

Persepsi Masyarakat Terhadap Digitalisasi Edukasi Perikanan di Pasar Ikan Tradisional dan Modern

Lucas Unggul Abimanyu Kusuma Hadi¹, Aditya Pratama Hartanto², Muhammad Fikri Maulana³

Muh Herjayanto⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

lucasunggul93@gmail.com¹, adtprtm8@gmail.com², muhammadfikrimaulana49@gmail.com³,

herjayanto@untirta.ac.id⁴

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam penyebaran informasi, termasuk pada sektor perikanan yang memiliki peran strategis dalam pembangunan agromaritim. Namun, edukasi perikanan di pasar ikan tradisional dan modern masih terbatas pada cara konvensional yang kurang menarik dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap digitalisasi edukasi perikanan melalui media pembelajaran berbasis website One Minute Iwak (OMI). Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 75 responden yang telah menggunakan website dalam tahap pengembangan. Data dianalisis melalui perhitungan rata-rata dan uji reliabilitas (Cronbach Alpha) pada empat dimensi persepsi, yaitu ketertarikan, kemudahan, pengaruh, dan potensi penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat tergolong positif terhadap penerapan website OMI, terutama pada aspek kemudahan akses dan ketertarikan terhadap tampilan visual serta konten edukatifnya. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi edukasi perikanan berpotensi meningkatkan literasi masyarakat, memperluas jangkauan informasi, serta memperkuat keterhubungan antara pasar tradisional dan modern menuju transformasi digital sektor agromaritim.

Kata kunci: Persepsi masyarakat, digitalisasi, edukasi perikanan, pasar ikan, *One Minute Iwak*

Abstract

The development of digital technology has brought significant changes in information dissemination, including in the fisheries sector, which plays a strategic role in agro maritime development. However, fisheries education in both traditional and modern fish markets remains limited to conventional methods that are less engaging and interactive. This study aims to identify public perceptions of fisheries education digitalization through the web-based learning platform One Minute Iwak (OMI). The research employs a descriptive quantitative method by distributing questionnaires to 75 respondents who have used the website during its development phase. Data were analyzed using mean calculations and reliability tests (Cronbach's Alpha) across four perception dimensions: interest, ease of use, influence, and potential for utilization. The results indicate that public perception is generally positive toward the implementation of the OMI website, particularly regarding accessibility and the appeal of its visual and educational content. These findings highlight that the digitalization of fisheries education has the potential to enhance public literacy, expand information reach, and strengthen the connection between traditional and modern markets in the transition toward a digitally integrated agro maritime sector.

Keywords: Public perception, digitalization, fisheries education, fish market, One Minute Iwak

1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara maritim memiliki sekitar 687 pelabuhan perikanan pada tahun 2024 (Pusat Informasi Pelabuhan Perikanan KKP, 2024). Jumlah tersebut mencerminkan besarnya peran pelabuhan dalam mendukung aktivitas perikanan nasional. Di tingkat regional, pesisir utara Pulau Jawa menjadi salah satu kawasan dengan potensi perikanan yang tinggi. Kabupaten Tangerang memiliki Pelabuhan Perikanan Kronjo dan Cituis, sementara Jakarta Utara memiliki Pelabuhan Perikanan Samudera Nizam Zachman Muara Baru dan Muara Angke. Hal ini menunjukkan potensi besar sektor perikanan dalam mendukung ketahanan pangan dan ekonomi lokal [1]. Namun, besarnya potensi ini perlu diimbangi dengan pengelolaan dan sistem distribusi hasil tangkapan yang efisien agar manfaat ekonomi dapat dirasakan secara merata oleh masyarakat pesisir. Meskipun potensi perikanan di setiap daerah besar, terdapat tantangan dalam pemasaran dan pengelolaan ikan, yang menyebabkan ketidakstabilan harga.

Ketidakstabilan harga ikan merupakan masalah yang sering dihadapi oleh nelayan dan pengepul ikan [2]. Keterbatasan informasi dan pengetahuan mengakibatkan kerugian bagi nelayan dan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek ekonomi perikanan masih rentan terhadap fluktuasi pasar dan kurangnya akses informasi yang akurat. Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan inovasi dan kontrol yang lebih baik, terutama melalui pengaplikasian teknologi digital serta upaya memodernisasi nelayan. Pada konteks transformasi digital, pelatihan dan edukasi berbasis teknologi digital strategi krusial untuk menjawab tantangan tersebut [3].

Peneliti mengusulkan pengembangan website *One Minute Iwak* (OMI), yang bertujuan menjadi platform edukasi dan mediasi antara konsumen dan nelayan, guna menciptakan transaksi cerdas yang berkelanjutan. Website atau *World Wide Web* menyediakan fasilitas di internet yang luas, dan merupakan media informasi sekaligus sebagai sarana promosi [4]. Melalui kegiatan perikanan adaptasi teknologi dalam kegiatan bisnis menciptakan nilai tambah melalui inovasi proses, produk, dan hubungan pelanggan [5]. Tim peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan pelaku di berbagai pelabuhan untuk menggali permasalahan nelayan dan konsumen dalam transaksi komoditas perikanan laut. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dampak dan menyusun strategi pengembangan website, sehingga lebih fungsional dan bermanfaat bagi semua pihak.

2. METODE PENELITIAN

Bahan Penulisan Karya Tulis Ilmiah Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu angket disebar pada tanggal 9 Agustus 2024 dan ditutup penyebaran angket pada tanggal 22 Agustus 2024. Penelitian persepsi masyarakat terhadap rencana pengembangan website *One Minute Iwak* (OMI) dilakukan sebagai bentuk penerapan dari fungsi-fungsi website tersebut. Nama *One Minute* menggambarkan konsep kemudahan akses informasi secara singkat pengguna dapat memahami hanya dalam waktu 1 menit pada setiap bagiannya. Kata *Iwak* yang berarti “ikan” digunakan sebagai elemen clickbait agar mudah diingat dan memiliki kedekatan dengan konteks perikanan. Tampilan website yang menjadi bahan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Tampilan Website OMI Versi Handphone dan Desktop

Prosedur Penelitian Penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis agar hasil yang diperoleh akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun tahapannya diantaranya:

1. Perencanaan dan Perumusan Masalah Peneliti melakukan observasi terhadap dinamika perikanan tangkap untuk menemukan inti permasalahan, seperti fluktuasi harga, keterbatasan informasi, dan kurangnya media digital. Dari hasil tersebut ditetapkan fokus penelitian pada pengembangan website OMI sebagai solusi digital.
2. Desain dan Pengembangan Instrumen Berdasarkan rumusan masalah, peneliti menyusun kuesioner yang mencakup aspek ketertarikan, kemudahan akses, dan keberlanjutan pengembangan website OMI. Selain itu, dilakukan perancangan awal tampilan dan fitur website sebagai wujud penerapan solusi.
3. Pengumpulan Data Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form kepada 75 responden yang terdiri dari nelayan, pelaku usaha, dan konsumen di wilayah Banten dan DKI Jakarta. Daftar pertanyaan tertera pada Tabel 1.
4. Pengolahan dan Analisis Data Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji reliabilitas Cronbach Alpha untuk menilai konsistensi dan persepsi responden terhadap website OMI.
5. Interpretasi dan Rekomendasi Hasil analisis diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan serta menyusun rekomendasi pengembangan website OMI agar lebih optimal dan berkelanjutan.

SINTAK-MAS

(Sinergi Teknologi dan Masyarakat)

Vol. 1, No. 2, Januari 2026: Hal 101-110

E-ISSN: 3123-4895; P-ISSN: 3123-5069

Tabel 1. Kuesioner Riset

No	Pertanyaan Angket	Dimensi
1.	Soal no 1 ketertarikan melihat visi dan misi website OMI	Ketertarikan dan Penggunaan OMI
2	Soal no 2 kemudahan mengakses website	Kemudahan dan aksesibilitas dalam penggunaan website
3	Soal no 3 penjagaan konektivitas jaringan yang stabil/lagging	Kemudahan dan aksesibilitas dalam penggunaan website
4	Soal no 4 website OMI sebagai patokan atau digunakan terus menerus	Ketertarikan dan Penggunaan OMI
5	Soal no 5 dalam kemungkinan responden merasa terpengaruh atau paham yang menunjang isi dari pada website	Pengaruh OMI dalam Keputusan Transaksi
6	Soal no 6 persetujuan responden dalam melihat potensi website OMI memiliki peluang untuk membentuk transaksi cerdas	Pengaruh OMI dalam Keputusan Transaksi
7	Soal no 7 keamanan dalam menggunakan website OMI	kemudahan dan aksesibilitas pada penggunaan website dalam tahap pengembanga
8	Soal no 8 persetujuan responden website OMI diperbaharui secara berkala	Pengembangan website
9	Soal no 9 website OMI yang relevan dengan kehidupan perputaran nelayan	Ketertarikan dan Penggunaan OMI
10	Soal no 10 persetujuan responden pengembangan edukasi website OMI ke arah biologis pada kandungan ikan dan jenis ikan yang diminati konsumen	Potensi dan Pengembangan Website Arah
11	Soal no 11 persetujuan responden pengembangan website OMI ke arah ekonomi dalam menganalisa harga keuangan	Potensi dan Pengembangan Website Arah

Penelitian ini menggunakan pengukuran secara kuantitatif yang berfokus dalam pengukuran performa website dalam tahap planning dan keberlanjutan. Pendekatan kuantitatif menitikberatkan pada data dalam bentuk angka yang diolah dengan teknik statistik guna menilai keandalan suatu alat ukur [6] Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan angket atau kuesioner yang dibagi menjadi beberapa tahap atau dimensi sehingga mudah dipahami. Kuesioner adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu peristiwa atau kejadian yang berisi kumpulan pertanyaan untuk memperoleh informasi terkait penelitian yang dilakukan [7]. Pertanyaan pada Tabel 1 kemudian dikelompokkan menjadi empat point untuk memudahkan pengolahan data sebagai berikut:

1. Tingkat ketertarikan dan keterlibatan penggunaan website OMI ada pada pertanyaan no 1, 4, dan 10.

2. Kemudahan dan aksesibilitas dalam penggunaan website pada pertanyaan no 2,3 dan 7.
3. Pengaruh OMI dalam keputusan transaksi ada pada pertanyaan No 5 dan 6.
4. Potensi dan arah pengembangan website pada pertanyaan 8, 10, dan 11.

Validitas instrumen mempermasalahkan sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak diukur, sedangkan reliabilitas mempermasalahkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya karena keajegannya [8]. Pengujian reliabilitas menggunakan uji Alfa Cronbach dilakukan untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari 1 [9]. Instrumen tersebut misalnya instrumen berbentuk esai, angket, atau kuesioner. Rumus koefisien reliabilitas Alfa Cronbach adalah sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \quad (1)$$

α : Nilai Cronbach's Alpha

k : Jumlah Item (Pertanyaan)

$\sum s_i^2$: Jumlah Varians Dari Tiap Item

s_t^2 : Varians Total Skor (Total semua item tiap responden)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner menunjukkan jumlah responden berdasarkan umur 17-25 tahun sebanyak 40,5% yang berkontribusi dalam pengisian kuesioner (Tabel 2). Kemudian sebanyak 75% berasal dari Kota Banten (Tabel 3) dan sebanyak 53,3% adalah laki-laki (Tabel 4).

Tabel 2. Data responden berdasarkan umur

Jumlah responden berdasarkan umur	
17 - 25	30 Orang
26 - 30	6 Orang
31 - 40	8 orang
41 - 45	10 Orang
Lebih tua dari 45	20 Orang

Tabel 3. Data responden berdasarkan asal kota

Jumlah responden berdasarkan asal kota	
Banten	57 Orang
DKI Jakarta	18 Orang

Tabel 4. Data responden berdasarkan jenis kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	
Laki - Laki	40 Orang
Perempuan	35 Orang

Website merupakan media yang terdiri atas banyak halaman berisi informasi yang dapat diakses melalui internet dan diakses oleh pengguna di seluruh dunia [4]. Fungsi website dibagi menjadi beberapa fungsi diantaranya [10]

1. Fungsi komunikasi muncul pada website yang bersifat dinamis dan biasanya memiliki fasilitas seperti email, form contact, chatting, serta forum diskusi. Contohnya dapat ditemukan pada media sosial seperti Facebook, Twitter, Gmail, dan Kaskus.
2. Fungsi informasi terlihat dari kualitas konten yang disajikan dan keakuratan informasi yang diberikan. Website dengan fungsi ini umumnya menyediakan fitur seperti news, company profile, dan reference, misalnya website berita, website perusahaan, serta Wikipedia.
3. Fungsi transaksi biasanya dimiliki oleh website perusahaan, perdagangan, atau usaha lain yang berkaitan dengan keuangan, dengan fasilitas seperti pengecekan saldo, transfer, pembelian, pembayaran, investasi, dan administrasi. Contohnya adalah website perbankan, toko online, dan PayPal.
4. Fungsi hiburan berfokus pada penyajian tampilan gambar, video, dan animasi untuk meningkatkan kesan visual pengguna. Contohnya termasuk website permainan, website film, dan website musik.

Pola ketertarikan dan keterlibatan penggunaan website OMI mendapatkan data dominan sebagaimana berikut (Tabel 5):

1. Soal no 1 ketertarikan melihat visi dan misi website OMI 34,7% memilih poin 5 (Sangat tertarik) dan 40% memilih poin 4 (Tertarik) 18,7% poin 3 (Netral).
2. Soal no 4 website OMI sebagai patokan atau digunakan terus menerus 24% memilih poin 5 (Selalu pakai), 38,7% memilih poin 4 (Selalu pakai) dan 25,3% memilih poin 3 (Netral)
3. Soal no 9 website OMI yang relevan dengan kehidupan perputaran nelayan 37,3% memilih poin 5 (Sangat relevan), 46,7% memilih poin 4 (Relevan) dan 13,3% memilih poin 3 Netral.

Pada pola pertama ketertarikan responden terhadap penggunaan aplikasi dominan namun, dalam penggunaan yang berkepanjangan tim peneliti perlu mengembangkan agar bisa relevan dan sesuai dengan patokan yang berlaku.

Tabel 5. Pola 1 Ketertarikan dan keterlibatan penggunaan OMI

Tingkat Ketertarikan Dengan OMI			
Soal	Mean	Modus	Reliabilitas
Soal Nomor 1	3,99	4	0,716
Soal Nomor 4	3,69	4	
Soal Nomor 9	4,17	4	
RELIABLE			

Pada pola aksesibilitas dan penggunaan website dalam tahap pengembangan didapatkan hasil dominan (Tabel 6):

1. Soal no 2 kemudahan mengakses website OMI 48% responden memilih poin 5 (Sangat mudah), 33,3% memilih poin 4 (mudah) dan 12% poin 3 (Netral)
2. Soal no 3 penjagaan konektivitas jaringan yang stabil/lagging 32% memilih poin 5 (Sangat mudah), 40% memilih poin 4(Mudah) dan 21,3% (Netral)
3. Soal no 7 keamanan dalam menggunakan website OMI 38,7% responden memilih poin (Sangat aman), 38,7% responden memilih poin 4 (Aman) dan 20% memilih poin 3 (Netral).

Pada pola ini terfokuskan pada pengalaman penggunaan website baik secara langsung maupun tidak langsung, berbagai pertimbangan lain yang harus diperhatikan adalah device atau penggunaan handphone atau device lain dan konektivitas atau jaringan responden menjadi pertimbangan tersendiri.

Tabel 6. Pola 2 Kemudahan dan aksesibilitas pada penggunaan website dalam tahap pengembangan

Tingkat kemudahan dan aksesibilitas			
Soal	Mean	Modus	Reliabilitas
Soal Nomor 2	4,2	5	0.8
Soal Nomor 3	3,93	4	
Soal Nomor 7	4,11	4	
RELIABLE			

Pada pola pengaruh OMI dalam keputusan transaksi dalam tahap pengembangan didapatkan hasil dominan (Tabel 7):

1. Soal no 5 dalam kemungkinan responden merasa terpengaruh atau paham yang menunjang isi dari pada website 38,7% memilih poin 5 (Sangat berpengaruh), 37,3% memilih poin 4 (Berpengaruh) dan 18,7% memilih poin 3 (Netral).
2. Soal no 6 persetujuan responden dalam melihat potensi website OMI memiliki peluang untuk membentuk transaksi cerdas 48% memilih poin 5 (Sangat setuju), 40% memilih poin 4 (Setuju), dan 9,3% memilih poin 3 (Netral).

Pola pada konteks pengaruh dan prediksi dalam mengembangkan transaksi cerdas dalam mediasi website perlu dikaji lebih lanjut dan maknanya secara langsung perlu digali lebih dalam terkait pengalaman mereka menggunakan website.

Tabel 7. Pola 3 Pengaruh OMI dalam keputusan transaksi

Pengaruh Dalam Keputusan Transaksi			
Soal	Mean	Modus	Reliabilitas
Soal Nomor 5	4,07	5	0,74
Soal Nomor 6	4,32	5	
RELIABLE			

Pola pengembangan website dan arah pengembangannya mendapatkan data yang dominan (Tabel 8):

1. Soal no 8 persetujuan responden website OMI diperbaharui secara berkala 69,3% responden memilih poin 5 (Sangat setuju), 17,3% memilih poin 4 (Setuju), dan 9,3% memilih poin 3 (Netral)
2. Soal no 10 persetujuan responden pengembangan edukasi website OMI ke arah biologis pada kandungan ikan dan jenis ikan yang diminati konsumen 57,3% memilih poin 5 (Sangat setuju) 29,3% memilih poin 4 (Setuju) dan 12 % memilih poin 3 (Netral).
3. Soal no 11 persetujuan responden pengembangan website OMI ke arah ekonomi dalam menganalisa harga keuangan 34,3% responden memilih poin 5 (Sangat setuju) , 37,3% responden memilih poin 4 (Setuju) dan 17,3% memilih poin 3 (Netral)

Tabel 8. Pola 4 Potensi dan arah pengembangan website

Tabel 8. Pola 4 Potensi dan arah pengembangan website			
Soal	Mean	Modus	Reliabilitas
Soal Nomor 8	4,49	5	0,614
Soal Nomor 10	4,41	5	
Soal Nomor 11	3,92	4	

Penarikan kesimpulan responden sangat setuju dalam pengembangan website yang berkelanjutan, sebagai penentuan arah ada pada perbandingan soal no 11 dan soal no 12, responden condong pada pengembangan secara biologis hal ini didukung dengan tambahan angka pada skala linear, pemilihan poin 1 dan 2 pada soal no 12 (Sangat tidak setuju dan Tidak setuju) yang diakumulasikan sebanyak 10,7% responden dan pada soal no 11 pemilihan poin 1 dan 2 (Sangat tidak setuju dan Tidak setuju) yang diakumulasikan secara berturut turut ada pada angka 1,3%. Secara garis besar responden ingin edukasi berbasis biologis yang dikerucutkan menjadi kualitas ikan.

Website OMI tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga mengintegrasikan fungsi komunikasi, informasi, transaksi, dan hiburan [10]. Penilaian persepsi menasar pada aspek komunikasi, dimana OMI diharapkan mampu menyediakan ruang interaksi antara pengguna, seperti nelayan dan konsumen, melalui fitur pesan singkat atau forum diskusi singkat. Pada aspek informasi, OMI menampilkan data harga ikan, artikel edukasi perikanan, serta informasi terkini mengenai isu kelautan. Fungsi transaksi dikembangkan sebagai wadah yang memungkinkan nelayan memasarkan hasil tangkapan secara langsung dan transparan, sehingga mengurangi ketimpangan harga di lapangan. Sedangkan fungsi hiburan dihadirkan melalui tampilan visual yang menarik dan penyajian infografik interaktif, agar pengguna tetap nyaman dan betah membaca. Menggabungkan keempat fungsi ini, OMI diharapkan mampu menjadi media digital perikanan. yang informatif, interaktif, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Persepsi pengguna terhadap website One Minute Iwak (OMI) cenderung positif, terutama dalam hal kemudahan akses, tampilan yang menarik, serta manfaatnya sebagai media edukasi dan transaksi hasil perikanan. Mayoritas responden memberikan penilaian baik pada setiap dimensi pengukuran, menandakan bahwa pengguna memahami fungsi dan potensi OMI sebagai sarana informasi digital yang relevan bagi nelayan dan konsumen. Nilai reliabilitas $>0,7$ menunjukkan bahwa instrumen pengukuran persepsi telah konsisten dan dapat dipercaya. Secara keseluruhan, riset ini menggambarkan bahwa OMI memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai platform digital berkelanjutan di sektor perikanan. Dukungan persepsi positif pengguna menjadi dasar penting dalam penyusunan strategi pengembangan berikutnya, khususnya dalam peningkatan fitur interaktif, kecepatan akses, serta pembaruan konten yang lebih edukatif dan informatif agar website semakin berdaya guna bagi masyarakat pesisir.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Nurlaela, M. Ripaldi, A. Saputra, H. Choerudin, and S. P. Nababan, "Efektivitas Kebijakan Penangkapan Ikan Terukur dan Mekanisme PNBP Pasca Produksi di Pelabuhan Perikanan Pantai Klidang Lor Jawa Tengah," *Albacore*, vol. 9, no. 2, pp. 155–173, 2025.
- [2] U. Abrar, A. Febrianto, S. Norhaliza, U. N. Shabrina, N. Ul Umam, W. Hasanah, and M. Aisyuzzalluma, "Edukasi Ketidakstabilan Harga Ikan yang Berdampak Pada Penurunan Penghasilan Nelayan dan Pengepul Ikan," *Jurnal Abdimas Sosek: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosial Ekonomi*, vol. 4, no. 2, pp. 16–18, 2024.

-
- [3] A. S. Sitanggang, A. Salsabila, W. L. Zahra, J. Harly, dan D. A. Putra, "Analisis Penerapan Teknologi Digital dalam Edukasi Perikanan kepada Masyarakat oleh Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Barat," *J-SIGN*, vol. 3, no. 2, pp. 72–83, Nov. 2025, doi: 10.24815/j-sign.v3i2.47806.
- [4] F. Juwanto and H. Kuswanto, "Analisa Desain UI/UX Pada Website PMB Nalanda dengan Metode Heuristic Evaluation," *JIKA (Jurnal Informatika) Universitas Muhammadiyah Tangerang*, vol. 9, no. 2, pp. 176–183, 2025.
- [5] T. A. Berutu, D. Lorena, R. Sigalingging, dan G. Kasih, "Pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan bisnis modern," *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, vol. 2, no. 3, pp. 358–370, 2024.
- [6] T. D. Adelia, Y. D. Krisphianti, and Atrup, "Analisis Validitas dan Reliabilitas Pada Skala Bimbingan Karir, Self-Efficacy dan Self-Confidence," *Jurnal Bimbingan dan Konseling Universitas Nusantara PGRI Kediri*, vol. 8, pp. 1160–1168, 2025.
- [7] R. N. Amalia, R. S. Dianingati, and E. Annisaa, "Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi," *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, vol. 2, no. 1, pp. 9–12, 2022.
- [8] Yusup Febrinawati, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol. 7, no. 1, pp. 17–23, Jan.–Jun. 2018.
- [9] Adamson, K. A. & Prion, S.. (2013). Reliability : measuring internal consistency using cronbach's α , *Clinical Simulation in Nursing*, 9, hlm. 179-180
- [10] A. Sidik, *Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Design (52)*. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, Kalimantan Selatan, Indonesia, 2019.