- b. Pertanyaan sebagai stimulus tertentu pada indikator perilaku guna memancing jawaban yang merupakan refleksi keadaan dari diri subjek yang tidak disadari oleh responden.
- c. Responden tidak menyadari arah jawaban yang dikehendaki dan kesimpulan apa yang sesungguhnya diungkap oleh pertanyaan tersebut.
- d. Respon terhadap skala psikologi diberi skor melalui proses penskalaan (*scaling*).
- e. Satu perangkat skala psikologi dirancang hanya untuk mengungkap satu tujuan ukur saja.
- f. Hasil ukur skala psikologi harus tinggi reliabilitasnya secara psikometrik dikarenakan relevansi isi dan konteks kalimat yang digunakan sebagai stimulus pada skala psikologi lebih terbuka terhadap sumber eror.
- g. Validitas skala psikologi ditentukan oleh ketepatan operasionalitas konstruk psikologi yang hendak diukur menjadi indikator berperilaku dan aitem-aitemnya.

Azwar (2013) juga menyebutkan karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi yaitu:

- a) Stimulusnya berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan.

b) Jawaban subjek terhadap satu aitem baru merupakan bagian banyak indikasi mengenai atribut yang diukur, sedangkan kesimpulan akhir sebagai suatu diagnosis baru dapat dicapai bila semua jawaban telah direspon.

c) Respon subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “benar” atau “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh sungguh. Hanya saja, jawaban yang berbeda akan diinterpretasikan berbeda pula.

Skala ini berisikan seperangkat pernyataan yang merupakan pendapat dari subjek penelitian. Sebagian dari pernyataan ini memperlihatkan pendapat yang mendukung (*favorable*) dan sebagian yang lain menunjukkan pernyataan yang tidak mendukung (*unfavorable*).

Dalam penelitian ini menggunakan dua macam alat penelitian yaitu skala komunikasi internal dan skala *Employee Engagement*. Skala ini merupakan skala tertutup yang menggunakan enam kategori jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Agak Setuju (AS), Agak Tidak Setuju (ATS), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skala memiliki dua macam aitem, *favorable dan unfavorable*. Adaptasi skala dimaksudkan untuk mempersingkat waktu penelitian serta reliabilitas dan validitas instrumen penelitian telah diukur untuk memenuhi standar pengukuran dan penelitian.

Skala likert ini juga menjabarkan kategori jawaban yang ditengah (R) berdasarkan tiga alasan:

1. Kategori *undecided* itu mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban (menurut konsep aslinya bisa diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu).
2. Tersedianya jawaban yang di tengah itu menimbulkan kecenderungan jawaban ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu atas arah jawabannya ke arah setuju ataukah ke arah tidak setuju.
3. Maksud kategorisasi jawaban SS, S, AS, ATS, TS, STS adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau kearah tidak setuju.

Oleh karena itu peneliti menjabarkan pilihan jawaban R (ragu-ragu) menjadi AS (agak setuju) dan ATS (agak tidak setuju). Agar responden yang belum bisa memutuskan untuk memberikan jawaban dan cenderung memberi jawaban netral dapat menentukan jawabannya sendiri. Namun, untuk membantu responden yang masih ragu-ragu dalam menjawab pertanyaan/ Pernyataan yang disediakan dalam skala, maka peneliti memberi tambahan pilihan jawaban agak setuju dan agak tidak setuju pada skala tersebut untuk melihat kecenderungan jawaban ke arah setuju dan tidak setuju. (Azwar, 2014).

Tabel 3.3. *Blue Print* skala *Employee Engagement*

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		F	UF	
Urgency	a. Merasa mampu bangkit dari kegagalan	1,3	2	3
	b. Merasa percaya diri untuk mencapai tujuan	5,6	4	3
	c. Memiliki kegigihan dalam bekerja	10,11	7	3
Fokus	d. Memprioritaskan pekerjaan	8,12	9	3
	e. Mencerahkan waktu sepenuhnya dalam bekerja	13,18	14	3
	f. Menganggap kemampuannya sesuai dengan pekerjaannya	19,20	15	3
Intensity	g. Memiliki hubungan yang kuat dengan pekerjaan	16,21	17	3
	h. Merasa bahagia saat bekerja	22,24	23	3
Antusiasme	i. Merasa terpanggil atas pekerjaannya	25, 28	29	3
	j. Merasa bergairah saat bekerja	27,30	26	3
Total				30

D. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Menurut Azwar (1986) validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu skala atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrument tersebut menjalankan fungsi ukurannya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud yang dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Menurut Azwar (1986), validitas menunjukkan seberapa besar derajat skor alat tes berkorelasi dengan skor yang diperoleh dari tes lain yang sudah sesuai, bila disajikan pada saat yang sama, atau dibandingkan dengan kriteria lain yang valid yang diperoleh pada saat yang sama.

Dalam penelitian ini masing-masing skala yaitu skala *Employee Engagement* dan skala Komunikasi Internal akan di uji validitas aitemnya. Uji validitas menggunakan bantuan program *SPSS for Windows*, untuk menguji aitem-aitem mana yang memiliki daya beda aitem yang tinggi, yang mana sesuai dengan kaedah atau harga koefisien *Corrected Item Total Correlation*.

Apabila harga koefisien *Corrected Item Total Correlation* sama atau lebih besar dari >0.30 maka aitem tersebut dinyatakan sebagai aitem yang validitasnya memuaskan, dan sebaliknya jika harga koefisien

Tabel 3.5 Hasil Seleksi Aitem Skala Komunikasi Internal (*Try Out*)

Klasifikasi Aitem yang Valid dan Tidak Valid		
Aitem	Corrected Item Total Correlation	Keterangan
1	0,519	Valid
2	0,740	Valid
3	0,554	Valid
4	0,807	Valid
5	0,657	Valid
6	0,764	Valid
7	0,651	Valid
8	0,301	Valid
9	-0,524	Tidak Valid
10	0,675	Valid
11	0,475	Valid
12	0,717	Valid
13	0,803	Valid
14	0,586	Valid
15	-0,466	Tidak Valid
16	0,685	Valid
17	0,735	Valid
18	0,003	Tidak Valid
19	0,758	Valid
20	0,665	Valid
21	0,597	Valid
22	-0,306	Tidak Valid
23	0,467	Valid
24	0,589	Valid
25	-0,354	Tidak Valid
26	0,754	Valid
27	0,616	Valid