

Identifikasi Kesalahan dalam Penelitian

CMM 403 Seminar Komunikasi (PR-A)
Pertemuan M-13 Semester Gasal 2021-2022

[illegible]

Kesalahan-kesalahan dalam Penelitian

- A. Kesalahan Yang Terkait Dengan Struktur Karya Ilmiah
- B. Kesalahan Terkait Dengan Penggunaan Bahasa



1. Purposiveness

```
graph LR; A[1. Purposiveness] --> B[Praktik]; A --> C[Akademik]; B --> D[Bisnis meningkat]; B --> E[Kehidupan Lebih Baik]; C --> F[Belum ada Penelitian]; C --> G[Memperbaiki Model]; C --> H[Filling the Gap]
```

Praktik

Bisnis meningkat

Kehidupan Lebih Baik

Akademik

Belum ada Penelitian

Memperbaiki Model

Filling the Gap

1. Kesalahan yang Terkait dengan Purposiveness

- a. Tidak ada kejelasan latar belakang masalah
- b. Identifikasi masalah yang tidak didasarkan pada bukti empiris
- c. Tidak ada dukungan dari praktisi dan akademisi

2. Rigor

```
graph LR; A[2. Rigor] --- B[Good theoretical base]; A --- C[Good methodological design];
```

Good theoretical base

Good methodological
design

3. Testability

```
graph LR; A[3. Testability] --- B[High Accepted Hypotheses]; A --- C[Proven Model];
```

High Accepted
Hypotheses

Proven Model

4. Replicability

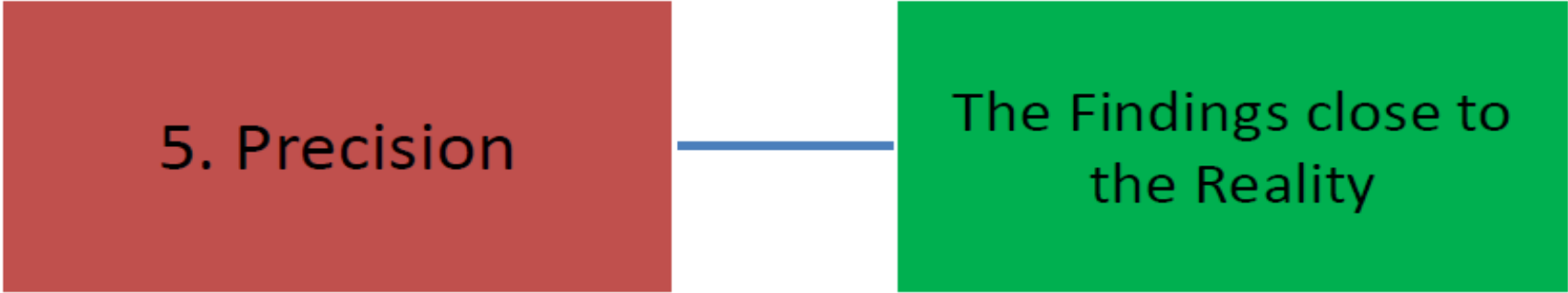
```
graph LR; A[4. Replicability] --- B[The Tested Hypothesis are Supported Again and Again]; A --- C[The Proven Model are Supported Again and Again];
```

The Tested Hypothesis
are Supported Again and
Again

The Proven Model are
Supported Again and
Again

5. Precision

The Findings close to
the Reality



```
graph LR; A[5. Precision] --- B[The Findings close to the Reality]
```

1. Kesalahan yang Terkait dengan Rigor, Testability, & Precision

a. Pemilihan teori atau model yang salah

Model yang dipilih adalah model yang lama yang memiliki prediction power rendah

Ada variabel yang terlewat/tidak dimasukkan dalam penelitian

1. Kesalahan yang Terkait dengan Rigor, Testability, & Precision

b. Kesalahan dalam membuat alat pengumpulan data

Alat pengumpulan data seperti kuesioner tidak valid dan reliable.



MEASUREMENT

STEPS IN CREATING GOOD QUESTIONNAIRE ITEMS

1. CONTENT VALIDITY



Authors adopted and modified the questionnaire items from previous studies.

2. EXPERT VALIDITY



The authors validate the items to 4 experts in the marketing and digital field.

4. PILOT TEST



The items are fulfilled the construct validity and reliability. The pilot test used data from 40 respondents which were processed by using SPSS 23 Software.

3. READABILITY TEST



Test the questionnaire items to the prospect respondents.

6. Confidence

The Probability of
estimation should be
high.

Penentuan Hipotesis

Menggunakan *non-directional* padahal hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil pengaruh yang positif.

Sebaiknya hipotesis yang dipakai merupakan *directional hypothesis*.

7. Objectivity

```
graph LR; A[7. Objectivity] --- B[Based on the facts]; A --- C[not on subjective or emotional value];
```

Based on the facts

not on subjective or
emotional value

Ada saran yang diambil tidak berdasarkan hasil penelitian, hanya normative saja.

Contoh

Perusahaan ABC sebaiknya melaksanakan program pemasaran secara efektif dan efisien.

Padahal dalam model penelitian tidak ada variabel efektif dan efisien.

Perusahaan ABC sebaiknya menurunkan harga produk ABC.

Padahal dalam model penelitian tidak ada variabel harga.

8. Generalizability

```
graph LR; A[8. Generalizability] --- B[The Applicability of the research findings in one organizational setting to other settings]; A --- C[The finding can be applied in population]
```

The Applicability of the research findings in one organizational setting to other settings

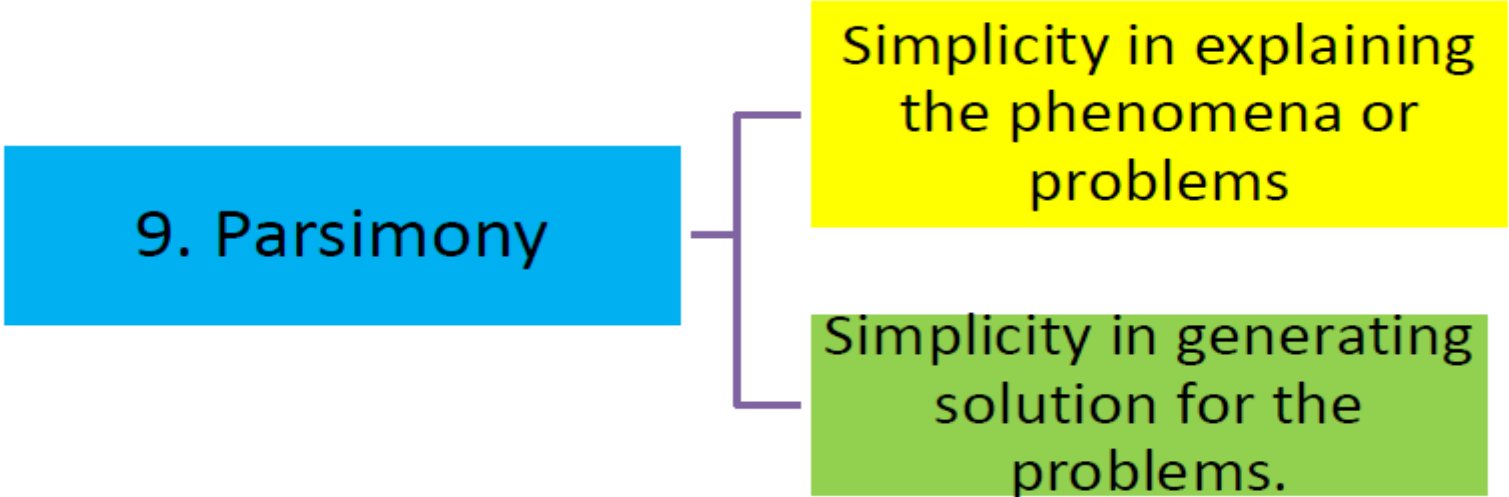
The finding can be applied in population

Generability (dapat digeneralisasi) adalah menyangkut cakupan kebermanfaatan atau kegunaan hasil penelitian, semakin luas manfaat yang diberikan hasil penelitian maka semakin baik tingkat jeneralisasinya.

Banyak penelitian yang tidak mampu memenuhi ini karena menyangkut ketidak adaan *sampling frame*.

Struktur responden tidak sejalan dengan struktur dalam populasi.

9. Parsimony



```
graph LR; A[9. Parsimony] --- B[Simplicity in explaining the phenomena or problems]; A --- C[Simplicity in generating solution for the problems.]
```

Simplicity in explaining the phenomena or problems

Simplicity in generating solution for the problems.

Contoh

Ada penelitian yang sangat kompleks atau banyak variabelnya tetapi mayoritas dari variabel yang diteliti tersebut tidak signifikan.

Ada dua penelitian

Untuk meningkatkan niat konsumen menggunakan layanan berbasis teknologi 3G sebesar 45% cukup dengan menggunakan 4 variabel lebih memenuhi kriteria parsimony dari pada suatu penelitian yang melibatkan 7 variabel namun hanya mampu meningkatkan niat konsumen sebesar 50%.

Tugas !

NO	URAIAN TUGAS	KUMPULKAN MINGGU KE-	KETERANGAN LINK GF
1	Menyusun 3 outline penelitian dari metode yang berbeda	2	
2A	Mereview tugas 1 dengan sistem ganjil genap	3	
2B	Menyusun Bab 1 Proposal Penelitian		
3A	Mereview tugas 2B dengan sistem ganjil genap	4	
3B	Menyusun Bab 2 Proposal Penelitian		
4A	Mereview tugas 3B dengan sistem ganjil genap	5	
4B	Menyusun Bab 3 Proposal Penelitian		
5A	Mereview tugas 4B dengan sistem ganjil genap	6	
5B	Menyusun Bab 4 Proposal Penelitian beserta lampiran		
6A	Mereview tugas 5B dan Bab 1-3 dengan sistem ganjil genap	7	
6B	Merevisi Proposal (Bab 1-4) beserta lampiran		
7	Membuat PPT dan Rekaman Presentasi Proposal Penelitian	8	
8	Mereview Presentasi (live)/rekaman proposal penelitian M9	10	
9	Mereview Presentasi (live)/rekaman proposal penelitian M10	11	
10	Mereview Presentasi (live)/rekaman proposal penelitian M11	12	
11	Mereview Presentasi (live)/rekaman proposal penelitian M12	13	
12	Mereview Presentasi (live)/rekaman proposal penelitian M13	14	
13	Mereview Presentasi (live)/rekaman proposal penelitian M14	15	

NO	URAIAN TUGAS	KUMPULKAN MINGGU KE-	KETERANGAN LINK GF
12	Mereview Presentasi (live)/rekaman proposal penelitian M13	14	

Deadline Pengumpulan Tugas Pribadi 12 : M-14 (23.59)

Review Jurnal Ilmiah

**CMM 403 Seminar Komunikasi (PR-A)
Pertemuan M-14 Semester Gasal 2021-2022**

THANK YOU!

DO YOU HAVE ANY
QUESTIONS?



CREDITS: This presentation template was created
by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and
infographics & images by **Freepik**

Please keep this slide for attribution