

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan ialah pendekatan *kualitatif dan kuantitatif*. Penelitian kualitatif sendiri adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khususnya yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode alamiah (Maleong, 2007:6).

Penelitian kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka.

Jika dalam penelitian kuantitatif sumber perolehan data adalah orang yang diberi kuesioner, lazimnya disebut responden, maka dalam penelitian kualitatif sumber data berasal dari orang yang diwawancarai yang selanjutnya disebut informan. Jika responden, tidak diberi ruang gerak menyampaikan pendapat, pikiran dan gagasan selain yang telah ditentukan berupa pilihan-pilihan jawaban dalam kuesioner, maka sebaliknya informan diberi ruang seluas-luasnya menyampaikan gagasannya.

Menurut Mayers (2013 : 5), pendekatan kualitatif dalam bisnis menyajikan data yang sebenar- benarnya mengenai apa yang terjadi dan mengapa sesuatu itu terjadi dalam organisasi. Kedua pendekatan ini dipilih karena dianggap cukup relevan. Hal tersebut dikarenakan, pendekatan kualitatif dalam bisnis mengangkat isu- isu kritis dan pandangan yang refleksif mengenai isu- isu sosial dari dunia usaha dan langsung kepada isinya (Errikson, 1998: 5).

Dalam melaksanakan kedua pendekatan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti akan lebih cenderung melaksanakan penelitian kuantitatif terlebih dahulu dengan penyebaran kuesioner ke responden yang menjadi sampel penelitian, karena penelitian ini akan membutuhkan waktu pengumpulan dan pengolahan data penelitian yang lebih lama.

3.1.1 Deskripsi Data Penelitian Untuk Responden

Ada beberapa atribut kue yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data dari responden yaitu rasa kue, aroma/wangi kue , tekstur kue, variasi kue, desain, harga dan kemasan kue. Semua disertakan di kuesioner penelitian.

3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis

3.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougi (2013:240) menyatakan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok dari orang, kejadian, atau suatu minat yang ingin diinvestigasi oleh peneliti. Sedangkan menurut Sugiono (2012) populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas. Populasi dalam penelitian ini yaitu para pemilik akun media

sosial yang aktif menggunakan akun media sosial untuk berinteraksi dengan akun instagram artis .

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang terpilih dari populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, salah satu dari teknik ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sampel lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yang dilakukan dengan teknik klaster, dengan menggunakan teknik klaster ini, peneliti lebih dapat menghemat biaya dan tenaga dalam menemui responden yang menjadi subjek atau objek penelitian. Dengan menerapkan teknik pengambilan sampel tersebut, peneliti akan menjangkau responden yang telah melakukan pembelian kue kelima artis dari media sosial instagram maupun akun jual beli online.

Data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian ini didapat dengan melalui data primer yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti terkait variabel yang digunakan untuk tujuan studi secara spesifik (Sekaran dan Bougi, 2013:113). Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Jenis interview meliputi

Jenis *interview* meliputi interview terpimpin yaitu interview yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederetan pertanyaan yang lengkap dan terperinci dalam bentuk kuesioner yang dibuat peneliti, skala pengukuran yang dipakai dalam kuesioner adalah skala semantik dan skala bipolar/polaritas. Skala bipolar kontras berlawanan, sedangkan skala unipolar berfokus pada satu atribut. Ketika dikodekan di belakang layar, skala bipolar mungkin dikodekan sebagai -1, -0.5, 0, 0.5, 1, dengan ujung-ujungnya memiliki nilai absolut yang sama tetapi tanda-tanda numerik yang berbeda, di mana skala unipolar mungkin dikodekan sebagai 0, 0,25, 0,5, 0,75, 1. Sebagai contoh, untuk skala kemungkinan, pikirkan Tidak sama sekali kemungkinan yang sesuai dengan 0% dari waktu, Kemungkinan sedang hingga 50% dari waktu, dan Sepenuhnya mungkin untuk 100% dari waktu.

Skala bipolar membutuhkan tujuh poin skala, tiga di sekitar setiap sisi titik tengah - lagi titik tengah yang benar-benar berarti netral, tidak, atau keduanya. Jika kita kembali ke contoh utama sekolah kita, dia akan menanyakan apakah hari sekolah adalah: Terlalu lama, Terlalu lama, Sedikit terlalu lama, Tentang yang benar, Sedikit terlalu pendek, Agak terlalu pendek, Terlalu pendek.

Closed –Ended :	Unipolar vs. Bipolar
Unipolar measures	Bipolar measures
<ul style="list-style-type: none"> • Starts from zero • No natural midpoint • Goes to an extreme <p style="text-align: center;">  </p> <p style="text-align: center;">5 scales points</p> <p>Not at all....slightly... moderately...very..extremely</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Starts at extreme negativ • Has a natural midpoint • Goes to opposite extreme positive <p style="text-align: center;">  </p> <p style="text-align: center;">7 scales points</p> <p>Extremely..moderately...slightly... neither...nor... slightly..moderately...extremely</p>

Feeling Scale (FS) :

While participating in exercise, it is common to experience changes in mood. Some individuals find exercise pleasurable, whereas others find it to be unpleasurable. Additionally, feeling may fluctuate across time. That is, one might feel good and bad a number of times during exercise. Scientist have developed this scale to measure such responses.

(Saat berpartisipasi dalam latihan, adalah umum untuk mengalami perubahan suasana hati. Beberapa individu merasa senang berolahraga, sedangkan yang lain merasa tidak menyenangkan. Selain itu, perasaan dapat berfluktuasi sepanjang waktu. Artinya, seseorang mungkin merasa baik dan buruk beberapa kali selama latihan. Ilmuwan telah mengembangkan skala ini untuk mengukur tanggapan semacam itu.)

- 5	- 4	- 3	- 2	- 1	0	+ 1	+ 2	+ 3	+ 4	+ 5
Very bad		Bad		Fairly bad	Neutral	Fairly good		Good		Very good

Dari gambaran di atas terlihat bahwa pengukuran- pengukuran bipolar dimulai dengan nilai yang negatif ekstrim, memiliki titik tengah yang natural, lawannya menuju arah nilai positif yang ekstrim.

Berikut adalah beberapa masalah dengan skala bipolar :

- Arena skala bipolar kontras dua berlawanan, mereka membutuhkan lebih banyak usaha kognitif untuk responden untuk mengevaluasi dari skala unipolar. Responden harus memutuskan yang mana dari dua ekstrem untuk memilih (atau titik tengah), lalu ke tingkat mana mereka cenderung ke arah ekstrim itu. Untuk skala unipolar, responden hanya menilai sejauh mana.
- Titik tengah skala bipolar adalah titik kebingungan, terbuka untuk interpretasi yang berbeda oleh responden yang berbeda. Kadang-kadang pilihan seperti Tidak membosankan atau menarik dipilih sebagai jawaban "tidak tahu", sedangkan untuk responden lain itu mungkin berarti "tidak"

("netral") atau mungkin berarti "membosankan dalam beberapa hal dan menarik orang lain." (Contoh ini dari "The Science of Asking Questions" oleh Nora Schaeffer dan Stanley Presser).

- Seperti skala Boring / Menarik, penulis survei dapat tersesat dengan menyajikan pertanyaan bipolar di mana titik akhir tidak bertentangan murni (misalnya, Murah untuk Mahal, dengan konotasi murah dengan kualitas rendah selain harga rendah).
- Skala bipolar yang lebih baik terbentuk lebih panjang dan membutuhkan lebih banyak membaca daripada skala unipolar. Sementara skala bipolar sering disajikan dengan menggunakan skala 5 poin (misalnya, Sepenuhnya tidak penting, Kurang penting, Tidak penting dan tidak penting, Agak penting, Sangat penting), skala 7 poin lebih dapat diandalkan (dan meminimalkan efek konteks dari pertanyaan sebelumnya).
- Skala bipolar juga dapat memperumit analisis faktor, menurut Wijbrandt Van Schuur dan Henk Kiers.

Konsep Bipolar Scale menurut Oxford Index :

Skala yang digunakan untuk berbagai tanggapan dengan tanggapan yg ekstrem di ujung yang berlawanan dan tanggapan – tanggapan yang lebih moderat di tengah. Ini memaksa responden untuk membuat semacam pilihan daripada tetap netral. Contoh skala bipolar akan menjadi pilihan berikut: 1 Tidak dapat diterima, 2 Agak tidak dapat diterima, 3 Cukup dapat diterima, 4 Sangat diterima.

1 Tidak bisa diterima;

2 Agak tidak dapat diterima;

3 Cukup bisa diterima;

4 Sangat bisa diterima.

Skala empat poin berguna jika apa yang diukur tidak memiliki kemutlakan. Banyak peneliti menjauhkan diri dari skala lima poin karena responden sering memilih jawaban tengah (3) atau rata-rata jika mereka tidak memiliki kecenderungan kuat satu atau lainnya.

Skala yang digunakan dalam instrumen penelitian selanjutnya adalah skala semantik. Semantik Diferensial: Skala diferensial yaitu skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negative terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya.

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantic differential adalah data interval. Skala bentuk ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang.

Skala Diferensial Semantik merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub) seperti panas-dingin, Tidak ramah-Ramah, dan sebagainya, yang tersusun pada satu garis kotinom dimana jawaban yang sangat positif berada diposisi paling kanan dan jawaban yang sangat negatif pada posisi aling kiri, atau sebaliknya.

Contoh : Penggunaan Skala Diferensial Semantik mengenai gaya kepemimpinan Ketua BEM suatu universitas

Cerdas	7	6	5	4	3	2	1	Bodoh
Demokrasi	7	6	5	4	3	2	1	Otoriter
Tidak Ramah	7	6	5	4	3	2	1	Ramah

Pada contoh diatas, responden memberika tanda (x) pada nilai yang sesuai dengan persepsinya mengenai gaya kepemimpinan ketua BEM tersebut. Skala Diferensial Semantik digunakan untuk memberikan penilaian terhadap suatu konsep atau objek tertentu, misalnya kinerja pegawai, gaya kepemimpinan, penilaian suatu pelajaran dan sebagainya.

Skala diferensial yaitu skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negative terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya.

Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala semantic differential adalah data interval. Skala bentuk ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang. Berikut contoh penggunaan skala semantic differential mengenai gaya kepemimpinan kepala sekolah.

Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah

Demokrasi	7	6	5	4	3	2	1	Otoriter
Bertanggung Jawab	7	6	5	4	3	2	1	Tidak bertanggung jawab
Memberi kepercayaan	7	6	5	4	3	2	1	Mendominasi
Menghargai bawahan	7	6	5	4	3	2	1	Tidak menghargai bawahan
Keputusan diambil bersama	7	6	5	4	3	2	1	Keputusan diambil sendiri

Responden yang member penilaian angka 7, berarti persepsi terhadap gaya kepemimpinan kepala sekolah adalah sangat positif; sedangkan

responden yang memberikan penilaian angka 1 persepsi kepemimpinan kepala sekolah adalah sangat negative.

Skala Diferensial Semantik adalah skala penilaian survei atau kuesioner yang meminta orang untuk menilai suatu produk, perusahaan, merek, atau "entitas" apa pun dalam bingkai-bingkai suatu opsi peringkat multi-point. Pilihan jawaban survei ini secara gramatikal pada kata sifat yang berlawanan di setiap ujungnya. Misalnya, suka / benci, puas / tidak puas, dan cenderung kembali / tidak mungkin kembali dengan opsi menengah di antaranya.

Survei atau kuesioner menggunakan Skala Diferensial Semantik adalah cara yang paling dapat diandalkan untuk mendapatkan informasi tentang sikap emosional orang-orang terhadap topik yang diminati.

Charles Egerton Osgood, seorang psikolog terkenal Amerika, menemukan skala diferensial semantik sehingga "makna konotatif" dari sikap emosional terhadap entitas dapat dicatat dan dimanfaatkan dengan baik.

Penelitian ini dilakukan pada database besar dan Osgood menemukan bahwa ada 3 skala yang umumnya efektif, terlepas dari ras atau budaya atau perbedaan bahasa :

- Perkiraan: Kombinasi serupa dengan "baik-buruk"
- Otoritas: Pasangan pada garis "kuat-lemah"
- Keaktifan: Combo seperti "aktif-pasif"

Berbagai variasi subjek dapat diukur menggunakan kombinasi ini seperti pandangan pelanggan tentang peluncuran produk yang akan datang atau kepuasan karyawan.

Berdasarkan dengan permasalahan penelitian ini, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data- data hasil wawancara dan konten- konten instagram bisnis kue kekinian selebritis yang digunakan oleh peneliti.

3.2.2 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan , dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit- unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2004 : 158).

Menurut Patton, 1980 (dalam Lexy J. Maleong 2002 : 103) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola,kategori, dan satuan uraian dasar.

Dari definisi- definisi tersebut dapatlah kita pahami bahwa ada yang menggunakan proses, ada pula komponen – komponen yang perlu ada dalam suatu analisis data. Sehingga dapat dipahami bahwa urgensi sebuah analisis data yakni terjadinya sebuah proses yang menitikberatkan pada komponen- komponen yang ada. Sehingga di dapat sebuah temuan yang dapat dimaknai sebagai tujuan dari penelitian.

Jika dijabarkan terdapat empat tahap dalam menganalisa data, keempat tahap sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data, proses pada pemilihan data yang berasal dari hasil wawancara, kuesioner, observasi, dan juga dokumentasi yang telah didapat.
2. Reduksi Data (data reduction), mereduksi data berarti merangkum, memilih hal- hal yang pokok, memfokuskan pada hal- hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.
3. Penyajian data (display data), biasanya dalam penelitian, kita mendapatkan data banyak. Data yang kita dapatkan tidak mungkin kita paparkan secara keseluruhan. Untuk itu, dalam penyajian data- data dianalisis oleh peneliti untuk disusun secara sistematis, atau simultan sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan yang diteliti.
4. Kesimpulan/Verifikasi (conclusion drawing)
Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi yang mencakup keputusan terhadap data tersebut dan pada tahap ini juga sebagai simulasi untuk melakukan *cross-check* data. Hal ini dilakukan dengan jalan merumuskan suatu pernyataan yang proporsional dan mampu menjawab pertanyaan penelitian.

Beragam metode yang biasa digunakan dalam pendekatan kualitatif, namun, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah :

1. *Content analysis* (Analisis isi), merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks. Analisis isi (content analysis) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pemahaman dasar dari analisis isi adalah bahwa banyak kata sesungguhnya dapat diklasifikasikan ke dalam kategori yang lebih kecil. Setiap kategori itu dibuat berdasarkan kesamaan makna kata dan kemiripan makna kata dari setiap teks atau pembicaraan. Analisis isi dilakukan terhadap penelitian ini melalui analisis konten instagram bisnis kue kekinian selebritis tanah air.

2. *Perceptual Mapping*, *Perception is the process by which an individual selects, organizes, and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world (Schiffman & Kanuk, 2010:60)*. Jika dua orang mendapatkan stimuli dengan kondisi yang sama, maka cara setiap orang mengenal, menyeleksi, mengorganisir dan menginterpretasikan stimuli tersebut sangat bergantung pada kebutuhan, nilai dan ekspektasi masing-masing orang tersebut.

Persepsi konsumen terhadap produk itu sendiri dapat dipetakan melalui suatu teknik statistik yang dinamakan peta persepsian (*perceptual mapping*) (Craven, 2001).

Pemetaan perseptual adalah teknik diagram yang digunakan oleh pemasar aset yang mencoba untuk menampilkan persepsi pelanggan atau pelanggan potensial secara visual (Mccarthy,dkk. : 2007). Biasanya posisi produk perusahaan, lini produk, atau merek ditampilkan relatif terhadap pesaing mereka..

Metode perceptual map yang digunakan mengacu pada metode multidimensional scalling karena objek yang diteliti memiliki banyak kemiripan yang sama . Nantinya tampak posisi masing-masing atribut kue artis pengusaha satu sama lainnya yang saling berdekatan atau berjauhan.

Berikut disajikan deskripsi produk kue artis pengusaha berdasarkan analisis konten peneliti lewat media sosial instagram kue artis tersebut. Deskripsi produk ini juga nantinya dijadikan pertimbangan dalam memilih atribut penelitian kue artis pengusaha untuk .

Tabel 3.1.1 Desain Produk dan Kemasan Kue Artis Pengusaha

	Desain Produk & Kemasan	Keterangan
1		<p>Makassar Baklave tersedia dalam 7 varian rasa (harga belum termasuk pajak perda 10%):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutty Frutty Rp. 68.000,00 • Rich Cheese Rp. 68.000,00 • Oreo Blast

		<p>Rp. 68.000,00</p> <ul style="list-style-type: none"> • Royal Chocolate <p>Rp. 68.000,00</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banana Fluffy <p>Rp. 68.000,00</p> <ul style="list-style-type: none"> • Green Tea <p>Rp. 68.000,00</p> <p>Sumber :</p> <p>https://www.instagram.com/makassarbaklave/?hl=id</p>
2		<p>Berikut variasi dan harga kue Bandung Makuta :</p> <p>Makuta Cheese Rp 67.500</p> <p>Makuta Lemon Rp 67.500</p> <p>Makuta Chocolate Rp 67.500</p> <p>Makuta Blueberry Rp 67.500</p> <p>Makuta Caramel Rp 67.500</p>

	 	<p>Makuta Greentea Chese Rp 71.000</p> <p>Makuta Extraa Cheese Rp 73.000</p> <p>Makuta Cho Chezz Rp 78.500</p> <p>Makuta Cassava Cheeze Rp 78.500</p> <p>Sumber : https://www.instagram.com/bandungmakuta/?hl=id</p>
3	<p>Medan Napoleon</p> 	<p>Berikut variasi dan harga kue Bandung Makuta :</p> <p>Medan Napoleon Coklat Rp 77.000</p> <p>Medan Napoleon Durian Rp 77.000</p> <p>Medan Napoleon Greenty Rp 67.000</p> <p>Medan Napoleon Cheese Rp 67.000</p> <p>Medan Napoleon Red Velved Rp 77.000</p> <p>Medan Napoleon Extra Cheese Rp 71.000</p> <p>Medan Napoleon Caramel Rp 67.000</p> <p>Medan Napoleon Tiramissyou Rp 77.500</p> <p>Medan Napoleon Naugat</p>

	<p>Rp 77.000</p> <p>Sumber : https://www.instagram.com/medannapoleon/?hl=id</p>
	
	
<p>4 Strudel Malang</p>	<p>Berikut variasi dan harga kue Strudel Malang :</p> <p>Strudel Pineapple Rp 53.000 Strudel Mango Rp 54.000</p>



Strudel Mix Fruit Rp 55.000
 Strudel Strawberry Rp 53.000
 Strudel Kurma Rp 60.000
 Strudel Apple Rp 63.000
 Strudel Choco Banana
 Rp 65.000
 Strudel Cheese Rp 65.000
 Strudel Cheese Corn
 Rp 65.000
 Strudel Choco Peanut
 Rp 65.000
 Strudel O Apple Almond
 Rp 63.000
 Strudel O Choco Cheese
 Rp 65.000
 Strudel O Fresh Mango
 Rp 65.000
 Strudel Peach Cheese
 Rp 73.000
 Strudel Premium Merah Putih
 Rp 77.000
 Strudel Premium Durian
 Rp 75.000
 Strudel Premium Caramel
 Rp 77.000
 Strudel Premium Mango
 Rp 77.000
 Strudel Premium Red Velvet
 Rp 77.000
 Strudel Premium Greentea
 Rp 79.000

		
5	<p>Cirebon Kelana</p> 	<p>Berikut variasi dan harga kue Cirebon Kelana :</p> <p>Kelana Gedong Kaya, Rp 55.000</p> <p>Kelana Cheese Lovers, Rp 57.000</p> <p>Kelana Duren Puff, Rp 59.000</p> <p>Kelana Red Velvet, Rp 55.000</p> <p>Kelana Choco Vanilla, Rp 55.000</p> <p>Kelana Double Choco crunchy Rp 58.000</p> <p>Kelana Green Tea Red Bean Rp 55.000</p>

Sebutin Satu Tempat Oleh-oleh
Paling Hits Di Cirebon



Tabel Analisis Pemetaan *Perceptual* antara Atribut Kue

Atribut Y	Atribut X
Harga Kue Artis Pengusaha	Rasa Kue Tekstur Kue Desain Kue Kemasan Kue
Aroma Kue Variasi Kue	Desain Kue

Berdasarkan deskripsi produk di atas maka akan dibuat pemetaan *perceptual* dengan menggunakan atribut – atribut kue artis pengusaha yang telah ditentukan. Masing – masing pasangan atribut ditentukan berdasarkan keterikatan yang bisa saling mempengaruhi satu sama lain.