

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Berdasarkan jenisnya, penelitian terbagi dalam dua bagian, yaitu kuantitatif dan kualitatif (Kriyantono, 2006, p. 50). Penelitian kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena secara mendalam lewat data yang dikumpulkan. Karena itu, penelitian kualitatif lebih mengutamakan kualitas data dibandingkan kuantitas. Beda halnya dengan kuantitatif, penelitian jenis ini merupakan riset yang menjelaskan masalah dengan hasil yang bisa digeneralisasikan sehingga tidak terlalu memerhatikan kedalaman data. Hal yang diutamakan dalam jenis ini adalah aspek keluasan data guna memastikan hasil penelitian bisa merepresentasikan seluruh populasi. Selain itu, hal mendasar lain yang membedakan dua jenis penelitian ini adalah kuantitatif berdasarkan pendekatan positivisme sedangkan kualitatif menggunakan pendekatan interpretif (Kriyantono, 2006, p. 55).

Selain itu, terdapat pula tiga sifat penelitian antara lain deskriptif, eksplanatif, dan eksploratif. Penelitian deskriptif bertujuan mendeskripsikan fakta dan sifat objek secara sistematis. Sifat penelitian tersebut digunakan untuk menggambarkan realitas tanpa melihat hubungan tiap-tiap variabel (Kriyantono, 2006, p. 69). Beda halnya dengan eksplanatif, sifat ini mencari sebab akibat antara dua atau lebih variabel yang hendak diteliti sehingga variabel harus merupakan konsep yang bisa diukur. Selanjutnya, eksploratif merupakan sifat penelitian yang

tidak diawali dengan desain riset dikarenakan peneliti harus langsung terjun ke lapangan dan data dijadikan sebagai teori.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis riset kuantitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian berdasarkan kuantitas. Peneliti lebih mengutamakan keluasan data sehingga hasil riset dianggap merepresentasikan keseluruhan populasi. Berdasarkan sifatnya, penelitian ini bersifat eksplanatif untuk menguji dan membuktikan apakah terdapat pengaruh antar variabel motif penggunaan (X1) dan persepsi kredibilitas berita (X2) terhadap perilaku menyebarkan berita COVID-19 (Y).

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif terdapat tiga metode penelitian, yaitu survei, eksperimen, dan analisis isi. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian survei yang dilakukan untuk memperoleh informasi dari responden yang mewakili populasi (Kriyantono, 2006, p. 59).

Pada penelitian ini, peneliti akan mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga menggunakan metode survei yang sifatnya eksplanatif. Nantinya data primer yang diperoleh dari penelitian lapangan (*field research*) akan dipaparkan setelah melalui tahap penghitungan melalui program SPSS.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

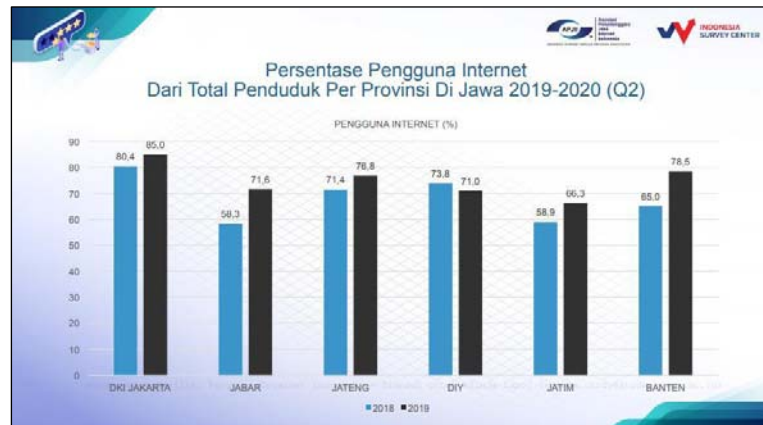
Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Kriyantono, 2006, p. 153). Besarnya populasi nantinya akan berpengaruh pada jumlah sampel yang akan merepresentasikannya (Dantes, 2012, p. 38). Pada penelitian ini yang menjadi sasaran populasi adalah generasi Z.

Berdasarkan data dari *McCrindle Research Center* (2020) generasi Z dikategorikan untuk mereka yang lahir di tahun 1995 hingga 2009. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan referensi dari *McCrindle Research Center* dengan membatasi populasi generasi Z pada rentang usia 18-24 tahun pada 2020 atau yang lahir pada 1996 hingga 2003 karena berdasarkan data Statista, pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh rentang usia tersebut (Statista, 2021). Namun, dikarenakan peneliti tidak menemukan angka populasi dengan rentang usia yang telah disebutkan, peneliti memutuskan untuk memperluas populasi generasi Z menjadi 15-24 tahun.

Dalam penelitian ini, secara spesifik peneliti juga membatasi populasi generasi Z hanya yang berdomisili di Jakarta dan Tangerang. Pemilihan domisili tersebut berdasarkan data Laporan Survei Internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Gambar 3.1 yang menyebutkan bahwa DKI Jakarta dan Banten merupakan dua provinsi di wilayah Jawa yang angka persentase pengguna internet dari total penduduk paling tinggi (APJII, 2020, p. 39). Selain itu, menyangkut COVID-19, Jakarta merupakan wilayah dengan angka

kasus konfirmasi positif COVID-19 terbanyak di Indonesia, sedangkan Tangerang termasuk wilayah dengan kasus konfirmasi positif terbanyak di Provinsi Banten.

Gambar 3.1 Persentase Pengguna Internet di Pulau Jawa



(Sumber: APJII, 2020)

Berdasarkan penjelasan di atas, ditemukan jumlah populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 1.463.652 dari Jakarta, 676.657 dari Kabupaten Tangerang, 368.496 dari Kota Tangerang, dan 274.995 dari Kota Tangerang Selatan (Badan Pusat Statistik, 2020). Dengan demikian, total populasi penelitian ini adalah sebanyak 2.783.800 jiwa.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki populasi. Adapun syarat sampel harus bisa merepresentasikan keseluruhan sifat populasi yang diteliti (Kriyantono, 2006, p. 153). Dalam penelitian dikenal dua teknik *sampling* yaitu probabilitas (*probability sampling*) dan non probabilitas (*non-probability sampling*).

Dalam penelitian ini, responden dipilih berdasarkan teknik *sampling* non probabilitas, yaitu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan kondisi dan

karakteristik khusus yang sudah ditetapkan oleh peneliti (Dantes, 2012, p. 46).

Teknik non probabilitas terbagi atas enam:

a. *Purposive Sampling*

Sampel diseleksi berdasarkan kriteria yang dibuat peneliti untuk memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.

b. *Quota Sampling*

Teknik menentukan sampel dari populasi dengan kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan terpenuhi.

c. *Available Sampling*

Pada teknik *sampling* ini, peneliti bebas memilih responden berdasarkan kelimpahan informasi dan mudah dijangkau. Keuntungan dari teknik ini adalah menghemat waktu dan biaya peneliti. Biasanya dilakukan untuk riset awal.

d. *Accidental Sampling*

Teknik *sampling* ini memberikan kebebasan bagi peneliti dalam memilih responden yang dijumpai dikarenakan topik penelitian merupakan persoalan umum.

e. *Snowball Sampling*

Peneliti meminta rekomendasi responden tambahan dari responden awal. Hal tersebut dilakukan sampai peneliti merasa cukup dengan informasi yang diperoleh atau tidak menemukan sesuatu yang baru dari hasil wawancara.

f. *Total Sampling*

Teknik ini disebut juga dengan sensus dengan menjadikan seluruh populasi sebagai informan atau responden.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan generasi Z yang lahir pada 1996-2005 dan pernah mengakses Instagram. Untuk menemukan jumlah sampel dari populasi, peneliti melakukan penghitungan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.

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

Keterangan:

n= jumlah sampel

N = jumlah populasi

e= tingkat kesalahan

Dengan rumus di atas, akan ditemukan jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai responden dengan *margin of error* sebesar 5% yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{2.783.800}{1 + 2.783.800 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{2.783.800}{6.960,5}$$

$$n = 399,94 = 400 \text{ sampel}$$

3.4 Operasionalisasi Variabel

Konsep variabel dioperasionalisasikan agar bisa diukur. Hasil dari operasionalisasi variabel yaitu berupa konstruk serta indikator pengukuran

(Kriyantono, 2006, p. 26). Untuk lebih jelasnya, peneliti telah membuat tabel operasionalisasi variabel guna menjabarkan pengukuran variabel yang diterapkan.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Item
Motif Penggunaan (Khan, 2017, p. 240)	<i>Seeking Information</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk mendapatkan informasi yang saya rasa menarik - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk memelajari cara melakukan sesuatu - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk mendapatkan informasi terbaru - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar tetap <i>update</i> dengan situasi/ peristiwa yang sedang terjadi
	<i>Giving Information</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa memberikan informasi ke orang lain - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk berkontribusi menambah informasi lain tentang virus corona - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa menghasilkan gagasan baru
	<i>Self-Status Seeking</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa membuat orang lain terkesan - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram karena merasa diri saya penting - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar terlihat keren - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram karena merasa hal tersebut adalah keharusan
	<i>Social</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengakses berita COVID-19 di

	<i>Interaction</i>	<p>Instagram agar bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa menemukan orang-orang yang saya rasa menarik - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar merasa diterima dalam komunitas - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa terhubung dengan orang yang berbagi pandangan yang sama dengan saya
	<i>Relaxing Entertainment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar merasa terhibur - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk menikmati konten yang ada - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk mencari kesenangan - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram karena tidak ada aktivitas bermanfaat lainnya yang bisa dilakukan - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk bersantai - Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk menghabiskan waktu saat merasa bosan
<p>Persepsi Kredibilitas (X2)</p> <p>(Appelman & Sundar, 2015, p. 16)</p>	<i>Perceived accuracy</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Berita COVID-19 yang saya baca/ tonton di Instagram sudah akurat (artinya tidak terdapat kesalahan penulisan data pada berita yang disajikan)
	<i>Perceived authenticity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Berita COVID-19 yang saya baca/ tonton di Instagram sudah autentik (artinya berita disajikan berdasarkan liputan eksklusif dan orisinal)
	<i>Believability</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Berita COVID-19 yang saya baca/ tonton di Instagram dapat dipercaya (artinya berita disajikan berdasarkan fakta peristiwa)
<p>Perilaku Menyebarkan Berita</p> <p>(Pentina et al,</p>	<i>Consumption</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya membaca berita COVID-19 di Instagram - Saya menonton berita COVID-19 di Instagram

2018)		<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengikuti akun Instagram yang memuat berita COVID-19 - Saya melakukan klik <i>link</i> yang tersedia di Instagram untuk membaca berita COVID-19 secara lengkap
	<i>Contribution</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengomentari postingan berita COVID-19 di Instagram - Saya membagikan postingan berita COVID-19 di Instagram - Saya merekomendasikan postingan berita COVID-19 ke sesama pengguna Instagram - Saya memberikan reaksi berupa <i>like</i> pada postingan berita COVID-19 di Instagram
	<i>Creation</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mengajak orang berdiskusi tentang berita COVID-19 yang pernah dikonsumsi di Instagram - Saya pernah mengunggah konten seputar COVID-19 di Instagram - Saya mengunggah foto/ grafik/ video terkait COVID-19 di Instagram - Saya menulis opini tentang berita COVID-19 yang pernah dikonsumsi di Instagram

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan berdasarkan sejumlah data yang ditemukan dari beberapa sumber untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan bahasan penelitian. Selain mencari data-data pendukung melalui internet, peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang berisikan daftar pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan topik penelitian.

Penyebaran kuesioner merupakan suatu proses mencari informasi lengkap tentang suatu masalah dari responden (Kriyantono, 2006, p. 96). Menurut Faisal, kuesioner memiliki beberapa kelebihan, yaitu relatif murah, mempermudah pengumpulan data sampel yang berbeda lokasi, cocok untuk sampel di atas 100, menghemat waktu, serta bisa dilaksanakan serempak (Kriyantono, 2006, p. 98). Namun ada pula beberapa kekurangan kuesioner, antara lain membutuhkan kecermatan tinggi dalam menyusun pertanyaan atau pernyataan, memerlukan uji coba dan revisi kuesioner bila ada yang kurang tepat, serta membuat peneliti bergantung pada objek riset.

Peneliti membuat kuesioner menggunakan Google Form yang telah disebarakan melalui sejumlah platform media sosial, serta aplikasi jejaring sosial yang ditujukan langsung ke grup obrolan yang merupakan generasi Z. Link kuesioner mulai disebarakan 6 - 24 April 2021 atau lebih dari dua minggu. Untuk durasi pengisian kuesioner, peneliti memperkirakan butuh waktu sekitar 7-10 menit bagi responden untuk menjawab sejumlah pernyataan yang ada. Adapun dua jenis pertanyaan pada kuesioner, yaitu pertanyaan terbuka dan tertutup. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan pertanyaan tertutup dengan memberikan sejumlah alternatif jawaban skala Likert sehingga responden tinggal memilih salah satu yang paling sesuai.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Kualitas sebuah penelitian terletak pada validitas data yang dikumpulkan selama penelitian (Kriyantono, 2006, p. 70). Pada validitas kuantitatif dilihat berdasarkan kesesuaian alat ukur dengan variabel yang hendak diukur, pemilihan teori dan konsep, serta reliabilitasnya. Instrumen yang valid berarti alat ukur bisa digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2010, p. 348). Untuk menghitung uji validitas, peneliti menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Alat ukur akan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Berikut ini rumus *Pearson* untuk mengukur validitas data.

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi product moment

X_i = Variabel independen (variabel bebas)

Y_i = Variabel dependen (variabel terikat)

n = Jumlah responden (sampel)

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah perkalian variabel bebas dan variabel terikat

Peneliti telah menyebarkan kuesioner yang terdiri atas 36 *item* ke 40 responden dan sudah dinyatakan valid setelah melakukan analisis menggunakan perangkat lunak SPSS dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 3.2 Uji Validitas *Item* Kuesioner

No.	Item	R Tabel	R Hitung	Keterangan
-----	------	---------	----------	------------

1	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk mendapatkan informasi yang saya rasa menarik	0,312	0,500	Valid
2	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk memelajari cara melakukan sesuatu	0,312	0,556	Valid
3	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk mendapatkan informasi terbaru	0,312	0,592	Valid
4	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar tetap <i>update</i> dengan situasi/ peristiwa yang sedang terjadi	0,312	0,706	Valid
5	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa memberikan informasi ke orang lain	0,312	0,728	Valid
6	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk berkontribusi menambah informasi lain tentang virus corona	0,312	0,655	Valid
7	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa menghasilkan gagasan baru	0,312	0,700	Valid
8	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa membuat orang lain terkesan	0,312	0,608	Valid
9	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram karena merasa diri saya penting	0,312	0,508	Valid
10	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar terlihat keren	0,312	0,644	Valid
11	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram karena merasa hal tersebut adalah keharusan	0,312	0,573	Valid
12	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya	0,312	0,637	Valid
13	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa menemukan orang-orang yang	0,312	0,600	Valid

	saya rasa menarik			
14	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar merasa diterima dalam komunitas	0,312	0,622	Valid
15	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar bisa terhubung dengan orang yang berbagi pandangan yang sama dengan saya	0,312	0,637	Valid
16	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram agar merasa terhibur	0,312	0,607	Valid
17	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk menikmati konten yang ada	0,312	0,625	Valid
18	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk mencari kesenangan	0,312	0,658	Valid
19	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram karena tidak ada aktivitas bermanfaat lainnya yang bisa dilakukan	0,312	0,625	Valid
20	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk bersantai	0,312	0,606	Valid
21	Saya mengakses berita COVID-19 di Instagram untuk menghabiskan waktu saat merasa bosan	0,312	0,640	Valid
22	Berita COVID-19 yang saya baca/ tonton di Instagram sudah akurat (artinya tidak terdapat kesalahan penulisan data pada berita yang disajikan)	0,312	0,872	Valid
23	Berita COVID-19 yang saya baca/ tonton di Instagram sudah autentik (artinya berita disajikan berdasarkan liputan eksklusif dan orisinal)	0,312	0,891	Valid
24	Berita COVID-19 yang saya baca/ tonton di Instagram dapat dipercaya (artinya berita disajikan berdasarkan fakta peristiwa)	0,312	0,841	Valid
25	Saya membaca berita COVID-19 di Instagram	0,312	0,523	Valid
26	Saya menonton berita COVID-	0,312	0,705	Valid

	19 di Instagram			
27	Saya mengikuti akun Instagram yang memuat berita COVID-19	0,312	0,603	Valid
28	Saya melakukan klik <i>link</i> yang tersedia di Instagram untuk membaca berita COVID-19 secara lengkap	0,312	0,529	Valid
29	Saya mengomentari postingan berita COVID-19 di Instagram	0,312	0,401	Valid
30	Saya membagikan postingan berita COVID-19 di Instagram	0,312	0,674	Valid
31	Saya merekomendasikan postingan berita COVID-19 ke sesama pengguna Instagram	0,312	0,746	Valid
32	Saya memberikan reaksi berupa <i>like</i> pada postingan berita COVID-19 di Instagram	0,312	0,700	Valid
33	Saya mengajak orang berdiskusi tentang berita COVID-19 yang pernah dikonsumsi di Instagram	0,312	0,670	Valid
34	Saya pernah mengunggah konten seputar COVID-19 di Instagram	0,312	0,695	Valid
35	Saya mengunggah foto/ grafik/ video terkait COVID-19 di Instagram	0,312	0,839	Valid
36	Saya menulis opini tentang berita COVID-19 yang pernah dikonsumsi di Instagram	0,312	0,756	Valid

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bisa digunakan lebih dari satu kali untuk mengukur objek yang sama dan tetap menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2010, p. 348). Untuk mendapatkan hal tersebut, peneliti menguji reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* (Rubin, et al., 2010. p. 203) dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a^2 b}{a^2 1} \right]$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum a^2 b$ = Jumlah varian butir

$a^2 1$ = Banyaknya subjek

Untuk mengujinya, peneliti telah menyebarkan kuesioner pada 10 persen responden dari total sampel yang dibutuhkan, yaitu sebanyak 40 responden. Instrumen kuesioner akan dianggap reliabel atau konsisten bila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Adapun telah ditemukan hasil uji reliabilitas sebagai berikut.

Dengan menggunakan SPSS, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa 21 *item* kuesioner variabel Motif Penggunaan (X1) reliabel dengan angka 0,919. Kemudian pada 3 *item* variabel Persepsi Kredibilitas Berita (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,834 sehingga dinyatakan reliabel, serta 12 *item* variabel Perilaku Menyebarkan Berita (Y) reliabel dengan nilai 0,882.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik analisis regresi linier berganda untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh dua variabel bebas, yaitu motif penggunaan dan persepsi kredibilitas berita terhadap variabel terikat, yaitu perilaku menyebarkan berita COVID-19 (Eriyanto, 2011, p. 379). Analisis ini

digunakan untuk meramalkan keadaan naik-turunnya variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independen dinaik-turunkan nilainya (Sugiyono, 2010, p. 275). Berikut ini merupakan persamaan garis regresi untuk dua variabel independen.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

X (1,2) = variabel independen

Y = variabel dependen

a = Konstanta regresi

b (1,2) = Nilai koefisien regresi

Namun, sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Pertama, peneliti perlu melakukan uji normalitas untuk melihat apakah data berdistribusi normal (Sunyoto, 2012, p. 119). Model persamaan regresi yang baik harus memiliki data yang berdistribusi normal. Kedua, uji linearitas untuk melihat hubungan antara variabel bebas dan terikat secara parsial berbentuk linear (Sugiyono, 2010, p. 265). Apabila tidak linear, analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Ketiga, uji multikolinearitas untuk melihat apakah terdapat atau tidak terdapat gejala multikolinearitas (Sunyoto, 2012, p. 131). Uji ini digunakan untuk melihat eratnya hubungan antara variabel independen dengan mengacu pada nilai *tolerance* dan VIF. Model regresi dikatakan tidak bergejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF

< 10. Keempat, uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan varian pada model regresi (Sunyoto, 2012, p. 135). Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau residual tidak memiliki kesamaan varian.

Pada penelitian ini, peneliti akan melihat apakah terdapat pengaruh motif penggunaan dan persepsi kredibilitas berita terhadap perilaku generasi Z menyebarkan berita COVID-19 di media sosial. Nantinya dari hasil yang diperoleh akan diputuskan apakah hipotesis yang telah dibuat peneliti diterima atau ditolak.