

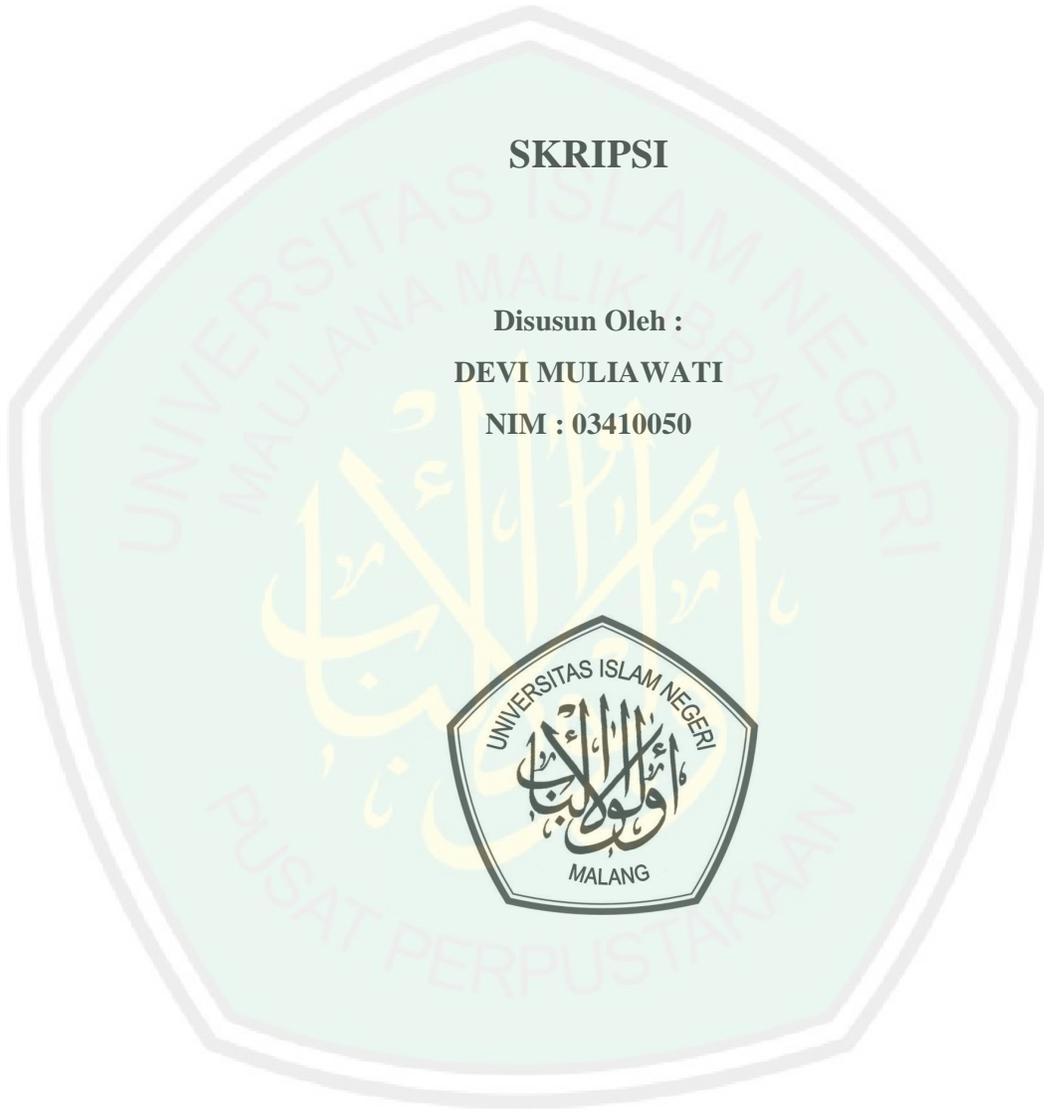
**HUBUNGAN SUGESTI TENTANG SUNTIK HIV/AIDS  
DENGAN MINAT KONSUMEN MENGUNJUNGI MATOS  
Pada Mahasiswa Psikologi UIN Malang Angkatan 2004 & 2005**

**SKRIPSI**

Disusun Oleh :

**DEVI MULIAWATI**

**NIM : 03410050**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG**

**2007**

**HUBUNGAN SUGESTI TENTANG SUNTIK HIV/AIDS  
DENGAN MINAT KONSUMEN MENGUNJUNGI MATOS  
Pada Mahasiswa Psikologi UIN Malang Angkatan 2004 & 2005**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Dekan Fakultas Psikologi UIN Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)

Oleh :

**DEVI MULIAWATI**

**NIM : 03410050**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG**

**2007**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HUBUNGAN SUGESTI TENTANG SUNTIK HIV/AIDS**  
**DENGAN MINAT KONSUMEN MENGUNJUNGI MATOS**  
**Pada Mahasiswa Psikologi UIN Malang Angkatan 2004 & 2005**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**DEVI MULIAWATI**  
**NIM : 03410050**

Telah Disetujui oleh:  
**Dosen Pembimbing**

**Andik Roni Irawan, M. Si**  
**NIP. 150 294 454**

**Tanggal Oktober 2007**

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Psikologi**

**Drs. H. Mulyadi, M. Pd. I**  
**NIP. 150 206 243**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HUBUNGAN SUGESTI TENTANG SUNTIK HIV/AIDS  
DENGAN MINAT KONSUMEN MENGUNJUNGI MATOS  
Pada Mahasiswa Psikologi UIN Malang Angkatan 2004 & 2005**

**SKRIPSI**

Oleh :

**DEVI MULIAWATI**

**NIM : 03410050**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Tanggal, 23 Oktober 2007

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**TANDA TANGAN**

- |    |   |                 |   |       |
|----|---|-----------------|---|-------|
| 1. | Drs. H. Mulyadi, M.Pd.I<br>NIP. 150 206 243 | (Ketua Penguji) | 1 | _____ |
| 2. | Fathul Lubabin Nuqul<br>NIP. 150 327 249    | (Penguji Utama) | 2 | _____ |
| 3. | Andik Roni Irawan, M.Si<br>NIP. 150 294 454 | (Sekretaris)    | 3 | _____ |

**Mengesahkan  
Dekan Fakultas Psikologi**

**Drs. H. Mulyadi, M.Pd.I  
NIP. 150 206 243**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Muliawati  
NIM : 03410050  
Fakultas : Psikologi  
Judul Skripsi : HUBUNGAN SUGESTI TENTANG SUNTIK HIV/AIDS  
DENGAN MINAT KONSUMEN MENGUNJUNGI MATOS  
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UIN MALANG  
ANGKATAN 2004 & 2005

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan/atau Pengelola Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapat sanksi akademis.

Malang, Oktober 2007

Yang menyatakan,

Devi Muliawati

## Motto

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Dan Dialah

Yang telah menciptakan bagi kamu sekalian,  
pendengaran, penglihatan dan hati.

Tetapi amat sedikit dari kamu

yang bersyukur

(QS. Al-Mukminun, 23:78)

Rasa takut dan gentar

Tidak boleh menghalangi kita

Dari memburu beruntai harapan yang kita punya

(Jhon F. Kennedy)

## *Kupersembahkan*

*karya yang sederhana ini teruntuk;*

*Allah SWT atas rahmat dan ridhoNya  
Yang masih memberiku kesempatan untuk  
dapat menghirup udara dipagi hari sampai detik ini*

*Ayahanda dan Ibunda tercinta,  
Kakak-kakakku  
Guru-guruku  
Sahabat-sahabatku  
&  
Seseorang yang telah menantiku disana...*

*Atas cinta, kasih sayang,  
spirit, keikhlasan  
Serta do'a suci*

## KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan yang sedalam-dalamnya kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul Hubungan Sugesti Suntik HIV/AIDS dengan Minat Konsumen Mengunjungi Matos pada Mahasiswa UIN Malang Angkatan 2004 & 2005. Begitu juga shalawat dan salam semoga tetap terhaturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai *uswatun hasanah* bagi seluruh umat manusia.

Penulis sadar terselesaikannya karya ini tidak hanya hasil kerja penulis saja, melainkan atas bantuan dari berbagai pihak. Kesempatan kali ini penulis tidak lupa mengucapkan rasa terima kasih setulus hati kepada semua pihak atas sumbangan pemikiran maupun dukungan moril dalam terwujudnya penulisan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof DR. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri Malang.
2. Bapak Drs. H. Mulyadi M.Pdi selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang.
3. Bapak Andik Roni Irawan, M.Si selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran serta mengarahkan penulis selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi.

4. Ayahanda (Alm) Ibunda, Kakak-kakakku yang telah memberikan kasih sayang, do'a, semangat dan nasehatnya juga dukungan moril dan terutama atas doa restunya.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang beserta stafnya atas ilmu dan pengalaman yang telah didarmakan.
6. Bapak Sutan selaku Manager Affair gedung MATOS atas bantuannya
7. Bapak Lutfi Abu Kasim manager Cineplex MATOS 21 yang telah memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian pada perusahaan yang dipimpinya
8. Seluruh pihak, saudara dan teman-teman yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung demi terselesainya penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Kekurangan dan keterbatasan yang ada dalam penulisan skripsi ini mewujudkan harapan untuk memberikan yang terbaik dan bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan tulisan ini. Demikianlah apa yang dapat saya sampaikan dalam tulisan ini, semoga apa yang saya hasilkan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi pihak-pihak yang terkait dengan skripsi ini.

Malang, Oktober 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II : KAJIAN TEORI</b>	
A. Minat	
1. Pengertian Minat .....	11
2. Ciri-ciri Minat .....	13
3. Jenis-Jenis Minat .....	15
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat .....	18
5. Proses-Proses Minat .....	19
6. Minat Konsumen .....	21
7. Minat dalam Pandangan Islam .....	23
B. Sugesti	
1. Pengertian Sugesti .....	25
2. Macam-Macam Sugesti .....	27
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sugesti .....	28
4. Aspek-Aspek Sugesti .....	32
5. Sugesti dalam Pandangan Islam .....	33
C. HIV/AIDS	
1. Pengertian HIV/AIDS .....	36
2. Dampak Fisiologis dan Psikologis HIV/AIDS .....	39
3. Penularan HIV/AIDS .....	41
4. Kondisi-kondisi HIV Tidak Dapat Tertular .....	42
5. Pencegahan HIV/AIDS .....	44
6. HIV/AIDS dalam Pandangan Islam .....	45
D. Hubungan Sugesti Suntik HIV/AIDS Dengan Minat Konsumen.....	47
E. Hipotesis Penelitian.....	48

**BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	50
B. Definisi Operasional .....	50
C. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	51
D. Metode Pengumpulan Data .....	53
E. Validitas dan Reliabilitas .....	57
F. Metode Analisis Data .....	60

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Objek Penelitian .....	64
1. Cineplex MATOS 21 .....	64
2. Fakultas Psikologi UIN Malang .....	68
B. Hasil Penelitian .....	72
C. Pembahasan .....	78

**BAB V: PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	87

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Sebaran HIV dan AIDS Positif .....	8
Tabel 3.1	Penilaian Skala .....	54
Tabel 3.2	Blue Print Skala Sugesti Tentang Suntik HIV/AIDS .....	55
Tabel 3.3	Blue Print Skala Minat Konsumen .....	56
Tabel 3.4	Kategori Penilaian Skala .....	62
Tabel 3.5	Rancangan Desain Penelitian .....	63
Tabel 4.1	Jumlah Karyawan Cineplex MATOS 21 .....	66
Tabel 4.2	Jumlah Mahasiswa UIN Malang .....	71
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Sugesti Tentang Suntik HIV/AIDS .....	72
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Minat Mngunjungi MATOS .....	73
Tabel 4.4	Rangkuman Reliabilitas Sugesti Terhadap Suntuk HIV/AIDS dan Minat Konsumen Mengunjungi MATOS.....	74
Tabel 4.5	Kategori Tingkat Variabel Sugesti .....	75
Tabel 4.6	Proporsi Sugesti .....	75
Tabel 4.7	Proporsi Minat .....	76
Tabel 4.8	Korelasi Sugesti Dengan Minat .....	77
Tabel 4.9	Hasil Korelasi Sugesti Tentang Suntik HIV/AIDS Dengan Minat konsumen mengunjungi MATOS .....	77
Tabel 4.10	Proporsi Sugesti dan Minat .....	84

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Cineplex 21 MATOS ..... 65



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Skala Sugesti Tentang Suntik HIV/AIDS dan Skala Minat Konsumen Mengunjungi MATOS.
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument Penelitian
3. Data Hasil Penelitian dan Perhitungan Korelasi
4. Bukti Konsultasi, Surat Izin Penelitian dan Surat Keterangan Lain.
5. Struktur Organisasi
6. Rekap Registrasi Mahasiswa



## ABSTRAK

**Muliawati, Devi.** 2007. *Hubungan Sugesti Tentang Suntik HIV/AIDS Dengan Minat Konsumen Mengunjungi MATOS Pada Mahasiswa Psikologi UIN Malang Angkatan 2004 & 2005*, Skripsi, Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang.

**Pembimbing** : Andik Roni Irawan, M.Si.psi  
**Kata Kunci** : Sugesti, Suntik HIV/AIDS, Minat Konsumen

Berita yang terjadi pada awal tahun 2007, mengenai penyebaran HIV/AIDS kepada konsumen melalui jarum suntik yang diindikasikan berisi HIV pada saat mengunjungi Malang Town Square (MATOS), cukup meresahkan masyarakat terutama pengunjung MATOS yang dijadikan tempat sasaran proganda tindak kriminal tersebut. Berita itu juga sampai kepada mahasiswa UIN Malang, diantaranya mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Malang. Berita yang diterima tanpa adanya pertimbangan dan penelitian sebelumnya serta diterima apa adanya merupakan suatu proses sugesti. Sugesti sendiri dapat bersifat positif maupun negatif. Sugesti positif apabila dapat memberikan manfaat dan memiliki dampak yang baik, sedangkan sugesti negatif apabila hal itu memiliki dampak yang merugikan atau tidak baik. Begitu juga dengan minat seseorang, akan semakin besar apabila obyek yang diminati itu menguntungkan, sebaliknya apabila merugikan maka minat cenderung berkurang. Minat merupakan suatu ketertarikan kepada suatu obyek yang disenangi, kemudian diikuti dengan usaha untuk meraih obyek yang disenangnya itu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sugesti tentang suntik AIDS dan minat mahasiswa Psikologi UIN Malang mengunjungi MATOS serta dapat mengetahui tingkat masing-masing variabel. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas adalah sugesti dan variabel terikat adalah minat. Sampel yang diambil adalah mahasiswa Psikologi UIN Malang angkatan 2004 & 2005 dengan jumlah 50 responden, menggunakan teknik *Purpose Sampling*. Instrumen penelitian menggunakan skala sugesti yang berjumlah 36 item dan skala minat yang berjumlah 37 item. Data dianalisis menggunakan persamaan *Product Moment Correlation* dari Pearson.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat sugesti tinggi 20 %, sedang 64%, rendah 16%. Untuk minat mengunjungi MATOS diperoleh hasil tinggi 14%, sedang 68%, rendah 18%. Korelasi antara variabel adalah  $r_{xy} = -0,375$  yang berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima bahwa terdapat hubungan yang negatif antara sugesti tentang suntik HIV/AIDS dengan minat mengunjungi MATOS. Dimana apabila sugesti tentang suntik HIV/AIDS tinggi maka minat mengunjungi MATOS rendah, Sebaliknya apabila sugesti rendah, maka minat tinggi. *Koefisien Determinan* kedua variabel berjumlah 14%.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan memberi manfaat serta masukan yang baik bagi subjek yang diteliti, bagi lembaga, dan bagi peneliti selanjutnya.

## ABSTRACT

**Muliawati, Devi.** 2007. *The Relation of Autosuggestion about HIV/AIDS Injection with Consumer's Enthusiasm for Visiting MATOS of Psychology Student UIN Malang on 2004 & 2005 generation, Thesis, Malang: The Faculty of Psychology the State Islamic University of Malang.*

Advisor : Andik Roni Irawan, M.Si.Psi

Keywords : Autosuggestion, HIV/AIDS inject, Consumer's Enthusiasm

---

News that happened in the early 2007, hitting HIV/AIDS spreading to consumer through hypodermic needle which the indication contain HIV at visiting Malang Town Square (MATOS), this news is fret societies especially visitor on MATOS as the target of proganda place act the criminals. That news spread to the students at UIN Malang, among of them is Psychology students at UIN Malang. That news is accepted without previous research and consideration then accepted as autosuggestion process. Autosuggestion itself can have the positive and negative characters. Positive autosuggestion if it can give benefit and have good impact, while negative autosuggestion if that matter have impact of the prejudicial or bad. Therefore it has impact to somebody enthusiasm will be ever greater if object enthused that profit, on the contrary if have negative impact the enthusiasm tend to decrease. Enthusiasm as an interest to the pleased object then followed with the effort to reach for the favorite object.

The objective of this research to know the autosuggestion relation and enthusiasm of Psychology students at UIN Malang in visiting MATOS and know the level of each variable. In this research there are two variables that are free variable autosuggestion and trussed variable is enthusiasm. The sample are Psychology students in UIN Malang of 2004 & 2005 generation with amount 50 responder, using Purpose Sampling technique. The research instrument use autosuggestion scale total is 36 items and the total of enthusiasm is 37 items. The data analyzed use equation Product Moment Correlation from Pearson.

The result research indicates that high autosuggestion 20 %, medium 64%, lowering 16%. For the visitor's enthusiasm MATOS obtained a high result 14%, medium 68%, lowering 18%. The correlation between variable  $r_{xy} = - 0,375$  meaning hypothesis in this research is accepted that there are negative relation between autosuggestion about HIV/AIDS injection with enthusiasm of visiting MATOS. Where if autosuggestion about the high HIV/AIDS injection so the visitor's enthusiasm of MATOS is low, while if low autosuggestion, so the enthusiasm is high. The coefficient Determinant of both variables amount to 14%.

Based on the result of this research, expected can be made a consideration and give benefit and also the input which is both for research subject, for institute, and for next researcher.

## المستخلص

مولياواتي، دفي. 2007. علاقة الإيحاء عن الحقن HIV/AIDS برغبة المستهلك يزور إلى MATOS على الطلاب في علم النفس في الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج في مرحلة. 2005 & 2004 البحث الجامعي. مالانج: الكلية في علم النفس في الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: أنديك راني اروان، الماجستير. الكلمة الرئيسية: إيحاء، حقن HIV/AIDS ، رغبة المستهلك .

الخبر الذي حدث في أول سنة 2007 ، عن انتشار الحمة HIV/AIDS إلى المستهلك من إبرة الحقن يشير أن يتضمن الحمة HIV/AIDS في وقت يزور إلى MATOS، كفى هذا الخبر متكرر المجتمع خصوصا مزير MATOS الذي يكونه مكان الهدف الدعاية ذلك خلق الاجرام. ذلك الخبر يصل إلى الطلاب في الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج، منها طلاب الكلية في علم النفس في الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج. الخبر الذي يقبل بدون موجود نظر في جفن العين والبحث قبله مع يقبل بدون موجود عملية الإيحاء. الإيحاء هو يستطيع أن يوصف ايجابي وسليبي. الإيحاء ايجابي هو إذا كان يستطيع أن يعطى منفعة ويملك أثر الخير، وأما الإيحاء سلبى هو إذا كان ذلك الحال يملك أثر الذي يخسر أو القبيح أو غير جيد. وكذلك برغبة الشخص كلما يزيد كبير إذا موضوع رغبته ربح، وبالعكس إذا خسر أن تنقص رغبته مائل. رغبة هي جذب اهتمامه على الموضوع الذي يحبه ثم يتباعه بسعي ليجتذب ذلك الموضوع الذي يحبه.

يهدف هذا البحث ليعرف ارتباط الإيحاء ورغبة الطلاب في علم النفس في الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج يزور إلى MATOS مع يستطيع أن يعرف كل واحد من مرحلة القابل للتغيير. في هذا البحث اثنان القابل للتغيير هما القابل للتغيير حر وهو ايحاء و القابل للتغيير مربوط وهو رغبة. عينة التى تأخذ الباحثة وهي الطلاب في علم النفس في الجامعة الإسلامية الحكومية مالانج في مرحلة 2005 & 2004 ببلغ خمسون إستجابات

بستعمل صناعة. Purpose Sampling.

يستعمل آلة البحث مقياس الإيحاء ببلغ ستة وثلاثين أشياء ومقياس الرغبة ببلغ سبعة وثلاثين أشياء. ستحلل البيانات أن تستعمل مستوى حاصل فترة امتياز الارتباط من Pearson.

نتيجة البحث يدل أن مرحلة الإيحاء مرتفع في 20% ، ومتوسط في 64% ، وواطي في 16% لرغبة يزور إلى MATOS أن يحصل نتيجة مرتفع في 14% ، ومتوسط في 68% ، وواطي في 18% ربط بين قابل للتغيير هو وفرضية في هذا البحث يقبل أن ارتباط سلبي بين إيحاء عن الحقن HIV/AIDS برغبة يزور إلى MATOS إذا إيحاء واطي فرغبة مرتفع. العامل Determinan اثنان قابل للتغيير ببلغ 14% وعلى الأساس بنتيجة البحث، ترجوا الباحثة أن هذا البحث يستطيع أن يكون نظر في جفن العين ويعطى منفعة مع مداخلة الخير لشخص الذي يبحث، لمؤسسة، وللباحثة بعد ذلك.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk ciptaan Allah memiliki keutamaan dibandingkan makhluk lain. Dengan akal, manusia dapat belajar dan memperoleh pengetahuan dan wawasan yang sebelumnya tidak diketahui, dengan akal pula manusia dapat mengembangkan kecakapan, keterampilan, kreasi yang bermacam-macam.

Kemampuan manusia tidak terlepas dari gejala-gejala yang menyertai tingkah lakunya, diantaranya adalah gejala pengenalan (*kognisi*) yaitu segenap gejala yang terdapat dalam kejiwaan, sebagai hasil dari pengenalan;<sup>1</sup> gejala perasaan/emosi (*afeksi*) yaitu suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subyektif;<sup>2</sup> gejala kemauan (*konasi*) yaitu aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan.<sup>3</sup> Ketiga gejala tersebut di atas dikenal dengan gejala *trichotomi*, selain itu terdapat gejala yang tidak termasuk pada pembagian *trichotomi* yang disebut dengan gejala campuran diataranya adalah perhatian, kelelahan dan sugesti.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, (Bandung: Alumni: 1984), hlm. 56

<sup>2</sup> Ahmadi A. *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta:1992), hlm. 101

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm. 113

<sup>4</sup> Ahmadi, A. & Umar M.A. *Psikologi Umum*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1996), hlm. 92

Adapun yang dimaksud sugesti adalah pengaruh psikis, baik yang datang dari diri sendiri, maupun yang datang dari orang lain, yang pada umumnya diterima tanpa adanya kritik dari individu yang bersangkutan.<sup>5</sup> Dalam sugesti terdapat unsur saling mempengaruhi baik yang datang dalam dirinya maupun dari luar.

Sugesti dalam prakteknya, mempunyai empat aspek. *Pertama*, sugesti yang dibuat diri sendiri, *kedua* sugesti yang dibuat untuk orang lain, *ketiga* sugesti yang dibuat untuk makhluk yang lebih rendah tingkatannya, *keempat* sugesti yang sedikit diketahui oleh dunia keilmuan dan hanya yang dimengerti oleh para ahli mistik.<sup>6</sup>

Sugesti memiliki peranan besar dalam pembentukan norma kelompok, prasangka kelompok, norma politik dan sebagainya. Sebab pada umumnya, diantara pedoman-pedoman tingkah laku individu banyak dari adat kebiasaan yang diambil oper begitu saja, tanpa pertimbangan lebih lanjut. Hal ini disebabkan karena kehidupan zaman modern semakin kompleks sehingga dengan mengambil oper pandangan lain, lebih mudah dapat mereka hadapi persoalan yang makin kompleks itu.<sup>7</sup>

Banyak orang yang tidak menyadari seberapa besar dia telah bergantung kepada sugesti dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam membentuk opini tentang obyek lain. Segala perkataan, pujian atau celaan

---

<sup>5</sup> - Ahmadi, A. dkk *Psikologi Sosial* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), hlm. 58

- Bimo Walgito, *Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), hlm.67

<sup>6</sup> Inayat Khan, *Dimensi spiritual Psikologi*, terjemahan oleh Andi Haryadi, (Bandung: Pustaka Hidayah: 2000), hlm. 63

<sup>7</sup> Gerungan, W.A. *Psikologi Sosial* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2002), hlm. 60

orang lain yang sampai ketelinga segera tampak sebagai kebenaran.<sup>8</sup> Hanya sedikit saja di dunia ini orang yang dapat menolak sugesti yang datang kepada dirinya dari orang lain, meski mereka tidak mengetahui fakta-fakta itu sendiri.

Faktor sugesti tidak luput dari perusahaan-perusahaan atau intansi-intansi yang memberikan pelayanan baik itu berupa barang maupun jasa kepada masyarakat luas pada umumnya dan konsumen pada khususnya. Ketatnya persaingan di dunia perdagangan menuntut para pengusaha untuk mengambil suatu tindakan yang benar, cepat, dan tepat. Hal itu dilatarbelakangi oleh persaingan dan kondisi untuk bersaing mendapatkan suatu tujuan yang ingin dicapai, salah satunya adalah bersaing dalam mendapatkan, membujuk serta mempengaruhi konsumen.

Sesuatu yang wajar apabila dalam rangka memasuki era persaingan bebas (globalisasi), masing-masing perusahaan akan berlomba-lomba untuk dapat memenangkan persaingan. Berbagai cara, strategi dan kebijakan perusahaan terus dikembangkan dan diefektifkan. Hasilnya, perusahaan yang unggul adalah perusahaan yang dapat meraih keuntungan besar melalui kepuasan pelanggan.<sup>9</sup>

Persaingan-persaingan tersebut dapat berbentuk positif seperti meningkatkan kualitas, baik itu kualitas barang maupun pelayanan, iklan yang menarik, promo-promo hadiah dan sebagainya, atau dapat pula melalui persaingan yang negatif seperti menyebarkan propaganda, pemalsuan, saling jegal antara perusahaan dan intansi terkait.

---

<sup>8</sup> Inayat Khan, *Op.cit* hlm. 42

<sup>9</sup> Amirullah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002), hlm. 1

Di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan bahkan kota Malang telah beredar informasi yang mengarah kepada tindakan sugesti negatif berupa isu, propaganda yang berkembang di masyarakat mengenai kejahatan dengan modus menularkan HIV/AIDS dengan menggunakan suntikan yang berisi virus tersebut terhadap konsumen yang sedang berbelanja terutama di tempat-tempat yang ramai, padat pengunjung seperti *mall*, bioskop serta pusat perbelanjaan lainnya.

Suntikan yang mengandung virus HIV tersebut biasanya diletakkan secara vertikal ditempat yang tersembunyi seperti kursi di bioskop atau bahkan ditusukkan langsung oleh pelaku kepada korban ketika sedang berjalan atau berbelanja. Setelah orang yang terkena suntikan itu tersadar dengan apa yang telah dialaminya, kemudian dia akan memperoleh tulisan yang berbunyi: “Selamat Anda Telah Bergabung Bersama Kami Di Dunia HIV”.<sup>10</sup>

Salah satu pusat perbelanjaan di Malang yang terkena imbas dari isu dan propaganda negatif tersebut adalah MATOS atau Malang Town Square yang terletak di jalan Veteran, Malang. Dampak yang sangat besar terlihat jelas terutama di lokasi Bioskop “Matos 21” dan tidak menutup kemungkinan penyebarannya dapat ditempat lain pada gedung yang sama seperti Hypermart Swalayan dan Matahari Departement Store atau bahkan di jalan umum yang pengunjungnya ramai.

Infomasi yang tidak jelas kebenarannya dan telah beredar itu telah meresahkan masyarakat termasuk juga para pelajar, mahasiswa-mahasiswi

---

<sup>10</sup> Brawijaya Forum, *Gossip Penyebaran Virus Hiv/Aids Di Tempat Hiburan*, Brawijaya University, Malang, <http://www.brawijayaforum.com.htm>

yang menuntut ilmu di kota Malang yang telah dinobatkan sebagai kota pendidikan di Indonesia, terlepas dari fakta ataupun kebenaran informasi tersebut, dengan adanya proses sugesti, dimana berlangsung adanya suatu kegiatan saling mempengaruhi proses kejiwaan seperti pikiran, perasaan, dan kemauan orang lain sehingga dapat menyurutkan minat mereka untuk mendatangi pusat perbelanjaan dan hiburan seperti di MATOS.

Menurut Slameto Minat adalah suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri.<sup>11</sup>

Penelitian terdahulu mengenai minat konsumen seperti dilakukan oleh Albari dan Anita Lestari, berkesimpulan: “secara umum faktor keyakinan konsumen, norma subyektif, dan sikap mempunyai pengaruh positif terhadap minat konsumen. Baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama menunjukkan nilai positif taraf signifikansi di bawah 5%.”<sup>12</sup> Dengan kata lain minat seseorang akan timbul berdasarkan adanya stimulus yang diterima, selanjutnya minat terwujud oleh adanya sikap untuk meraihnya.

Mengenai menyurutnya minat mengunjungi MATOS, diperoleh data melalui wawancara kepada sepuluh mahasiswa UIN, tujuh orang berpendapat mereka tidak mau mendatangi Matos, baik itu untuk berbelanja, ke bioskop atau sekedar jalan-jalan, dari ketujuh orang itu, lima orang berpendapat untuk

---

<sup>11</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003)

<sup>12</sup> Albari & Anita Lestari, *Analisis Minat Beli Konsumen Sabun Cair Lux, Biore. dan Lifebuoy. Jurnal Ilmu pengetahuan Sosial (JBS)*, (Yogyakarta: Fakultas UII, 2004)

pindah ke tempat lain, dua orang lebih suka di rumah atau di kost saja dan tiga orang tidak terpengaruh dengan adanya berita itu.<sup>13</sup>

Responden lain, yaitu mahasiswi fakultas Pendidikan Islam UIN Malang mengatakan, ia memperoleh berita dari teman kuliahnya bahwa seorang teman dari temannya terkena suntikan yang berisi virus HIV ketika mengunjungi MATOS, keesokan harinya ia demam tinggi dan kondisi tubuhnya melemah, dampaknya mahasiswi fakultas Psikologi semester akhir itu tidak dapat menyelesaikan skripsinya sehingga kuliahnya terhenti.<sup>14</sup>

Dampak dari adanya pemberitaan itu juga terlihat di Universitas lain di Malang, terutama yang letaknya berdekatan dengan MATOS, seperti Universitas Negeri Malang (UNM) dan Universitas Brawijaya (UB). Bahkan dari pihak UB, terdapat forum tersendiri yang mendiskusikan mengenai masalah ini dalam situs internet yang dikenal dengan situs yang bernama "Brawijaya Forum". Hampir sebagian responden mahasiswa yang berpartisipasi dalam berbagi pikiran melalui dunia maya itu merasa terganggu dan khawatir akan berita itu sesuai dengan pendapatnya masing-masing.<sup>15</sup>

Ketika dimintai keterangan mengenai masalah ini, bagian pengelola gedung MATOS yang menangani terhadap permasalahan-permasalahan yang terjadi di gedung MATOS, yaitu *Manager Affair* mengungkapkan bahwa, "selama ini belum ada laporan dari konsumen yang terkena infeksi HIV di MATOS, demikian juga dari pihak kepolisian tidak menemukan bukti. Hanya

---

<sup>13</sup> Wawancara pada tanggal 20-23 Juli 2007

<sup>14</sup> Wawancara pada tanggal 25 Juli 2007

<sup>15</sup> Brawijaya Forum, *Op.cit*

saja dari pihak pengelola menambahkan satuan pengaman di titik-titik lokasi yang dianggap rawan.”<sup>16</sup>

Mengenai informasi yang meresahkan itu, ketua Yayasan Pelita Ilmu Husein Habsy pada suatu kesempatan memberikan keterangan pers di sebuah kafe di Menara Jamsostek, Jl Gatot Subroto, Jakarta, Rabu (20/12/2006) mengatakan:

Informasi mengenai penularan HIV/AIDS yang sengaja dipasang di kursi bioskop tidak benar, darah terinfeksi HIV bisa menularkan virus bila kondisinya masih segar, dipastikan saat disuntikkan, virus HIV sudah mati. Melalui kerja sama dengan Polda Metro Jaya untuk menyelidiki lebih lanjut tidak ditemukan bukti yang mendukung. Isu penularan AIDS dengan cara itu bukanlah hal baru, sudah muncul sejak 1997. Diperkirakan ada saling jejal antara instansi yang satu dengan lainnya.<sup>17</sup>

Merupakan suatu hal yang wajar apabila masyarakat merasa paranoid dengan virus HIV dan penyakit AIDS, karena sampai detik ini belum ada obat yang dapat menyembuhkannya dan seringkali berakhir kematian.

Berdasarkan laporan yang diperoleh dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia, hampir semua provinsi di Indonesia telah ditemukan kasus HIV positif, bahkan sudah terjangkit penyakit AIDS, dengan demikian penyebaran HIV hampir merata di Indonesia. Selanjutnya berikut ini adalah data yang diperoleh dari departemen kesehatan Republik Indonesia yang tercatat sampai bulan Juni 2007:

---

<sup>16</sup> Wawancara pada tanggal 30 Juli 2007, dengan General Affair MATOS pada pukul 13.15 wib

<sup>17</sup> Brawijaya Forum, *Op.cit*

**Tabel 1.1**  
**Sebaran Hiv dan AIDS Positif**

No	Propinsi	HIV	AIDS	Jumlah	Mati
1.	Dki Jakarta	1233	10334	2267	222
2.	Papua	632	406	1038	149
3.	Jawa Timur	282	216	498	67
4.	Jawa Barat	131	121	252	32
5.	Bali	283	100	383	27
6.	Riau	204	91	295	41
7.	Kalimantan Timur	82	70	152	19
8.	Sumatera Utara	64	67	131	25
9.	Jawa Tengah	77	40	117	28
10.	Sumatera Selatan	74	24	98	11
11.	Maluku	33	28	61	20
12.	Sulawesi Utara	1	55	56	28
13.	Yogyakarta	30	18	48	7
14.	Sulawesi Selatan	32	14	46	12
15.	Banten	37	5	42	1
16.	Kalimantan Timur	35	4	39	3
Jumlah		3230	11593	5523	692

*The Global Fund, 2007*

Melihat dari tabel diatas dapat diambil pelajaran bahwa, meskipun penyebaran yang tidak merata di beberapa propinsi, tapi dapat dikatakan bahwa hampir semua propinsi Indonesia telah terpapar HIV. Adanya fenomena atau misteri gunung es pada kasus HIV, kemungkinan angka sebenarnya jauh lebih besar daripada yang tampak. Apalagi dengan sedikitnya orang-orang yang berisiko tinggi melakukan pemeriksaan VCT (*voluntary counseling test*).

Berdasarkan fakta yang ada, penulis menginginkan bukti empiris mengenai “Hubungan Sugesti Suntik HIV/AIDS dengan Minat Konsumen Mahasiswa Psikologi Angkatan 2004 dan 2005 UIN Malang Mengunjungi MATOS”

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat sugesti tentang penyuntikan HIV/AIDS terhadap konsumen pada mahasiswa?
2. Bagaimana tingkat minat mahasiswa mengunjungi MATOS?
3. Bagaimana hubungan sugesti tentang penyuntikan HIV/AIDS dengan minat mahasiswa Psikologi angkatan 2004 & 2005 untuk mengunjungi pusat perbelanjaan Malang Town Square?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan yang nantinya akan dicapai dari diadakannya penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui tingkat sugesti tentang penyuntikan HIV/AIDS terhadap konsumen pada mahasiswa?
2. Untuk mengetahui tingkat minat mahasiswa mengunjungi MATOS?
3. Untuk mengetahui hubungan sugesti tentang penyuntikan HIV/AIDS dengan minat mahasiswa Psikologi angkatan 2004 & 2005 untuk mengunjungi pusat perbelanjaan Malang Town Square?

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Diharapkan dari hasil penelitian ini, selanjutnya dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Memberi sumbangan bagi keilmuan Psikologi, khususnya Psikologi Industri dan dapat menambah serta memberikan informasi yang dapat meningkatkan dan mengembangkan wawasan yang telah didapat di bangku perkuliahan.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini, dapat memberi manfaat sebagai bahan pertimbangan bagi instansi terkait, terutama yang berhubungan dengan konsumen dan sebagai informasi bagi segenap pihak yang membutuhkan informasi sesuai tema dari penelitian ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Minat Konsumen

##### 1. Pengertian Minat

Kata minat merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *interest* yang berarti menarik atau tertarik. Dalam kamus Psikologi, minat didefinisikan sebagai:<sup>18</sup> a) Suatu penahanan sikap yang melibatkan perhatian individual untuk membuatnya selektif/teliti terhadap benda atau objek yang diperhatikan; b) Perasaan bahwa suatu aktifitas tertentu, jabatan atau objek adalah berharga bagi individu; c) Suatu keadaan motivasi, atau sikap yang membimbing perilaku dalam suatu arah tertentu kepada tujuan.

Higlard yang dikutip oleh Slameto, memberi rumusan tentang minat sebagai berikut: “*interest is persisting tendency to pay attention to and enjoy some activity or content*” atau minat adalah kecenderungan untuk tetap memperhatikan dan menikmati beberapa kegiatan.<sup>19</sup>

Slameto mendefinisikan minat sebagai suatu rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri

---

<sup>18</sup> Anshari H. *Kamus Psikologi*, (Surabaya: Usaha Nasional 1996), hlm. 299

<sup>19</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, ( Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm 57

dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, akan semakin besar minat.<sup>20</sup>

Whiterington mendefinisikan minat sebagai kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, sesuatu, atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Minat merupakan suatu sambutan yang sadar, tanpa kesadaran minat tidak akan berarti. Oleh karena itu pengetahuan tentang obyek harus ada terlebih dulu daripada minat.<sup>21</sup>

Menurut Crow and Crow, minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberi stimuli yang mendorong untuk memperhatikan seseorang atau suatu barang, kegiatan atau sesuatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri.<sup>22</sup> Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut.

Shaleh dan Wahab juga mengartikan minat sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>23</sup>

Dikatakan pula oleh Shaleh dan Wahab dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada pemusatan perhatian subyek, ada usaha (untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai,

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm 180

<sup>21</sup> Whiterngton, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Aksara Baru, 1985), hlm.135

<sup>22</sup> Crow & crow. *Psikologi Pendidikan*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1984), hlm 351

<sup>23</sup> Shaleh R.S. & Wahab M.A. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm 263

berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari obyek.

Menurut As'ad, minat adalah sikap yang membuat orang senang. Dan hal itu diikuti oleh perasaan dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu.<sup>24</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian minat tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan individu untuk memperhatikan, menyenangkan dan tertarik suatu obyek dengan disertai perasaan suka secara sadar tanpa ada yang menyuruh dengan maksud bahwa aktifitas yang dilakukan adalah hasil dari proses pemikiran dan apresiasi rasa senang terhadap aktifitas tersebut, dan tidak berdasar atas tekanan dan ancaman.

## 2. Ciri-ciri Minat

Menurut Crow & Crow, ciri-ciri minat antara lain:

- a. Minat timbul dari perasaan senang terhadap suatu objek atau situasi yang menarik perhatian seseorang.
- b. Minat dapat menyebabkan seseorang menaruh perhatian secara spontan, wajar, tanpa paksaan
- c. Minat dapat merangsang seseorang untuk mencari obyek atau situasi yang diminati.

---

<sup>24</sup> As'ad, Moh, *Psikologi Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1987) hlm. 6

- d. Minat bersifat personal karena setiap individu memiliki perbedaan dalam menentukan minatnya dan berkaitan dengan kepentingan pribadi seseorang.
- e. Minat dapat bersifat konsisten sepanjang obyek yang diminati efektif bagi individu.
- f. Minat bersifat diskriminatif karena dapat membantu seseorang hal-hal yang harus dan tidak dilakukan sehubungan dengan minatnya.
- g. Minat tidak bersifat *natif* atau bawaan melainkan tumbuh dan berkembang bersamaan dengan pengalaman-pengalaman selama perkembangan individu, dan minat juga dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman.

Hurlock selanjutnya mengemukakan ciri-ciri minat,<sup>25</sup> diantaranya adalah:

- a. Perhatian terhadap obyek yang diminati secara sadar, spontan, wajar tanpa paksaan. Perilaku individu tidak mudah goyah oleh orang lain selama mencari barang atau obyek yang disenangi.
- b. Perasaan senang terhadap obyek yang menarik perhatian. Ditunjukkan dengan perasaan puas setelah mendapatkan sesuatu yang diinginkan.
- c. Konsisten terhadap objek yang diminati selama objek tersebut efektif bagi dirinya.

---

<sup>25</sup> Hurlock, *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. (Jakarta: Erlangga 1980), hlm 215

- d. Pencarian obyek yang diminati, ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan.
- e. Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan bukan bersifat bawaan, yang dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang lalu. Individu merasa tertarik kepada sesuatu yang diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

Minat diperoleh dari adanya konsisten terhadap obyek secara mandiri, spontan, wajar, dan tanpa paksaan, adanya konsisten terhadap objek yang diminati yang diperoleh melalui pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan ini bukan bersifat bawaan.

### 3. Jenis-Jenis Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongannya, berikut ini penggolongan minat menurut Shaleh & Wahab:<sup>26</sup>

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kulturil*. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan psikologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman, kebebasan beraktifitas dan seks. Minat cultural atau sosial, adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung

---

<sup>26</sup> Shaleh & Wahab *op.cit.* hlm 265

berhubungan dengan individu. Contoh keinginan untuk memiliki mobil, kekayaan, pakaian mewah, dengan memiliki hal-hal tersebut secara langsung akan menganggap kedudukan atau harga diri bagi orang yang agak istimewa.

b. Berdasarkan arahnya, minat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan *ekstrinsik*. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktifitas itu sendiri, hal ini merupakan minat yang asli atau lebih mendasar. Misalnya seseorang belajar karena memang senang membaca dan memperoleh pengetahuan bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Contohnya, seseorang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:

1) *Ekspressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan tidak disenangi. Dari jawabannya dapat diketahui minatnya.

2) *Manifest Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung

terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

3) *Tested Interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.

4) *Inventoried Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subyek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktifitas atau sesuatu obyek yang ditanyakan.

Whiterington menggolongkan jenis minat menjadi dua macam, diantaranya adalah:

a. Minat Primitif (Biologis)

Minat yang berhubungan dengan kebutuhan sehari-hari yang terasa secara langsung, seperti pemenuhan kebutuhan pokok.

b. Minat Kultural (Sosial)

Minat yang berhubungan dengan hasil dari proses belajar dan pengalaman.

#### 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, baik yang berasal dari individu itu sendiri, ataupun dari lingkungan masyarakat, Crow & Crow mengemukakan ada tiga faktor utama yang membentuk minat, yaitu:<sup>27</sup>

- a. Faktor dorongan dari dalam, artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya. Faktor dorongan dari dalam dapat disebut juga dengan outo-sugesti.
- b. Faktor motif sosial, artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktifitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan. hubungannya dengan sugesti disebut juga hetero-sugesti.
- c. Faktor emosional atau perasaan, artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

---

<sup>27</sup> Crow & Crow *Op Cit*, hlm 159

## 5. Proses-proses Minat

Minat yang bersumber pada dorongan-dorongan menimbulkan aktifitas-aktifitas yang mengarah pada tercapainya tujuan, mempunyai proses yang bertingkat-tingkat. Berikut ini dipaparkan beberapa proses minat:<sup>28</sup>

a. Proses minat menurut Meuman:

- 1) Adanya motif (alasan); sebelum orang melakukan sesuatu, terlebih dahulu tertanam motif/alasan dalam hatinya. Tanpa alasan, orang tidak akan melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh, dan walaupun dilakukan kemungkinan besar perbuatannya tidak menentu arahnya.
- 2) Saat mempertimbangkan motif; Hidup manusia memiliki banyak motif, untuk menentukan motif mana yang akan ditentukan sebagai alasan dari perbuatan. Pada masa ini terjadi tarik-menarik antara pribadi dengan tujuan yang akan dicapai, memaksa individu untuk berpikir baik-baik, mempertimbangkan baik-baik segala kemungkinan.
- 3) Saat memilih; berarti menentukan salah satu diantara banyak hal yang mempunyai arti bagi pemilih. Memilih adalah suatu aktifitas jiwa yang aktif. Kegiatan memilih dilakukan setelah pertimbangan-pertimbangan motif dilakukan sebaik-baiknya, dengan mengingat kemungkinan terkesannya suatu tujuan.

---

<sup>28</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hlm. 126

- 4) Memutuskan; Memutuskan merupakan langkah terakhir setelah pertimbangan motif dan pertimbangan pemilihan berlangsung. Keputusan akan diikuti tindakan nyata yang bertanggung jawab. Bagaimanapun juga tindakan sebagai kelanjutan dari keputusan yang harus dipertanggungjawabkan.
  - 5) Melaksanakan keputusan: Keputusan memilih sebenarnya terletak pada perbuatan kemauan, artinya keputusan minat tentu diiringi dengan tindakan. Kalau keputusan tidak diiringi dengan tindakan, akan sia-sia proses selanjutnya. Karena kalau berhenti pada keputusan saja maka tujuan tidak akan tercapai.
- b. Proses minat menurut Narcis Ach <sup>29</sup>
- 1) Saat penerimaan: penerimaan kesan-kesan, kadang-kadang pengaruh penerimaan kesan itu sangat kuat, terkadang lemah.
  - 2) Saat obyektif: orang akan sadar akan peristiwa dalam jiwanya, mulai terbayang pada suatu tujuan, merasa dirinya giat menyadari pada arah yang akan dituju.
  - 3) Saat aktual: orang menunjukkan pikirannya pada suatu arah tertentu dan seolah-olah merasakan perbuatan yang akan datang.
  - 4) Saat subyektif: saat orang mengambil keputusan. Setelah keputusan ditetapkan biasanya dilanjutkan dengan perbuatan/tindakan

---

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm. 134

## 6. Minat Konsumen

Minat membeli merupakan hal yang penting dalam pemahaman terhadap perilaku konsumen karena minat membeli adalah salah satu tahap dalam perilaku konsumen. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Brennan yang dikutip oleh Susanto,<sup>30</sup> bahwa ada beberapa tahap secara psikologik untuk terjadi tingkah laku membeli, yaitu perhatian, minat, keinginan, keputusan dan perilaku.

Struktur kognitif konsumen terdiri atas kerangka acuan pengetahuan seseorang mengenai suatu benda, barang atau jasa. Dengan demikian minat membeli merupakan aktifitas psikis yang timbul karena ada pikiran dan perasaan terhadap barang/jasa tertentu.<sup>31</sup>

Menurut Sumarwan, keinginan atau kebutuhan yang dirasakan konsumen (*felt need*) bisa dimunculkan oleh faktor konsumen sendiri maupun oleh faktor luar konsumen. Iklan dan komunikasi yang ada bisa membangkitkan kebutuhan yang dirasakan konsumen<sup>32</sup>

Sumarwan menambahkan, seorang konsumen harus memiliki tujuan akan tindakannya untuk memenuhi kebutuhannya. Tujuan adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan. Tujuan ada karena adanya kebutuhan. Tujuan dapat dibedakan menjadi dua macam, pertama tujuan generik (*generic goals*), yaitu kategori umum dari tujuan yang dipandang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan, kedua tujuan produk khusus (*specific product goals*),

---

<sup>30</sup> Susanto Astrid. S., *Komunikasi dalam Teori dan Praktek* (Bandung: Bina Cipta, 1977), hlm 55

<sup>31</sup> Whitrington *Op cit*, hlm. 27

<sup>32</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 36

yaitu produk atau jasa dengan merek tertentu yang dipilih oleh konsumen sebagai tujuannya.

Proses keputusan konsumen dalam membeli atau mengonsumsi suatu produk dan jasa akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu: (1) kegiatan pemasaran yang dilakukan produsen dan lembaga lainnya, (2) faktor perbedaan individu konsumen, (3) faktor lingkungan konsumen.<sup>33</sup>

Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianut, cara berpikir serta persepsinya terhadap suatu masalah. Konsumen yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi akan sangat responsif terhadap informasi, pendidikan juga mempengaruhi konsumen dalam pilihan terhadap produk atau jasa, pendidikan yang berbeda akan menyebabkan selera konsumen juga berbeda. Kualitas konsumen Indonesia tentunya masih dibawah negara-negara maju, pendidikan yang rendah juga akan mencerminkan jenis pekerjaan dan pendapatan serta daya beli konsumen.

Konsumen sering mengembangkan citra toko berdasarkan pada iklan, kelengkapan toko, pendapat teman, masyarakat umum dan juga pengalaman belanja.<sup>34</sup> Lingkungan toko sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja, beberapa karakteristik lingkungan toko yang perlu diperhatikan adalah (1) lokasi toko, (2) *layout* (penempatan barang), (3) musik, (4) display barang, (5) kesesakan, (6) keamanan, serta (7) lingkungan sosial toko.

---

<sup>33</sup> *Ibid*, hlm. 32

<sup>34</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 84

## 7. Minat dalam Pandangan Islam

Minat merupakan hal yang abstrak yang harus diteruskan pada hal-hal yang konkret. Upaya dalam membedakan minat antara yang abstrak dan konkret dituntut dalam Islam. Seseorang memiliki minat yang besar terhadap sesuatu tetapi tidak melakukan upaya untuk meraihnya, maka minat tidak ada gunanya.<sup>35</sup> Seperti yang telah disampaikan dalam surat Ar-Ra'd ayat 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

*Artinya: Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (Q.S. Ar-Ra'd:11)*<sup>36</sup>

Ayat yang menganjurkan untuk meraih apa yang diinginkan yaitu:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S. Al Jumuh:10)*<sup>37</sup>

Al-Qur'an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan di dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang. Seperti yang diterangkan dalam ayat berikut ini.<sup>38</sup> Ali Imran, ayat 14:

<sup>35</sup> Shaleh & Wahab *Op.cit.* hlm 272

<sup>36</sup> DEPAG, RI., *Al-Qur'an dan Terjemahan.* (Semarang. CV. Toha Putra, 1990), hlm. 251

<sup>37</sup> DEPAG, RI., *Ibid.* hlm. 555

<sup>38</sup> Fachruddin H.S. *Pembinaan Mental, Bimbingan Al-Qur'an,* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), hlm. 117

رُئِنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ  
وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ  
حُسْبُ الْمَعَادِ ﴿١٤﴾

*Artinya: Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga). (Ali Imran: 14)*<sup>39</sup>

Ayat diatas menggambarkan keinginan, hasrat dan minat manusia seperti minat terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah membangun keluarga dengan perkawinan yang halal dan sah, minat terhadap harta, uang untuk memenuhi keperluan hidupnya.<sup>40</sup> Akhir ayat kemudian dikunci dengan perkataan bahwa semua itu adalah kesenangan hidup di dunia dan akan kembali di sisi Allah. Terdapat peringatan yang halus, supaya manusia jangan sampai hanyut dalam kesenangan dunia, sehingga lupa hari akhirat yang kekal abadi.

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ  
أَمَلًا ﴿٤٦﴾

*Artinya: Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan.(Q.S. Al Kahfi:46)*<sup>41</sup>

Ayat diatas selain menggambarkan perhiasan dan kesenangan dunia, peringatan supaya hal itu jangan menyebabkan lupa kepada Allah. Karena segala harapan, segala tujuan semua akan berakhir kepadaNya.

<sup>39</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm.52

<sup>40</sup> Fachruddin, *Ibid.* hlm. 119

<sup>41</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm.

## B. SUGESTI

### 1. Pengertian Sugesti

Pengertian sugesti dalam kamus Psikologi ialah “suatu keadaan terbuka untuk menunjukkan: lebih atau kurang suatu keadaan tetap dari mudah terpengaruhi dengan nasehat”.<sup>42</sup>

Menurut Al-Quussy sugesti adalah kesediaan untuk menerima suatu pemikiran, tanpa adanya alasan yang logis untuk itu.<sup>43</sup> Ditambahkan, Orang cenderung untuk mendiskusikan kenyataan-kenyataan yang ditemukan oleh pikirannya dan cenderung untuk membuktikannya dengan penelitiannya, kesediaan untuk mengamati, mengkritik dan mendiskusikan serta membuktikan itu berlawanan dengan istilah sugesti.

Pendapat Abu Ahmadi, mengenai sugesti adalah pengaruh atas jiwa atau perbuatan seseorang, sehingga pikiran, perasaan dan kemauannya terpengaruh, dan dengan begitu orang mengakui atau meyakini apa yang dikehendaki. Karena adanya pengaruh itu, perasaan dan kemauan sendiri sedikit banyak dikesampingkan, pikiran sendiri tidak dipergunakan.<sup>44</sup>

Kartono mengemukakan sugesti sebagai pengaruh yang berlangsung terhadap kehidupan psikis dan segenap perbuatan manusia, dengan mana perasaan, fikiran dan kemauan itu sedikit atau banyak dikuasai oleh karenanya.<sup>45</sup>

---

<sup>42</sup> Anshari H. *Op Cit* hlm. 677

<sup>43</sup> Abdul Aziz Al-Quussy, *Ilmu Jiwa*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1981), hlm 242

<sup>44</sup> Abu Ahmadi & M. Umar, *Psikologi Umum* (Surabaya, Bina Ilmu, 1996), hlm 105

<sup>45</sup> Kartini Kartono, *Psikologi Umum*, (Bandung: Alumni, 1984), hlm 147

Sependapat dengan yang lainnya, Sarwono mengartikan sugesti sebagai saran/usul/nasihat atau suatu desakan dari diri sendiri atau orang lain, yang bersifat nafsiologis yang bisa menggugah kekuatan nafsiyah.<sup>46</sup> Sugesti dapat mempengaruhi seorang individu secara positif dan negatif. Pengertian-pengertian tentang hal-hal yang benar dan yang salah yang timbul karena sugesti bisa menggugah seseorang dari tingkah laku tertentu kepada hal-hal tertentu yang lain.

Akhir tahun 2005 para ahli *neuroscience* mulai sedikit menyingkap peran dan posisi otak ketika mengolah sugesti. Penelitian terakhir menunjukkan, ketika menerima sugesti, otak mengalami perubahan sangat besar ketika memproses informasi. Sugesti yang disampaikan secara nyata mengubah kebenaran dari apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan diyakini seseorang.<sup>47</sup>

Mensugesti orang berarti mempengaruhi proses kejiwaan, (pikiran, perasaan dan kemauan) orang lain, sehingga orang yang disugesti mengikuti dan berbuat apa seperti yang disugestikan kepadanya. Menanamkan sugesti artinya menggugah minat, yaitu kesadaran seseorang bahwa obyek mengandung sangkut-paut dengan dirinya.<sup>48</sup>

Pada saat mempelajari situasi dimana sugesti itu terjadi, terdapat adanya dua pihak, yaitu yang mempengaruhi (*sugestif*) dan yang dipengaruhi

---

<sup>46</sup> Sarlito Wirawan Sarwono, *Nafsiologi, Suatu Pendekatan Alternatif atas Psikologi*, (Jakarta: Integrita Press), hlm. 216

<sup>47</sup> "<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0512/12/humaniora/2280017.htm>"

<sup>48</sup> Sarlito *Op.Cit* hlm. 217

(*sugestibel*), hubungan yang terdapat antara keduanya adalah lemahnya kemampuan kritik pada orang yang terkena sugesti.<sup>49</sup>

## 2. Macam-macam sugesti

Sugesti pada dasarnya dibedakan menjadi dua: (1) outo-sugesti, sugesti terhadap diri sendiri, sugesti yang datang dari dalam diri individu yang bersangkutan, dan (2) hetero-sugesti, yaitu sugesti yang datang dari orang lain.<sup>50</sup>

Sugesti pada perkembangannya dapat dibedakan menjadi bermacam-macam kelompok, tergantung dari situasi, kondisi dan jumlah serta segi pandang mana mengukurnya.<sup>51</sup> Berikut ini macam-macam sugesti:

### a. Sugesti perorangan dan sugesti kelompok.

Pada sugesti perorangan pengaruh itu berdiri sendiri, sedangkan pada sugesti kelompok yang terpengaruh adalah satu orang dari kelompok, semakin besar jumlah kelompok, menyebabkan lemahnya kemampuan untuk mengkritik, secara tidak sadar tiap-tiap orang akan mempengaruhi yang lainnya. Dalam kelompok yang besar setiap orang akan takut dikritik oleh orang lain apabila ia saja yang menolaknya.

### b. Sugesti dengan tindakan dan sugesti dengan perkataan.

Perbedaan pada keduanya ialah yang mempengaruhi pada tindakan adanya mempercayai pendapatnya, serta menguasai pendapat tersebut,

---

<sup>49</sup> Al-Quussy, *Op Cit* hlm

<sup>50</sup> Bimo Walgito, *Op.cit* hlm. 68, Abu Ahmadi, *Op.Cit*, hlm. 58

<sup>51</sup> Al-Quussy *Op Cit* hlm. 249

sehingga pengaruhnya itu tampak pada pendapat dan perilakunya tanpa sengaja. Sedangkan sugesti dengan perkataan yang tampak hanya sekedar ungkapan kata-kata saja. Penyampaian informasi dangkal, sehingga kurang dapat mempengaruhi, terkadang terdapat kontradiksi karena tidak ada persesuaian antara kata dan perbuatannya.

c. Sugesti luar dan sugesti dalam (*self*).

Sugesti luar; bahwa yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi adalah orang yang berlainan sama sekali. Self sugesti terjadi adanya pengaruh dari dalam individu itu sendiri.

d. Sugesti positif dan sugesti negatif (menentang),

Keadaan sugesti positif orang yang terpengaruh menerima pendapat orang yang mempengaruhi, biasanya disertai emosi positif seperti kasih sayang, rasa hormat, penghargaan dan kekaguman. Sedangkan sugesti menentang ialah suatu kondisi tidak menerima pendapat dan ditentang dengan pendapat yang berlawanan, biasanya disertai emosi-emosi negatif berupa rasa jijik, benci, takut dan penghinaan.

### 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sugesti

Kesediaan orang untuk menerima pendapat-pendapat orang lain merupakan penerimaan sugestif yang terpengaruh oleh bermacam-macam faktor, antara lain persamaan yang terdapat antara yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi atau adanya hubungan emosional antara keduanya, keadaan kesehatan dan jasmani, tingkat kecerdasan yang terpengaruh atau seberapa jauh pengetahuannya tentang masalah itu. Juga keadaan emosi orang yang

terpengaruh, meskipun demikian ada juga orang yang cerdas dan berpengetahuan mudah mempercayai apa yang disampaikan kepadanya.

Terdapat tiga kelompok faktor dalam situasi sugesti yang dapat dipelajari yaitu:

- a. Berhubungan dengan yang dipengaruhi
- b. Berhubungan dengan yang mempengaruhi
- c. Berhubungan dengan yang terjadi antara keduanya, berarti bahwa keadaan masing-masing yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi, serta keadaan hubungan Adakalanya seseorang terpengaruh oleh orang tertentu, tetapi tidak dengan individu lain, dan individu mampu mempengaruhi orang tertentu, dan tidak orang lain. Mungkin juga seseorang terpengaruh oleh seseorang pada situasi tertentu, tetapi tidak pada situasi lainnya.<sup>52</sup>

Ketika terjadi perpindahan pikiran antara yang terpengaruh dan yang mempengaruhi itu terdapat persamaan, yang membantu terjadinya perpindahan itu. Maka suatu informasi, berpindah antar anggota yang sejenis lebih mudah daripada yang berlainan jenis, demikian pula antara anggota suatu bangsa, agama, partai politik, kerabat atau teman-teman. Persamaan itu, biasanya bersifat emosi. Berpindahnya informasi antara anggota dari satu kelompok akan menambah eratnya hubungan antara mereka, serta mampu untuk saling memahami antara satu sama lain.

Orang yang mudah terpengaruh, akan lebih mudah dikenai sugesti, keadaan jasmaninya lemah, karena kemampuan untuk meneliti dan

---

<sup>52</sup> Al-Qussy, *Op. Cit.*, hlm 243

mengkritik juga lemah. Ia akan terpengaruh apakah yang didengarnya itu benar atau berlebih-lebihan. Orang yang sedang lelah, terlalu letih, mabuk, kena bius dan lesu akan lebih terpengaruh oleh yang diinformasikan orang sekitarnya. Orang yang terpengaruh itu tidak mengetahui masalah tertentu, maka ia cenderung untuk menerimanya dengan mudah tanpa bertanya tentang apapun yang disampaikan orang kepadanya mengenai masalah tersebut.

Orang yang terpengaruh akan lebih lemah daripada yang mempengaruhi atau lebih mudah terpengaruh oleh informasi-informasi yang keluar dari yang mempengaruhi. Oleh karena itu orang-orang yang terbelakang lebih mudah menerima sugesti. Anak-anak lebih mudah menerima pikiran orang dewasa dan wanita lebih mudah menerima pikiran laki-laki dan orang banyak lebih menerima pikiran pemimpin-pemimpin. Orang yang menganut madzhab agama, prinsip ideologi, atau sikap rasialisme lebih cenderung menerima informasi-informasi yang sama dengan sikapnya. Demikian pula orang yang sedang ketakutan, memiliki kesediaan untuk menerima informasi yang terdapat disekitarnya, informasi itu menambah perasaan takutnya.

Sugesti akan mudah terjadi memenuhi syarat-syarat dahulu, para ahli psikologi sosial yaitu Gerungan, Abu Ahmadi dan Walgito sependapat bahwa sugesti akan mudah terjadi memenuhi syarat-syarat yang terangkum seperti berikut:<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Bimo Walgito, *Op.cit*, hlm. 69; Gerungan, *Op.cit*, hlm 61; Abu Ahmadi, *Op.cit*, hlm 59

a. Sugesti karena hambatan berpikir

Sugesti akan diterima tanpa adanya kritik terlebih dahulu. Daya fikir kritis akan terhambat bila orang terkena stimulus yang bersifat emosional, dan juga dalam keadaan lelah baik fisik maupun psikologis.

b. Sugesti karena pikiran terpecah-belah (disosiasi)

Orang akan mudah menerima sugesti kemampuan berpikirnya terpecah-belah. Orang akan mengalami disosiasi kalau orang itu dalam kebingungan karena menghadapi bermacam-macam persoalan. Secara psikologis, orang yang kebingungan ingin segera mencari pegangan untuk mengakhiri kebingungannya itu. Oleh karena itu akan mudah menerima apa yang dikemukakan tanpa difikir terlebih dahulu.

c. Sugesti karena otoritas atau prestise

Orang cenderung menerima pandangan-pandangan atau sikap tertentu dimiliki oleh orang-orang ahli dalam lapangannya, sehingga dianggap otoritas pada lapangan tersebut ataupun dimiliki oleh orang-orang yang mempunyai prestise sosial yang tinggi.

d. Sugesti karena mayoritas

Orang akan memiliki kecenderungan untuk menerima suatu pandangan, pendapat, norma disokong dan telah mendapatkan dukungan orang banyak atau mayoritas. Orang akan merasa terasing atau tersingkir bila ia menolak pandangan, pendapat atau norma yang telah didukung oleh orang banyak. Mereka cenderung untuk

menerima pandangan itu tanpa pertimbangan lebih lanjut, karena kalau kebanyakan sudah berpendapat demikian, ia pun rela berpendapat demikian.

e. Sugesti karena *will to believe*

Bila dalam diri individu telah ada pendapat yang mendahului dan pendapat ini masih dalam keadaan samar atau ragu-ragu dan pendapat tersebut searah dengan yang disugestikan, pada umumnya orang akan mudah menerima pendapat yang disugestikan, karena yang disugestikan akan lebih meyakinkan tentang pendapat yang mendahuluinya. Dalam hal ini sugesti akan diterima tanpa pertimbangan lebih lanjut karena ada pribadi orang yang bersangkutan sudah terdapat suatu kesediaan untuk lebih sadar dan yakin akan hal yang disugesti itu.

#### 4. Aspek-Aspek Sugesti

Sugesti dalam prakteknya, mempunyai empat aspek, seperti yang dikemukakan oleh Inayat Khan,<sup>54</sup> diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. sugesti yang dibuat diri sendiri
- b. sugesti yang dibuat untuk orang lain
- c. sugesti yang dibuat untuk makhluk yang lebih rendah tingkatannya
- d. sugesti yang sedikit diketahui oleh dunia keilmuan dan hanya yang dimengerti oleh para ahli mistik.

---

<sup>54</sup> Inayat Khan, *Op. Cit.*, hlm. 63

## 5. Sugesti dalam Pandangan Islam

Sugesti dapat terjadi kepada siapa saja dan kapan saja, baik itu datangnya dari dalam diri sendiri maupun dari orang lain. Semakin sering dan terlatih kita menggunakan otak, semakin cepat kemampuan analisis, solusi, dan pengambilan keputusan,<sup>55</sup> tercantum dalam Al-Qur'an, surat Al-Hajj 54:

وَلِيَعْلَمَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَيُؤْمِنُوا بِهِ فَتُخْبِتَ لَهُ قُلُوبُهُمْ وَإِنَّ اللَّهَ لَهَادٍ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴿٥٤﴾

*Artinya: Dan agar orang-orang yang Telah diberi ilmu, meyakini bahwasanya Al-Qur'an Itulah yang hak dari Tuhan-mu lalu mereka beriman dan tunduk hati mereka kepadanya dan sesungguhnya Allah adalah pemberi petunjuk bagi orang-orang yang beriman kepada jalan yang lurus. (Q.S. Al-Hajj:54)*<sup>56</sup>

Q.S. Al Isra: 36

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عِنْدَهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾

*Artinya: Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung-jawabnya. (Q.S. Al Isra:36)*<sup>57</sup>

Kedua ayat diatas menganjurkan kepada kita untuk menggunakan akal pikiran dan supaya hati-hati ketika memperoleh kabar, berita atau pengetahuan baru yang sbelumnya tidak diketahui, menganalisisnya apakah itu benar atau salah. Sehingga tidak mudah dipengaruhi tanpa pertimbangan dahulu.

<sup>55</sup> Rajendra Kartawijaya, *12 Langkah Membentuk Manusia Cerdas*, (Jakarta:Hikmah,2004) hlm.76

<sup>56</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 339

<sup>57</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 286

Salah satu ayat Al-Qur'an yang membimbing manusia bersifat sugestif, yang efeknya positif. Allah berfirman dalam surat Ath-Talaq ayat 3:

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ ۚ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٣﴾

*Artinya: Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)-nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah Telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu. (Q.S. Ath Talaq:3)<sup>58</sup>*

Kata 'tawakkal' berasal dari kata 'wakala' yang artinya mewakili, ayat diatas berarti bahwa orang yang mewakili kepentingannya untuk diutus oleh Tuhan, maka orang itu akan dicukupkan kebutuhannya. Ayat-ayat diatas adalah salah satu ayat yang sifatnya sugestif, bertujuan membentuk tipologi manusia beriman.<sup>59</sup>

Allah swt telah memperingatkan umat manusia dari pengaruh-pengaruh yang menyesatkan atau sugesti negatif, Surat An nisa ayat 63

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

*Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. (Q.S. An nisa:63)<sup>60</sup>*

<sup>58</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 559

<sup>59</sup> Sarwono, *Op.cit.* hlm. 218

<sup>60</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 134

Di dalam Al-Kafi, dirirwayatkan bahwa Imam Ash shadiq berkata:

عَنْ إِمَامِ الشَّادِقِ: قَالَ لِنَادَاتِ يَوْمِ تَجِدُ الرَّجُلَ لَا يَخْطِي بِلَامٍ وَلَا وَائٍ خَطِيْبًا مُصْقَعًا وَقَلْبِهِ أَشَدَّ ظُلْمَةً مِنَ اللَّيْلِ الْمُظْلَمِ، وَتَجِدُ الرَّجُلَ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُعْبِرَ عَمَّا فِي قَلْبِهِ بِلِسَانِهِ وَقَلْبِهِ يَزْهَرُ كَمَا يَزْهَرُ الْمَصْبَاحُ

*Artinya: Dari Imam Abu Bakar Siddiq berkata: kalian melihat sekelompok manusia yang sangat fasih berbicara akan tetapi hatinya gelap dari gelapnya malam yang gulita, akan tetapi hatinya lebih gelap dari gelapnya malam gulita, dan sebagian manusia tidak dapat memeberikan isi hati dengan lidahnya, sedangkan hatinya bercahaya bak pelita yang gemerlapan.*<sup>61</sup>

Diterangkan pula mengenai orang-orang yang hatinya telah terpedaya, tersugesti kepada hal-hal yang bersifat negatif maka ia akan mengalami kerugian, ayat yang menerangkan hal itu adalah Al An'am ayat 46:

قُلْ أَرَأَيْتُمْ إِنْ أَخَذَ اللَّهُ سَمْعَكُمْ وَأَبْصَارَكُمْ وَخَمَّ عَلَى قُلُوبِكُمْ مِّنْ إِلَهِ غَيْرِ اللَّهِ يَأْتِيكُمْ بِهِ أَنْظَرُ كَيْفَ نُصَرِّفُ الْآيَاتِ تُمْ هُمْ يَصْدِفُونَ ﴿٤٦﴾

*Artinya: Katakanlah: "Terangkanlah kepadaku Allah mencabut pendengaran dan penglihatan serta menutup hatimu, siapakah Tuhan selain Allah yang Kuasa mengembalikannya kepadamu?" perhatikanlah bagaimana kami berkali-kali memperlihatkan tanda-tanda kebesaran (Kami), Kemudian mereka tetap berpaling. (Q.S. Al An'am:46)*

Maksudnya adalah orang itu tidak dapat menerima petunjuk, segala macam nasehat pun tidak akan berbekas padanya, mereka tidak dapat memperhatikan dan memahami ayat-ayat Al-Qur'an yang mereka dengar dan tidak dapat mengambil pelajaran dari tanda-tanda kebesaran Allah yang mereka lihat di cakrawala, di permukaan bumi dan pada diri mereka sendiri.

<sup>61</sup> Zainal A. dkk, 40 Hadis Telaah Iman Khomaeni Atas Hadis-Hadis Mistis dan Akhlak, Buku Ketiga, (Bandung: Mizab, 1994), hlm.193 (terjemah)

## C. HIV/AIDS

### 1. Pengertian HIV/AIDS

Virus adalah suatu organisme terkecil yang dapat menimbulkan penyakit pada makhluk hidup, yang terdiri dari bahan genetik yang dibungkus protein. Virus memiliki jenis kehidupan yang paling primitif, sehingga banyak peneliti yang meragukan apakah makhluk ini hidup atau mati. Tetapi virus ini dapat mengancam kehidupan hewan, tanaman bahkan manusia yang besarnya lebih dibandingkan ukuran virus.

Meskipun virus demikian kuat dapat melumpuhkan makhluk hidup, akan tetapi mereka tidak dapat berkembang biak dengan sendirinya. Mereka hanya dapat berproduksi didalam sel-sel dari tanaman atau hewan hidup, termasuk manusia. Virus menyerang suatu sel dalam tubuh, mengendalikan reproduksi sel tubuh itu, sehingga menghasilkan partikel-partikel virus baru yang kemudian dapat disebarkan ke sel-sel lainnya. Virus memasukkan kode genetik yang yang diperlukan untuk replikasi dan sel tuan rumah akan menyediakan energi dari bahan baku yang dibutuhkan untuk membentuk partikel-partikel virus yang baru.

Sering kali HIV/AIDS tertulis dan disebut sebagai satu istilah. Akan tetapi HIV dan AIDS mempunyai arti yang berbeda, untuk itu perlu diketahui pengertian diantara keduanya:<sup>62</sup>

#### a) HIV

HIV merupakan singkatan dari *Human Immunodeficiency Virus*.

<sup>62</sup> Eko Marssetiawan, <http://www.ekowanz.info/2006/11/20/perbedaan-hiv-dan-aids>.

Seseorang terinfeksi HIV, akan disebut HIV positif. Ini berarti virus HIV telah masuk ke dalam aliran darah. HIV merupakan salah satu virus yang merusak system kekebalan tubuh manusia. HIV menyerang dan menghancurkan system imun yaitu sel darah putih, seperti sel T pembantu (*Helper T Cell*), sel T4 atau CD4 mengenali pathogen yang menyerang dan memberi antibody yang dapat mengikat pathogen tersebut. Setelah diikat, pathogen itu dilumpuhkan dan diberi ciri yang kemudian dihancurkan. Lalu CD4 memanggil sejenis sel darah putih lainnya, sel T algojo (*Killer T Cell*) untuk memusnahkan sel yang telah ditandai tadi.

HIV mampu melawan sel CD4. Dengan menyerang dan melumpuhkannya, maka HIV berhasil melumpuhkan kelompok sel yang justru sangat diandalkan menghadapi HIV tersebut beserta jenis-jenis kuman lainnya. Itulah sebabnya HIV membuat tubuh menjadi rentan terhadap inveksi kuman dan kanker yang umumnya dapat dikendalikan.<sup>63</sup>

a. AIDS

AIDS adalah singkatan dari *Acquired Immune Deficiency Syndrome*. AIDS jarang sekali terdiri dari satu penyakit saja tetapi terdiri dari sebuah kumpulan atau kombinasi berbagai macam penyakit yang muncul karena tubuh penderita tidak dapat melawan penyakit seperti sebelum terinfeksi virus. Pada saat darah terinfeksi virus HIV maka sistem kekebalan tubuh diserang dan dirusak dengan perlahan-lahan

---

<sup>63</sup> Ronald Hutapea, *AIDS, PMS & Pemerkosaan* 1995 hlm. ; 40

sehingga sistem kekebalan tubuh tidak dapat melawan infeksi dan penyakit.

Penyakit AIDS merupakan sebuah penyakit yang muncul setelah virus HIV menyerang sistem kekebalan tubuh selama beberapa tahun. Penderita tidak dapat “terkena” atau “memberikan” AIDS kepada orang lain, tetapi dia dapat menularkan HIV. Penderita dipanggil HIV positif berarti dia telah terinfeksi virus HIV. Ini bukan berarti dia sakit AIDS.

Para peneliti berpendapat bahwa 99% orang yang telah teridentifikasi HIV akan berakhir sebagai penderita AIDS. Pada mulanya penyakit ini dikenal dengan nama GRID (*Gay Related Immuno Deficiency*), karena pada awalnya ditemukan kejadian, penyakit ini banyak menyerang kalangan gay. Kemudian pada tahun 1982, diganti menjadi AIDS karena dilaporkan timbulnya penyakit pada kasus serupa terhadap penderita hemophilia di kalangan imigran dari Haiti.<sup>64</sup>

Penelitian menunjukkan bahwa jangka waktu rata-rata yang dibutuhkan antara infeksi HIV dengan timbulnya gejala AIDS yang sepenuhnya adalah sekitar 10 atau 12 tahun. Sampai saat ini, belum ada obat yang bisa menyembuhkan HIV/AIDS, banyak obat-obatan yang tersedia sekarang tidak dapat menyembuhkan HIV tetapi dapat mencegah berkembangnya AIDS. Virus itu akan tetap berada dalam tubuh penderita.

---

<sup>64</sup> *Ibid* hlm ; 21

Bagaimanapun, itulah yang sangat penting untuk diingat bahwa banyak orang yang HIV positif masih kelihatan sehat dan merasa baik-baik saja.

## 2. Dampak fisiologis dan psikologis HIV/AIDS

HIV menyerang system kekebalan tubuh, sehingga kekebalan tubuh melawan segala kuman, virus dan bakteri penyakit menjadi lemah. Setelah HIV dapat membunuh sel CD4 dalam tempo singkat sesudah infeksi, penderita akan mengalami gejala-gejala mirip flu seperti: lemas, demam, sakit kepala, nyeri otot, nafsu makan buruk, mual, kelenjar membengkak, bercak dikulit. Akan tetapi beberapa kondisi jumlah CD4 meningkat sehingga gejala-gejala tersebut hilang setelah beberapa minggu. Kebanyakan orang tertular HIV menjadi bebas gejala selama berbulan-bulan atau bertahun-tahun. sehingga orang sering menganggap bahwa kondisi yang dialaminya hanyalah penyakit flu bisa.

Orang tertular HIV tetapi tidak memiliki gejala yang tampak disebut *Carrier HIV*. Mereka tidak menunjukkan gejala apapun tetapi dapat menularkannya kepada orang lain, biasanya tanpa mereka sadari. Sebagian orang dapat menjadi *carrier* selama bertahun-tahun. Tetapi ada pula yang memperlihatkan gejala dahulu disebut dengan *AIDS Related Complex (ARC)*, yaitu pembengkakan kelenjar getah bening yang menahun, lelah, demam, diare serta menurunnya berat badan. Diperkirakan dalam 10 tahun atau lebih sejak tertular, HIV mulai berkembang biak dengan cepat.

HIV juga menyerang susunan saraf pusat, menimbulkan *AIDS Dementia Complex* (ADC). Dementia adalah suatu keadaan dimana seseorang dalam keadaan kebingungan dan kehilangan arah. Orang dengan ADC sering kehilangan kemampuan berkonsentrasi, komunikasi, belajar, mengingat sesuatu, menyadari apa yang ada disekelilingnya dan mengendalikan gerakan ototnya. Lebih dari sebagian penderita AIDS akhirnya akan mengalami masalah seperti ini.<sup>65</sup>

Penderita AIDS akan mengalami krisis afektif pada dirinya, keluarganya, pada orang dicintainya dan pada masyarakat. Krisis tersebut dapat berupa kepanikan, kecemasan, ketakutan, keputusasaan, ketidakpastian serta stigma. Perlakuan terhadap penderita AIDS sering kali bersifat diskriminatif dan resiko bunuh diri pada penderita AIDS cukup tinggi. Bahkan tidak jarang dari mereka untuk meminta tindakan *ethanasia*. Dalam menangani kasus AIDS, diperlukan biopsikososiospiritual; artinya melihat pasien tidak semata-mata dari segi organibiologik, psikologik, dan psikososial tetapi juga dari aspek spiritual atau kerohanian.<sup>66</sup>

Ditinjau dari segi psikologik, maka penyakit AIDS ini menimbulkan masalah dibidang kesehatan jiwa, diantaranya adalah:

- a) Rasa takut (*fear*)

Penyakit AIDS adalah penyakit endemic, banyak yang terinfeksi virus, tetapi tidak tampak secara klinis, dan berakibat fatal pada usia muda.

Banyak orang menjadi takut apakah dirinya terinfeksi HIV atau tidak.

---

<sup>65</sup> *Op Cit*, hlm. 44

<sup>66</sup> Hawari hlm 95

b) Rasa jijik (*contempt*)

Penderita AIDS mengalami diskriminasi dalam mendapatkan perhatian dan pelayanan kesehatan. Mereka dikucilkan oleh keluarga, masyarakat, dipandang hina serta jijik karena AIDS jadi beban dan aib bagi keluarga.

c) Rasa duka cita (*grief*)

AIDS adalah penyakit fatal. Bagi keluarga yang salah satu keluarganya menderita AIDS, akan menimbulkan rasa duka cita dan kepedihan yang mendalam, lebih jauh lagi pada saat kematian tiba.

d) Rasa putus asa (*burn out*)

Rasa keputusasaan ini tidak hanya dirasakan oleh penderita, tetapi juga oleh keluarganya dan para petugas medik. Banyak penderita AIDS ingin bunuh diri, dan banyak pula petugas medik yang tidak tega dan melakukan tindakan *euthanasia*.

### 3. Penularan HIV/AIDS

Hutapea berpendapat HIV/AIDS ditularkan melalui darah, cairan mani dan vagina penderita. Orang yang mengalami kontak dengan cairan-cairan ini melalui hubungan seks vaginal, anal maupun oral, tranfusi dengan darah tercemar, transplantasi organ atau jaringan orang yang terinfeksi, menggunakan jarum suntik bekas atau secara tidak sengaja tersuntik jarum

bekas seseorang yang mengandung HIV/AIDS. Dapat pula ditularkan dari ibu ke anaknya sewaktu masa kehamilan, persalinan maupun ketika menyusui.<sup>67</sup>

Ahli lain yaitu Vrisaba juga mengungkapkan beberapa jalan penularan HIV/AIDS, melalui cairan tubuh, terutama ketika maupun setelah mengadakan kontak seksual, yaitu melalui air mani (*semen*) atau cairan vagina (*cervic*). Semua itu tanpa peduli dalam bentuk dan cara bagaimana relasi seksual itu dilakukan. Baik dilakukan secara heteroseksual (pria dan wanita), homoseksual (pria dan pria), ataupun lesbian (wanita dengan wanita). Hubungan oral yaitu kontak antara alat genital dengan mulut yang disebut oro-genital. Meskipun yang terjadi secara ano-genital yaitu kontak antara alat genital dengan anus yang sering disebut sodomi. Terutama adalah perilaku seks yang menyimpang.

AIDS juga dapat memperbanyak korban melalui jarum suntik bekas penderita maupun jarum suntik yang berisi virus, juga melalui transfusi darah atau komponen darah yang tidak dilindungi. AIDS juga dapat menular melalui air susu ibu, air mata dan saliva (air ludah). Sehingga ada seseorang yang telah terinfeksi HIV/AIDS, maka ia akan menjadi pembawa dan penular AIDS sepanjang hidupnya.<sup>68</sup>

#### **4. Kondisi-kondisi HIV tidak dapat Tertular**

Patut pula untuk diketahui keadaan-keadaan dimana HIV/AIDS tidak dapat ditularkan. Pengetahuan ini akan berguna untuk menghilangkan

---

<sup>67</sup> Hutapea, *Op Cit*, hlm 56

<sup>68</sup> Vrisaba hlm. 26

keraguan dan kekhawatiran yang tidak perlu terhadap orang-orang yang tertular HIV/AIDS.

- a) Bersentuhan, berjabat tangan, rangkulan
- b) Memakai pakaian di toko, memegang gagang pintu, uang, pesawat telepon, kursi maupun benda lain yang baru digunakan oleh penderita
- c) Udara yang dihembuskan dan dihirup<sup>69</sup>
- d) Batuk, bersin
- e) Meludah, menangis
- f) Berciuman
- g) Alat-alat makan dan piring
- h) Seprei dan sarung bantal
- i) Toilet dan kamar mandi
- j) Melalui kontak sosial biasa.
- k) HIV tidak ditularkan melalui gigitan serangga seperti gigitan nyamuk.
- l) HIV adalah virus yang terdapat dalam aliran darah. Ini berarti virus tersebut hanya dapat ditularkan virus itu masuk kedalam aliran darah seseorang ke orang lain.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Hutapea, *Op Cit*, hlm 60

<sup>70</sup> Eko Marssetiawan, *Op.Cit*.

## 5. Pencegahan HIV AIDS

Hingga kini masih belum dapat ditemukan vaksin terhadap inveksi HIV/AIDS. Obat yang telah dikenal selama ini untuk melawan virus yaitu *Zidovudine* (AZT) ternyata mempunyai efektifitas yang terbatas. Oleh karena pendekatan yang terbaik saat ini adalah pencegahan sebelum virus itu menyebar/tertular.

Terdapat tiga cara yang difokuskan untuk pencegahan penularan HIV/AIDS yang utama,<sup>71</sup> yaitu:

- a) kontak seks, berupa anjuran kepada orang yang kehidupan seksnya masih aktif agar mengurangi dan membatasi kegiatan seksnya dan untuk tidak berganti-ganti pasangan serta memakai cara-cara yang aman seperti *ouercourse* dan penggunaan pengaman (kondom).
- b) penggunaan jarum suntik, apakah itu jarum suntik yang dipakai secara bersama-sama secara sengaja maupun tidak disengaja
- c) tranfusi darah, upaya untuk menjamin suplai darah yang aman dengan cara menguji calon pendonor darah yang dapat menghilangkan kemungkinan infeksi melalui tranfusi darah.

---

<sup>71</sup> Hutapea, *Op Cit*, hlm. 92

## 6. HIV/AIDS dalam Pandangan Islam

Dalam Surat Al Baqarah 155, Allah berfirman

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَشِرِّ  
الضَّرِيبِ ﴿١٥٥﴾

*Artinya: Dan sungguh akan kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar. (Q.S. Al Baqarah:155)<sup>72</sup>*

Ayat tersebut menerangkan dalam hidup ini penuh cobaan, kata *khauf* bisa berarti ketakutan pada penyakit, dimana suatu penyakit dapat membuat orang lemah, tidak berdaya. Begitu pula dengan HIV/AIDS yang hingga saat ini belum ditemukan obatnya, final dari penyakit ini adalah kematian sesuai dengan kata *Nafs*, disini berarti kematian. Hanya orang-orang yang sabar dan menyerahkan diri pada Allah yang akan berhasil menempuh ujian ini.

Tentang kesabaran, atas apa yang terjadi dalam hidup ini, seperti cobaan diberi kesakitan, diberi kesusahan dan segala sesuatu yang tidak berkenan dihati, sama wajibnya dengan mengerjakan shalat dan mengamalkan perbuatan yang positif dan meninggalkan perbuatan negatif, ayat khusus yang menerangkan hal ini, yaitu surat Lukman ayat 17:

يٰۤاِبْنِيۤ اَقِمِ الصَّلٰوةَ وَاْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَاَنْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاَصْبِرْ عَلٰى مَاۤ اَصَابَكَۤ اِنَّ ذٰلِكَ مِنْ  
عَزْمِ الْاُمُوْرِ ﴿١٧﴾

<sup>72</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 25

*Artinya: Hai anaku, dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan Bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal yang diwajibkan. (Q.S. Lukman:17)<sup>73</sup>*

Diriwayatkan dalam kitab Imam Khumaeni mengenai pahala yang akan diperoleh oleh orang-orang yang sabar adalah:

عَنْ إِمَامِ الشَّيْخِ قَالَ: قَالَ أَبُو عَبْدِ اللَّهِ عَلَيْهِ السَّلَامُ: مَنْ ابْتُلِيَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ بِبَلَاءٍ فَصَبَرَ عَلَيْهِ كَانَ لَهُ مِثْلُ أُجْرِ أَلْفِ شَهِيدٍ.

*Artinya: Abu Hamzah berkata: "Abu Abdillah berkata, "barangsiapa diantara kaum Mukmin yang menanggung kesengsaraan yang menimpanya dengan sabar, maka pahalanya sama dengan pahala seribu orang shahid."<sup>74</sup>*

Al-Qur'an menyuruh kita untuk menjaga dari hal-hal yang tidak baik, karena hal itu bisa membuat kita orang yang rugi dan sesat, diantaranya adalah melarang untuk menjauhi perbuatan yang dapat menyebabkan mudarat juga dapat menyebarkan virus HIV dan menimbulkan penyakit AIDS, yang tertulis dalam surat An Naml ayat 54-55:

وَلَوْ طَآءَ إِذْ قَالَ لِقَوْمِهِ أَتَأْتُونَ الْفَاحِشَةَ وَأَنْتُمْ تُبْصِرُونَ ﴿٥٤﴾ أَيْنَكُمْ لَتَأْتُونَ الرِّجَالَ  
شَهْوَةً مِّنْ دُونِ النِّسَاءِ ۚ بَلْ أَنْتُمْ قَوْمٌ جَهْلُونَ ﴿٥٥﴾

*Artinya: [54.] Dan (ingatlah kisah) Luth, ketika dia berkata kepada kaumnya: "Mengapa kamu mengerjakan perbuatan fahisyah itu (zina, homo seks dan yang sejenisnya) sedang kamu memperhatikan(nya)?" [55.] "Mengapa kamu mendatangi laki-laki untuk (memenuhi) nafsu (mu), bukan (mendatangi) wanita? Sebenarnya kamu adalah kaum yang tidak mengetahui (akibat perbuatanmu)". (Q.S. An Naml:54-55)<sup>75</sup>*

<sup>73</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 413

<sup>74</sup> Zainal A. dkk., *40 Hadis, Telaah Imam Khumaeni atas Hadis-Hadis Mistik dan Akhlak*, buku kedua, (Bandung: Mizan, 1994), hlm. 95

<sup>75</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 382

#### **D. Hubungan Sugesti Suntik HIV/AIDS dengan Minat Konsumen Mengunjungi MATOS**

Seperti yang telah dikatakan sebelumnya oleh Sarlito, bahwa mensugesti orang berarti mempengaruhi proses kejiwaan, seperti pikiran, perasaan dan kemauan orang lain, sehingga orang yang disugesti mengikuti dan berbuat apa seperti yang disugestikan kepadanya.<sup>76</sup>

Seseorang dapat dikatakan terkena sugesti apabila ia terpengaruh dengan suatu pendapat, baik itu timbul dalam dirinya sendiri maupun pendapat orang lain. Kebanyakan dapat diterima tanpa pertimbangan serta fikiran terlebih dahulu. Terdapat banyak orang yang tidak mengetahui dan menyadari suatu sugesti.<sup>77</sup>

Sugesti dapat berdampak positif maupun negatif terhadap orang yang disugesti. Sugesti positif berupa saran, nasehat, kritik yang membangun, anjuran, terapi dan sebagainya, sedangkan sugesti negatif berupa propaganda, isu, hasud, fitnah dan sebagainya.

Menanamkan sugesti artinya menggugah minat, yaitu kesadaran seseorang bahwa suatu obyek mengandung sangkut-paut dengan dirinya. Karena dengan adanya hubungan yang sangat erat antara sugesti dengan minat, tidak jarang sugesti dijadikan suatu cara untuk merubah minat seseorang.

Perubahan minat dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor baik itu yang berasal dari individu itu sendiri, ataupun dari lingkungan masyarakat, seperti

---

<sup>76</sup> Sarlito *Op.Cit* hlm. 217

<sup>77</sup> Inayat Khan *Op.cit*, hlm: 63

yang telah dikemukakan oleh Crow & Crow.<sup>78</sup> Faktor dari dalam disebut juga auto-sugesti, faktor dari luar atau lingkungan disebut juga hetero-sugesti.

Minat dapat berubah sesuai dengan kondisi psikologis individu bersangkutan, seperti yang dikemukakan oleh Hurlock, bahwa: “minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat serta menimbulkan kepuasan, bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang.”<sup>79</sup>

Adanya sugesti mengenai penyuntikan virus HIV/AIDS pada tempat perbelanjaan dapat berdampak pada minat konsumen. Sugesti ini bersifat negatif karena mengakibatkan orang yang tersugesti akan bersikap menentang dan merasa ketakutan untuk mendatangi tempat itu, sehingga pandangan dan minat awal positif yang ada pada diri individu akan berubah negatif.

## E. HIPOTESIS PENELITIAN

Arikunto menyatakan bahwa “hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul”.<sup>80</sup>

Koefisien korelasi atau indeks yang digunakan untuk mengukur derajat hubungan meliputi kekuatan hubungan dan bentuk atau arah hubungan untuk kekuatan hubungan. Nilai koefisien korelasi bicara pada koefisien

<sup>78</sup> Crow & Crow *Op Cit*, hlm 159

<sup>79</sup> Elizabeth Hurlock, *Perkembangan Anak Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm. 114

<sup>80</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hlm. 67

korelasi -1 dan +1, sedangkan untuk bentuk atau arah hubungan nilai koefisien korelasi dinyatakan dalam positif (+) atau (-) atau  $(-1 \leq KK \leq 1)$ .

Diungkapkan pula Hasan:<sup>81</sup>

1. Semakin dekat nilai KK pada +1 semakin kuat korelasi positif
2. Semakin dekat nilai KK pada -1 semakin kuat korelasi negatif
3. Jika KK 0 (nol) maka variabel tidak menunjukkan korelasi
4. Jika KK +1 variabel menunjukkan korelasi positif (+) sempurna
5. Jika KK -1 variabel menunjukkan korelasi negatif (-) sempurna

Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan negatif sugesti tentang suntik HIV/AIDS dengan minat konsumen. Dengan kata lain dapat disebutkan pula: apabila semakin tinggi sugesti tinggi (>) maka minat semakin rendah (<)

---

<sup>81</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia, 2002), hlm 100

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Identifikasi Variabel Penelitian

Sutrisno Hadi Mengatakan variabel adalah suatu sifat yang dapat memiliki bermacam-macam nilai, seringkali diartikan sebagai simbol yang padanya dapat diletakkan bilangan atau nilai.<sup>82</sup> Identifikasi variabel merupakan langkah penetapan variabel utama dalam penelitian dan penentu fungsinya masing-masing.<sup>83</sup>

Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) yaitu variabel yang dipandang sebagai sebab kemunculan variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya, sedangkan variabel terikat (Y) yaitu variabel yang diamati variasinya sebagai hasil yang dipradugakan berasal dari variabel bebas.<sup>84</sup>

1. Variabel terikat : Minat konsumen berkunjung ke MATOS (Y)
2. Variabel bebas : Sugesti suntik HIV/AIDS (X)

#### B. Definisi Operasional

Kerlinger menyebutkan definisi operasional sebagai proses meletakkan arti pada suatu variabel yaitu dengan cara menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan yang perlu untuk mengukur variabel tersebut.<sup>85</sup> Menurut Azwar, definisi operasional adalah suatu definisi mengenai suatu variabel

---

<sup>82</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 1* (Yogyakarta: Andi Offset, 1994) hlm. 200

<sup>83</sup> Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*. (Pelajar Pustak: Yogyakarta, 2003), hlm. 59

<sup>84</sup> Kerlinger, *Op Cit*, hlm. 45

<sup>85</sup> *Ibid*, hlm. 51

yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.<sup>86</sup> Variabel merupakan konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian. Antara variabel yang satu dengan yang lain selalu berkaitan. Oleh karena itu pada suatu penelitian harus dilakukan identifikasi penelitian.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sugesti suntik : Suatu keadaan kejiwaan individu untuk dapat menerima pengaruh atas pikiran, tentang penyuntikan HIV/AIDS (X) tanpa kesediaan untuk mengamati, mengkritik dan membuktikannya.baik itu datang dari dalam dirinya maupun dari luar individu
2. Minat : Kecenderungan individu untuk memperhatikan, mengunjungi menyenangi dan tertarik serta diikuti usaha untuk MATOS (Y) mencari serta meraih obyek yang disenangi yaitu mengunjungi MATOS dengan disertai perasaan suka secara sadar.

### C. Populasi dan Metode Pengumpulan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek penelitian.<sup>87</sup> Populasi adalah kumpulan pengukuran atau data pengamatan yang dilakukan terhadap orang, benda atau tempat. Populasi nantinya akan dikenai generalisasi. Generalisasi adalah suatu cara pengambilan kesimpulan terhadap kelompok

<sup>86</sup> Azwar, *Op. Cit.*, hlm.74

<sup>87</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta PT. Rineka Cipta, 2006), hlm. 130

individu yang lebih luas jumlahnya berdasarkan data yang diperoleh dari sekelompok individu yang sedikit jumlahnya.

Jumlah populasi mahasiswa/i psikologi angkatan 2004 dan 2005 berdasarkan arsip kantor Psikologi adalah sebagai berikut:<sup>88</sup>

1. Angkatan 2004 berjumlah 94 orang
2. Angkatan 2005 berjumlah 97 orang

Dari data tersebut diatas, jumlah subjek yang akan diteliti banyak, yaitu berjumlah 191 orang, maka penelitian ini menggunakan penelitian sampel. Objek penelitian ini disebut *units of analysis* atau unsur-unsur populasi.<sup>89</sup>

Sampel menurut Arikunto adalah sebagian dari wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian ini diambil dengan acuan sebagai wakil populasi representatif. Sampel diambil setelah menggeneralisasikan suatu populasi.<sup>90</sup>

Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive method*, sampel diambil berdasarkan beberapa pertimbangan, menggunakan persyaratan yang dibuat sebagai kriteria yang harus dipenuhi.<sup>91</sup>

Kriteria sampel yang harus dipenuhi berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

1. Teraftar sebagai mahasiswa Psikologi angkatan 2004 dan 2005 UIN Malang yang melakukan her registrasi semester ganjil tahun akademik 2007/2008

---

<sup>88</sup> Arsip Daftar Her Registrasi Tahun Akademik 2007/2008

<sup>89</sup> Jalaluddin Rahmat, *Op. Cit.*, hlm.78

<sup>90</sup> Suharsimi Arikunto, *Op Cit*, hlm. 132

<sup>91</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian, dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004) hlm.

2. Pernah mengunjungi Matos lebih dari dua kali
3. Mengetahui berita tentang penyebaran virus HIV di MATOS

Arikunto mengungkapkan untuk menentukan banyaknya sampel jika subyek kurang dari 100 orang maka lebih baik diambil semuanya untuk diteliti. Selanjutnya jika jumlah subyek lebih dari 100 orang maka diambil 10% - 15% atau 20% - 25% dari jumlah populasi.<sup>92</sup> Dengan rincian sebagai berikut:

1. Populasi : 191 orang (Mahasiswa Psikologi UIN Malang angkatan 2004 & 2005)
2. Sampel : 50 orang (191 x 25%)

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data melalui skala yaitu suatu cara atau metode penelitian dengan menggunakan daftar sejumlah pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui atau rasakan. Skala yang digunakan antara lain skala sugesti dan skala minat. Metode ini dilakukan dengan cara meminta responden untuk memilih salah satu jawaban alternatif yang telah disediakan oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan bentuk skala tertutup, dimana responden tidak mempunyai kesempatan lain dalam memberikan jawaban selain

---

<sup>92</sup> *Ibid*, hlm. 151

jawaban yang telah disediakan didalam daftar pertanyaan.<sup>93</sup> Bentuk skala berupa empat alternatif pernyataan yang harus dipilih oleh subyek. Penelitian ini menggunakan *skala likert* yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu tentang fenomena sosial. Skala tersebut menggunakan kategori:<sup>94</sup>

**Tabel 3.1**  
**Penilaian Skala**

Klasifikasi	Keterangan	Skor
SS	Sangat setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

Skala berupa pernyataan *favourable* yaitu pernyataan yang berisi tentang hal-hal yang positif yaitu mendukung obyek sikap yang akan diungkap.<sup>95</sup> Pada umumnya skala likert menggunakan juga pernyataan *unfavourable*, akan tetapi dalam penelitian kali ini aspek tersebut ditiadakan dengan alasan dapat mengaburkan pertanyaan *favourable*, dimana bobot atau skor tertinggi menunjukkan sikap yang paling positif atau *most favourable* terhadap gejala yang akan diteliti.<sup>96</sup>

Skala sugesti dipergunakan untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi sejauh mana individu mengalami sugestibel (mudah dipengaruhi), sebagaimana diperoleh intisari dari faktor-faktor sugesti dari

<sup>93</sup> Joko subagyo, *Op. Cit.*, hlm. 57

<sup>94</sup> *Ibid*, hlm. 99

<sup>95</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004) hlm. 98

<sup>96</sup> Edi Suhardono, *Panorama Survey*, (Jakarta: Garmedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 62

pendapat Gerungan, diantaranya yaitu: Hambatan berpikir, Pikiran terpecah-belah, Otoritas, Mayoritas, Will To Believe.<sup>97</sup> Seperti berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Blue Print Skala Sugesti Suntik HIV/AIDS**

No	Aspek	Indikator	Deskriptor	No aitem	Jumlah
1	Hambatan berpikir	Kelelahan	Fisik	1,17	2
			Psikologis	2,18	2
		Emosional	Sedih	9,25	2
			Takut	10,26	2
			Khawatir	33,34	2
2	Pikiran terpecah-belah	Kebingungan	Banyak Masalah	3,12,37	3
			Konsentrasi lemah	4,35	2
		Kesehatan	Jasmani	11,27	2
			Rohani	19,32,36	3
3	Otoritas	Pendapat orang lebih tua	Orang tua	5,21	2
			Tokoh masyarakat	6,22	2
		Pendapat orang prestise tinggi	Punya wewenang	13,29	2
			Pendidikan tinggi	14	1
4	Mayoritas	Media massa	Internet	7	1
			Surat kabar	15	1
			Media elektronik	20,38	2
		Masyarakat	Lingkungan sekolah/kampus	8,39	2
			Teman sebaya	16,28	2
			Lingkungan tempat tinggal	23,30	2
5	Will To Believe	Pendapat terdahulu	Pendapat dalam keadaan samar	24,40	2
			Pendapat yang searah	31	1
Jumlah				40	40

<sup>97</sup> Gerungan *Op. Cit.*, hlm. 61

Skala minat dibentuk berdasarkan intisari yang berkompeten dalam penelitian ini, dilihat berdasarkan ciri-ciri minat yang dikemukakan oleh Hurlock, diantaranya adalah (1) Perasaan senang pada objek, (2) Konsisten, (3) Perhatian secara spontan, wajar, tanpa paksaan, (4) Rangsangan mencari obyek/tujuan, (5) Bersifat personal<sup>98</sup> seperti yang tercantum dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.3**  
**Blue Print Skala Minat Konsumen**

No	Aspek	Indikator	Deskriptor	No aitem	Jmlh
1	Perasaan senang pada objek	Kepuasan	Merasa kebutuhan terpenuhi	1,21	2
			Fasilitas memadai	2,22	2
			Kelengkapan	11,31	2
			Ekonomis	12,37	2
2	Konsisten	Percaya diri	Menggunakan cara sendiri melaksanakan hal	3,32	2
			Percaya pada diri sendiri daripada orang lain	4,23	2
			Yakin berhasil dalam mengerjakan kegiatan	13,24	2
		Pengalaman	Tidak bersifat bawaan	14	1
			Ada tindakan sebelumnya	19,33	2
3	Perhatian secara spontan, wajar, tanpa paksaan	Tidak mudah terpengaruh	Mengerjakan hal tanpa bantuan orang lain	5,25	2
			Tidak mudah dipengaruhi	6,34	2
			Tidak mudah goyah	15,26	2
		Berpikir positif	Mampu menghadapi permasalahan sendiri	16,38	2

<sup>98</sup> Crow & crow, *Op. Cit*, hlm 13518

			Berani ambil keputusan	20	1
4	Rangsangan mencari obyek/tujuan	Optimis, Tidak putus asa	Mendekati obyek	7,27	2
			Tidak mudah menyerah	8,35,39	3
			Tidak takut halangan	17,28	2
5	Bersifat personal	Kepentingan pribadi	Kebutuhan	9,36,40	3
			Hobi	10,29	2
			Iseng	18,30	2
Jumlah				40	40

### E. Validitas dan Reliabilitas

Salah satu masalah utama dalam kegiatan penelitian adalah memperoleh data informasi yang akurat dan obyektif. Kesimpulan suatu penelitian hanya akan dapat dipercaya apabila didasarkan pada informasi yang juga dapat dipercaya. Alat pengumpulan data harus memiliki kriteria reliabel dan valid agar kesimpulan penelitian tidak keliru dan tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dari keadaan yang sebenarnya. Sifat reliabel dan valid diperlihatkan oleh tingginya reliabilitas dan validitas hasil ukur suatu tes.

#### 1. Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur. Suatu instrumen dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya dan memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan pengukuran.<sup>99</sup>

<sup>99</sup> Saifuddin Azwar, *Uji Validitas dan Reliabilitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001) hlm 7

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keshohihan suatu instrumen.<sup>100</sup> Keshohihan item tiap-tiap skala sugesti dan minat menggunakan taraf signifikan  $p < 0,05$ . Jadi, dari semua item dianggap shohih adalah item yang mempunyai angket peluang ralat  $p$  tidak lebih dari 5% ( $p < 0,05$ ).

Untuk mengukur kesahihan suatu skala adalah dengan menggunakan validitas kontrak (*validitas internal*) dengan rumus *product moment* dari Pearson,<sup>101</sup> sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

$\sum x$  = Nilai item

$\sum y$  = Nilai total skala

Kemudian dikorelasikan lagi dengan *Part Whole*, dengan rumus:

$$r_{pq} = \frac{(r_{xy})(SB_y - SB_x)}{\sqrt{\{(SB_{x^2}) + (SB_{y^2}) - 2(r_{xy})(SB_x)(SB_y)\}}}$$

Keterangan:

$r_{pq}$  : Koefisien korelasi bagian total

$r_{xy}$  : Koefisien validitas product moment

<sup>100</sup> Arikunto, *Op. Ci.*, hlm. 168

<sup>101</sup> Arikunto, *Op. Cit.*, hlm. 170

$SB_x$  : Simpangan baku skor butir

$SB_y$  : Simpangan baku skor total

Perhitungan validitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer seri program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 12.00 for Windows. Standar pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas item, berdasar pendapat Saifudin Azwar bahwa suatu item dikatakan valid apabila  $r$  hasil lebih besar dari 0,30.<sup>102</sup>

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Apabila datanya benar sesuai kenyataannya, maka berapa kalipun diambil tetap sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu, reliabilitas artinya dapat dipercaya dan dapat diandalkan.<sup>103</sup>

Sebuah alat ukur dikatakan reliabel jika hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel bisa disebut sebagai kepercayaan, kejegan, kestabilan dan konsisten. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama.<sup>104</sup>

<sup>102</sup> Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004) hlm. 103

<sup>103</sup> Arikunto, *Op. Cit.*, hlm 178

<sup>104</sup> Saifuddin Azwar, *Op. Cit.*, hlm 4

Penelitian koefisien reliabilitas diperoleh dengan menggunakan teknik korelasi *Alpha Cornbach* pada *SPSS 12.00 for windows*. Adapun rumus *alpha cronbach* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

$\sum \sigma_t^2$  = Varians total

Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai 1,000. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,000 berarti semakin tinggi reliabilitasnya.<sup>105</sup>

## F. Metode Analisis Data

Analisis data disebut juga dengan *data preparation*, Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuannya untuk memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian. Data mentah yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan beberapa tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut:

<sup>105</sup> *Ibid*, hlm. 83

### 1. Mencari Means

Mean yaitu rata-rata matematik yang harus dihitung dengan cara tertentu dan dapat sebagai jumlah semua angka dibagi oleh banyaknya angka yang dijumlahkan. Untuk mencari Mean menggunakan rumus;

$$\text{Mean} = \frac{\sum fx}{N}$$

Keterangan:

M = Mean

N = Jumlah Total

X = Banyaknya nomor pada variabel X

### 2. Mencari Standar Deviasi

Standar deviasi adalah deviasi rata-rata yang telah dibakukan atau distandarisasikan, sehingga memiliki kadar kepercayaan atau reliabilitas yang lebih mantap dan diberi lambang SD, rumusan sebagai berikut:

$$S^2 = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left[ \frac{\sum fx}{N} \right]^2}$$

Keterangan:

SD = Standar Deviasi

X = Skor X

N = Jumlah responden

Skor yang sudah diperoleh selanjutnya ditafsirkan dan diklasifikasikan. Adapun pengklasifikasiannya dikategorikan berdasarkan tingkatan dalam tabel sebagai berikut:<sup>106</sup>

**Tabel 3.4**  
**Kategori Penilaian Skala**

Klasifikasi	Skor
Tinggi	$M + 1SD \leq X$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$X < M - 1SD$

### 3. Mencari Prosentase

Prosentase yaitu data yang menggunakan teknik analisa statistik prosentase. Rumus persentase digunakan untuk menghitung jumlah prosentase subyek dalam kategori tinggi, sedang dan kategori rendah baik untuk kategori sugesti maupun minat adalah sebagai berikut, dengan rumus:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = angka prosentase

F = frekuensi

N = jumlah frekuensi

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah sugesti suntik HIV/AIDS memiliki hubungan dengan minat konsumen mahasiswa fakultas Psikologi angkatan 2004 & 2005, metode analisis data

<sup>106</sup> Azwar, *Opcit.* hlm. 109

yang digunakan pada penelitian adalah analisis statistik. Hipotesis dianalisis dengan menggunakan teknik *korelasi product moment* dari *Pearson*.<sup>107</sup>

Selanjutnya rumus *korelasi product moment*, seperti berikut ini:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{\{(N \cdot \sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(N \cdot \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  = Koefisien Korelasi
- N = Jumlah Subyek
- X = Angka pada variabel sugesti
- Y = Angka pada variabel minat

Adapun rancangan analisa data dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Rancangan Desain Penelitian**

S	X	Y

Keterangan:

- S = Subyek
- X = Variabel sugesti tentang suntik HIV/AIDS
- Y = Variabel minat konsumen mengunjungi MATOS

Selanjutnya untuk mencari besar hubungan yang diperoleh dari kedua variabel penelitian, maka digunakan persamaan Koefisien Determinan sebagai berikut: ( $r^2 \times 100$ ).

<sup>107</sup> *Ibid*, hlm. 271

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian dibedakan menjadi dua wilayah, yaitu lokasi perusahaan yang dijadikan obyek penelitian yaitu Malang Town Square dan responden yang diberikan perlakuan penelitian dalam hal ini adalah mahasiswa Psikologi UIN Malang sekaligus sebagai konsumen. Selanjutnya akan dijelaskan satu-persatu.

##### 1. Cineplex Matos 21

###### a) Profil Perusahaan Cineplex Matos 21

Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa hiburan. Perusahaan ini bernama Cineplex 21 Group yang merupakan jenis pemutaran Film. Berdiri pada tanggal 28 Oktober 2005, berdasarkan Undang-Undang nomor 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas. Ditanda tangani oleh Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Malang.

###### b) Lokasi Perusahaan

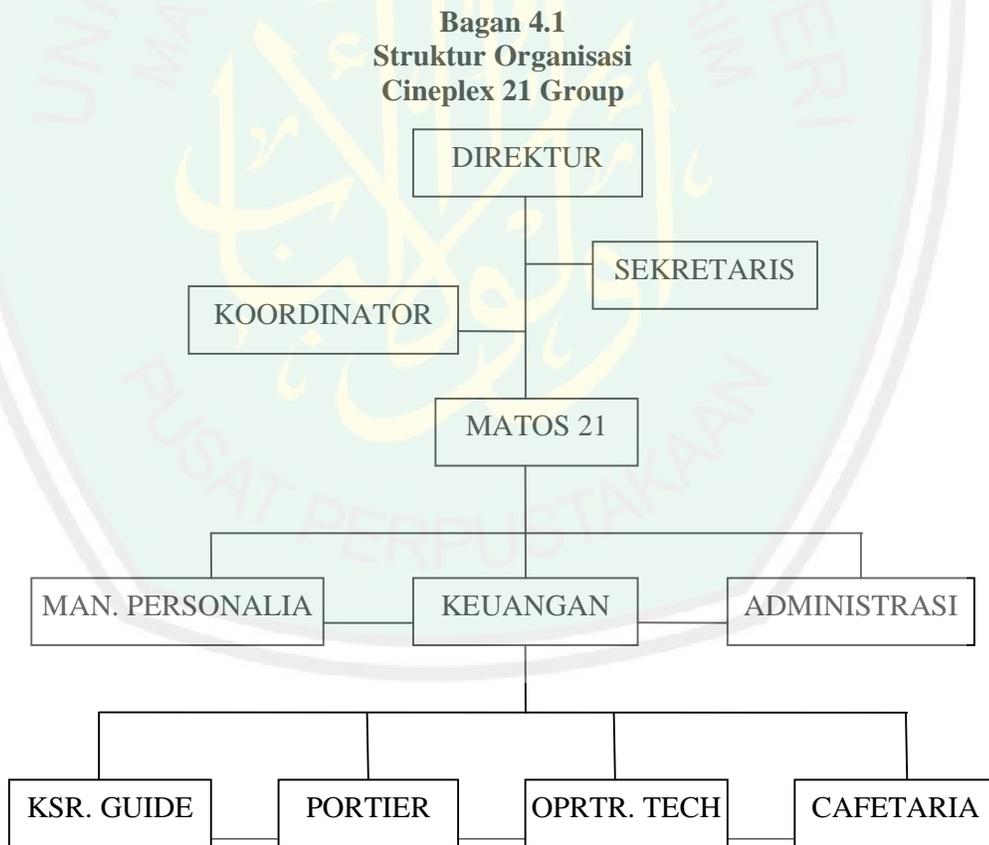
Lokasi: Jl. Veteran Malang, tepatnya di gedung Malang Town Square lantai 3MATOS 21, merupakan perusahaan yang tergabung dalam

Cineplex 21 Group yang memiliki kantor pusat di Jakarta, di Kota Malang sendiri terletak di beberapa tempat antara lain:

- 1) Studio Mandala Cineplex 21: di Jl. Agus Salim 26-28 Malang
- 2) Studio Dieng Cineplex 21: terletak di Jl. Raya Langsep Malang
- 3) Studio Sarinah Cineplex 21: di Jl. Jend. Basuki Rahmad Malang
- 4) Studio MATOS Cineplex 21: terletak di Jl. Veteran Malang

c) Struktur Organisasi

Bagan Struktur Organisasi MATOS Cineplex 21, yang berlaku:



Sumber: Kantor Bioskop MATOS 21

Karyawan yang bekerja di MATOS Cineplex 21 Malang, adalah berjumlah 19 orang, seperti yang terdaftar dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Karyawan MATOS 21**

No	Karyawan	Jumlah
1	Operator	5
2	Teknisi	1
3	Bagian umum	1
5	Waitress	8
6	Cafeteria	4
Jumlah		19

Sumber: Kantor Bioskop MATOS 21

d) Riwayat Pengalaman Kegiatan Perusahaan

Cineplex 21 bergerak dalam jasa hiburan umum yang mempunyai pengalaman dalam bidang pemutaran film/bioskop, yang mana perusahaan tersebut menyebar di kota-kota besar di Indonesia. Antara lain di Jakarta, Bandung, Jogja, Semarang, Surabaya, Malang dan kota-kota lainnya.

Perusahaan perbioskopian tersebut mempunyai kegiatan Pemutaran Film, Pemutaran Iklan. Adapun pemutaran film tersebut yang dimaksud adalah pemutaran film import (Barat), Film Nasional (Indonesia), dan Film Mandarin. Film-film yang ditayangkan merupakan film-film keluaran terbaru yang yang baru dirilis.

Kegiatan pemutaran film di Bioskop MATOS 21, terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- 1) Pemutaran Film OS (*Ordinary Show*)
- 2) Pemutaran Film MS (*Midnight Show*)

- 3) Pemutaran Film Pahe (Paket Hemat) dan diselenggarakan setiap hari senin

Harga tiket masuk dibedakan berdasarkan hari biasa, Hari Senin, Hari Selasa-Jum'at, Hari Sabtu-Minggu dan hari besar. Harga tiket masuk Hari Senin Rp.10.000; hari Selasa-Jum'at Rp.15.000; hari Sabtu-Minggu dan hari besar Rp.20.000.

- e) Peralatan dan Perlengkapan Perusahaan

Peralatan kantor layaknya di Cineplex 21 yang berada di masing-masing Gedung Bioskop yaitu:

- a) Meja kursi untuk masing-masing personil kantor
- b) Pesawat telephone untuk komunikasi
- c) Mesin ketik dan computer untuk mengerjakan laporan-laporan
- d) Mesin faximilli untuk mengirim laporan
- e) Sepeda motor untuk transportasi
- f) Filling cabinet untuk menyimpan laporan

Kelengkapan operator sebagaimana peralatan vital untuk gedung bioskop terdiri dari:

- a) Mesin proyektor masing-masing dua mesin proyektor/studio
- b) Satu set peralatan teknisi
- c) Tabung pemadam kebakaran
- d) Peralatan audio lengkap
- e) Fasilitas AC (*Air Conditioner*) masing-masing studio dan kantor

## 2. Fakultas Psikologi UIN Malang

### a) Sejarah

Status: Terakreditasi B berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor:003/BAN-PT/Ak-X/S1/II/2007 dengan masa berlaku dari 10 Februari 2007 sampai dengan 10 Februari 2012. Fakultas Psikologi berdiri berdasarkan keputusan Direktur Jendral Kelembagaan Agama Islam Nomor: DJ.II/64/2005 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Strata Satu (S1) pada Universitas Islam Negeri Malang.

### b) Visi, Misi dan Tujuan

- 1) Visi: fakultas psikologi adalah menjadi fakultas terkemuka dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat untuk menghasilkan lulusan di bidang psikologi yang memiliki kekokohan aqidah, kedalaman spiritual, keluhuran akhlaq, keluasan ilmu dan kematangan professional, dan menjadi pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang bercirikan Islam serta menjadi penggerak kemajuan masyarakat.
- 2) Misi: Fakultas Psikologi adalah menciptakan civitas akademika yang memiliki kemantapan aqidah, kedalaman spiritual dan keluhuran akhlak, memberikan pelayanan yang profesional

terhadap pengkaji ilmu pengetahuan psikologi yang bercirikan Islam, mengembangkan ilmu psikologi yang bercirikan Islam melalui pengkajian dan penelitian ilmiah, mengantarkan mahasiswa psikologi yang menjunjung tinggi etika moral.

- 3) Tujuan: mencetak sarjana psikologi muslim yang mempunyai basis keilmuan psikologi yang integratif antara ilmu psikologi konvensional dan ilmu psikologi yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Fakultas Psikologi menetapkan tujuan pendidikan untuk menghasilkan sarjana psikologi yang memiliki wawasan dan sikap yang agamis, menghasilkan sarjana psikologi yang professional dalam menjalankan tugas, menghasilkan sarjana psikologi yang mampu merespon perkembangan dan kebutuhan masyarakat serta dapat melakukan inovasi-inovasi baru dalam bidang psikologi, dan menghasilkan sarjana psikologi yang mampu memberikan tauladan dalam kehidupan atas dasar nilai-nilai Islam dan budaya luhur bangsa.

c) Fasilitas

- 1) Laboratorium psikologi yang bertujuan untuk memberi layanan psikodiagnostik
- 2) Unit Psikologi terapan, sebuah unit jasa pelayanan praktis dalam psikologi untuk masyarakat umum, baik industri, sosial, pendidikan maupun keluarga

- 3) Unit kajian psikologi Keislaman dan penerbitan (LAPSist) yaitu integrasi ilmu psikologi konvensional dengan ilmu psikologi Keislaman yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadist.
- 4) Unit konseling, sebuah unit konsultasi psikologi kepada mahasiswa, civitas akademika UIN Malang dan masyarakat luas berkaitan dengan masalah belajar, bimbingan karir, penyesuaian pribadi, penelusuran kemampuan minat dan bakat.
- 5) Jurnal ilmiah, yaitu "PsikoIslamika" yang terbit setiap satu semester.

Kompetensi lulusan program Sarjana S1 Psikologi secara khusus akan memiliki kompetensi dalam hal

- 1) *Relationship*. Memiliki ketrampilan interpersonal dan relationship dalam profesi dan masyarakat yang bersifat *non therapeutic*
- 2) *Assesment*. Memiliki kemampuan dalam menginterpretasikan dan menilai fenomena psikologi dalam kehidupan bermasyarakat dengan pendekatan teori-teori yang integratif antara psikologi dan Islam, kecuali yang bersifat klinis
- 3) *Intervention*. Mampu melakukan intervensi psikologis dalam bentuk pelayanan, pengembangan, yang bertujuan meningkatkan, memulihkan, mempertahankan atau mengoptimalkan perasaan "*well-being*" dengan pendekatan yang bernuansa keIslaman, kecuali dalam setting klinis

4) *research & evaluations*. Mampu merumuskan masalah, mengumpulkan dan menginterpretasikan informasi yang berhubungan dengan fenomena psikologis dibawah bimbingan psikolog.

d) Jumlah Mahasiswa Psikologi

Berdasarkan rekap registrasi mahasiswa semester gasal Universitas Islam Negeri Malang tahun akademik 2007/2008, diperoleh data mahasiswa yang masih terdaftar seluruhnya berjumlah 550 mahasiswa, dengan perincian sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Mahasiswa UIN Malang**

Angkatan	Laki-laki	Perempuan
2000	1	1
2001	7	3
2002	19	10
2003	26	23
2004	42	52
2005	35	62
2006	41	80
2007	61	87
Jumlah	232	318

Sumber: Kantor Psikologi UIN Malang, 2007

## B. Hasil Penelitian

### 1. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 24-26 September 2007, dengan menyebarkan angket kepada responden mahasiswa Psikologi UIN Malang Angkatan 2004 & 2005. Angket yang disebar berjumlah 70 eksemplar dan yang berhasil kembali berjumlah 54 eksemplar.

### 2. Uji hasil Validitas

Interpretasi koefisien validitas dianggap valid apabila melebihi  $r_{xy} = 0,30$  ( $> 0,30$ ) sehingga butir-butir tersebut dianggap sah, sebaliknya jika didapatkan koefisien validitas kurang dari 0,30 ( $< 0,30$ ) maka butir-butir tersebut tidak valid dan dianggap gugur.<sup>108</sup>

a) Skala sugesti terhadap Suntik HIV/AIDS

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Sugesti tentang HIV/AIDS**

No	Aspek	No item valid	No item gugur	Total
1	Hambatan berpikir	1,2,9,10,17,18, 25,26,33,34		10
2	Pikiran terpecah-belah	3,4,12,11,19,27, 32,35,36,37	19,32	10
3	Otoritas	5,6,13,14,21,22, 29		7
4	Mayoritas	7,8,16,20,23, 28,30,38,39	15	10
5	Will to believe	24,40,31	24	3
Jumlah		36	4	40

<sup>108</sup> Azwar, Saifuddin. *Reliabilitas dan Validitas*. (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2003). Hal 140

Dari hasil uji validitas instrumen dalam skala sugesti terhadap suntik HIV/AIDS dapat diketahui terdapat 4 item yang gugur serta jumlah item yang sah adalah 36 item.

b) Skala Minat mengunjungi Matos

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Minat Mengunjungi MATOS**

No	Aspek	No item valid	No item gugur	Total
1	Perasaan senang pada objek	1,2,11,12,21, 22,31,37		8
2	Konsisten	3,4,13,14, 19,23,24,32,33	33	9
3	Perhatian secara spontan, wajar, tanpa paksaan	5,6,15,16, 20, 25,26,34,38	15,38	9
4	Rangsangan mencari obyek, situasi yang diminati/tujuan	7, 8,17,27, 28,35,39,		7
5	Bersifat personal	9, 10,18,30, 36,40,29		7
Jumlah		37	3	40

Dari hasil uji validitas instrumen dalam skala Minat Mengunjungi MATOS terdapat 3 item yang gugur, jadi jumlah item yang sah adalah 37 item.

### 3. Uji Hasil Reliabelitas

Penghitungan reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer SPSS versi 10.0 for windows. Koefisien keandalannya ( $r_{xx'}$ ) bergerak

antara 0,000 sampai dengan 1,000 artinya semakin mendekati 1,000 maka semakin reliabel.

Berikut tabel rangkuman reliabilitas variabel Sugesti Terhadap Suntik HIV/AIDS dengan Minat Konsumen Mengunjungi MATOS.

**Tabel 4.4**  
**Reliabilitas Sugesti Terhadap Suntik HIV/AIDS**  
**dengan Minat Konsumen Mengunjungi MATOS**

Variabel	Alpha	Keterangan
Sugesti Terhadap Suntik HIV/AIDS	0,933	Andal
Minat Konsumen Mengunjungi MATOS	0,934	Andal

Dari hasil uji keandalan kedua angket tersebut dapat dikatakan bahwa kedua angket tersebut reliabel yaitu mendekati 1,000. Sehingga kedua angket tersebut layak untuk dijadikan instrumen pada penelitian yang akan dilakukan.

#### 4. Prosentase Sugesti

Penentuan norma penilaian, dilakukan setelah diketahui nilai Mean (M) dan Standar Deviasi (SD). Norma penilaian yang diperoleh adalah:

- a) Mean : 92,5
- b) Standar Deviasi : 18,5

Peneliti selanjutnya membagi data menjadi tiga kategori untuk mengetahui tingkat sugesti untuk menentukan jarak pada masing-masing

kelompok dengan pemberian skor standar, menurut Azwar<sup>109</sup> pemberian skor standar dilakukan dengan mengubah skor kasar kedalam bentuk penyimpangan dari Mean dalam suatu Standar Deviasi, dengan menggunakan norma-norma sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Kategori Tingkat Variabel Sugesti**

Norma	Kategori
$M + 1SD \leq X$	Tinggi
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	Sedang
$X < M - 1SD$	Rendah

Berdasarkan skor standar diatas dapat diperoleh prosentase 32% berada dalam kategori tinggi, 62% berada dalam kategori sedang dan 6% berada dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa dari 50 responden mahasiswa Psikologi UIN Malang yang *sugestibel* mudah terpengaruh dengan sugesti penyuntikan virus HIV/AIDS adalah sebanyak 16 orang, sedangkan yang tidak mudah terpengaruh berjumlah 3 orang, selanjutnya 31 responden lain termasuk dalam kategori sedang. Untuk lebih jelasnya dapat lihat tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Proporsi Sugesti**

No	Kategori	Interval	Frek	%
1	Tinggi	$\geq 109$	16	32%
2	Sedang	72-108	31	62%
3	Rendah	$\leq 71$	3	6%
Total			50	100%

<sup>109</sup> <sup>109</sup> Azwar, *Op.Cit*, hlm. 163

## 5. Prosentasi Minat

Berdasarkan hasil penelitian tentang minat mahasiswa Psikologi mengunjungi MATOS, diperoleh data Mean dan Standar Deviasi seperti berikut ini:

- a) Mean : 92,5
- b) Standar Deviasi : 18,5

Peneliti selanjutnya mengkategorikan menjadi tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pembatasan ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui informasi yang lebih cermat mengenai tinggi serta rendahnya minat mengunjungi MATOS, jelas lagi dengan melihat tabel berikut ini:

**Tabel 4.7**  
**Proporsi Minat**

No	Kategori	Interval	Frek	%
1	Tinggi	$\geq 112$	5	10%
2	Sedang	74-111	36	72%
3	Rendah	$\leq 73$	9	18%
Total			50	100%

Tabel tersebut menggambarkan frekuensi dan prosentase mengenai minat mengunjungi MATOS. Dari 50 responden, 5 orang memiliki minat yang tinggi, 36 orang memiliki minat yang sedang dan 9 orang memiliki minat yang rendah mengunjungi MATOS. Prosentase tertinggi terletak pada keadaan minat sedang yaitu 72%, sedangkan pada posisi minat rendah mengunjungi MATOS dengan prosentase 18%. selanjutnya prosentase terendah pada keadaan minat yang tinggi yaitu 10%.

## 6. Pengujian Hipotesa

Untuk mengetahui ada atau tidak ada hubungan (korelasi) sugesti dengan minat, maka dilakukan analisis *korelasi product moment* dari *Pearson* dengan menggunakan program komputer (SPSS) untuk dua variabel, untuk uji hipotesis penelitian. Penilaian hipotesis didasarkan pada analogi:

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik *korelasi product moment* dari *Pearson* dengan menggunakan program komputer (SPSS). Setelah dilakukan analisis diketahui hasil korelasi, sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Korelasi Sugesti dengan Minat**

		Sugesti (X)	Minat (Y)
Sugesti (X)	Pearson Correlation	1	-.375**
	Sig. (2-tailed)	.	.001
	N	50	50
Minat (Y)	Pearson Correlation	-.375**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.
	N	50	50

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

Selanjutnya untuk mengetahui hubungan sugesti suntik HIV/AIDS dengan Mahasiswa Psikologi UIN Malang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Korelasi Sugesti Suntik HIV/AIDS dengan Minat Konsumen Mengunjungi MATOS**

N	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Keterangan	Kesimpulan
50	-0,375	-0,297	0.001	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Signifikan

Tabel diatas menunjukkan nilai N (sampel) adalah 50, nilai  $r_{hitung}$  adalah -0,375, dan nilai  $r_{tabel}$  adalah -0,297. Dikatakan signifikan atau mempunyai hubungan apabila  $r_{hitung}$  hitung lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Dari hasil korelasi diatas memiliki nilai  $r_{hitung} -0,375 > r_{tabel} -0,297$  berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dengan proporsi ralat sebesar 0,001.

### C. PEMBAHASAN

#### 1. Sugesti Mahasiswa Psikologi Terhadap Berita Penyuntikan HIV/AIDS

Distribusi tingkat sugesti terhadap kabar penyuntikan HIV/AIDS adalah menunjukkan tiga tingkat kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Distribusi yang paling tinggi dari 50 responden berada pada kategori sedang yaitu mencapai 62% dengan jumlah responden 31 orang. Pada tingkatan kedua adalah responden dengan kategori tinggi yang mencapai 32% dengan responden yang berjumlah 16 orang. selanjutnya kategori rendah dengan prosentase sebesar 6% dari jumlah 3 responden.

Sebagian besar mahasiswa psikologi memiliki kecenderungan mudah terpengaruh atau sugestibel sedang dengan adanya kabar penyebaran HIV/AIDS menggunakan jarum suntik dengan prosentase 62%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Psikologi UIN Malang tidak sepenuhnya menerima dan terpengaruh berita penyebaran HIV terhadap konsumen di MATOS, juga tidak sepenuhnya menolak kabar yang datang.

Sehingga dapat menyaring informasi yang datang sebelum diterima sebagai kebenaran.

Berdasarkan hasil penelitian, juga diperoleh data mengenai kecenderungan mudah tersugesti tinggi pada mahasiswa psikologi dengan jumlah prosentase 20%. Apabila dikaitkan dengan teori, mahasiswa dalam kategori tinggi memiliki kecenderungan *sugestibel*, mudah percaya dan terpengaruh dengan pendapat orang lain tanpa pertimbangan terlebih dahulu. Hingga penelitian ini dilakukan, terdapat mahasiswa yang merasa takut mengunjungi MATOS terkait dengan kabar tersebut. Terdapat alasan lain mahasiswa tidak mengunjungi MATOS, diantaranya karena faktor fasilitas gedung, kepuasan dan kebutuhan.

Hasil penelitian juga didukung oleh wawancara terhadap mahasiswa dan manager Malang Town Square. Berdasarkan wawancara kepada sebagian responden mahasiswa, diperoleh data bahwa kabar mengenai aksi penyuntikan HIV/AIDS mereka peroleh dari temannya, setelah ditanyakan kembali temanya juga mendapat kabar dari temannya lagi, begitu seterusnya, secara estafet. Responden tidak mengetahui dengan pasti dari mana dan siapa kabar itu datang serta tidak diketahui dengan pasti siapa dan berapa orang yang menjadi korbannya.<sup>110</sup>

Menurut general manager MATOS, sempat beredar kabar mengenai penyuntikan HIV/AIDS terhadap konsumen yang berkunjung ke MATOS, tetapi sampai wawancara ini berlangsung, belum pernah ada

---

<sup>110</sup> Hasil Wawancara tanggal 23-25 Juli 2007, dengan mahasiswa Psikologi UIN Malang

laporan dari pihak konsumen atau pelanggan yang menjadi korban. Hanya sempat terjadi penurunan konsumen saat berita tersebut masih hangat.<sup>111</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Lutfi Abu Kasim selaku manager Cineplex MATOS 21, perusahaan mengalami penurunan konsumen dengan mayoritas 70% konsumen mahasiswa dan pelajar pada akhir tahun 2006 sampai awal tahun 2007, dimana pada saat itu kabar penyebaran HIV masih gencar-gencarnya. Baru pada bulan Juni dan Juli 2007 konsumen kembali padat mengunjungi bioskop.<sup>112</sup>

Islam menganjurkan agar umatnya selalu bersikap positif. Bersikap positif meliputi pandangan atau pikiran (kognitif), perasaan (afektif) dan tingkah laku (konasi). Islam melarang umatnya untuk berfikir negatif dan menganggap jelek sesuatu yang belum terjadi. Q.S. Al-Hujurat ayat 12:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اجْتَنِبُوْا كَثِيْرًا مِّنَ الظَّنِّ اِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ اِثْمٌ ۗ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya prasangka itu adalah dosa.” (Q.S. Al-Hujurat:12)<sup>113</sup>

Q.S. Al Isra:36 yang berbunyi:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِۦ عِلْمٌ ۚ اِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ اُولٰٓئِكَ كَانَ عِنْدَهُ مَسْئُوْلًا ۗ

Artinya: Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban. (Q.S. Al Isra:36)<sup>114</sup>

<sup>111</sup> Wawancara pada tanggal 30 Juli 2007, dengan General Affair MATOS pada pukul 13.15 wib

<sup>112</sup> Wawancara pada tanggal 28 Agustus 2007, dengan manager Cineplex MATOS 21 pukul 14.00 wib

<sup>113</sup> DEPAG, RI., *Op. Cit.* hlm. 518

<sup>114</sup> DEPAG, RI., *Op. Cit.* hlm. 286

## 2. Minat Mahasiswa Psikologi Mengunjungi MATOS

Distribusi tingkat minat mengunjungi MATOS menunjukkan tiga tingkat kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Distribusi yang paling tinggi dari 50 responden berada pada kategori sedang yaitu mencapai 72% dengan jumlah responden 36 orang. Pada tingkatan kedua adalah responden dengan kategori rendah yang mencapai 18% dengan responden yang berjumlah 9 orang. selanjutnya kategori tinggi dengan prosentase sebesar 10% dari jumlah 5 responden.

Mahasiswa dengan kategori minat mengunjungi MATOS sedang dengan prosentase 72% dengan 36 responden. Hal ini menunjukkan minat mahasiswa psikologi tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil, yaitu berada diantara keduanya. Minat mahasiswa mengunjungi MATOS berdasar kepada penerimaan mahasiswa mengenai fasilitas baik itu yang berhubungan dengan lokasi, pelayanan, serta keamanan dan kenyamanan; kepuasan yang diperoleh ketika mengunjungi MATOS serta kebutuhan konsumen yang relatif tidak sama tiap individu.

Mahasiswa dengan minat tinggi mengunjungi MATOS dengan prosentase 10% berjumlah 5 orang. Dimana minat yang tinggi mengunjungi MATOS tidak terpengaruh oleh adanya sugesti kabar penyebaran HIV/AIDS, mereka pada umumnya meraih apa yang diinginkan dan merasa puas apabila harapannya terwujud, tanpa adanya banyak pertimbangan dari pihak lain, dengan dasar setiap individu

memiliki perbedaan dalam menentukan minatnya dan berkaitan dengan kepentingan individu atau bersifat personal.

Mahasiswa dengan tingkat minat rendah mengunjungi matos dengan prosentase 18% dengan jumlah responden 9 orang. Mahasiswa yang merasa paranoid atau takut mengunjungi Matos dengan adanya berita penyebaran virus HIV/AIDS, mengurungkan minatnya. Selain itu mereka cenderung mudah dipengaruhi oleh pihak lain yang memberikan sugesti, baik itu yang datang dari orang yang lebih tua, maupun dari temannya.

Ajaran Islam mengajarkan untuk meraih apa yang telah menjadi minat atau keinginan umatnya. Ayat yang menganjurkan untuk meraih apa yang diinginkan yaitu Al Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

*Artinya: Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S. Al Jumu'ah:10)<sup>115</sup>*

Setelah menunanikan kewajiban kepada Sang Khalik, umat Islam dianjurkan untuk bekerja dan menggapai apa yang telah menjadi keinginan, cita-cita, serta harapan. Karena tanpa adanya usaha, mustahil sesuatu dapat terjadi dengan sendirinya.

<sup>115</sup> DEPAG, RI., *Op.Cit.* hlm. 555

### 3. Hubungan Sugesti Suntik HIV dengan Minat Mahasiswa Psikologi Mengunjungi MATOS

Pendapat Slameto yang mengatakan Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri apa yang disebut sugesti. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka akan semakin besar minat.<sup>116</sup> Sebaliknya apabila sugesti yang datang negatif, maka minat akan semakin rendah.

Abu Ahmadi menambahkan mengenai sugesti yaitu pengaruh atas jiwa atau perbuatan seseorang, sehingga pikiran, perasaan dan kemauannya terpengaruh, dan dengan begitu orang mengakui atau meyakini apa yang dikehendaki<sup>117</sup>. Karena adanya pengaruh itu, perasaan dan kemauan sendiri sedikit banyak dikesampingkan, pikiran sendiri tidak dipergunakan. Dari kedua pendapat tersebut, dapat diketahui dengan jelas bahwa terdapat hubungan antara minat dengan sugesti.

Hasil penelitian dari kedua variabel, tingkat sedang atau rata-rata menempati proporsi yang paling besar, selanjutnya adanya hubungan negatif dari hasil proporsi tinggi rendahnya masing-masing variabel, pada variabel sugesti proporsi tinggi berada pada tingkatan kedua, dan proporsi rendah di tingkatan ketiga, sebaliknya pada variabel minat, proporsi rendah pada tingkatan kedua dan proporsi tinggi berada pada tingkatan ketiga.

---

<sup>116</sup> Slameto, *Op.Cit*, hlm 180

<sup>117</sup> Abu Ahmadi & M. Umar, *Op.Cit*, hlm 105

**Tabel 4.10**  
**Proporsi Sugesti dan Minat**

Kategori	Sugesti		Minat	
	Frek	%	Frek	%
Tinggi	10	20 %	7	14%
Sedang	32	64 %	34	68%
Rendah	8	16 %	9	18%
Total	50	100%	50	100%

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang diperoleh dari dua variabel penelitian, digunakan persamaan Koefisien Determinan ( $r^2 \times 100$ ), maka dari hasil penelitian  $r_{hit} -0,375$  diperoleh:

Koefisien Determinan  $-0,375^2 \times 100 = 14\%$ .

Angka 14% menunjukkan prosentase hubungan kedua variabel penelitian, yaitu hubungan antara Sugesti tentang suntik HIV/AIDS dengan Minat mahasiswa Psikologi mengunjungi MATOS.

Individu yang berfikir negatif tentang suatu objek cenderung bersikap menjauhi objek tersebut. Adanya hubungan yang negatif antara dua variabel tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi sugesti mahasiswa terhadap penyuntikan HIV/AIDS maka semakin rendah minat mahasiswa mengunjungi MATOS.

Sugesti dapat berdampak positif maupun negatif terhadap orang yang disugesti. Sugesti positif berupa saran, nasehat, kritik yang membangun, anjuran, terapi dan sebagainya, sedangkan sugesti negatif berupa propaganda, isu, hasud, fitnah, gendam dan sebagainya. Menanamkan sugesti artinya menggugah minat, yaitu kesadaran seseorang bahwa suatu obyek

mengandung sangkut-paut dengan dirinya. Karena dengan adanya hubungan yang sangat erat antara sugesti dengan minat, tidak jarang sugesti dijadikan suatu cara untuk merubah minat seseorang.

عَنْ ابْنِ عُمَرَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْمُسْلِمُ الَّذِي يُخَالِطُ النَّاسَ وَيَصْبِرُ عَلَىٰ أَذَاهُمْ أَفْضَلُ مِنَ الَّذِي لَا يُخَالِطُهُمْ وَلَا يُصْبِرُ عَلَىٰ أَذَاهُمْ. (رواه الرمذى وابن ماجه)

*Artinya: Ibnu Umar r.a. mengungkapkan bahwasanya rasulullah saw. Bersabda: “Orang Islam yang bergaul dengan berbagai lapisan manusia dan bersabar atas keburukan mereka, lebih utama daripada orang yang tak suka bergaul dengan mereka karena tak kuat dengan keburukannya.” (H.R. Tirmidzi dan Ibnu Hamzah).<sup>118</sup>*

Sebuah Hadits yang diriwayatkan oleh Tirmidzi dan Hamzah yang menerangkan tentang hubungan sosial terhadap semua lapisan masyarakat yang majemuk, meskipun individu tinggal dalam lingkungan masyarakat yang berbeda-beda, ada yang baik maupun tidak baik, semua itu kembali kepada diri individu itu sendiri. Apakah akan terpengaruh dengan sesuatu yang baik atau terpengaruh dengan sesuatu yang tidak baik. Karena pada dasarnya manusia telah diberi akal dan fikiran untuk dapat memilih antara yang hak dan batil atau antara baik dan buruk.

<sup>118</sup> Sayyid Muhammad, *Hadits-Hadits Rasul dalam Merih Kebajikan dan Kasih Sayang*, (Bandung: Diponegoro, 1992), hlm. 59

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian yang telah diterangkan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sugesti mahasiswa UIN Malang terhadap suntik HIV/AIDS yang terdiri dari 50 responden, respon tertinggi berada pada kategori sedang yaitu sebesar 62% dengan frekuensi berjumlah 31 responden, kategori tinggi sebesar 32% dengan frekuensi 16 responden, kategori rendah dengan nilai sebesar 6% dengan frekuensi 3 responden. Jadi Sugesti mahasiswa UIN Malang terhadap suntik HIV/AIDS pada taraf sedang, artinya mereka tidak sepenuhnya mudah menerima kabar mengenai penyuntikan HIV/AIDS terhadap konsumen di MATOS dan juga tidak serta merta menolak.
2. Minat mahasiswa Psikologi UIN Malang mengunjungi MATOS, dengan 50 responden, respon terbanyak berada pada kategori sedang yaitu sebesar 62% dengan frekuensi 36 responden, kategori rendah sebesar 18% dengan frekuensi 9 responden, kategori tinggi dengan nilai sebesar 10% dengan frekuensi 5 responden. Minat mahasiswa mengunjungi MATOS berada pada taraf yang sedang, artinya mereka cukup berminat mengunjungi MATOS, meskipun beredar berita mengenai penyebaran HIV/AIDS terhadap konsumen yang berbelanja di MATOS.

3. Hubungan yang terdapat dalam penelitian ini bersifat negatif dan signifikan antara sugesti terhadap suntik HIV/AIDS dengan Minat mahasiswa Psikologi UIN Malang mengunjungi MATOS. Semakin tinggi tingkat sugesti mereka terhadap suntik HIV/AIDS maka akan semakin rendah minat mengunjungi MATOS, demikian pula sebaliknya semakin rendah sugesti maka minat akan tinggi. Melalui analisis data yang dilakukan dengan menggunakan *Product moment*, di peroleh hasil  $r_{xy} = -0,375$ ;  $p = 0,001$  yang berarti bahwa hipotesis kerja yang diajukan dapat diterima yaitu terdapat hubungan sugesti terhadap suntik HIV/AIDS dengan Minat Mahasiswa Psikologi UIN Malang mengunjungi MATOS, dengan taraf signifikansi 0,001. Dengan Koefisien Determinan 14%.

## B. Saran

1. Bagi Perusahaan
  - a) Demi kepentingan praktis, maka kepada organisasi atau industri khususnya pada perusahaan tempat peneliti ini dilaksanakan, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan pelayanan terhadap konsumen, seperti meningkatkan fasilitas, keamanan serta kenyamanan. Sehingga konsumen merasa puas.
  - b) Bertindak cermat dan tepat mengatasi segala permasalahan yang ada, baik itu yang bersifat internal maupun eksternal.

## 2. Bagi Konsumen

- a.) Diharapkan lebih waspada ketika berada pada situasi dan kondisi apapun, kejahatan dapat terjadi dimana saja dan kapan saja bahkan dalam kondisi yang diperkirakan aman.
- b.) Untuk meminimalisir kejahatan di tempat umum, hendaknya tidak berpenampilan mencolok yang dapat memancing tindak kejahatan dan di dampingi oleh orang yang dipercaya.

## 3. Bagi Mahasiswa

- a.) Mahasiswa dapat dikatakan sebagai *agent of change* dalam suatu masyarakat. Sebagai tunas bangsa yang akan memimpin dan membangun Negara Indonesia tentulah sangat diharapkan untuk dapat bersikap arif dan bijaksana dalam menyikapi segala sesuatu.
- b.) Sebagai kaum terpelajar, mahasiswa selayaknya mempertajam pisau analisis dan kritis terhadap informasi yang beredar, sehingga tidak mudah disugesti, terutama sugesti yang negatif.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berkenaan dengan kepentingan ilmiah, diharapkan penelitian ini dapat membuka wawasan yang lebih luas secara teoritis maupun praktis, bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan permasalahan yang sama, diharapkan untuk mengkaji masalah ini dengan jangkauan yang lebih luas dengan menambah variabel lain yang belum terungkap dalam penelitian ini. Di dalam

melaksanakan penelitian tentunya ada kendala yang ditemui di lapangan, diantaranya dalam proses pencarian data, karena hal ini berhubungan dengan pihak lain, selain itu diharapkan dapat lebih memperhatikan efektifitas dan validitas alat ukur yang dipakai supaya dapat mengungkap lebih dalam variabel yang akan diteliti karena akan mempengaruhi hasil penelitian. Semoga penelitian ini memberikan sumbangan yang berarti.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. dkk, 1991, *Psikologi Sosial*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Ahmadi A. 1992, *Psikologi Umum*, Jakarta: Rineka Cipta
- Ahmadi A. & Umar M.A. 1996, *Psikologi Umum*, Surabaya: Bina Ilmu
- Albari & Anita Lestari, 2004, *Analisis Minat Beli Konsumen Sabun Cair Lux, Biore, dan Lifebuoy*, *Jurnal Ilmu pengetahuan Sosial (JBS)*, Nomor ISSN: 1410-2641, Volume 9, Nomor 9 Desember 2004. Yogyakarta: Fakultas UII
- Amirullah, 2002, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Anshari H. 1996, *Kamus Psikologi*, Surabaya: Usaha Nasional
- As'ad, Moh, 1987, *Psikologi Perkembangan Remaja*, Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin, 2001, *Uji Validitas dan Reliabilitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- \_\_\_\_\_, 2003, *Metode Penelitian*, Pelajar Pustaka: Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, 2004, *Penyusunan Skala Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bimo Walgito, 1991, *Psikologi Sosial*, Yogyakarta: Andi Offset
- Brawijaya Forum, *Gosip Penyebaran Virus Hiv/Aids Di Tempat Hiburan*, <http://www.brawijayaforum.com>, Brawijaya Unifersity, Malang, , Akses: 25 Juli 2007
- Crow & Crow. 1984, *Psikologi Pendidikan*, Surabaya: Bina Ilmu
- DEPAG, RI. 1990. *Al-Qur'an dan Terjemaha*, Semarang. CV. Toha Putra.
- Ekowan, *Lets Talk About Anything, Perbedaan HIV dan AIDS*, Yogyakarta. Akses: 25 Juli 2007
- El-Quussy A.A, 1981, *Ilmu Jiwa Prinsip-Prinsip dan Implementasinya dalam Pendidikan*, Jakarta: NV. Bulan Bintang
- Fachruddin H.S. 1992, *Pembinaan Mental, Bimbingan Al-Quran*, Jakarta: Rineka Cipta
- Gerungan, W.A. 2002, *Psikolologi Sosal*, Bandung: PT. Refika Aditama

- Gunawan, Adi, W., 2005, *Hypnosis, The Art of Subconscious Communication*, Jakarta: Gramedia
- Hasan, Iqbal, 2002, *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia
- Hurlock, 1980, *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga
- Khan, Inayat, 2000, *Dimensi Spiritual Psikologi*, terjemahan oleh Andi Haryadi, Bandung: Pustaka Hidayah:
- Kartini Kartono, 1984, *Psikologi Umum*, Bandung: Alumni
- Wardhana, Krisna, 2006, *Hipnotisme, Teknik Memberi Sugesti dan Mempengaruhi Pikiran Orang Lain*, Yogyakarta: Delphi
- Ketika Sugesti Menjebak Otak*, (2005), <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0512/12/humaniora/2280017.htm>, Akses: 25 Juli 2007
- Langgulung H. 1992, *Teori-teori Kesehatan Mental*, Jakarta: Pustaka Al Husna
- Masrur, Anam, B. 2006, *HIV/AIDS, Kita Bisa Kena, Kita Pun Bisa Cegah*, Yogyakarta: Nuansa Aksara
- Muhammad, Sayyid, 1992, *Hadits-Hadits Rasul dalam Merih Kebajikan dan Kasih Sayang*, Bandung: Diponegoro
- Padoman Pendidikan Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, Tahun Akademik 2007/2008
- Rajendra Kartawijaya, 2004, *12 Langkah Membentuk Manusia Cerdas*, Jakarta: Hikmah,
- Ronald Hutapea, 1995, *AIDS, PMS & Pemerkosaan*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Said M. & Affan J. 1990, *Psikologi dari Zaman ke Zaman, Berfokuskan Psikologi Pedagogis*, Bandung: Jemmars
- Sarwono S.W., *Nafsiologi, Suatu Pendekatan Alternatif atas Psikologi*, Jakarta: Integrita Press
- Shaleh R.S. & Wahab M.A. 2004, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana
- Slameto, 2003, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta

- Suharsimi Arikunto, 2006, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta
- Susanto Astrid S. 1977, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Bina Cipta
- Syarif A. 2003, *Psikologi Qurani*, Bandung: Pustaka Hidayah
- Whiterngton, 1985, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Aksara Baru
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Zainal A. dkk., 1994, *40 Hadis, Telaah Imam Khumaeni atas Hadis-Hadis Mistik dan Akhlak, Buku Kedua*, Bandung: Mizan
- \_\_\_\_\_, 1994, *40 Hadis, Telaah Imam Khumaeni atas Hadis-Hadis Mistik dan Akhlak, Buku Ketiga*, Bandung: Mizan





**LAMPIRAN 1**

**1. SKALA SUGESTI TENTANG SUNTIK HIV/AIDS**

**2. SKALA MINAT KONSUMEN**

**MENGUNJUNGI MATOS**

**Identitas Responden:**

Nama : .....

Jenis Kelamin : .....

**Petunjuk Pengisian:**

- Pilihlah beberapa pernyataan dibawah ini yang paling sesuai dengan diri anda
- Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban dari lima pilihan yang tersedia
- Setiap jawaban tidak ada yang benar dan tidak ada yang salah
- Kerjakan dengan teliti dan jangan sampai ada yang terlewat (kosong)

**Keterangan:**

SS : Sangat setuju

S : Setuju

TS : Tidak setuju

STS : Sangat tidak setuju

**SKALA SUGESTI**

NO	PERNYATAAN	KRITERIA			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mudah terpengaruh ketika dalam keadaan lelah, bahkan ketika mendengar kabar tentang HIV/AIDS di MATOS				
2.	Saya bingung, apa alasan orang-orang yang menyebarkan virus HIV di Matos (Malang Town Square)				
3.	Memikirkan terinfeksi HIV saja sudah membuat saya merinding dan takut				
4.	saya harus berpikir dua kali belanja di MATOS, karena adanya berita penyebaran HIV di tempat itu				
5.	Saya biasa berdiskusi dengan orang tua mengenai berita yang beredar termasuk penyebaran HIV/AIDS				
6.	Teman saya mengatakan, bahwa di Matos ada penyebaran HIV/AIDS melalui jarum suntik				
7.	Saya pernah membaca di koran mengenai penularan HIV melalui jarum suntik terhadap konsumen di tempat hiburan				
8.	Saya biasa membicarakan berita penyuntikan HIV/AIDS terhadap konsumen di kampus				
9.	Saya merasa cemas dengan adanya kabar mengenai penyebaran virus HIV di tempat umum				
10.	Saya merasa kesal sekali kepada orang yang tidak bertanggung jawab menyebarkan virus HIV				
11.	Saya jadi tidak mudah berkonsentrasi setelah mendengar berita penyuntikan HIV di MATOS				
12.	Saya bingung mau belanja kemana karena banyak tempat perbelanjaan yang dijadikan sasaran penyuntikan HIV				
13.	Saya baru percaya kalau polisi yang mengatakan kebenaran tentang penyebaran HIV				
14.	Saya lebih percaya kepada orang yang lebih tua daripada yang usianya lebih muda dari saya tentang penyebaran HIV di MATOS				
15.	Saya dan teman sekost suka membicarakan kriminalitas yang terjadi di lingkungan sekitar termasuk penyuntikan HIV di MATOS				
16.	Saya takut mengunjungi tempat perbelanjaan dan hiburan terutama di MATOS				

17.	Saya merasa khawatir apabila pergi ke Matos, akan terkena penyakit AIDS				
18.	Saya merasa sedih memikirkan orang yang tidak bersalah ditulari HIV				
19.	Saya tidak tahu kapan berita mengenai suntik HIV di MATOS akan reda dengan sendirinya				
20.	Saya tidak mau mengambil resiko tersuntik HIV ketika berbelanja di MATOS				
21.	Saya ingin pergi ke Matos tetapi teman-teman melarang pergi kesana karena takut terkena suntikan yang berisi HIV/AIDS				
22.	Saya pada awalnya tidak percaya dengan berita penyuntikan HIV di MATOS, setelah diceritakan oleh teman saya percaya				
23.	Saya melihat di internet, banyak berita mengenai penularan HIV/AIDS di MATOS				
24.	Saya tahu kalau berita penyuntikan HIV/AIDS tidak hanya di UIN menyebar tetapi juga di kampus lain yaitu UNIBRAW dan UMM				
25.	Lebih baik berbelanja ketempat yang jauh daripada harus berbelanja di MATOS karena takut ditulari HIV				
26.	Saya merasa cemas setelah mendengar berita penyuntikan virus HIV di Matos				
27.	Saya tidak tahu banyak mengenai HIV/AIDS, oleh karena itu ada orang yang memberi informasi mengenai hal itu saya percaya saja				
28.	Saya tidak bisa fokus saat menonton film di Bioskop 21 MATOS karena khawatir ada suntikan berisi HIV di kursi yang diduduki				
29.	Orangtua saya melarang untuk pergi ke MATOS, khawatir terkena HIV, maka saya pun menurut saja				
30.	Saya tidak berani pergi MATOS sendiri, oleh karena itu saya mengajak teman-teman pergi kesana				
31.	Saya akan semakin percaya apabila dari pihak pengelola MATOS membenarkan berita penyuntikan HIV kepada konsumen				
32.	Saya mendengar kabar, penyuntikan HIV lebih banyak terjadi di tempat yang ramai seperti tempat perbelanjaan				
33.	Saya merasa gemetar apabila ada orang yang mencurigakan mendekati saya, khawatir dia penyebar HIV				
34.	Saya merasa was-was pergi MATOS, sebentar-sebentar menengok kiri-kanan karena takut terkena HIV				
35.	Saya sulit memecahkan masalah sendiri, oleh karena itu saya suka meminta pendapat orang lain, termasuk pergi ke MATOS				
36.	Saya lebih suka bergaul dengan teman daripada menyendiri ketika di kampus, karena dapat membicarakan berita penyuntikan HIV				
37.	Saya kesal pemerintah lamban menangani kasus penyuntikan HIV yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab				
38.	Saya beserta teman-teman yang tinggal di kost sepakat untuk tidak pergi ke Matos				
39.	Saya jadi ikut percaya dengan kabar penyuntikan HIV di Matos kalau tetangga / warga desa percaya				
40.	Saya dengar, tempat yang paling berisiko penyuntikan HIV adalah di bioskop Matos				

**SKALA MINAT BERKUNJUNG KE MATOS**

NO	PERNYATAAN	KRITERIA			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya pergi ke Matos (Malang Town Square) hanya untuk cuci mata/refreshing saja membuat saya senang				
2.	Saya ketagihan untuk pergi lagi Matos, karena tempatnya strategis sehingga mudah dijangkau				
3.	Saya akan memperoleh barang yang berkualitas meskipun harganya relatif mahal ketika berbelanja di Matos				
4.	Saya lebih suka berbelanja segala keperluan di MATOS daripada harus mencari di banyak tempat untuk menghemat waktu				
5.	Kata teman-teman produk yang dipasarkan di MATOS harganya mahal, tetapi saya tetap suka berbelanja disana				
6.	Meskipun ada berita mengenai penyuntikan HIV di MATOS, hal tersebut tidak mempengaruhi saya pergi kesana				
7.	Saya tidak takut meskipun sendirian pergi ke tempat yang menurut orang banyak, sebagai tempat rawan penyuntikan HIV				
8.	Saya tetap ingin meraih barang yang saya inginkan meskipun sulit untuk mendapatkannya yang ada di MATOS				
9.	Saya pergi ke matos karena memang ada keperluan yang menyebabkan saya pergi kesana				
10.	Saya lebih baik saya pergi ke Matos meskipun tidak membeli apa-apa daripada di rumah/kost sendirian dan hanya diam saja				
11.	Saya merasa puas berbelanja yang saya inginkan di MATOS meskipun harus mengeluarkan uang dalam jumlah banyak				
12.	Menurut pengalaman saya selama ini, di Matos sering terdapat potongan harga, oleh karena itu saya tertarik berbelanja disana				
13.	Fasilitas di Matos seperti toilet, mushola, eskalator lebih komplit daripada di tempat lain				
14.	Saya sering mendapatkan produk yang sulit ditemukan ditempat lain tetapi hanya ada di Matos				
15.	Saya merasa aman berada di MATOS karena petugas keamanannya banyak				
16.	Saya setuju dengan pendapat bahwa penyuntikan HIV di MATOS merupakan berita bohong				
17.	Saya menonton film di bioskop 21 MATOS kalau ada film keluaran terbaru yang saya sukai				
18.	Saya akan tetap pergi ke Matos karena ada sesuatu yang harus segera saya beli meskipun hujan turun				
19.	Saya lebih suka berbelanja di MATOS daripada di pasar tradisional karena tidak membuat lelah				
20.	Saya suka iseng menanyakan pada suatu toko di MATOS tentang produk yang mereka tawarkan padahal saya tidak berniat membelinya				
21.	Saya sering memperoleh potongan harga ketika berbelanja di MATOS				
22.	Selama ini saya pergi di Matos tidak pernah merasakan adanya bahaya				
23.	Menurut saya pelayanan di Matos memuaskan karena karyawan disana ramah				
24.	Saya cukup berbelanja di Matos tidak perlu pergi ke tempat perbelanjaan lain karena disana sudah lengkap				

25.	Saya justru merasa tertantang mengunjungi MATOS, meskipun teman-teman mengatakan disana tidak aman				
26.	Saya tetap tertarik berbelanja di MATOS meskipun harganya relatif tinggi tetapi dengan produk yang berkualitas				
27.	Saya lebih suka belanja pada tempatnya langsung karena bisa memilih yang ingin dibeli daripada belanja lewat telepon				
28.	Saya menginginkan Hand Phone keluaran terbaru yang dipasarkan di MATOS, saya akan menabung untuk mendapatkannya				
29.	Saya tetap membeli sepatu yang saya sukai di MATOS meskipun teman-teman mengatakan sepatu itu modelnya jelek				
30.	Saya kalau sedang suntuk atau banyak masalah, biasanya pergi mencari hiburan di TIME ZONE MATOS				
31.	Saya suka berbelanja selama berjam-jam di MATOS, meskipun hanya mencari satu barang saja				
32.	Saya sering mendapatkan hadiah ketika ada promosi produk yang ditawarkan di MATOS				
33.	Saya tidak perlu mengeluarkan ongkos yang banyak untuk pergi ke MATOS karena letaknya dekat dengan tempat tinggal saya				
34.	Tarif masuk bioskop di MATOS 21 lebih murah daripada bioskop tempat lain di Malang				
35.	Saya bermaksud membeli sepatu, di Matahari MATOS ada potongan harga tetapi sepatu yang saya inginkan harganya mahal, saya tetap membeli sepatu yang saya inginkan				
36.	Saya dan teman akan belanja pakaian, saya ingin pergi ke Matahari MATOS, tetapi teman ingin ke Ramayana, maka saya tetap berbelanja di Matahari meskipun harus pergi sendiri				
37.	Saya suka berkunjung di MATOS karena selain tempat berbelanja, juga terdapat tempat hiburan seperti bioskop dan Time Zone				
38.	Saya tetap suka menonton film di bioskop MATOS, meskipun harus antri panjang ketika membeli tiket masuk				
39.	Saya suka sekali berbelanja di MATOS meskipun keadaan keuangan saya pas-pasan				
40.	Sudah kebiasaan setiap awal bulan, saya pergi di Supermarket MATOS untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari				



## **LAMPIRAN 2**

### **HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

**Skala Sugesti**

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7X	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18X	19X	X20
1	4	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2
2	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3	1	3	3	4	1	4	4	3	3	4
3	4	4	2	4	3	4	2	2	4	3	3	2	4	4	3	2	4	2	2	1
4	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3
5	4	3	2	3	2	3	2	3	4	2	2	2	4	3	3	2	2	3	4	2
6	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1
7	4	4	4	3	2	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3
8	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	4
9	4	4	3	2	3	3	2	4	4	2	1	1	4	3	1	2	2	3	4	4
10	3	3	3	2	2	4	2	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	4	4
11	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3
12	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4
13	4	2	3	3	2	3	1	3	4	3	1	1	2	3	3	1	1	3	3	3
14	2	2	1	3	1	1	2	3	2	3	3	1	3	1	3	2	4	3	3	1
15	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	2	3	4	2	3	3	4	4	4	3
16	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
17	4	3	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3
18	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4
19	4	4	3	2	2	3	3	2	4	2	2	3	1	3	3	2	2	4	3	3
20	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2
21	4	3	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4
23	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3
24	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	3
25	4	4	4	2	2	2	3	3	4	2	1	4	3	2	3	3	3	4	3	4
26	4	4	3	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3
27	4	3	4	3	2	4	1	2	4	3	1	2	2	4	2	1	1	4	4	3
28	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	3
29	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	2	3	3	3
30	4	3	2	3	1	2	2	4	4	4	2	2	1	2	3	1	1	2	2	1
31	4	3	3	2	1	2	3	2	4	3	2	2	3	2	4	2	3	3	4	4
32	3	3	3	4	2	1	2	3	3	2	1	1	3	1	3	4	3	3	3	3
33	4	4	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3
34	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4
35	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	1	3	4	3	3	2	3	4	4	4
36	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3
37	4	4	3	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2	1	2	3	3	4	3
38	3	4	2	3	2	4	3	2	3	2	1	3	3	4	2	3	2	4	4	3
39	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	1	3	4	3	3	2	2	3	3	3
40	4	4	3	2	2	4	1	3	4	2	1	2	4	4	4	1	1	3	4	3
41	4	4	4	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
42	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4
43	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3
44	3	2	3	4	2	4	1	3	3	4	2	3	2	4	3	1	2	2	4	3
45	4	3	3	2	2	3	2	3	4	1	2	2	3	3	3	1	1	4	3	3
46	2	3	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	2	2	3	3	3
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
48	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
50	3	4	4	2	4	3	4	4	3	1	1	4	4	3	2	4	4	4	4	3

X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	X39	X40	Tot
2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	3	101
3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	126
2	3	3	2	2	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	2	2	118
2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	120
2	2	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	2	2	3	112
2	1	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	3	2	3	2	4	2	2	2	95
2	3	2	2	2	3	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	124
4	2	1	3	1	3	3	2	4	4	2	4	4	4	3	4	4	1	2	1	120
2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	2	3	115
2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	109
2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	99
3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	123
1	1	1	3	3	1	2	3	3	2	1	3	4	2	3	2	3	1	1	3	92
2	4	2	2	4	1	1	2	3	3	2	4	2	3	1	3	3	1	1	4	92
4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	4	127
2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	88
4	1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	4	3	2	2	3	114
3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	4	2	3	2	121
3	2	3	2	3	4	2	4	3	2	2	3	4	1	3	4	3	2	2	3	110
2	1	2	3	3	2	2	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	99
2	2	3	3	2	2	1	2	4	2	2	3	4	3	2	3	4	1	2	2	98
3	2	3	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	107
3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	107
2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	97
3	2	2	4	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	119
2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	3	106
1	2	3	2	1	2	2	2	4	3	1	2	4	2	4	1	4	1	1	1	97
2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	2	3	97
2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3	97
2	1	2	3	2	2	1	3	2	3	1	3	4	1	2	1	2	2	2	2	87
3	2	3	4	3	2	1	1	4	2	2	2	4	3	2	3	4	1	3	3	108
2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	1	3	3	2	3	2	101
2	2	3	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	2	4	123
3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	3	4	3	1	1	3	121
3	3	2	3	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	2	2	2	128
2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	103
2	2	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	4	3	2	2	3	2	2	3	106
3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	108
3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	1	3	107
1	4	3	4	1	3	2	3	3	4	1	4	4	4	4	4	3	1	1	1	111
3	2	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	115
3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	2	4	134
3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	125
1	1	2	4	4	3	2	2	2	4	1	2	3	2	4	3	2	1	2	4	104
2	1	3	4	2	3	2	3	4	2	1	3	4	3	3	3	4	2	2	2	105
2	2	1	3	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	1	3	2	1	1	2	76
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	153
2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	146
3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	150
4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	138

## SKALA SUGESTI

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   ( A L P H A )

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1	3.56	.644	50
x2	3.38	.697	50
x3	2.96	.755	50
x4	2.72	.784	50
x5	2.32	.768	50
x6	2.82	.873	50
x7	2.44	.787	50
x8	2.66	.717	50
x9	3.56	.644	50
x10	2.54	.813	50
x11	2.04	.807	50
x12	2.50	.839	50
x13	3.18	.800	50
x14	2.82	.873	50
x15	2.74	.751	50
x16	2.30	.886	50
x17	2.66	.917	50
x18	3.28	.573	50
x19	3.28	.671	50
x20	3.04	.832	50
x21	2.44	.787	50
x22	2.20	.756	50
x23	2.50	.763	50
x24	2.86	.729	50
x25	2.80	.833	50
x26	2.92	.804	50
x27	2.32	.768	50
x28	2.80	.808	50
x29	3.26	.633	50
x30	2.60	.670	50
x31	2.30	.886	50
x32	2.98	.515	50
x33	3.56	.644	50
x34	3.18	.800	50
x35	2.82	.873	50
x36	2.98	.714	50
x37	3.26	.633	50
x38	2.00	.782	50
x39	2.20	.782	50
x40	2.80	.833	50
x41	111.58	16.106	50

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   ( A L P H A )

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	108.02	248.918	.495	.931
x2	108.20	247.224	.533	.931
x3	108.62	245.016	.584	.930
x4	108.86	246.858	.484	.931
x5	109.26	241.666	.718	.929
x6	108.76	245.125	.494	.931
x7	109.14	245.551	.536	.931
x8	108.92	248.851	.443	.932
x9	108.02	248.918	.495	.931
x10	109.04	249.141	.373	.932
x11	109.54	250.784	.311	.933
x12	109.08	239.177	.752	.929
x13	108.40	243.061	.629	.930
x14	108.76	245.125	.494	.931
x15	108.84	252.627	.260	.933
x16	109.28	241.430	.624	.930
x17	108.92	240.810	.623	.930
x18	108.30	251.888	.395	.932
x19	108.30	252.949	.281	.933
x20	108.54	246.743	.457	.931
x21	109.14	245.551	.536	.931
x22	109.38	250.363	.354	.932
x23	109.08	248.402	.433	.932
x24	108.72	254.083	.206	.934
x25	108.78	248.542	.387	.932
x26	108.66	240.719	.722	.929
x27	109.26	241.666	.718	.929
x28	108.78	249.400	.366	.932
x29	108.32	248.304	.536	.931
x30	108.98	251.326	.358	.932
x31	109.28	241.430	.624	.930
x32	108.60	256.000	.190	.933
x33	108.02	248.918	.495	.931
x34	108.40	243.061	.629	.930
x35	108.76	245.125	.494	.931
x36	108.60	251.020	.347	.932
x37	108.32	248.304	.536	.931
x38	109.58	243.432	.629	.930
x39	109.38	244.322	.591	.930
x40	108.78	248.542	.387	.932

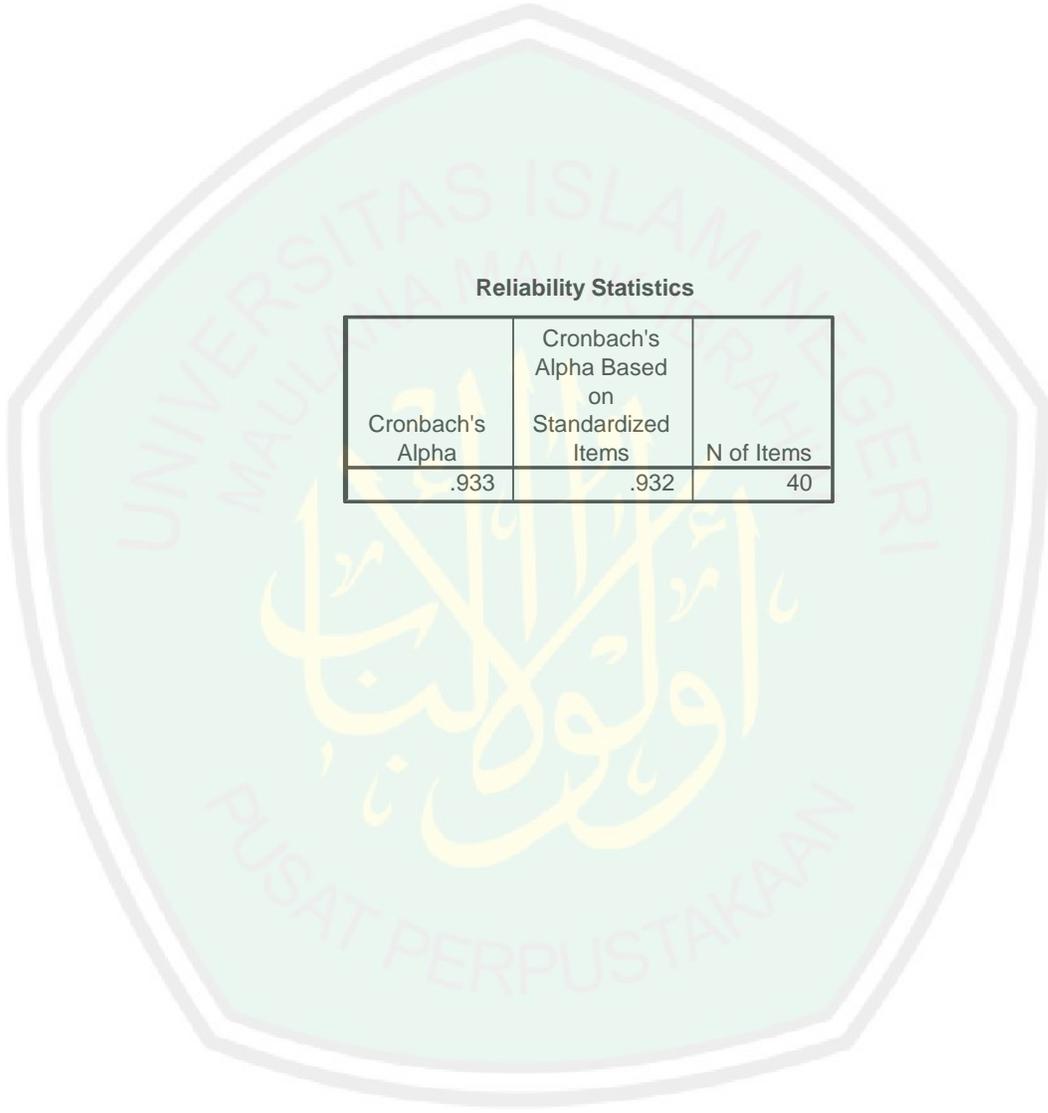
**Summary Item Statistics**

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.790	2.000	3.560	1.560	1.780	.177	40

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.933	.932	40



### Skala Minat

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20
1	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	2	2	3	2	4	2	3	2	3	3
2	4	3	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	3	3	3	2	4	1	3	2
3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	1	1	2	3	3	2	2	2	1	3	2
4	2	2	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
5	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
6	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
7	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3
8	3	3	2	1	3	3	1	3	2	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	2
9	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
10	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	2	3
11	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3
12	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2
13	4	3	1	2	4	4	3	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	2	4	4
14	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
15	3	2	2	2	2	4	2	3	4	2	3	2	2	2	4	3	2	2	4	3
16	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
17	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3
18	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	1	2	1	3
19	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	4	2	1	2	2
20	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1
21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2
22	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	1	3	3
23	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3
24	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2
25	4	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	4	2	1	1	1	3
26	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	3	2	4	2
27	3	2	2	3	4	4	4	4	1	3	3	2	3	2	4	3	4	2	4	1
28	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2
30	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2
31	3	3	2	4	3	4	2	4	3	1	2	2	2	2	4	3	2	1	2	3
32	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3
33	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3
34	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	3	1	2	3
35	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3
36	2	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
37	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2
38	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2
39	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	2	1	2	2	3
40	4	2	1	4	3	3	1	2	2	2	1	1	3	2	4	1	1	1	1	2
41	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
42	4	2	2	2	2	3	2	3	3	1	4	1	3	3	3	3	1	1	2	2
43	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2
44	4	3	4	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4
45	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	2	3	2	3
46	4	2	1	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	4	3	2	1	1	1
47	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	3	4	4	3	4	4	4
49	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	1	2	3	2	3	4	3
50	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4

Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	Y31	Y32	Y33	Y34	Y35	Y36	Y37	Y38	Y39	Y40	Tot
2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1	3	3	2	2	101
3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3	1	3	1	3	2	2	4	3	2	102
2	4	3	1	1	2	3	3	1	3	1	1	2	1	3	2	1	4	2	3	91
1	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	4	1	4	102
2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	1	3	3	3	3	3	3	2	2	106
3	2	3	2	3	2	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	2	4	3	3	93
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2	106
1	2	1	1	1	2	3	1	2	3	3	1	2	2	1	1	2	4	1	3	76
1	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	4	1	2	92
2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	4	2	2	107
2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	101
2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	4	102
3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	1	4	2	4	2	3	3	109
1	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	1	1	127
2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	4	2	3	4	2	3	102
2	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	56
2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	2	2	104
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	4	1	3	112
2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	4	2	2	99
1	3	3	2	2	1	3	3	3	3	1	1	1	1	2	2	2	3	1	1	80
2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3	2	4	4	2	2	107
2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	4	2	3	103
2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	3	4	2	2	106
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2	105
1	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	4	1	3	83
2	3	3	2	4	2	2	3	3	3	2	1	4	1	4	4	3	3	2	3	108
1	4	2	1	3	2	3	4	1	4	4	1	1	1	4	1	3	4	1	1	104
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	4	2	2	104
2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	1	1	3	2	4	2	4	104
2	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	2	4	124
3	4	3	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	2	2	2	4	4	3	4	110
2	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3	1	4	4	3	4	2	4	128
1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	1	3	2	2	2	2	3	1	2	86
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	4	3	3	103
2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	2	4	120
1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	89
2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	102
2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	95
2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	4	2	2	99
2	2	4	4	1	1	3	1	1	2	2	1	4	4	1	1	1	3	2	4	85
2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	87
1	3	2	2	4	1	3	2	3	3	3	1	4	1	2	2	2	4	1	1	92
2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	112
1	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	2	2	3	3	4	1	3	121
2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	4	2	2	107
1	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	1	3	2	1	2	4	3	1	3	95
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	145
4	4	3	2	2	4	2	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	138
2	3	3	4	4	2	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	2	2	118
3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	141

## SKALA MINAT

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   ( A L P H A )

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y1	3.20	.700	50
y2	2.64	.749	50
y3	2.42	.835	50
y4	2.74	.751	50
y5	2.88	.659	50
y6	3.06	.586	50
y7	2.54	.762	50
y8	2.94	.512	50
y9	2.92	.695	50
y10	2.20	.833	50
y11	2.64	.802	50
y12	2.34	.772	50
y13	2.82	.596	50
y14	2.36	.802	50
y15	3.04	.727	50
y16	2.58	.785	50
y17	2.40	.857	50
y18	2.06	.890	50
y19	2.46	.973	50
y20	2.52	.789	50
y21	1.94	.740	50
y22	3.00	.571	50
y23	2.80	.670	50
y24	2.34	.688	50
y25	2.64	.802	50
y26	2.34	.772	50
y27	2.82	.596	50
y28	2.54	.762	50
y29	2.58	.758	50
y30	2.94	.512	50
y31	2.66	.939	50
y32	1.96	.856	50
y33	2.74	.853	50
y34	1.96	.880	50
y35	2.46	.973	50
y36	2.32	.768	50
y37	2.84	.792	50
y38	3.58	.609	50
y39	1.94	.740	50
y40	2.62	.923	50
y41	103.78	16.180	50

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   ( A L P H A )

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	100.58	254.575	.302	.934
y2	101.14	248.653	.533	.932
y3	101.36	244.643	.630	.931
y4	101.04	252.243	.377	.933
y5	100.90	249.031	.593	.931
y6	100.72	252.002	.509	.932
y7	101.24	246.921	.598	.931
y8	100.84	256.015	.338	.933
y9	100.86	252.653	.392	.933
y10	101.58	245.187	.611	.931
y11	101.14	247.184	.554	.932
y12	101.44	243.680	.727	.930
y13	100.96	254.162	.384	.933
y14	101.42	245.555	.621	.931
y15	100.74	256.768	.194	.935
y16	101.20	247.184	.568	.932
y17	101.38	247.179	.516	.932
y18	101.72	239.838	.768	.929
y19	101.32	244.589	.534	.932
y20	101.26	245.951	.616	.931
y21	101.84	251.076	.434	.933
y22	100.78	250.787	.591	.932
y23	100.98	250.306	.521	.932
y24	101.44	251.802	.436	.933
y25	101.14	247.184	.554	.932
y26	101.44	243.680	.727	.930
y27	100.96	254.162	.384	.933
y28	101.24	246.921	.598	.931
y29	101.20	250.531	.446	.933
y30	100.84	256.015	.338	.933
y31	101.12	246.108	.503	.932
y32	101.82	241.947	.718	.930
y33	101.04	254.243	.251	.935
y34	101.82	248.926	.436	.933
y35	101.32	244.589	.534	.932
y36	101.46	246.743	.600	.931
y37	100.94	248.507	.508	.932
y38	100.20	261.837	-.020	.936
y39	101.84	251.076	.434	.933
y40	101.16	251.688	.316	.934

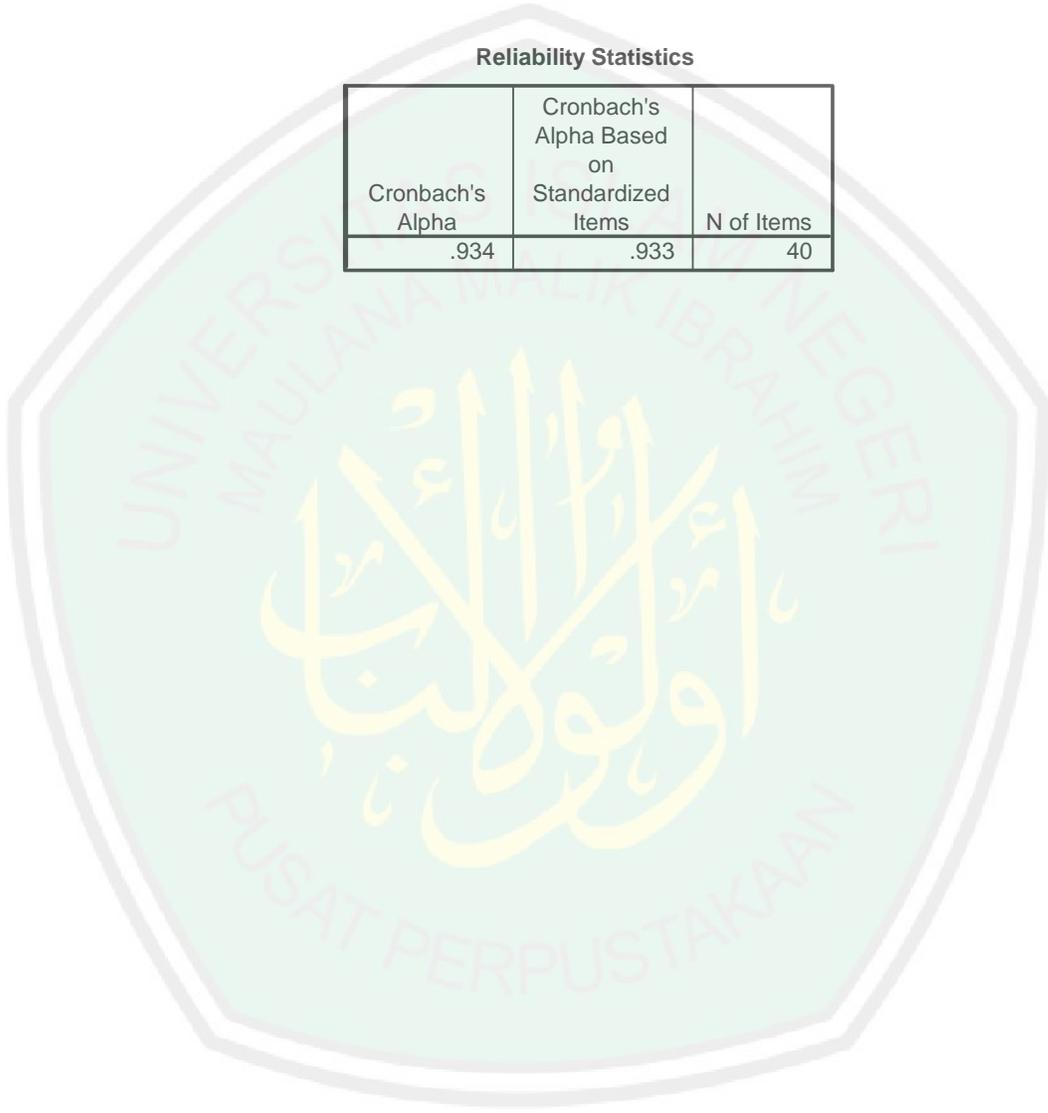
**Summary Item Statistics**

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.594	1.940	3.580	1.640	1.845	.132	40

The covariance matrix is calculated and used in the analysis.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.934	.933	40



### SUGESTI TERHADAP SUNTIK HIV/AIDS

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x14	x15	x16	x17	x18	x20
1	2	3	3	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	2
2	1	3	4	3	3	4	3	2	4	3	1	3	1	1	4	4	3	4
3	3	4	2	4	2	2	3	2	4	3	3	2	3	3	2	4	2	1
4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3
5	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	2	2	3	3	2	2	3	2
6	2	3	2	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1
7	2	4	4	3	2	2	4	3	4	3	4	3	2	4	2	3	4	3
8	2	4	4	3	2	1	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	4
9	2	4	3	2	2	3	3	4	4	2	1	1	2	1	2	2	3	4
10	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4
11	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
12	2	4	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	4	4
13	3	2	3	3	1	3	3	3	4	3	1	1	3	3	1	1	3	3
14	3	2	1	3	1	4	3	3	2	3	3	1	3	3	2	4	3	1
15	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	3
16	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
17	2	3	2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	2	3	2	3	4	3
18	2	4	3	3	3	2	4	2	4	4	2	3	2	3	2	4	3	4
19	3	4	3	2	2	3	3	2	4	2	2	3	3	3	2	2	4	3
20	2	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
21	2	3	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3
22	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4
23	2	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3
24	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
25	2	4	4	2	2	3	4	3	4	2	1	4	2	3	3	3	4	4
26	1	4	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	1	3	2	3	3	3
27	1	3	4	3	1	1	4	2	4	3	1	2	1	2	1	1	4	3
28	1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	2	1	2	3	3
29	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	3
30	2	3	2	3	2	2	2	4	4	4	2	2	2	3	1	1	2	1
31	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	2	2	3	4	2	3	3	4
32	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	1	1	2	3	4	3	3	3
33	2	4	3	3	2	4	4	2	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3
34	2	4	3	4	1	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	4
35	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	1	3	4	3	2	3	4	4
36	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3
37	2	4	3	2	2	3	3	2	4	2	2	3	2	1	2	3	3	3
38	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	1	3	3	2	3	2	4	3
39	3	3	3	2	1	3	3	2	3	2	1	3	3	3	2	2	3	3
40	2	4	3	2	1	1	3	3	4	2	1	2	2	4	1	1	3	3
41	3	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	3
42	3	4	3	4	2	4	4	2	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4
43	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
44	3	2	3	4	2	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	2	3
45	2	3	3	2	2	2	4	3	4	1	2	2	2	3	1	1	4	3
46	4	3	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	4	3	2	2	3	3
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
48	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	2	4	4	2	4	4	4	4	3	1	1	4	2	2	4	4	4	3

x21	x22	x23	x25	x26	x27	x28	x30	x31	x32	x33	x34	x35	x36	x37	x38	x39	x40	tot
2	1	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	3	89
3	3	3	1	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	106
2	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	2	2	105
2	2	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	108
2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	2	2	3	98
2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	2	2	2	83
2	3	2	4	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	108
4	2	1	2	3	3	2	4	2	4	4	4	3	4	4	1	2	1	101
2	3	3	1	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	2	2	3	96
2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	93
2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	87
3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	111
1	1	1	3	1	2	3	2	1	2	4	2	3	2	3	1	1	3	80
2	4	2	3	1	1	2	3	2	2	2	3	1	3	3	1	1	4	85
4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	4	111
2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	76
4	1	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	2	2	3	97
3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	2	3	2	108
3	2	3	3	4	2	4	2	2	4	4	1	3	4	3	2	2	3	101
2	1	2	3	2	2	4	2	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	90
2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	4	3	2	3	4	1	2	2	86
3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	95
3	2	2	3	3	2	3	2	2	4	3	4	2	3	3	2	2	3	96
2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	84
3	2	2	3	4	2	3	2	3	4	4	3	2	3	4	3	2	3	106
2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	3	94
1	2	3	2	2	2	2	3	1	3	4	2	4	1	4	1	1	1	80
2	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	2	3	84
2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3	86
2	1	2	3	2	1	3	3	1	3	4	1	2	1	2	2	2	2	79
3	2	3	4	2	1	1	2	2	3	4	3	2	3	4	1	3	3	99
2	2	2	3	2	2	3	2	4	3	3	3	1	3	3	2	3	2	93
2	2	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	110
3	2	4	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	4	3	1	1	3	104
3	3	2	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	2	2	2	115
2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	90
2	2	3	1	3	2	4	3	2	4	4	3	2	2	3	2	2	3	93
3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	3	4	2	3	2	2	2	93
3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	1	3	93
1	4	3	4	3	2	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	1	1	93
3	2	2	2	4	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	105
3	2	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	118
3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	112
1	1	2	3	3	2	2	4	1	2	3	2	4	3	2	1	2	4	91
2	1	3	3	3	2	3	2	1	3	4	3	3	3	4	2	2	2	90
2	2	1	3	2	1	1	2	2	3	2	2	1	3	2	1	1	2	73
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	138
2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	130
3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	138
4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	119

## MINAT KONSUMEN MENGUNJUNGI MATOS

No	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15	y16	y17	y18	y20
1	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3
2	4	3	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	3	3	2	2	4	1	2
3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	1	1	2	3	3	1	2	2	1	2
4	2	2	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2
5	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
6	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
7	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3
8	3	3	2	1	3	3	1	3	2	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2
9	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
10	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3
11	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3
12	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2
13	4	3	1	2	4	4	3	2	2	4	3	2	2	3	4	4	3	2	4
14	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
15	3	2	2	2	2	4	2	3	4	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3
16	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1
17	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3
18	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	1	2	3
19	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	4	2	1	2
20	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	1	2	2	2	1	1
21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	3	2
22	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	3
23	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3
24	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2
25	4	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	3
26	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	3	2	2
27	3	2	2	3	4	4	4	4	1	3	3	2	3	2	3	3	4	2	1
28	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2
30	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	4	4	4	4	3	3	2	4	2
31	3	3	2	4	3	4	2	4	3	1	2	2	2	2	4	3	2	1	3
32	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3
33	3	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3
34	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	1	3	2	3	1	3
35	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	2	2	3
36	2	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2
37	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2
38	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
39	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3
40	4	2	1	4	3	3	1	2	2	2	1	1	3	2	1	1	1	1	2
41	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
42	4	2	2	2	2	3	2	3	3	1	4	1	3	3	2	3	1	1	2
43	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2
44	4	3	4	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4
45	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3
46	4	2	1	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	4	3	2	1	1
47	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	3	3	4	3	4	4
49	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	1	4	3	2	3	3
50	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4

y21	y22	y23	y24	y25	y26	y27	y28	y29	y31	y32	y33	y34	y35	y36	y37	y38	y39	y40	tot
2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	1	3	3	2	2	94
2	3	3	2	2	2	4	2	2	3	1	4	1	3	2	2	3	3	2	94
3	4	3	1	2	1	4	1	1	1	1	2	1	3	2	1	4	2	3	84
4	3	2	2	4	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	3	1	4	99
2	3	3	2	2	2	4	2	3	4	1	3	3	3	3	3	3	2	2	100
3	2	3	2	3	2	2	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	84
2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	101
3	2	1	1	1	2	3	2	2	3	1	2	2	1	1	2	2	1	3	73
2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	1	2	3	2	3	1	2	88
2	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	102
2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	96
4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	98
3	4	3	2	2	4	4	4	2	2	1	3	1	4	2	4	4	3	3	111
1	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	1	1	123
3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	4	2	3	3	2	3	95
2	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	3	1	2	2	53
2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	95
3	3	3	3	3	2	4	1	3	3	3	1	3	1	3	4	3	1	3	106
2	3	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	93
1	3	3	2	3	1	3	2	3	1	1	2	1	2	2	2	3	1	1	76
2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	1	3	2	4	3	2	2	103
3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	94
2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2	2	98
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	2	3	2	2	98
3	3	3	2	3	2	4	2	2	3	2	1	1	1	2	2	3	1	3	81
3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	1	3	1	4	4	3	3	2	3	101
1	4	2	1	3	3	3	4	1	4	1	4	1	4	1	3	4	1	1	99
2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	96
4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	3	1	1	3	2	3	2	4	99
4	4	2	2	2	1	2	1	4	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	108
4	4	3	2	4	1	3	3	3	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	107
4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	1	4	4	3	3	2	4	121
2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	80
3	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	101
4	3	4	3	3	2	4	4	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	4	116
2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	85
2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	96
3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	90
2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	1	1	2	2	2	3	2	2	92
4	2	4	4	4	2	4	2	1	2	1	1	4	1	1	1	2	2	4	83
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	82
1	3	2	2	2	1	4	3	3	3	1	1	1	2	2	2	3	1	1	82
2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	108
3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	1	3	119
2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	101
3	3	3	2	3	1	4	2	3	4	1	2	2	1	2	4	3	1	3	92
4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	139
4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	134
2	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	2	2	114
4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	136



### **LAMPIRAN 3**

**HASIL KORELASI PRODUCT MOMENT  
SUGESTI TENTANG SUNTIK HIV/AIDS  
DENGAN MINAT KONSUMEN MENGUNJUNGI MATOS**

## Correlations

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SUGESTI (X)	100.90	16.324	50
MINAT (Y)	93.32	14.728	50

Correlations

		SUGESTI (x)	MINAT (Y)
SUGESTI (X)	Pearson Correlation	1	-.371**
	Sig. (2-tailed)	.	.001
	N	50	50
MINAT (Y)	Pearson Correlation	-.371**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.
	N	50	50

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



#### **LAMPIRAN 4**

**BUKTI KONSULTASI, SURAT IZIN PENELITIAN  
DAN SURAT KETERANGAN LAIN**



**LAMPIRAN 5**  
**STRUKTUR ORGANISASI**

**STRUKTUR ORGANISASI  
CINEPLEX 21 GROUP  
MATOS 21**

