

**PENGARUH METODE *MINDSCAPING* TERHADAP KEMAMPUAN MERUMUSKAN IDE DASAR IKLAN  
PADA MATA PELAJARAN IKLAN NON CETAK SISWA KELAS XII DKV  
DI SMK IPIEMS SURABAYA**

**Apriyanti Nur Anggraeni**

Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, apri.tp@gmail.com

**Prof. Dr. Rusijono, M.Pd**

Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya,

**Abstrak**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh metode *mindscaping* terhadap kemampuan merumuskan ide dasar iklan siswa kelas XII DKV di SMK IPIEMS Surabaya. *Mindscaping* merupakan metode untuk memvisualisasikan ide dengan menggunakan gambar dan kata.

Desain penelitian menggunakan *control group pre tes – pos test* yang dilakukan di dua kelas yaitu kelas eksperimen dan kelas kontrol. Kelas eksperimen menggunakan metode *mindscaping* dan kelas kontrol menggunakan metode ceramah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan tes. Observasi dilakukan untuk mengetahui keterlaksanaan penerapan metode *mindscaping* dan tes digunakan untuk mengukur kemampuan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan.

Teknik analisis data menggunakan uji t (*t test*) yang menghasilkan nilai  $t_{hitung} 8,10 > t_{tabel} 2,68$  dengan signifikansi 5%. Hasil analisis data menunjukkan bahwa metode *mindscaping* dapat berpengaruh meningkatkan kemampuan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan.

Kata Kunci : pengaruh, metode *mindscaping*, kemampuan merumuskan ide dasar iklan.

**Abstract**

The study aims to determine the effect on the ability to formulate methods *mindscaping* basic idea DKV ads class XII students in SMK IPIEMS Surabaya. *Mindscaping* is a method to visualize ideas using pictures and words.

The study design using a control group pre test - post test performed on two classes, namely the experimental class and control class. Class experiments using methods *mindscaping* and control classes using lecture method. Data collection methods used were observation and tests. Observations conducted to determine the enforceability of the implementation of *mindscaping* methods and tests used to measure the ability of students to formulate the basic idea of advertising.

Data were analyzed using t test (*t test*) which produces  $t_{count} 8.10 > t_{tabel} 2.68$  with 5% significance. The result showed that the method can affect *mindscaping* improve students' skills in formulating the basic idea of advertising.

Keyword : influence, *mindscaping* methods, the ability to formulate ideas based of advertising.

## 1. PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu pilar dalam pembangunan ekonomi nasional. Indonesia saat ini sedang menghadapi era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Era dimana terbukanya pasar bebas dikawasan Asia Tenggara. Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang dapat menangkap terbukanya MEA ini. Indonesia sebagai bagian dari MEA mempunyai konsekuensi untuk mempersiapkan tenaga kerja berkualitas yang mampu bersaing dengan tenaga kerja asing yang akan masuk di industri dalam negeri.

Kualitas tenaga kerja Indonesia yang berdaya saing tinggi diharapkan dapat terserap lebih banyak di dunia industri mengalahkan tenaga kerja asing yang masuk. Namun pada kenyataannya Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang dirilis UNDP pada 2013 menempatkan Indonesia di posisi ke 121 dari 187 negara di dunia. IPM Indonesia masih kalah bersaing dengan negara tetangga seperti Malaysia menempati peringkat ke 64 dan Singapura di peringkat ke 18. Hal ini menjadi indikator bahwa Sumber Daya Indonesia masih belum kuat dalam menghadapi persaingan global Masyarakat Ekonomi Asean.

Rendahnya kualitas SDM Indonesia bebanding lurus dengan kualitas pendidikan yang ada. Berdasarkan Education For All Global Monitoring Report 2011 yang dikeluarkan UNESCO menempatkan Education Development Index (EDI) Indonesia berada pada peringkat 69 dari 127 negara. Pengembangan pendidikan Indonesia masih tertinggal dari negara berkembang lainnya seperti Malaysia diperingkat 65 dan Brunei Darussalam diperingkat 34. Sejalan dengan hal itu Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan persentase tingkat pengangguran pada tahun 2014 berdasarkan status pendidikan lulusan SMK (11,24%), SMA (9,55%), SMP (7,15), Diploma I/II/III (6,14%), Universitas (5,65%), SD ke bawah (3,04%) dari total tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia.

Fakta tersebut menunjukkan kualitas pendidikan pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan masih rendah. Hal ini menjadi perhatian serius melihat angka pengangguran lulusan SMK terus meningkat dalam dua tahun terakhir dari 2012 (9,97%) dan pada 2013 (11,21%). Permasalahan pada proses pembelajaran merupakan salah satu dari sekian banyak faktor penyebab rendahnya kualitas pendidikan di Indonesia.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan guru mata pelajaran iklan non cetak pada tanggal 24 – 26 November 2015 di SMK IPIEMS Surabaya bahwa ada beberapa masalah yang muncul pada pembelajaran iklan non cetak kelas XII kompetensi keahlian Desain Komunikasi Visual diantaranya hasil produksi iklan televisi menurun, siswa kurang termotivasi dalam memproduksi iklan, dan siswa kesulitan dalam membuat konsep iklan yang baik. Permasalahan tersebut tidak terlepas dari proses pembelajaran yang bersifat *transfer knowledge* sehingga kurang mengembangkan kreativitas siswa. Pembelajaran merumuskan ide dasar iklan televisi memerlukan banyak latihan dalam berimajinasi menuangkan ide-ide atau gagasan berbentuk cerita iklan yang sesuai dengan produk/jasa/layanan masyarakat yang diiklankan. Latihan berimajinasi dapat berkembang dalam proses pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik siswa dan materi pelajaran. Namun pada pelaksanaannya, pembelajaran merumuskan ide dasar iklan televisi hanya dilakukan dengan metode konvensional (metode ceramah). Siswa kesulitan membuat ide cerita iklan televisi yang akan divisualkan saat produksi. Proses menggali dan menuangkan ide cerita iklan televisi membutuhkan bidang kerja yang dapat membantu siswa dalam berimajinasi untuk menghubungkan tiap bagian cerita yang akan dimunculkan secara visual. Hal ini membutuhkan metode pembelajaran yang menstimulasi siswa dalam menuangkan ide melalui proses imajinasi dan dipetakan dalam bentuk catatan visual. Metode pembelajaran yang dapat memberi rangsangan siswa dalam menggali ide-ide cemerlang adalah *mindscaping*.

Menurut Magulies & Christine (2008:14) *Mindscaping* adalah sistem yang menggunakan gambar, metafora visual, simbol, warna dan ruang pada halaman untuk membuat representasi grafis ide. *Mindscaping* adalah metode pemetaan pikiran secara visual yang menghubungkan ide-ide atau gagasan melalui simbol-simbol yang digambar pada bidang kerja. Ide atau gagasan yang muncul dihubungkan dengan cabang-cabang sesuai dengan topik yang sedang dikerjakan. Teknik *Mindscapes* yang bebas mengalir, memungkinkan untuk penggunaan frasa dan kalimat, dimulai di mana saja di halaman, dan berfokus pada representasi visual dan simbolik ide.

Metode ini sesuai dengan karekteristik pembelajaran merumuskan ide dasar iklan televisi yang mengajarkan siswa untuk berlatih menghubungkan ide-ide atau gagasan menjadi sebuah konsep iklan televisi yang akan diproduksi. Dengan demikian, peneliti bermaksud

untuk menerapkan Mindscaping sebagai metode yang dapat memecahkan masalah belajar siswa kelas XII dalam merumuskan ide dasar iklan televisi pada kompetensi keahlian Desain Komunikasi Visual di SMK IPIEMS Surabaya.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Teknologi Pembelajaran telah dipengaruhi oleh teori dari berbagai bidang kajian. Akar teori itu dapat ditemui dalam berbagai disiplin, seperti psikologi, rekayasa, komunikasi, ilmu komputer, bisnis, dan pendidikan secara umum. Penelitian dan teori digunakan teknolog pembelajaran untuk menuntun karyanya, seringkali diterjemahkan ke dalam bentuk model pembelajaran (desain pembelajaran). Wilayah teori ini mempunyai hubungan dengan domain yang seringkali memberikan dampak lebih dari satu bidang.

Wilayah kajian masalah belajar dalam penelitian dengan teknologi pendidikan berada pada domain perancangan yang mengarah pada strategi pembelajaran. Hubungan ini didasarkan pada strategi pembelajaran menggunakan Metode *Mindscaping* yang akan diterapkan untuk memecahkan masalah belajar siswa kelas XII Program Keahlian Desain Komunikasi Visual di SMK IPIEMS Surabaya. Berikut ini adalah bidang kajian Teknologi Pendidikan.

Trianto (2007:28) mengemukakan bahwa dalam teori pembelajaran konstruktivistik siswa harus menemukan sendiri dan mentransformasikan informasi kompleks, mengecek informasi baru dengan aturan-aturan lama dan merevisinya apabila aturan-aturan itu tidak lagi sesuai. Bagi siswa agar benar-benar memahami dan dapat menerapkan pengetahuan, mereka harus bekerja memecahkan masalah, menemukan segala sesuatu untuk dirinya, berusaha dengan susah payah dengan ide-ide. Pembelajaran yang berpijak pada pandangan konstruktif menjadikan siswa aktif dalam berpikir dan bersikap terhadap aktifitas belajarnya.

Margulies & Christine (2008:14) menjelaskan *Mindscaping* adalah sistem yang menggunakan gambar, metafora visual, simbol, warna dan ruang pada halaman untuk membuat representasi grafis ide. *Mindscaping* merupakan metode pemetaan visual yang dapat digunakan untuk menghubungkan ide/gagasan melalui gambar, simbol, dan warna untuk menyampaikan suatu konsep.

Olivia (2010:3) menyebut pemetaan pikiran secara visual dengan istilah *visual mapping*. *Visual mapping* merupakan teknik pemanfaatan keseluruhan otak dengan menggunakan citra visual dan prasarana grafis lainnya untuk

membentuk suatu kesan yang lebih dalam. Dengan kata lain, ini merupakan teknik grafis yang mendorong pemikiran kedua sisi otak yang secara visual memperagakan berbagai macam hubungan antara gagasan dan meningkatkan kemampuan untuk memandang masalah dari berbagai sisi.

Menuangkan ide atau gagasan melalui metode *mindscaping* memerlukan alat dan bahan berupa kertas hvs putih tidak bergaris dan spidol. Langkah-langkah membuat *mindscaping* menurut Margulies & Christine (2008:16) yang bersifat langsung adalah sebagai berikut:

1. Menggambar simbol yang mewakili topik
2. Membuat subtopik yang terkait dengan topik
3. Menempatkan ide atau gagasan pada subtopik yang terkait

Permasalahan pembelajaran yang terjadi pada siswa kelas XII Kompetensi Keahlian Desain Komunikasi Visual di SMK IPIEMS Surabaya adalah siswa sulit menghubungkan ide-ide yang mereka miliki menjadi suatu konsep iklan yang baik. Kesulitan belajar siswa disebabkan oleh metode pembelajaran yang kurang sesuai dengan karakteristik pembelajaran. Metode yang digunakan dalam pembelajaran adalah metode ceramah yang tidak memberi stimulus kepada siswa untuk berlatih bagaimana merumuskan ide menjadi sebuah konsep iklan televisi yang layak diproduksi. Sehingga siswa hanya mendapatkan banyak informasi dari materi yang disampaikan tanpa tahu cara mengelola, menggabungkan atau memetakan ide-ide tersebut kedalam sebuah konsep iklan yang akan diproduksi pada pembelajaran selanjutnya. Dengan demikian, untuk mencapai tujuan pembelajaran yaitu ketuntasan belajar, maka perlu adanya metode yang tepat untuk merangsang keterampilan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan televisi.

Metode *Mindscaping* merupakan metode pemetaan pikiran (ide atau gagasan) yang dituangkan dalam bentuk visual atau gambar. Metode pemetaan visual dapat membantu menghubungkan antar gagasan pembuatan konsep iklan untuk media televisi yang ingin divisualkan melalui kegiatan produksi. Dengan demikian, metode ini dapat digunakan untuk memecahkan kesulitan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan televisi. Hal ini didasarkan pada karakteristik pembelajaran ide dasar iklan televisi yang memerlukan teknik memetakan atau memvisualisasikan ide atau gagasan menjadi sebuah konsep dalam bentuk *mindscaping* (pemetaan visual) ide cerita iklan televisi yang akan siap diproduksi.

### 3. METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Rancangan penelitian akan menggunakan *True Experimental Design* yang menurut Arikunto (2013) merupakan desain eksperimen yang dianggap sudah baik karena memenuhi persyaratan adanya kelompok perlakuan dan kelompok kontrol (pembanding). Dengan adanya kelompok perlakuan dan kelompok kontrol, maka hasil/akibat dari suatu perlakuan dapat diketahui secara pasti karena dibandingkan dengan kelompok yang tidak mendapatkan perlakuan (kelompok kontrol).

E	0 <sub>1</sub>	X	0 <sub>2</sub>
K	0 <sub>3</sub>	-	0 <sub>4</sub>

Keterangan :

- E= Kelompok Eksperimen (kelas yang menggunakan metode *mindscaping*)
- K= Kelompok Kontrol (kelas yang tidak menggunakan metode (*mindscaping*))
- X= Perlakuan (penerapan metode *Mindscaping*)
- = Tidak ada perlakuan (menerapkan metode ceramah)
- 0<sub>1</sub> & 0<sub>3</sub>= *Pre Test* (tes sebelum pembelajaran)
- 0<sub>2</sub> & 0<sub>4</sub>= *Post Test* (tes sesudah pembelajaran)

#### B. Metode Pengumpulan Data

Berbagai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini akan diperoleh dengan menggunakan beberapa jenis metode pengumpulan data diantaranya metode observasi, dan metode tes.

##### 1. Metode Observasi

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen observasi sistematis untuk melihat proses pembelajaran yang dilakukan oleh guru dan siswa. Instrumen observasi terdiri dari variabel yang berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi. Oleh sebab itu instrumen observasi dapat digunakan untuk mengukur ketepatan penerapan pembelajaran.

##### 2. Metode Tes

Metode tes merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data kemampuan siswa. Untuk mengukur

kemampuan siswa maka diperlukan alat bantu yang disebut tes. Arikunto (2013:193) menjelaskan tes adalah sebuah alat atau berupa pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur intelegensi, keterampilan, bakat, atau kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu maupun kelompok.

Tes yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tes prestasi (*achievement test*). Tes prestasi adalah alat yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan seseorang setelah mempelajari sesuatu. Kemampuan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan televisi akan diukur berdasarkan kriteria penilaian iklan yang baik. Berikut ini kisi-kisi yang akan digunakan untuk membuat instrumen penilaian iklan yang baik untuk mengukur kemampuan siswa merumuskan ide dasar iklan televisi.

##### a. Validitas

Validitas menurut Arikunto (2013:211) adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid mempunyai kemampuan untuk mengukur apa yang diinginkan atau dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk mendapatkan data yang valid, maka penelitian menggunakan instrumen yang akan diuji melalui validitas isi. Menurut Azwar (2012) bahwa validitas isi merupakan validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi dengan analisis rasional oleh seorang ahli atau yang berkompeten dibidangnya melalui *expert judgment*.

##### b. Reliabilitas

Reliabilitas menurut Arikunto (2013:221) menunjukkan suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang juga dapat dipercaya walaupun diambil berkali-kali, data akan tetap sama jika memang sesuai dengan kenyataan.

#### C. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh penerapan metode *mindscaping* terhadap kemampuan

merumuskan ide dasar iklan televisi adalah uji-t (*t-test*). Arikunto (2013:354) menjelaskan rumus uji t digunakan untuk menghitung efektivitas perlakuan (*treatment*). Adapun rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{M_x - M_y}{\sqrt{\frac{\sum x^2 + \sum y^2}{N_x + N_y - 2} \left[ \frac{1}{N_x} + \frac{1}{N_y} \right]}}$$

Keterangan :

M= nilai rata-rata hasil per kelompok

N= banyaknya subjek

x = deviasi setiap nilai  $x_2$  dan  $x_1$

y = deviasi setiap nilai  $y_2$  dan  $y_1$

#### 4. HASIL DAN ANALISIS DATA

##### A. Persiapan Penelitian

Ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan untuk memperoleh data sebelum melakukan penelitian di lapangan diantaranya:

1. Observasi Subjek Penelitian  
Observasi dilakukan pada tanggal 24 – 26 November 2015 untuk mengetahui kondisi Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) yang sedang berlangsung di SMK IPIEMS Surabaya.
2. Menyiapkan RPP  
RPP yang akan digunakan dalam pelaksanaan penelitian adalah RPP yang disusun berdasarkan langkah-langkah penerapan metode *mindscaping*.
3. Menyiapkan Materi Pembelajaran  
Materi yang disiapkan berhubungan dengan kompetensi dasar merumuskan ide dasar iklan pada mata pelajaran iklan non cetak kelas XII.
4. Menyusun Instrumen  
Penyusunan instrumen diperlukan sebagai alat untuk pengambilan data penelitian. Instrumen yang akan digunakan berupa lembar observasi dan lembar *pre-tes* dan *post-tes*.

##### B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 18 – 22 Maret 2016 di SMK IPIEMS Surabaya. Penelitian menggunakan dua kelas yaitu di kelas, XII DKV 1 sebagai kelas eksperimen dan XII DKV 2 sebagai kelas kontrol.

Penelitian dilaksanakan selama tiga kali, pertemuan pertama untuk *pre-tes*, pertemuan kedua untuk perlakuan, dan pertemuan ketiga untuk *post-test*. Kelas eksperimen diberi

perlakuan menggunakan metode *mindscaping*, sedangkan untuk kelas kontrol menggunakan metode ceramah.

##### C. Penyajian dan Analisis

Setelah pengumpulan data selesai, langkah selanjutnya adalah penyajian data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Data-data yang telah dikumpulkan peneliti yaitu data hasil observasi observasi dan tes.

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung} 8,10 > t_{tabel} 2,68$  dengan signifikansi 5%, maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan televisi meningkat setelah penerapan metode *mindscaping*.

##### D. Pembahasan

Hasil penelitian untuk mengetahui kemampuan merumuskan ide dasar iklan dalam penerapan metode *mindscaping* pada pelajaran iklan non cetak siswa kelas XII di SMK IPIEMS Surabaya terdapat perbedaan cara penyampaian materi dan hasil. Pada kelas eksperimen (XII DKV 1), siswa diberi pembelajaran menggunakan metode *mindscaping*, sedangkan untuk kelas kontrol menggunakan metode ceramah. Materi yang dipelajari tentang merumuskan ide dasar iklan untuk media televisi. Pembelajaran diberikan dua kali untuk masing-masing kelas yang terbagi atas *pre-test*, perlakuan, dan *post-test*. Pelaksanaan penelitian pada kelas eksperimen dan kelas kontrol terdapat 5 langkah yang meliputi: (1) tahap persiapan RPP, (2) tahap persiapan materi, (3) tahap uji *pre-test*, (4) pemberian perlakuan, dan (5) tahap uji *post-test*.

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan nilai  $t_{hitung} 8,10 > t_{tabel} 2,68$  dengan signifikansi 5%, maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan metode *mindscaping* berpengaruh meningkatkan kemampuan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan televisi pada mata pelajaran iklan non cetak kelas XII DKV di SMK IPIEMS Surabaya.

#### 5. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan uraian rumusan masalah dan hasil perhitungan analisis data pada bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis observasi keterlaksanaan penerapan metode *mindscaping* untuk

guru termasuk dalam kategori baik sekali. Maka dari data observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa keterlaksanaan penerapan metode *mindscaping* untuk meningkatkan kemampuan merumuskan ide dasar iklan pada mata pelajaran iklan non cetak siswa kelas XII di SMK IPIEMS Surabaya terlaksana dengan baik sekali.

2. Penerapan metode *mindscaping* dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam merumuskan ide dasar iklan pada mata pelajaran iklan non cetak kelas XII DKV di SMK IPIEMS Surabaya. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis *pre-test* dan *pos-test* siswa dimana menunjukkan bahwa kelas eksperimen (XII DKV 1) yang diberi perlakuan menggunakan metode *mindscaping* mengalami kenaikan kemampuan merumuskan ide dasar iklan yang signifikan jikadibandingkan dengan kelas kontrol (XII DKV 2) yang menggunakan metode ceramah.

#### B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan mencantumkan hasil dan pembahasan, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Guru dan siswa perlu mempersiapkan alat dan bahan untuk membuat *mindscaping* sesuai materi pembelajaran.
2. Siswa perlu mempersiapkan informasi mengenai produk/jasa/layanan masyarakat yang akan diiklankan sebelum memulai pembelajaran
3. Guru diharapkan untuk selalu membimbing siswa dalam berlatih *mindscaping* agar hasilnya baik.

Jaiz Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*.

Yogyakarta: Graha Ilmu

Margulies Nancy, Christine. 2008. *Pemikiran Visual*.

Jakarta: Indeks

Olivia Femi. 2010. *Visual Mapping: Memaksimalkan Otak Kiri dan Kanan dengan Pemetaan Visual*.

Jakarta: PT Elex Media

Komputindo

Seels Barbara, Richey. 1994. *Teknologi Pembelajaran Definisi dan Kawasannya*.

Jakarta: Unit Percetakan

Universitas Universitas

Negeri Jakarta

Trianto. 2012. *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif – Progresif*.

Jakarta: Kencana Prenada Media

Group

Y Hendy. 2009. *Belajar Membuat Iklan Sukses: dengan Contoh Sketsa Ide dan Iklan*.

Yogyakarta: Graha Ilmu

#### DAFTAR PUSTAKA

Arikunto Suharsimi. 2013.

*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.

Jakarta: Rineka Cipta

Azwar Saifuddin. 2012.

*Reliabilitas dan Validitas*.

Yogyakarta: Pustaka

Pelajar

Desmita. 2010. *Psikologi*

*Perkembangan Peserta*

*Didik*. Bandung: Remaja

Rosdakarya