menjawab diskusi 16 orang (50,0%), sedangkan latihan lapangan sebanyak 7 orang (21,9%), dan menjawab pemutaran film sebanyak 2 orang (6,25%). Berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan metode diskusi yang paling sering digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Sebagian besar peserta pelatihan menyatakan bahwa metode yang sering digunakan *coach* adalah diskusi. *coach* selain memberikan materi kepada peserta, *coach* Prana Persada dalam metode pelatihan kewirausahaan ini tidak hanya mengisi materi saja tapi di sela-sela ceramah apabila peserta adang kurang dimengerti ataupun peserta ingin berbagi informasi yang berkaitan dengan materi, sehingga suasana dalam pelatihan peserta tidak merasa jenuh, dan *coach* menginginkan peserta berperan aktif dikelas agar saling berinteraksi satu sama lain.

Tabel 4.22
Metode mana yang mampu membantu dalam memahami materi

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ceramah	7	21,9
2	Diskusi	15	46,9
3	Latihan Lapangan	8	25,0
4	Pemutaran Film	2	6,25
5	Permainan peran (<i>role playing</i>)	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab metode ceramah sebanyak 7 orang (21,9%), responden menjawab diskusi 15 orang (46,9%). Sedangkan metode latihan lapangan sebanyak 8 orang responden (25,0%) dan menjawab metode pemutan film sebanyak 2 oarang. berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan bawa metode yang mampu membantu dalam memahami materi adalah media diskusi.

Dalam proses belajar mengajar atau proses penyampaian materi pendidikan atau pelatihan kepada sasaran pendidikan, disamping kurikulum maka metode dan alat bantu pendidikan turut memegang peranan penting. Sebab bagaimanapun pandainya seorang pendidik dalam

usahanya mengubah tingkah laku, tidak terlepas dari metode dan alat bantu pendidikan yang digunakan. (Notoadmojo, 2009:43).

Dengan adanya uraian tersebut, jadi media atau alat bantu yang mampu membantu memahami materi peserta menyatakan media diskusi. Berarti metode ini *coach* pada saat menyampaikan informasi mengenai materi melalui media diskusi, karena media ini mengajarkan bukan hanya sekedar supaya memahami mengenai materi, peserta dapat berpartisipasi atau tukar menukar pendapatnya tidak hanya peserta terus yang mendengarkan *coach* terus menyampaikan isi materi. Diskusi membantu agar materi pelatihan terus berangsur-angsur dan bisa menjadi seseorang mempunyai keberanian dan kreativitas minat perorangan.

Menurut responden, dengan adanya diskusi di pelatihan dapat membuat menjadi mengacu kepada keberanian, kreativitas, mengemukakan gagasan dan terbiasa bertukar pikiran, serta dapat saling menghargai dan menerima dari pendapat orang lain. Kemudian dari diskusi bisa bertanggung dari hasil pemikiran bersama karena adanya saling keterlibatan karena meminta untuk menafsirkan materi yang telah diberikan.

Tabel 4.23
Metode mana yang sesuai dengan kebutuhan para peserta

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ceramah	12	37,5
2	Diskusi	15	46,9
3	Latihan Lapangan	5	15,6
4	Pemutaran Film	0	0
5	Permainan Peran (<i>role playing</i>)	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 15 orang (46,9%), responden menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (37,5%), sedangkan pemutaran film dan permainan peran (*role playing*) peserta tidak memilih metode dalam pelatihan.

Penulis menyimpulkan dari pernyataan peserta bahwa peserta memilih ceramah, diskusi, dan latihan lapangan. Dalam metode tersebut mayoritas peserta memilih diskusi. Dengan metode diskusi terjadi pembicaraan mengenai topik dengan tujuan untuk merumuskan kepentingan bersama.

Metode ceramah merupakan metode penyajian materi belajar secara lisan. Sedangkan tujuan metode ini adalah pemberian pengetahuan sebanyak mungkin, dalam rangka merangsang pendengarnya. Latihan lapangan suatu tinjauan atau kunjungan pada situasi hidup yang sebenarnya, dimana peserta dilatih bekerja dengan supervisi. Metode ini berguna untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk mempraktekkan, menguji, dan menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang dipelajari sebelumnya. (Notoatmodjo, 2009:43-50).

Adanya uraian di atas menurut *coach* di Prana Persada bahwa memang metode yang ada dalam pelatihan setiap kali pertemuan metode diskusi pasti dipergunakan, agar suasana di ruang kelas menjadi interaktif sehingga proses pelatihan akan menjadi akrab antara peserta juga *coach* pelatihan. Dalam pelatihan bisnis internet marketing bukan seperti metode di sekolah maupun dikampus, karena di sini pelatihan *softskill* yang memang mengharuskan peserta bisa mengembangkan kemampuannya selain di bidang akademik, saling bertukar informasi apabila peserta mempunyai pendapat, atau bertanya mengenai apa materi yang disampaikan *coach*.

4. Fasilitas Pelatihan (X₄)

Fasilitas pelatihan dibagi menjadi lima bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap ke empat pernyataan tersebut.

Tabel 4.24
Ruang belajar pelatihan yang digunakan sudah memadai (menampung peserta pelatihan)

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	40,6
2	Setuju	17	53,1
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	3,125
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang (40,6%), responden menjawab setuju 17 orang (53,1%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. hal tersebut berarti peserta mayoritas menjawab setuju dengan ruang belajar yang digunakan sudah memadai. Meskipun ada peserta 1 orang yang menyatakan ragu-ragu.

Maka ruang belajar pelatihan memadai karena peserta sebanyak 31 orang menyatakan setuju dan sebagian besar menyatakan setuju, meskipun ada 1 orang yang menyatakan ragu-ragu, berarti ruang belajar pelatihan masih kurang memadai peserta lainnya, karena bentuk ruang dalam pelatihan seperti rumah sehingga peserta kurang nyaman dengan suasana tersebut, meskipun mayoritas peserta menyatakan kebanyakannya setuju bahwa pelatihan memadai untuk digunakan belajar.

Maka agar ruang belajar dapat memadai oleh peserta, Ruang belajar terbagi menjadi ruang kelas/belajar besar (memuat 300) orang, ruang kelas sedang memuat sekitar 30 orang, dan ruang kelas kecil memuat sekitar 15 orang. Di samping itu tersedia ruang serba guna, yang memuat sekitar 600 orang ((Notoatmodjo, 2003:32).

Tabel 4.25
Sirkulasi udara dalam ruangan pelatihan sudah memadai dan baik

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	31,3
2	Setuju	16	50,0
3	Ragu-Ragu	5	15,6
4	Tidak Setuju	1	3,125
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang (31,3%), responden menjawab setuju 16 orang (50,0%). Sedangkan 5 responden (15,6%) menjawab ragu-ragu, yang menjawab tidak setuju 1 orang (3,1 %). Hal tersebut berarti sirkulasi udara dalam ruangan peserta menyatakan setuju, adapun yang menjawab ragu-ragu sebanyak 5 orang dari jumlah peserta 32 orang.

Dengan demikian sirkulasi udara dalam ruangan pelatihan memadai dan baik dapat dilihat peserta yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang, meskipun ada 5 orang peserta menyatakan ragu-ragu dengan sirkulasi udara yang ada di ruang pelatihan, dikarenakan tempat belajar seperti di rumah dan udaranya sedikit pengap sehingga ada peserta yang kurang nyaman dengan hal tersebut, tetapi kebanyakan peserta menyatakan setuju bahwa sirkulasi udara memadai dan baik bagi peserta pelatihan yang mengikuti.

Menurut Notoatmodjo (2003:32), ventilasi pada setiap ruang belajar sangat penting. Hal ini mencegah terjadinya suasana pengab, karena udara yang bersih tidak/terhalang masuk ke ruang belajar. Juga menghindarkan meningkatnya temperatur yang akan mengganggu/jalannya proses belajar-mengajar.

Tabel 4.26
Penerangan dalam ruangan pelatihan sudah memadai

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	40,6
2	Setuju	18	56,3
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang (40,6%), responden menjawab setuju 18 orang (56,3%). Sisanya 1 responden (3,1%) menjawab ragu-ragu. hal ini berarti penerangan dalam ruang belajar pelatihan memadai peserta, karena banyak peserta yang menyatakan setuju, meskipun ada 1 orang yang menyatakan ragu-ragu.

Menurut Notoatmodjo (2003:32),

Penerangan dalam ruangan belajar harus memenuhi persyaratan bagi proses belajar mengajar, tidak menimbulkan rasa kurang nyaman, atau menghalangi pandangan ke depan (bebas pandang) atau menimbulkan kerusakan mata peserta. Cahaya matahari bisa masuk sehingga suasana kelas menjadi lebih terang. Khusus pemutaran film, video diruang tersendiri sesuai kebutuhan.

Jadi bisa disimpulkan oleh penulis bahwa penerangan di ruang belajar pelatihan memadai dan baik bagi peserta, karena responden menyatakan mayoritas, berdasarkan hasil di lapangan melihat penerangan di ruang pelatihan

baik sudah memadai proses pelatihan bagi peserta yang mengikuti pelatihan di Prana Persada.

Tabel 4.27
Pengaturan ruang kelas sesuai dengan jenis dan metode sesuai kebutuhan dalam pelatihan (seperti tempat duduk fleksibel dapat diubah-ubah)

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	34,4
2	Setuju	11	65,6
3	Ragu-Ragu	0	0,0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang (34,4%), responden menjawab setuju 11 orang (65,6%). Jadi mayoritas peserta menyatakan setuju bahwa pelatihan dalam hal pengaturan ruang kelas sesuai dengan jenis dan metode sesuai kebutuhan dalam pelatihan (seperti tempat duduk fleksibel dapat diubah-ubah).

Dapat disimpulkan bahwa pelatihan bisnis marketing dalam pengaturan kelas sesuai dengan jenis dan metode sesuai dengan kebutuhan peserta, karena pada proses belajar pelatihan pun peserta jadi cepat saling mengenal, nyaman, tidak ada jarak dengan peserta lain dan juga *coach* pelatihan, sehingga proses belajar pelatihan pun tidak tegang.

Menurut Notoatmodjo (2003:32), pengaturan ruang kelas sesuai dengan jenis atau metode yang dipergunakan oleh setiap instuktur maka ruang atau pengaturan kelas dapat diatur sesuai dengan kebutuhan. Dengan prinsip fleksibilitas, kursi dan meja yang ada di ruang kelas, harus dapat diubah/dipindah-pindah.

Berdasarkan penelitian di lapangan, bahwa pelatihan internet marketing ini memang tata ruang dan duduk peserta santai, membuat para peserta dapat berinteraksi dengan peserta lainnya dengan akrab sehingga peserta merasa nyaman dengan suasana pelatihan, dan *coach* pun terbuka dengan para peserta, pengaturan kelas dan metode memang harus sesuai fleksibel sehingga proses belajar dalam pelatihan berjalan dengan lancar.

5. Media Pelatihan (X₄)

Media pelatihan dibagi menjadi lima bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap ke lima pernyataan tersebut.

Tabel 4.28
media yang lebih sering membantu peserta pelatihan dalam atau untuk memahami materi

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	<i>Infocus</i>	22	68,8
2	<i>Handout</i>	6	18,8
3	Video	4	12,5
4	<i>White Board</i>	0	0
5	Model atau contoh	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab *Infocus* sebanyak 22 orang (68,8%), responden menjawab *Handout* 6 orang (18,8%). Sisanya 2 responden (3,1%) menjawab video. berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan sangat setuju bahasa yang digunakan *coach* mudah dimengerti, meskipun ada yang menyatakan ragu-ragu dengan hal tersebut.

jadi peserta pelatihan media yang sering membantu peserta dalam memahami materi dengan menggunakan media *Infocus*. Menurut Rachmawati (2008:114-115) Infokus merupakan alat bantu multimedia yang dapat menampilkan gambar, suara dan gerakan, sehingga media ini yang banyak dipilih oleh peserta karena infokus sebagai alat informasi yang menarik dan dipahami, disamping seperti *White Board*, buku, dan lain-lain, karena *Infocus* bisa menampilkan gambar, suara dan gerakan seperti video dapat diputer melalui *Infocus* dan dikombinasikan dengan penggunaan komputer, notebook, dan videotape dan film.

Tabel 4.29
Media yang dapat menarik perhatian untuk memperhatikan apa yang disampaikan instruktur

NO	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	<i>Infocus</i>	18	56,3
2	<i>Handout</i>	1	3,1
3	Video	12	37,5
4	<i>White Board</i>	0	0
5	Model atau contoh	1	3,125
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab *Infocus* sebanyak 18 orang (56,3%), responden menjawab *Handout* 1 orang (3,1%). Sedangkan responden menjawab video sebanyak 12 orang (37,5%), dan responden yang menjawab *White Board* sebanyak 1 orang (3,1%). Berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan *Infocus* sebagai media yang dapat menarik perhatian untuk memperhatikan apa yang disampaikan *coach* pada saat menyampaikan materi.

Sebagian besar peserta memilih *Infocus* sebagai media yang dapat menarik perhatian untuk memperhatikan apa yang disampaikan *coach* pada saat menyampaikan materi. Pelatihan internet bisnis internet marketing *coach* pada saat menyampaikan informasi mayoritas sering menggunakan media *Infocus*, dikarenakan untuk memudahkan peserta dalam materi sehingga peserta dapat memperhatikan isi dari materi apa yang disampaikan oleh *coach* saat ceramah.

Tabel 4.30
Media yang dapat memberikan pemahaman dan mengingat materi dengan mudah

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	<i>Infocus</i>	16	50,0
2	<i>Handout</i>	9	28,1
3	Video	6	18,8
4	<i>White Board</i>	1	3,125
5	Model atau contoh	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab *Infocus* sebanyak 16 orang (50,0%), responden menjawab *Handout* 9 orang (28,1%). Sedangkan responden menjawab video sebanyak 6 orang (18,8%), dan responden menjawab *White Board* sebanyak 1 orang (3,1%) berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan media yang dapat memberikan pemahaman dan mengingat materi dengan mudah adalah media *Infocus*.

Jadi mayoritas peserta memilih media *Infocus* dapat memberikan pemahaman dan mengingat materi dengan mudah. Karena *Infocus* merupakan media yang sering digunakan pada saat ini untuk persentasi membuat peserta menjadi lebih memperhatikan karena media ini juga dapat menampilkan sura,

gambar, gerakan, sehingga dapat membantu peserta peserta dapat memahami materi yang disampaikan oleh *coach*.

Tabel 4.31
Alat peraga yang paling sering digunakan instruktur dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	<i>Infocus</i>	28	87,5
2	<i>Handout</i>	2	6,3
3	Video	2	6,3
4	<i>White Board</i>	0	0
5	Model atau Contoh	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab *Infocus* sebanyak 28 orang (87,5%), responden menjawab *Handout* sebanyak 2 orang (6,3%). Dan responden menjawab video sebanyak 2 orang (6,3%). Berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menjawab alat peraga yang paling sering digunakan instruktur dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan adalah media *Infocus*.

Dari uraian tersebut bahwa alat peraga yang paling sering digunakan *coach* adalah media *Infocus*. Dari media *Infocus* *coach* dapat memberikan materi berupa alat peraga seperti contoh gambar, serta video sebagai alat bantu, karena *Infocus* dikombinasikan dengan komputer atau notebook jadi dapat memberikan secara lengkap kepada peserta mengenai materi yang akan disampaikan.

Menurut *coach* pelatihan bisnis internet marketing dengan adanya *Infocus* proses belajar mengajar lebih mudah melalui media tersebut bisa mengeluarkan audio visual seperti contohnya yaitu video, gambar, tulisan jadi bisa memberikan

informasi disertai dengan model atau contohnya. Model atau contoh benda-benda yang tidak dapat ditampilkan, seperti mesin-mesin, dan bangunan, dapat menjadi alat bantu yang efektif untuk pelatihan dengan jumlah peserta sedikit.

Tabel 4.32
Media mana yang sesuai dengan materi yang disampaikan oleh instruktur

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	<i>Infocus</i>	22	68,8
2	<i>Handout</i>	2	6,3
3	Video	7	21,9
4	<i>White Board</i>	1	3,125
5	Model atau Contoh	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab *Infocus* sebanyak 22 orang (68,8%), responden menjawab *Handout* sebanyak 2 orang (6,3%). Sedangkan responden menjawab video sebanyak 7 orang (21,9%) , dan responden menjawab *White Board* sebanyak 1 orang (3,1%). berdasarkan hal tersebut berarti mayoritas peserta pelatihan menyatakan bahwa media yang sesuai dengan materi yang disampaikan oleh *coach* adalah media *Infocus*.

Sebagian besar peserta menyatakan bahwa media yang sesuai dengan materi yang disampaikan oleh instruktur adalah media *Infocus*. Sesuai dengan kebutuhan peserta yang dimana dapat melancarkan proses pelatihan bisnis internet marketing. Pada saat modern ini memang *Infocus* yang paling efektif untuk media sebagai alat bantu *coach* untuk menyampaikan informasi mengenai materi kepada peserta selain alat bantu seperti *Handout*.

4.2.2 Motivasi Peserta berwirausaha (Y)

Motivasi peserta dalam berwirausaha merupakan variabel Y yang diteliti. Motivasi peserta berwirausaha ini diukur berdasarkan (1) Kebutuhan, (2) Dorongan, (3) Tujuan.

1. Kebutuhan

Kebutuhan dibagi menjadi tiga bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap ke tiga pernyataan tersebut.

Tabel 4.33
Peserta pelatihan membutuhkan pemasukan tambahan

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Membutuhkan	27	84,4
2	Cukup Membutuhkan	5	15,6
3	Ragu-Ragu	0	0,0
4	Kurang Membutuhkan	0	0
5	Tidak Membutuhkan	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat membutuhkan sebanyak 27 orang (62,5%), responden menjawab cukup menginginkan sebanyak 10 orang (31,3%). Hal ini berarti peserta sangat niat /tekad untuk berwirausaha, sedangkan peserta yang masih menjawab cukup niat/tekad untuk berwirausaha hanya sebagian kecil.

Sebagian peserta pelatihan menjawab bahwa peserta membutuhkan pemasukan tambahan. Dari hasil wawancara dengan peserta yang sudah bisa menjadi peserta yang mandiri finansial, peserta mengikuti pelatihan bisnis internet marketing memang membutuhkan uang tambahan selain itu dari dari ekonomi

keluarga yang kurang peserta pelatihan juga membutuhkan tambahan uang jajan juga mereka dan tidak perlu lagi meminta uang kepada orangtua.

Berdasarkan hasil di lapangan, peserta pelatihan sebagian sudah bisa berwirausaha meskipun belum punya usaha sendiri, tetapi melalui pelatihan mereka menjadi mandiri dari segi keuangan dengan berwirausaha. Dan selain itu *coach* juga membantu atau memberikan pelatihan lapangan seperti bisnis online buku otak kanan, sehingga dari pelatihan peserta semangat dan termotivasi dengan *coach* pelatihan yang juga mempunyai usaha sendiri di usia muda.

Tabel 4.34
Kebutuhan peserta dalam gaya hidup sehingga ingin berwirausaha

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Membutuhkan	25	78,1
2	Cukup Membutuhkan	5	15,6
3	Ragu-Ragu	2	6,3
4	Kurang Membutuhkan	0	0
5	Tidak Membutuhkan	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat membutuhkan sebanyak 25 orang (78,1%), responden menjawab cukup membutuhkan sebanyak 5 orang (15,6%), sedangkan responden menjawab ragu-ragu sebanyak 2 orang (6,3%) Hal ini berarti peserta sebagian besar sangat membutuhkan gaya hidup, meskipun ada yang menjawab ragu-ragu.

Dari uraian tersebut peserta sangat membutuhkan gaya hidup, peserta yang mengikuti pelatihan bisnis internet marketing ini adalah anak-anak muda yang masih duduk diperkuliahan. Gaya hidup (*life style*) merupakan image seseorang yang menggambarkan tentang “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi di

lingkungan. Apalagi peserta pelatihan sedang besekolah di kota Bandung tentunya gaya hidup di kota besar yang lebih modern memerlukan banyak keperluan dalam segi finansial.

Maka melalui kegiatan pelatihan dapat membantu peserta pelatihan dan solusi untuk anak muda yang mau berwirausaha. Selain itu juga peserta bisa merasa kepuasan sendiri dengan hasil kerja keras bisa mendapatkan uang sendiri melalui wirausaha, selain itu juga gaya hidup tentunya berbeda dimana peserta bisa merasakan mencari uang sendiri dan dapat memperbaiki diri dan pemahaman yang lebih baik dalam bisnis.

Tabel 4.35
Kebutuhan peserta penghargaan diri sehingga ingin berwirausaha

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Membutuhkan	20	62,5
2	Cukup Membutuhkan	10	31,3
3	Ragu-Ragu	1	3,1
4	Kurang Membutuhkan	1	3,125
5	Tidak Membutuhkan	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat membutuhkan sebanyak 20 orang (62,5%), responden menjawab cukup membutuhkan sebanyak 10 orang (31,3%). Hal ini berarti peserta membutuhkan penghargaan diri, meskipun ada 1 orang yang menjawab 1 orang ragu-ragu.

Sebagian besar peserta membutuhkan penghargaan diri, Penghargaan diri merupakan penilaian yang dilakukan seseorang berkaitan dirinya sendiri, jadi menunjukkan dari penilaian orang lain peserta percaya diri akan kemampuan, berhasil serta berharganya tindakan yang telah dilakukan peserta. tentunya peserta

yang berhasil bisa mandiri finansial untuk dapat berwirausaha selain bisa menambah percaya diri, juga semangat karena memperoleh hasil kerja keras dari berwirausaha dan juga mendapatkan respon yang positif.

Menurut responden bernama Fitria, setelah mengikuti pelatihan ini sangat termotivasi karena selain bisa mandiri finansial di sini juga mendapatkan perubahan yang baik bukan hanya dalam mandiri finansial tetapi mandiri mental dan spritual.

2. Dorongan

Dorongan dibagi hanya satu bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.36
niat/tekad peserta untuk berwirausaha

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Niat/ Tekad	29	90,6
2	Cukup Niat/ Tekad	3	9,4
3	Ragu-Ragu	0	0,0
4	Kurang Niat/ Tekad	1	3,125
5	Tidak Niat/ Tekad	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat menginginkan sebanyak 29 orang (90,6%), responden menjawab cukup menginginkan sebanyak 3 orang (9,4%). Hal ini berarti peserta sangat niat /tekad untuk berwirausaha, sedangkan peserta yang masih menjawab cukup niat/tekad untuk berwirausaha hanya sebagian kecil.

Dengan demikian peserta pelatihan mempunyai niat/tekad yang sangat kuat, untuk mengikuti pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada. Dari hasil persentase pada tabel di atas 29 orang yang niat/tekad ingin berwirausaha dan 3 Orang cukup niat/tekad berwirausaha dari 32 peserta. Adanya niat/tekad dalam peserta dalam berwirausaha berarti peserta mempunyai motivasi yang tinggi. Melalui pelatihan ini bisa menjembatani menjadi peserta yang sukses.

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik kewirausahaan dengan konsep berbeda-beda. Salah satunya menurut Geoffrey G. Meredith (dalam Suryana, 2001:8) misalnya mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan yaitu: percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorsinilan dan berorientasi ke masa depan. (Ramli, Kamrianti. 2012. *Mengenal Tentang Kewirausahaan*. Diakses tgl 22 Januari 2016, pkl 13.00 WIB)

Penulis menyimpulkan dengan sebagian besar peserta menjawab sangat niat/tekad berarti mempunyai rasa percaya diri. Mempunyai semangat kerja keras dan kegairan berkarya untuk dapat menjadi berwirausaha yang berhasil, menjadi SDM yang berkualitas. Menurut peserta, juga ingin menjadi seperti *coach* yang sudah mandiri finansial pada usia muda

3. Tujuan

Tujuan dibagi menjadi tiga bentuk pernyataan dalam angket yang diajukan kepada responden. Berikut hasil jawaban responden terhadap ke tiga pernyataan tersebut.

Tabel 4.37
Peserta ingin menjadi wirausaha yang sukses

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Menginginkan	30	93,8
2	Cukup Menginginkan	2	6,3
3	Ragu-Ragu	0	0,0
4	Kurang Menginginkan	0	0
5	Tidak Menginginkan	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat menginginkan sebanyak 30 orang (93,8%), responden menjawab cukup menginginkan sebanyak 2 orang (6,3%). Hal ini berarti peserta sangat menginginkan ingin menjadi wirausaha yang sukses lebih banyak dibandingkan peserta yang menjawab cukup menginginkan untuk menjadi wirausaha yang sukses.

Untuk menjadi wirausaha sukses tentunya memerlukan usaha yang tinggi, semangat, kreatif dan tidak pantang menyerah untuk mencapai tujuan, selain harus mempunyai motivasi di dalam diri sendiri, *coach* yang ada di Prana Persada juga tentunya memberikan dan membangkitkan motivasi yang tinggi agar peserta meraih kesuksesan berwirausaha menjadi mandiri finansial.

Menurut Murphy & Peck (dalam Alma 2004: 82-85),

Cara menjadi wirausaha sukses menggambarkan delapan anak tangga untuk mencapai puncak karir yaitu mau kerja keras (*Capacity hard work*), bekerjasama dengan orang lain (*getting things Done with and through people*), penampilan yang baik (*good appearance*), yakin (*self confidence*), pandai membuat keputusan (*making sound decision*), mau menambah ilmu pengetahuan (*college education*), ambisi untuk maju (*ambition drive*).

Menurut paparan di atas dapat penulis simpulkan bahwa semangat yang tinggi maju akan membawa hasil keberhasilan, ambisi dan motivasi agar usahawan seperti peserta yang sedang mengikuti pelatihan bisnis internet marketing mempunyai semangat untuk berusaha keras

Tabel 4.38
Peserta ingin menciptakan dan mengelola bisnis dengan baik

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Menginginkan	29	90,6
2	Cukup Menginginkan	3	9,4
3	Ragu-Ragu	0	0,0
4	Kurang Menginginkan	0	0
5	Tidak Menginginkan	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat menginginkan sebanyak 29 orang (90,6%), responden menjawab cukup menginginkan sebanyak 3 orang (9,4%). Hal ini sebagian besar responden menjawab sangat menginginkan ingin menciptakan dan mengelola bisnis dengan baik, dan sebagiannya menjawab cukup menginginkan.

Menurut responden, mengikuti pelatihan internet marketing ini selain dengan kebutuhan agar bisa mandiri dalam hal finansial, peserta juga ingin mempunyai bisnis seperti *coach-coach* yang ada di Prana persada, sukses dan berhasil mempunyai usaha sendiri dan bisa membuka lapangan kerja bagi orang lain. Kemudian sangat bangga dengan sukses dan berhasil mempunyai usaha sendiri di usia muda, membuat peserta termotivasi dengan hal tersebut

Tabel 4.39
Peserta ingin menjadi pribadi mandiri finansial

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Menginginkan	29	90,6
2	Cukup Menginginkan	3	9,4
3	Ragu-Ragu	0	0,0
4	Kurang Menginginkan	0	0
5	Tidak Menginginkan	0	0
	Jumlah	32	100

Sumber: Angket Penelitian

N = 32

Dari tabel di atas, dapat dilihat mayoritas responden menjawab sangat menginginkan sebanyak 29 orang (90,6%), responden menjawab cukup menginginkan sebanyak 3 orang (9,4%). Berdasarkan tabel tersebut bahwa responden peserta sangat menginginkan dalam mengikuti pelatihan bisnis internet marketing menjadi pribadi finansial.

Dilihat dari tabel tersebut bahwa peserta sangat menginginkan menjadi pribadi mandiri finansial, karena sesuai dengan visi prana menginginkan peserta yang mengikuti pelatihan agar menjadi anak muda yang mandiri. Di dalam pelatihan memberikan bukti atau fakta bagaimana cara menjadi anak muda yang berhasil bisa menjadi mandiri finansial, dan selain itu juga memberikan motivasi yang kuat, meyakinkan bahwa mempunyai hasil yang positif bagi peserta yang mengikutinya.

Krech dan Crutchfied (1996:126) mengatakan bahwa:

Dalam motivasi itu ada dua kekuatan pendorong dalam diri individu, yaitu positif dan negatif. Kekuatan positif mendorong individu atau seseorang ke arah tujuan yang ingin dicapai, sedangkan kekuatan negatif mendorong individu menjauhi tujuan yang ingin dicapai. (Tim Pengembangan Ilmu Pendidikan FIP-UPI. 2007: 56-57)

Salah satunya *coach* yang mengajar dalam pelatihan sudah mempunyai pengalaman dan sukses dalam bidang tersebut mengenai kewirausahaan menjadikan contoh atau fakta menjadi anak muda yang bisa berhasil mandiri finansial, dan kemudian diaplikasikan kepada peserta. Peserta yang mayoritas yang menjawab sangat menginginkan karena sudah ada faktanya sehingga peserta bisa melihat dan merasakan dampak dan keuntungan dari bisa menjadi mandiri finansial di usia muda.

4.3 Analisis Inferensial Data Penelitian

Berikut ini adalah hasil pengolahan dari *software SPSS* untuk koefesien korelasi mengenai hubungan antara variabel (X) Kegiatan Pelatihan dengan variabel (Y) Motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada Band.

Tabel 4.40
Hasil Perhitungan Korelasi Antara Setiap Pernyataan Variabel X
(Kegiatan Pelatihan)

r_s	t_{hitung}	t_{table}	Keterangan	Jumlah Valid
0.487	3,054	2,042	Valid	25
0.381	2,257	2,042	Valid	
0.394	2,347	2,042	Valid	
0.429	2,601	2,042	Valid	
0.464	2,869	2,042	Valid	
0.468	2,899	2,042	Valid	
0.478	3,391	2,042	Valid	
0.451	3,099	2,042	Valid	
0.369	2,339	2,042	Valid	
0.388	2,500	2,042	Valid	
0.499	3,639	2,042	Valid	
0.457	3,160	2,042	Valid	
0.489	3,519	2,042	Valid	
0.354	2,214	2,042	Valid	
0.368	2,329	2,042	Valid	
0.408	2,678	2,042	Valid	
0.477	3,379	2,042	Valid	

r_s	t_{hitung}	t_{table}	Keterangan	Jumlah Valid
0.534	4,089	2,042	Valid	
0.370	2,344	2,042	Valid	
0.432	2,906	2,042	Valid	
0.388	2,500	2,042	Valid	
0.589	4,932	2,042	Valid	
0.459	3,182	2,042	Valid	
0.567	4,572	2,042	Valid	
0.439	2,975	2,042	Valid	

Suatu kuisioner dinyatakan valid apabila nilai sig < dari $\alpha = 0,05$ yang di tentukan. Dengan menggunakan $\alpha=5\%$ maka dapat disimpulkan dari pernyataan yang berhubungan dengan variabel X sebanyak 25 item dan dinyatakan valid.

Tabel 4.41
Hasil Perhitungan Korelasi Antara Setiap Pernyataan Variabel Y
(Motivasi Peserta Berwirausaha)

r_s	t_{hitung}	t_{table}	Keterangan	Jumlah Valid
0.551	3,628	2,042	Valid	7
0.492	3,554	2,042	Valid	
0.462	3,214	2,042	Valid	
0.392	2,537	2,042	Valid	
0.387	2,490	2,042	Valid	
0.428	2,869	2,042	Valid	
0.379	2,421	2,042	Valid	

Suatu kuisioner dinyatakan valid apabila nilai sig < dari $\alpha=0,05$ yang ditentukan. Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ maka dapat disimpulkan dari pernyataan yang berhubungan dengan variabel Y sebanyak 7 item dan dinyatakan valid.

4.3.1. Hubungan antara Kredibilitas Pelatih dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Kredibilitas pelatihan (X_1) dengan motivasi peserta untuk berwirausaha di Prana Persada Bandung (Y), maka dihitung koefisien korelasi dan uji hipotesis antara kedua variabel tersebut dengan menggunakan korelasi Rank Spearman. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.42
Hubungan antara Kredibilitas Pelatih (X_1) dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha (Y)

			X1	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.876**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	32	32
	Y	Correlation Coefficient	.876**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	32	32

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

Keterangan :

X_1 : Kredibilitas Pelatih dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing

Y : Motivasi Peserta Berwirausaha

Hasil korelasi instruktur pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat nilai korelasi sebesar 0,876. Nilai korelasi sebesar 0.876 menunjukkan hubungan yang tinggi antara kredibilitas pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Karena nilai korelasi positif (tanda +) artinya jika instruktur pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing naik maka motivasi peserta berwirausaha pun akan naik begitupun sebaliknya jika instruktur

pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing menurun maka motivasi peserta berwirausaha pun akan menurun.

Setelah angka korelasi didapat, langkah selanjutnya menguji apakah angka korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel.

Hipotesis :

H₀: Tidak terdapat hubungan antara instruktur pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

H₁: Terdapat hubungan antara instruktur pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi instruktur pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat 0.000 dan α yaitu 0.005. Dengan kriteria uji yaitu tolak H₀ jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$ sehingga $0.000 < 0.05$ artinya tolak H₀ dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara instruktur pelatih dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha.

4.3.2. Hubungan antara Materi Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Materi pelatihan bisnis internet marketing (X₂) dengan motivasi peserta untuk berwirausaha di Prana Persada Bandung (Y), maka dihitung koefisien korelasi dan uji hipotesis antara

kedua variabel tersebut dengan menggunakan korelasi Rank Spearman. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.43
Hubungan antara Materi Pelatihan (X2) dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha (Y)

			X2	Y
Spearman's rho	X2	Correlation Coefficient	1.000	.521**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	32	32
	Y	Correlation Coefficient	.521**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	32	32

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

Keterangan :

X₂: Materi Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing

Y: Motivasi Peserta Berwirausaha

Hasil korelasi materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat nilai korelasi sebesar 0,521. Nilai korelasi sebesar 0.521 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Karena nilai korelasi positif (tanda +) artinya jika materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing naik maka motivasi peserta berwirausaha pun akan naik begitupun sebaliknya jika materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing menurun maka motivasi peserta berwirausaha pun akan menurun.

Setelah angka korelasi didapat, langkah selanjutnya menguji apakah angka korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel.

Hipotesis :

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

H_1 : Terdapat hubungan antara materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat 0.000 dan α yaitu 0.005. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha.

4.3.3. Hubungan antara Metode Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Metode pelatihan bisnis internet marketing (X_3) dengan motivasi peserta untuk berwirausaha di Prana Persada Bandung (Y), maka dihitung koefisien korelasi dan uji hipotesis antara kedua variabel tersebut dengan menggunakan korelasi Rank Spearman. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.44
Hubungan antara Metode Pelatihan (X3) dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis
Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha (Y)

Correlations			X3	Y
Spearman's rho	X3	Correlation Coefficient	1.000	.493**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	32	32
	Y	Correlation Coefficient	.493**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	32	32

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

Keterangan :

X₃: Metode Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing

Y: Motivasi Peserta Berwirausaha

Hasil korelasi metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat nilai korelasi sebesar 0,493. Nilai korelasi sebesar 0,493 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Karena nilai korelasi positif (tanda +) artinya jika metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing naik maka motivasi peserta berwirausaha pun akan naik begitupun sebaliknya jika metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing menurun maka motivasi peserta berwirausaha pun akan menurun.

Setelah angka korelasi didapat, langkah selanjutnya menguji apakah angka korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel.

Hipotesis :

h_0 : Tidak terdapat hubungan antara metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

h_1 : Terdapat hubungan antara metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat 0.000 dan α yaitu 0.005. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha.

4.3.4. Hubungan antara Fasilitas Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Fasilitas pelatihan bisnis internet marketing (X_4) dengan motivasi peserta untuk berwirausaha di Prana Persada Bandung (Y), maka dihitung koefisien korelasi dan uji hipotesis antara kedua variabel tersebut dengan menggunakan korelasi Rank Spearman. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.45
Hubungan antara Fasilitas Pelatihan (X4) dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha (Y).

Correlations			X4	Y
Spearman's rho	X4	Correlation Coefficient	1.000	.552**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	32	32
	Y	Correlation Coefficient	.552**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	32	32

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

Keterangan :

X₄: Fasilitas Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing

Y: Motivasi Peserta Berwirausaha

Hasil korelasi fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat nilai korelasi sebesar 0,552. Nilai korelasi sebesar 0.552 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Karena nilai korelasi positif (tanda +) artinya jika fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing naik maka motivasi peserta berwirausaha pun akan naik begitupun sebaliknya jika fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing menurun maka motivasi peserta berwirausaha pun akan menurun.

Setelah angka korelasi didapat, langkah selanjutnya menguji apakah angka korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel.

Hipotesis :

H₀: Tidak terdapat hubungan antara fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

H₁: Terdapat hubungan antara fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat 0.000 dan α yaitu 0.005. Dengan kriteria uji yaitu tolak H₀ jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga 0.000 < 0.05 artinya tolak H₀ dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha.

4.3.5. Hubungan antara Media Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Media pelatihan bisnis internet marketing (X₅) dengan motivasi peserta untuk berwirausaha di Prana Persada Bandung (Y), maka dihitung koefisien korelasi dan uji hipotesis antara kedua variabel tersebut dengan menggunakan korelasi Rank Spearman. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.46
Hubungan antara Media Pelatihan (X5) dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha (Y).

Correlations			X5	Y
Spearman's rho	X5	Correlation Coefficient	1.000	.908**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	32	32
	Y	Correlation Coefficient	.908**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	32	32

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

Keterangan :

X₅: Penggunaan Media dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing

Y: Motivasi Peserta Berwirausaha

Hasil korelasi penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat nilai korelasi sebesar 0,908. Nilai korelasi sebesar 0.908 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Karena nilai korelasi positif (tanda +) artinya jika penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing naik maka motivasi peserta berwirausaha pun akan naik begitupun sebaliknya jika penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing menurun maka motivasi peserta berwirausaha pun akan menurun.

Setelah angka korelasi didapat, langkah selanjutnya menguji apakah angka korelasi yang didapat benar-benar signifikan atau dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel.

Hipotesis :

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

H_1 : Terdapat hubungan antara penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha

Statistik uji dalam analisis ini yaitu nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil korelasi penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha didapat 0.000 dan α yaitu 0.005. Dengan kriteria uji yaitu tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < α sehingga $0.000 < 0.05$ artinya tolak H_0 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Hubungan antara Kredibilitas Pelatih dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Kredibilitas Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan tinggi/kuat antara kedua variabel tersebut. Artinya kredibilitas pelatih bisnis dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dapat memotivasi peserta dalam berwirausaha.

Menurut Krech dan Crutchfield (1996:126) Dalam motivasi itu ada dua kekuatan pendorong dalam diri individu, yaitu positif dan negatif, dalam motivasi peserta berwirausaha adalah positif. Kekuatan positif mendorong individu atau

seseorang ke arah tujuan yang ingin dicapai. Hal ini disebabkan karena kredibilitas instruktur dikategorikan baik, yang artinya dalam hal ini kredibilitas instruktur yang meliputi keahlian, kepercayaan, dan daya tarik mempunyai kualitas yang baik sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap kredibilitas instruktur di Prana Persada. Hal ini bisa terjadi karena pada umumnya diakui bahwa pesan yang disampaikan atau yang dikomunikasikan terhadap komunikan akan mempunyai daya atau pengaruh yang lebih besar apabila komunikator dianggap memiliki kredibilitas yang tinggi.

Maka dari kredibilitas mengajarkan pelatihan dengan seseui yang dinyatakan menurut Notoadmojo, 2009:51 pengajar yang baik memerlukan adanya persiapan, sikap mengajar, suara, tulisan dan alat peraga. Pelatih sebagai komunikator dalam kegiatan pelatihan ini memiliki peranan dalam memberikan pelatihan sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Malayu S.P. Hasibuan, bahwa trainer memberikan peranan penting terhadap kemajuan kemampuan para peserta yang dikembangkan. (hasibuan, 2005:73). Hal ini bisa terjadi karena pada umumnya diakui bahwa pesan yang disampaikan atau yang dikomunikasikan terhadap komunikan akan mempunyai daya atau pengaruh yang lebih besar apabila komunikator dianggap memiliki kredibilitas yang tinggi.

4.4.2. Hubungan antara Materi Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Materi Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan cukup berarti antara

kedua variabel tersebut. Artinya materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dapat memberikan motivasi kepada peserta pelatihan untuk berwirausaha. Seperti pernyataan dari bahwa Suatu keefektifan komunikasi yang terjadi pada kegiatan pelatihan tidak terlepas dari kurikulum yang disampaikan oleh tenaga atau instruktur. Menurut Notoatmodjo menyatakan bahwa:

Kurikulum adalah rencana materi yang hendak disampaikan dalam satuan waktu yang telah ditetapkan untuk suatu latihan, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Kembali pada proses latihan orang dewasa yang didasarkan pada mengangkat pengalaman yang telah dimiliki dan menjadikan peserta sebagai subyek yang aktif, maka penyusunan kurikulum harus selalu berorientasi pada peran-peran para peserta pelatihan itu sendiri serta harapan-harapan yang disampaikan para peserta dapat diwadahi dan dipenuhi pada proses pelatihannya pada tahap pelatihan berikutnya (Notoatmodjo, 2009:32).

Dalam komunikasi, materi-materi di dalam kurikulum pelatihan tersebut dapat disebut pesan. Namun, bukan wadah materi pelatihan itu sendiri yang dinamakan pesan. Hal ini berdasarkan dari pernyataan Pawit, (2010:20). Pesan adalah informasi yang ditransmisikan atau diteruskan oleh komponen lain dalam bentuk ide, ajaran, fakta, makna, nilai, ataupun data. Jadi, informasi yang terkadang dalam setiap mata pelajaran itulah yang namanya pesan. Dalam hal ini tentunya pesan belajar, pesan yang dirancang khusus untuk tujuan belajar dan untuk mempermudah terjadinya proses belajar. Pesan dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain. Agar pesan disampaikan mudah dimengerti dan dapat mendorong perilaku komunikasi. Harus ditunjang dengan kejelasan pesan dan kelengkapan pesan.

Menurut Wilbur scharm (1995) menagajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan sebagai berikut:

- 1 Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
- 2 Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman antara sumber dan sasaran, sehingga dua pengertian itu bertemu.
- 3 Pesan harus membangkitka kebutuhan pribadi daripada sasaran yang menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan tersebut.
- 4 Pesan harus menyerankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layar bagi situasi kelompok di mana kesadaran pada saat digerakan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki. (Fajar, 2009:194)

4.4.3. Hubungan antara Metode Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Metode Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan cukup berarti antara kedua variabel tersebut. Artinya hubungan metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha mempunyai hubungan.

Dalam proses belajar mengajar atau proses penyampaian materi pendidikan atau pelatihan kepada sasaran pendidikan, di samping kurikulum maka metode dan alat alat bantu pendidikan turut memegang peranan penting. Sebab bagaimanapun pandainya seorang pendidik dalam usahanya mengubah tingkah laku, tidak terlepas dari metode dan alat bantu pendidikan yang digunakan (Notoadmojo, 2009:43).

Menurut salah satu *coach* pelatihan bisnis internet marketing Teh Cucu,

Dari hasil wawancara metode yang kita pakai lebih ke *learning by doing* sih ya, ya peserta belajar mereka langsung lakukan karena prinsip kita itu 80% praktek 20% teori. Maka dari pelatihan inipun lebih ke prakteknya karena mereka bisa rasakan salahnya tuh dimana karena itu lebih signifikan.

Jadi metode yang digunakan pada pelatihan ini memakai metode ceramah, diskusi, *role playing*, dan latihan lapangan sesuai dengan pernyataan bahwa

Di dalam metode pada garis besar ada dua jenis metode belajar mengajar yaitu metode diadik dan metode sokratik sistem dua arah, dalam metode tersebut metode diadik yaitu ceramah, sedangkan metode sokratik sistem dua arah yaitu demonstrasi, diskusi, *role playing*, seminar, simposium, lokal karya, latihan lapangan, tugas perorangan, studi kasus, *Field trip* (kunjungan lapangan), sistem modul, panel, *brainstorming* (curah pendapat), dan yang lainnya (Notoatmodjo, 2009:43-50).

4.4.4. Hubungan antara Fasilitas Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Fasilitas Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan cukup berarti antara kedua variabel tersebut. Artinya fasilitas pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada Bandung Fasilitas dalam pelatihan merupakan segala sesuatu (alat atau barang) yang memfasilitasi (memberikan kemudahan) dalam menyelenggarakan kegiatan pelatihan. Menurut Notoatmodjo (2003:32) yang mencakup fasilitas pelatihan adalah:

- a. Ruang belajar
Ruang belajar terbagi menjadi ruang kelas/belajar besar (memuat 300) orang, ruang kelas sedang memuat sekitar 30 orang, dan ruang kelas kecil memuat sekitar 15 orang. Di samping itu tersedia ruang serba guna, yang memuat sekitar 600 orang.
- b. Isolasi
Tempat diklat sebaiknya tidak berada/bersama-sama dengan tempat bekerja peserta. kampus diklat merupakan tempat peserta memperdalam wawasan pengetahuan, keterampilan dan peningkatan sikap. Oleh karena itu seseorang yang dipilih dan ditetapkan sebagai peserta sebaiknya dibebaskan dari segala tugas-tugas pekerjaannya.
- c. Penerangan
Harus memenuhi persyaratan bagi proses belajar mengajar, tidak menimbulkan rasa kurang nyaman, atau menghalangi pandangan ke depan (bebas pandang) atau menimbulkan kerusakan mata peserta. Cahaya matahari bisa masuk sehingga suasana kelas menjadi lebih terang. Khusus pemutaran film, video diruang tersendiri sesuai kebutuhan.

d. Ventilasi

Ventilasi pada setiap ruang belajar sangat penting. Hal ini mencegah terjadinya suasana pengab, karena udara yang bersih tidak/terhalang masuk ke ruang belajar. Juga menghindarkan meningkatnya temperatur yang akan mengganggu/jalannya proses belajar-mengajar.

e. Pengaturan Ruang Kelas

Sesuai dengan jenis atau metode yang dipergunakan oleh setiap instuktur maka ruang atau pengaturan kelas dapat diatur sesuai dengan kebutuhan. Dengan prinsip fleksibilitas, kursi dan meja yang ada di ruang kelas, harus dapat diubah/dipindah-pindah.

Maka dari itu dalam suatu kegiatan pelatihan memiliki kelima hal tersebut, menunjang kenyamanan dan kemudahan para peserta yang mengikuti pelatihan. Seperti pengaturan ruang kelas harus menyesuaikan sebanyak peserta pelatihan yang mengikutinya, terutama isolasi, penerangan dan ventilasi yang sangat diutamakan untuk kegiatan dalam melakukan pelatihan agar kenyamanan dan kelancaran bagi para peserta pelatihan itu tersebut. Kemudian pengaturan ruang kelas yang baik dapat menyesuaikan dengan kebutuhan apa yang akan dilakukan dalam kegiatan pelatihan.

4.4.5. Hubungan antara Penggunaan Media dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Materi Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan sangat tinggi atau kuat sekali antara kedua variabel tersebut. Artinya media pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing terdapat hubungan dengan motivasi peserta berwirausaha.

Media atau alat bantu pelatihan adalah alat yang digunakan oleh pendidik dalam menyampaikan bahan pendidikan atau pengajaran, karena berfungsi membantu dan memperagakan sesuatu dalam proses pendidikan/pengajaran. Dengan perkataan lain alat bantu ini dimaksudkan sebagai stimulus atau rangsangan indra sebanyak mungkin, sehingga mempermudah persepsi, penerimaan dan pemahaman. Alat bantu adalah salah satu prinsip proses pendidikan dan pelatihan. (Notoatmodjo, 2009:52).

Sehingga media yang digunakan oleh *coach* pelatihan dapat bermanfaat.

Manfaat media dalam pelatihan sebagai berikut :

- a. Menimbulkan minat sasaran pendidikan
- b. Mencapai sasaran yang lebih banyak.
- c. Membantu mengatasi hambatan bahasa
- d. Merangsang sasaran pendidikan untuk melaksanakan pesan-pesan
- e. Membantu sasaran pendidikan untuk belajar lebih banyak dan cepat.
- f. Merangsang sasaran pendidikan untuk meneruskan pesan-pesan yang diterima kepada orang-orang lain.
- g. Mempermudah penyampaian bahan pendidikan/informasi oleh para pendidik/pelaku pendidikan (Notoatmodjo, 2009:53-54).