



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Penelitian ini tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis, tetapi lebih mementingkan aspek keluasan data, sehingga hasil riset atau data dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2010 : 55).

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti bersikap objektif, dengan menguji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah valid dan reliabel. Untuk menjaga sifat objektif, maka dalam analisis data tidak boleh mengikutsertakan analisis dan interpretasi peneliti yang bersifat subjektif. Maka dari itu, digunakan uji statistik untuk menganalisis data (Kriyantono, 2010 : 55-56).

Secara umum, penelitian kuantitatif ini mempunyai ciri-ciri, antara lain (Kriyantono, 2010 : 56) :

1. Hubungan penelitian dengan subjek jauh. Peneliti menganggap realitas terpisah dan ada di luar dirinya, karena itu harus ada jarak agar penelitian objektif. Alat ukurnya pun harus dijaga keobjektifannya.
2. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis, serta mendukung atau menolak teori.

3. Riset harus dapat digeneralisasikan, karena itu menuntut sampel yang representatif dari seluruh populasi, operasionalisasi konsep serta alat ukur yang valid dan reliabel.
4. Prosedur penelitian rasional-empiris, artinya riset berangkat dari konsep-konsep atau teori-teori yang melandasinya. Konsep atau teori itulah yang akan dibuktikan dengan data yang dikumpulkan di lapangan.

Proses penelitian dalam penelitian kuantitatif bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut kemudian diuji melalui pengumpulan data di lapangan, yang dikumpulkan dengan instrumen penelitian. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan statistik, sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak (Sugiyono, 2012 : 8).

Sifat dalam penelitian ini adalah eksplanatif di mana peneliti menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Peneliti membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual dan kerangka teori. Peneliti juga perlu berteori untuk menghasilkan dugaan awal atau hipotesis antara variabel yang satu dengan lainnya. Variabel adalah konsep yang dapat diukur. Penelitian dengan sifat eksplanatif ini sering pula disebut sebagai jenis riset korelasional, yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antar variabel (Kriyantono, 2010 : 69).

Penelitian eksplanasi dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, pengaruh, atau

perbedaan satu variabel dengan variabel yang lain. Karena itu, pada penelitian eksplanasi menggunakan sampel dan hipotesis. Selain itu, pada penelitian eksplanasi dapat dilakukan dengan melalui survei, yang mewajibkan peneliti membangun hipotesis penelitian dan mengujinya di lapangan. Dikarenakan format dalam penelitian ini bertujuan mencari hubungan sebab-akibat dari variabel-variabel yang diteliti, dengan demikian statistik merupakan alat utama dalam analisis data. Pada penelitian eksplanasi survei memusatkan perhatian pada persoalan-persoalan yang tidak mendalam, bersifat di permukaan saja dengan banyak data yang dapat direkam, sehingga aktivitas penelitian ini bergerak di permukaan (Bungin : 2010, 38).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode survei. Survei adalah metode penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam mengumpulkan data. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dengan metode survei, proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan dapat mewakili populasi secara spesifik. Maka dari itu, penggunaan teknik *sampling* yang benar dapat menentukan kualitas penelitian (Kriyantono, 2010 : 59). Sampel yang akan diambil adalah *followers* dari akun @idDKP.

Secara umum, metode survei terdiri dari dua jenis, yaitu deksriptif yang digunakan untuk menggambarkan populasi yang sedang diteliti dan ekplanatif yang digunakan bila peneliti ingin mengetahui mengapa suatu situasi atau kondisi terjadi atau apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu (Kriyantono, 2010 : 59-60).

Pada survei eksplanatif ini dapat dibagi dua sifat, antara lain komparatif dan asosiatif. Survei komparatif bermaksud untuk membuat komparasi atau membandingkan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya yang sejenis. Sementara itu, survei asosiatif bermaksud untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antar variabel (Kriyantono, 2010 : 60).

Penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatif yang bersifat asosiatif karena peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu dapat terjadi atau apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu. Dalam metode survei eksplanatif tidak hanya menggambarkan terjadinya suatu fenomena tetapi telah mencoba untuk menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti. Sugiyono menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi atau kumpulan objek riset dapat berupa orang, organisasi, kata-kata dan kalimat,

simbol-simbol nonverbal, radio, surat kabar, televisi, iklan, dan lainnya (Kriyantono, 2010 : 153). Dalam penelitian ini survei yang dilakukan adalah dengan *followers* dari @idDKP, dengan jumlah 6.450 yang merupakan populasi dari penelitian yang didapatkan dari www.twitter.com/idDKP pada 21 Maret 2014.

Dalam penelitian sosial, seorang peneliti tidak harus meneliti seluruh objek yang dijadikan pengamatan. Seorang peneliti dapat mengambil sebagian saja dari populasi. Sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati disebut sebagai sampel (Kriyantono, 2010 : 153). Syarat untuk menjadi sampel dalam penelitian harus memenuhi unsur representatif atau mewakili dari populasi. Dalam penelitian kuantitatif, representatif sampel sangat diperlukan karena penelitian ini bersifat dapat digeneralisasikan. Sampel representatif bisa diartikan bahwa sampel tersebut mencerminkan unsur dari populasi dan memberikan kesempatan yang sama pada semua unsur populasi untuk dipilih, sehingga dapat mewakili keadaan sebenarnya dalam keseluruhan populasi (Kriyantono, 2010 : 153-154).

Terdapat prosedur dalam memilih sampel yang disebut teknik *sampling*. Peneliti menggunakan sampel probabilitas (*probability sampling*), yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas di mana setiap populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan yang matematis (Kriyantono, 2010 : 154). Teknik yang digunakan adalah *sampling* sistematis. Teknik *sampling* sistematis ini membutuhkan tersedianya kerangka *sampling* atau daftar *sampling*. Peneliti terlebih dahulu merandom untuk sampel pertama,

sedangkan data berikutnya didapatkan menggunakan interval tertentu. Teknik ini memudahkan seleksi terhadap populasi yang besar dan lebih akurat (Kriyantono, 2010 : 155).

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan penghitungan statistik. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya, dengan penghitungan Rumus Slovin (Kriyantono, 2010 : 163-164). Rumusnya adalah (Kriyantono, 2010 : 164) :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

di mana :

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Batas kesalahan yang ditolerir dapat sebesar 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%. Pada penelitian ini akan digunakan sebesar 10% (0.1).

maka ukuran sampel yang didapat yaitu:

$$N = 6.450$$

Keterangan: N diambil dari seluruh jumlah *followers* akun @idDKP pada 21 Maret 2014.

$$\begin{aligned} n &= \frac{6450}{1 + 6450 (0.1)^2} \\ n &= \frac{6450}{65.5} \\ &= 98.5 \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang diambil adalah 98.5 orang atau 99 orang seluruh *followers* akun @idDKP pada 21 Maret 2014.

Jika mengambil 99 sampel dari 6.450 populasi, interval sampel sebesar $6.450 : 99 = 65.2 = 65$, yang disebut juga dengan *sampling ratio*. Kemudian peneliti mengundi sampel pertama secara acak diantara 1 sampai 65. Unsur pertama yang terpilih adalah no.47, maka nomor tersebut merupakan sampel pertama. Unsur-unsur lainnya ditarik dengan mengambil jarak tertentu, dan sampel kedua adalah no. 112, sampel ketiga adalah no.177, dan seterusnya sampai jumlahnya 99 (Rakhmat, 2009 : 79).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Untuk dapat diukur, sebuah konsep harus dioperasionalkan. Proses ini disebut dengan operasionalisasi konsep, yang hasilnya berupa konstruk (konsep yang dapat diamati dan diukur atau memberikan batasan pada konsep) dan variabel (konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional, yang mempunyai variasi nilai) beserta indikator-indikator pengukurannya. Penelitian tergantung pada pengamatan dan pengamatan harus dibuat dengan sebuah pernyataan atau batasan yang jelas mengenai apa yang diamati. Pernyataan atau batasan ini adalah hasil dari kegiatan mengoperasionalkan konsep, yang memungkinkan penelitian mengukur konsep atau variabel yang relevan, dan berlaku bagi semua jenis variabel (Kriyantono, 2010 : 26).

Pada dasarnya, mengoperasionalkan konsep sama dengan menjelaskan konsep yang ada berdasarkan parameter atau indikator-indikatornya. Dengan kata lain, hasil dari mengoperasionalkan konsep ini adalah variabel, yang mempunyai variasi nilai yang dapat diukur. Nilai-nilai inilah yang biasa disebut dengan indikator (Kriyantono, 2010 : 26).

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua macam yaitu: variabel independen dan variabel dependen (Sangadji dan Sopiah, 2010 : 136). Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain, sementara itu variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel-variabel dalam penelitian kemudian dibagi menjadi beberapa dimensi (sub-variabel) dan dijelaskan indikator-indikatornya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Variabel independen adalah Kampanye “Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik” melalui *Twitter* (X)

Definisi konseptual:

Kampanye adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu terhadap sejumlah besar khalayak sasaran yang dilakukan secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu (Venus, 2012 : 7).

Definisi operasional: Indikator yang akan diukur dalam penelitian ini adalah

1. Pelaku Kampanye

Terdapat beberapa aspek yang memengaruhi kredibilitas sumber adalah keterpercayaan, keahlian, dan daya tarik sumber (Venus, 2012 : 57). Faktor pendukung lainnya yang memengaruhi kredibilitas sumber yakni keterbukaan, ketenangan, kemampuan bersosialisasi, dan karisma (Venus, 2012 : 65-66).

2. Pesan Kampanye

Terdapat dua aspek penting yang harus diperhatikan dalam pesan, antara lain isi pesan dan struktur pesan (Venus, 2012 : 71). Aspek lainnya dalam penyajian pesan dalam mengelola suatu kampanye, yaitu format, nuansa, konteks, waktu, dan pengulangan (Gregory, 2010 : 115).

3. Saluran Kampanye

Pengiriman pesan melalui media dilakukan dengan mengemas pesan yang mampu menciptakan efek yang diharapkan. Penayangan pesan secara terus-menerus dalam kurun waktu tertentu juga semakin mendapat perhatian dari khalayak (Venus, 2012 : 88-89).

2. Variabel dependen adalah sikap pengurangan kantong plastik (Y)

Definisi konseptual:

Sikap adalah ekspresi dari perasaan yang menunjukkan apakah seseorang bersikap positif maupun tidak terhadap objek sikap (Sumarwan, 2004 : 136).

Definisi operasional: Indikator yang akan diukur dalam penelitian ini adalah

1. Komponen Kognitif

Komponen kognitif ini berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Komponen kognitif ini juga berisi pandangan, keyakinan, atau pemikiran yang dimiliki individu.

2. Komponen Afektif

Komponen ini menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Pada umumnya, komponen afektif ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki objek tertentu, dapat berupa perasaan suka atau tidak suka.

Tabel 3.1 *Operasionalisasi Variabel*

Variabel X	Dimensi	Indikator	Skala
Kampanye “Gerakan Indonesia Diet Kantong	Pelaku Kampanye	1. Penyampaian informasi oleh pelaku kampanye. 2. Tujuan pelaku kampanye 3. Pelaku kampanye dianggap	Likert

Plastik” melalui <i>Twitter</i>		berpengetahuan, berpengalaman, dapat dipercaya, dan menguasai keahlian. 4. Daya tarik fisik maupun psikologis berupa kesamaan antara pelaku kampanye dan khalayak. 5. Aktif dan mendukung perubahan ke arah positif.	
	Pesan Kampanye	1. Materi pendukung dan visualisasi pesan yang menarik. 2. Pemilihan bahasa yang tepat. 3. Pesan sesuai dengan keadaan saat ini. 4. Pesan yang kredibel.	
	Saluran Kampanye	1. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. 2. Media yang digunakan mampu menciptakan efek pada khalayak. 3. Penayangan pesan secara terus-menerus dalam kurun waktu tertentu.	

Variabel Y	Dimensi	Indikator	Skala
Sikap Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik	Komponen Kognitif	1. Pengetahuan <i>followers</i> mengenai upaya mengurangi maupun bahaya penggunaan kantong plastik bertambah. 2. Adanya pemahaman efek negatif	Likert

		<p>dari penggunaan kantong plastik yang berlebihan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pengetahuan mengenai alternatif pengganti kantong plastik. 4. Pandangan bahwa mengurangi penggunaan kantong plastik merupakan hal yang baik. 	
	Komponen Afektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Followers</i> memiliki perasaan positif terkait kampanye pengurangan penggunaan kantong plastik. 2. <i>Followers</i> menjadi suka untuk mengikuti kampanye @idDKP terkait pengurangan penggunaan kantong plastik. 3. Melalui kampanye untuk pengurangan penggunaan kantong plastik adanya keinginan untuk mengurangi penggunaan kantong plastik. 	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Dalam upaya melengkapi penelitian dengan mengumpulkan data, teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Data primer (*primary data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber, tanpa media perantara. Kelebihan dari pengumpulan data primer adalah peneliti dapat mengumpulkan data sesuai dengan yang diinginkan karena data yang tidak relevan dapat dikurangi atau dihilangkan. Selain itu, data yang diperoleh lebih akurat tapi membutuhkan tenaga, waktu, dan biaya yang lebih besar dibandingkan pengumpulan data sekunder (Sangadji dan Sopiah, 2010 : 44).

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan terstruktur dengan alternatif jawaban yang tersedia, sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan pendapat, keadaan, aspirasi, sikap, atau persepsi pribadinya. Kelebihan dari kuesioner biasanya pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan dapat lebih sistematis, terarah kepada tujuan penelitian, dan lebih cermat. Dengan kuesioner memudahkan peneliti menjaring data dari responden dalam jumlah besar dan waktu yang relatif singkat. Kuesioner dapat diisi sendiri oleh responden, tetapi terdapat kelemahan yaitu terkadang responden lupa mengisi, isian tidak lengkap, responden kurang memahami maksud pernyataan atau pertanyaan, dan jawaban bohong tak dapat terdeteksi. Untuk menghindari hal ini, cara ini lebih efektif dilakukan pada responden yang memiliki perhatian dengan topik yang diteliti (Suyanto dan Sutinah (ed.), 2005: 60-63). Dalam hal ini kuesioner disebar kepada *followers* @idDKP untuk meneliti pengaruh kampanye yang dilakukan akun tersebut terhadap sikap *followers*-nya.

Kuesioner dalam penelitian ini disebar kepada responden yaitu *followers* akun @idDKP sejumlah 99 orang. Kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2012 : 142). Responden yang dapat ditemui secara bertatap muka, diberi kuesioner secara langsung dan diminta untuk mengisi semua pertanyaan kuesioner. Sementara itu, untuk menjangkau responden yang jauh lokasinya bahkan berbeda kota atau negara dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang memungkinkan peneliti menyebarkan kuesioner yang dikirim melalui *email* kepada responden.

Dalam mengirimkan kuesioner terhadap 99 responden, dilakukan pengecekan akun responden satu persatu terlebih dahulu dengan mengecek *tweet* mereka sebelumnya yang kerap menampilkan link ke media sosial lain dan kontak yang mereka munculkan dalam biodata di akun *Twitter*. Hal ini untuk mengurangi anonimitas dari akun tersebut. Kemudian selanjutnya peneliti meminta email responden maupun mengirimkan *tweet* dengan *link* yang mengarah kepada kuesioner *online* untuk diisi secara *online* oleh responden https://docs.google.com/forms/d/1odrbaE2zUYWi-YkLNXMR-04hBigXr8Hy_UE4LQh3yBM/viewform.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung, melalui media perantara. Data sekunder dapat berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip atau data dokumenter, yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan. Data sekunder dapat diklasifikasikan, antara lain data internal yang dikumpulkan, dicatat, dan disimpan

dalam suatu organisasi. Selain itu, data eksternal yang pada umumnya disusun oleh pihak lain, misalnya buku jurnal, buletin, majalah, yang memuat data referensi, hasil sensus, statistik, dan lain-lain (Sangadji dan Sopiah, 2010 : 44).

Studi dokumen dalam penelitian ini menjadi data sekunder untuk melengkapi data yang diperlukan untuk melengkapi data primer. Dalam mengumpulkan data penelitian, dokumen berupa tulisan, gambar, atau hasil karya seseorang dapat menjadi sumber data sekunder sebuah penelitian. Dokumen yang merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu ini dapat menjadi data pelengkap dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2012 : 240).

Untuk kelengkapan data sekunder, peneliti menggunakan artikel *online*, foto-foto, dan website resmi Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik. Selain itu, laporan penelitian peneliti lainnya juga dipelajari, untuk mendukung pendapat yang dikemukakan. Peneliti pun menggunakan pedoman dan acuan lain dalam penelitian, yaitu beberapa sumber buku.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dan jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian tersebut akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran. Dengan menentukan skala pengukuran, berarti peneliti telah dapat

mengklasifikasikan variabel yang akan diukur agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert (Sugiyono, 2012 : 92-93).

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012 : 93). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban tersebut dapat diberi skor, antara lain (Sugiyono, 2012 : 93-94) :

1. Sangat setuju, diberi skor 5
2. Setuju, diberi skor 4
3. Netral, diberi skor 3
4. Tidak setuju, diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju, diberi skor 1

Dalam ilmu sosial, ketika meneliti suatu masalah menggunakan kuesioner, kuesioner harus diuji validitas dan reliabilitas kepada responden yang setara dengan responden yang menjadi sampel penelitian. Validitas adalah keabsahan atau akurasi suatu alat ukur, sedangkan reliabilitas adalah dapat dipercayai alat ukur tersebut. Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner ini menggunakan aplikasi SPSS dan jika sudah dinyatakan valid dan reliabel, instrumen ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian (Ardianto, 2011 : 187-188).

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya. Suatu instrumen dapat dikatakan valid bila koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3; koefisien korelasi *product moment* lebih besar dari r tabel; dan bila nilai sig lebih kecil sama dengan α (taraf signifikan) (Siregar, 2013 : 75-77). Instrumen yang dinyatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel secara tepat. Uji validitas ini dapat menguji coba kepada orang-orang dalam populasi yang tidak termasuk dalam sampel penelitian (Kasmadi dan Sunariah, 2013 : 87).

Cara mengukur validitas instrumen dapat dilakukan dengan cara menghitung secara manual atau dengan bantuan SPSS. Dalam pengujian validitas ini, peneliti menggunakan alat bantu hitung yaitu dengan SPSS 19, yang kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan tabel statistika untuk mengetahui apakah hasil yang didapatkan valid atau tidak. Data-data yang digunakan untuk uji validitas instrumen adalah data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden sebelum riset dilakukan (*pretest*). Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kusioner kepada responden sebelum riset dilakukan (*pretest*) sebanyak 30 orang responden dari populasi yang bukan termasuk sampel untuk menguji instrumen yang ada.

Kuesioner berisi 18 butir pertanyaan untuk varibel X mengenai kampanye yang dilakukan melalui *twitter* dan 13 butir pertanyaan untuk variabel Y mengenai sikap pengurangan penggunaan kantong plastik. Setelah kuesioner

tersebut direspon oleh para responden, maka menghasilkan data hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan dalam instrumen yang akan diuji validitasnya.

Berikut langkah-langkah analisis pada SPSS 19 (Priyatno : 2012 : 118) :

1. Buka program SPSS 19.
2. Klik *Variabel View* pada SPSS data editor.
3. Pada kolom *Name* masukan Responden, butir pertanyaan dan baris terakhir dengan total dari semua butir, pada *Type* untuk baris pertama klik kotak kecil, kemudian klik *string*, baris selanjutnya tidak diubah. Pada *Decimals* ganti menjadi 0, dan pada kolom *Measure*, pilih *Scale*. Untuk kolom lainnya dapat dengan isian *Default*.
4. Buka halaman *Data View*, masukan data butir-butir pertanyaan dan total.
5. Selanjutnya klik *Analyze, Correlate, Bivariate*. Pada kotak dialog *Bivariate Correlations* masukkan semua variabel ke kotak *Variables*.
6. Klik tombol OK. Maka akan muncul tabel hasil pengujian yang dapat dibandingkan r hitung dengan r tabel.

U
M
N

Tabel 3.2 Uji Validitas Instrumen dari Variabel X (Kampanye “Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik” melalui *Twitter*)

	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
X1	0.517 ^{**}	0.003	Valid
X2	0.649 ^{**}	0.000	Valid
X3	0.647 ^{**}	0.000	Valid
X4	0.694 ^{**}	0.000	Valid
X5	0.779 ^{**}	0.000	Valid
X6	0.390 [*]	0.033	Valid
X7	0.520 ^{**}	0.003	Valid
X8	0.476 ^{**}	0.008	Valid
X9	0.702 ^{**}	0.000	Valid
X10	0.790 ^{**}	0.000	Valid
X11	0.730 ^{**}	0.000	Valid
X12	0.492 ^{**}	0.006	Valid
X13	0.695 ^{**}	0.000	Valid
X14	0.781 ^{**}	0.000	Valid
X15	0.569 ^{**}	0.001	Valid
X16	0.635 ^{**}	0.000	Valid
X17	0.684 ^{**}	0.000	Valid
X18	0.395 [*]	0.031	Valid

Sumber : Hasil olahan peneliti (SPSS 19.00), 2014

Output di atas menjelaskan tentang hasil uji validitas. Dalam hal ini yang dibaca cukup korelasi antara skor tiap butir dengan skor total. Butir diatas mempunyai nilai signifikansi <0.05 , berarti valid. Cara lain untuk menentukan apakah suatu butir pertanyaan valid atau tidak dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Pearson Correlation*) dengan r tabel. Nilai r tabel dicari dengan signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan $N = 30$. Didapatkan nilai r tabel adalah 0.361, dan nilai butir r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga valid.

Setelah peneliti melakukan uji validitas pada variabel X, semua soal yaitu 18 butir soal yang mengacu pada Kampanye “Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik” melalui *Twitter* adalah valid.

UMMN

Tabel 3.3 Uji Validitas Instrumen dari Variabel Y (Sikap Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik)

	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Y1	0.558**	0.001	Valid
Y2	0.648**	0.000	Valid
Y3	0.648**	0.000	Valid
Y4	0.563**	0.001	Valid
Y5	0.827**	0.000	Valid
Y6	0.636**	0.000	Valid
Y7	0.703**	0.000	Valid
Y8	0.867**	0.000	Valid
Y9	0.618**	0.000	Valid
Y10	0.640**	0.000	Valid
Y11	0.608**	0.000	Valid
Y12	0.684**	0.000	Valid

Sumber : Hasil olahan peneliti (SPSS 19.00), 2014

Output di atas menjelaskan tentang hasil uji validitas. Dalam hal ini yang dibaca cukup korelasi antara skor tiap butir dengan skor total. Butir diatas mempunyai nilai signifikansi <0.05 , berarti valid. Cara lain untuk menentukan apakah suatu butir pertanyaan valid atau tidak dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Pearson Correlation*) dengan r tabel. Nilai r tabel dicari dengan

signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi dan $N = 30$. Didapatkan nilai r tabel adalah 0.361, dan nilai butir r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga valid.

Peneliti kembali melakukan uji validitas pada variabel Y, semua soal yaitu 13 butir soal yang mengacu pada Sikap Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik adalah valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Alat ukur dapat dikatakan reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walaupun digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil atau tidak berubah-ubah, dapat diandalkan atau *dependable*, dan tetap atau konsisten (Kriyantono, 2010 : 145).

Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur reliabilitas adalah dengan *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, di mana butir yang masuk dalam pengujian adalah butir yang valid saja. Nilai reliabilitas dapat didapatkan melalui SPSS. Jika nilai kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik (Priyanto, 2012 : 120).

Berikut langkah-langkah analisis pada SPSS 19 (Priyatno : 2012 : 121) :

1. Buka program SPSS 19.
2. Klik *Variabel View* pada SPSS data editor.
3. Pada kolom *Name* masukan Responden, butir pertanyaan dan baris terakhir dengan total dari semua butir, pada *Type* untuk baris pertama klik

kotak kecil, kemudian klik *string*, baris selanjutnya tidak diubah. Pada *Decimals* ganti menjadi 0, dan pada kolom *Measure*, pilih *Scale*. Untuk kolom lainnya dapat dengan isian *Default*.

4. Buka halaman *Data View*, masukan data butir-butir pertanyaan dan total.
5. Selanjutnya klik *Analyze, Scale, Bivariate*. Pada kotak dialog *Reliability Analysis*, masukkan semua variabel butir pertanyaan ke kotak *Variables*.
6. Klik tombol OK. Maka akan muncul tabel hasil pengujian.

Tabel 3.4 *Uji Reliabilitas Instrumen dari Variabel X (Kampanye “Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik” melalui Twitter)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.896	18

Sumber : Hasil olahan peneliti (SPSS 19.00), 2014

Varibel independen Kampanye “Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik” melalui *Twitter* terbukti reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.896.

Tabel 3.5 *Uji Reliabilitas Instrumen dari Variabel Y (Sikap Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.879	12

Sumber : Hasil olahan peneliti (SPSS 19.00), 2014

Varibel dependen Sikap Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik terbukti reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.879.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan analisis terhadap data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui perangkat metodologi tertentu. Untuk penelitian eksplanatif, yang bertolak dari suatu hipotesis, maka analisis data merupakan tahap di mana peneliti melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian tanpa memberikan interpretasi berdasarkan hal-hal atau teori-teori lain di luar data yang diperoleh.

Analisis data ini berada pada level empiris, maksudnya yang dihitung, diolah atau dianalisis adalah data empiris. Maka dari itu, hasil analisis belum dapat secara langsung digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian yang sifatnya konseptual. Untuk dapat menjawab dan memberikan rekomendasi, dibutuhkan tahap interpretasi data dengan menggunakan kerangka pemikiran atau kerangka teori yang semula telah ditetapkan. Untuk penelitian eksplanatif, pada interpretasi data yang dilakukan bertujuan membuat penyimpulan yang mendukung hipotesis teoritis (Kriyantono, 2010 : 86-87).

3.7.1 Uji Korelasi

Analisis hubungan (korelasi) adalah suatu bentuk analisis data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan di antara dua variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel terikat). Ada beberapa teknik statistik yang digunakan dalam menganalisis hubungan antara variabel, salah satunya adalah koefisien korelasi yang akan digunakan dalam penelitian ini (Siregar, 2013 : 335).

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel. Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 sampai 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-). Misalnya (Siregar, 2013 : 337) :

- Apabila $r = -1$ korelasi negatif sempurna, artinya terjadi hubungan bertolak belakang antara variabel X dan variabel Y. Jika variabel X naik, maka variabel Y turun.
- Apabila $r = 1$ korelasi positif sempurna, artinya terjadi hubungan searah variabel X dan Y. Jika variabel X naik, maka variabel Y naik.

Berikut tabel nilai korelasi :

Tabel 3.6

Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0.00 - 0.199	Sangat Lemah
2	0.20 - 0.399	Lemah
3	0.40 - 0.599	Cukup
4	0.60 - 0.799	Kuat
5	0.80 - 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Siregar (2013 : 337)

Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi sederhana, yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel.

Peneliti menggunakan koefisien *Pearson's Correlation (Product Moment)* dengan

bantuan perhitungan dengan SPSS versi 19, untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dan variabel tidak bebas (Y), dan data berbentuk interval dan rasio (Siregar, 2013 : 338).

3.7.2 Uji Regresi

Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) atau hubungan fungsional. Perlunya penelitian apakah memang ada hubungan yang signifikan antara kedua sebab-akibat tersebut. Dalam beberapa riset, sering dijumpai penelitian dengan perumusan masalah dengan menggunakan konsep "pengaruh". Pengaruh diartikan sebagai sesuatu yang menjadi penyebab terjadinya sesuatu (Kriyantono, 2010 : 183-184).

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan analisis pengaruh dengan analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tidak bebas (dependent). Tujuan dari uji ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Siregar, 2013 : 379).

Jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui variabel bebas X dan variabel terikat Y, sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu. Dapat dengan regresi linear sederhana, dengan rumus (Kriyantono, 2010 : 184) :

$$Y = a + bX$$

di mana :

Y : variabel tidak bebas , yaitu sikap *followers*

X : variabel bebas, yaitu kampanye yang dilakukan

a : nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila $X=0$

b : koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang berdasarkan pada variabel independen.

3.8 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya dan perlu adanya pengujian untuk pembuktian kebenarannya. Hipotesis juga merupakan dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih. Jadi, hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban atau dugaan sementara yang harus diujikan kebenarannya (Siregar, 2013 : 65).

Dalam merumuskan hipotesis, terdapat hal yang perlu diperhatikan. Hipotesis harus mengekspresikan adanya hubungan atau pengaruh dua variabel atau lebih. Rumusan hipotesis harus bersifat spesifik, jelas, dan tidak bermakna ganda yang memungkinkan muncul penafsiran lain. Hipotesis harus dapat diuji dan dapat diungkapkan dalam bentuk operasionalisasi dan dapat dievaluasi.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho: Tidak ada pengaruh Kampanye "Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik" melalui akun @idDKP terhadap sikap pengurangan penggunaan kantong plastik.

Ha: Ada pengaruh Kampanye "Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik" melalui akun @idDKP terhadap sikap pengurangan penggunaan kantong plastik.

Ho (Hipotesis Operasional) yang menyatakan ketidakbenaran suatu fenomena atau menyatakan tidak ada hubungan antar variabel. Ha (Hipotesis Penelitian atau Kerja) merupakan anggapan dasar peneliti terhadap masalah yang dikaji. Apabila hasil dari pengujian hipotesis mendapatkan hasil Ho ditolak dan Ha diterima, maka terdapat pengaruh Kampanye "Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik" melalui *Twitter* terhadap sikap pengurangan penggunaan kantong plastik.

UMMN