



### **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 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian Indeks Kredibilitas Media Online merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah atau fenomena yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Peneliti lebih mementingkan kedalaman data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2012, p. 55). Dalam penelitian kuantitatif, peneliti dituntut untuk bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Maksudnya adalah, peneliti tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data semauanya sendiri. Semua harus objektif dengan diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas.

Menurut Kriyantono (2012, p. 70) penelitian dengan sifat deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual (landasan teori). Melalui kerangka konseptual, peneliti melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta dengan indikatornya. Riset ini biasanya untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menghubungkan antar variabel.

### 3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, dikenal tiga jenis metode penelitian yaitu survei, eksperimen, dan konten analisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan secara *online*.

Metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian untuk pengumpulan datanya (Kriyantono, 2012, p. 59). Tujuannya yaitu untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam metode survei, proses pengumpulan data dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang telah dibuat akan disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan jumlahnya dengan memberikan tautan yang akan merujuk pada halaman kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Setelah tautan diberikan, responden dapat memberikan penilaian terhadap pertanyaan yang sudah disediakan oleh peneliti.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh – tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek – objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2013, p.101).

Populasi dalam penelitian indeks kredibilitas media online ini adalah generasi millennial. Generasi millennial atau yang dikenal dengan generasi Y merupakan generasi yang banyak menggunakan teknologi komunikasi seperti email, SMS, *instant messaging* dan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *path*, dll. Dengan kata lain, generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet *booming* (Lyons, 2004 dikutip dalam Putra, 2016, h. 129). Generasi millennial adalah generasi yang lahir pada tahun 1982 hingga 2000 sehingga rentang umur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 18 sampai 36 tahun.

Dalam penelitian ini, generasi millennial yang dijadikan populasi adalah generasi yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Peneliti menggunakan populasi penduduk DKI Jakarta menurut [katadata.co.id](http://katadata.co.id) pada tahun 2018 yaitu sebesar 10.370.000 jiwa. Menurut Alvara Research Center (2017), lebih dari 33% penduduk Indonesia tahun 2015 adalah penduduk muda yang berusia 15-34 tahun, bahkan daerah perkotaan seperti DKI Jakarta penduduk mudanya bisa mencapai lebih dari 40%.

Dalam penelitian ini, penduduk yang berusia 15-34 tahun termasuk dalam generasi millennial.

### 3.3.2 Sampel

Metode *sampling* adalah pembicaraan bagaimana menata berbagai teknik dalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, bagaimana kita merancang tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang representatif (Bungin, 2013, p. 108). Dalam riset komunikasi dikenal dua jenis teknik *sampling* yaitu sampel probabilitas dan sampel non-probabilitas. Sampel probabilitas yaitu sampel ditarik berdasarkan probabilitas dimana setiap nsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara matematis. Sedangkan sampel non-probabilitas adalah sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu dari periset. Pertimbangan yang dimaksud yaitu berdasarkan tujuan riset.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampel nonprobabilitas yaitu sampel berdasarkan kemudahan (*available sampling/convenience sampling*). Menurut Kriyantono (2012, p. 160), teknik pemilihan sampel ini berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi. Peneliti bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data berlimpah dan mudah diperoleh peneliti. Keuntungan dari teknik ini adalah menghemat waktu dan biaya, tetapi mempunyai tingkat generalisasi yang rendah.

Peneliti memilih teknik *available sampling* karena peneliti memilih responden yang mempunyai kriteria generasi millennial. Di DKI Jakarta, generasi millennial mudah untuk ditemui. Peneliti bebas untuk memilih anggota populasi yang akan dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Kriyantono, 2012, p. 164):

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

$\alpha$ : kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (5%)

Berdasarkan rumus Slovin diatas, jumlah responden yang akan diteliti adalah

$$n = \frac{10.370.000 *}{1 + (10.370.000)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{10.370.000 *}{1 + 25.925}$$

$$n = \frac{10.370.000 *}{25.926}$$

\* Merupakan jumlah penduduk DKI Jakarta menurut katadata.co.id

$$n = 399,98$$

$$n = 400$$

Dari rumus Slovin diatas, ditemukan bahwa jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 400 orang. Dalam mengumpulkan sampel, peneliti akan memulainya dari teman-teman peneliti yang peneliti ketahui memenuhi syarat sebagai responden, yakni generasi millennial yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Kemudian peneliti meminta teman-teman lain untuk bantu menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi syarat agar kuota terpenuhi.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang akan dikur yaitu kredibilitas media dengan menggunakan dimensi dalam konsep multidimensional oleh Flanagin & Metzger.

Bungin (2006, p.60) menyatakan variabel adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan. Variabel harus dijelaskan ke dalam konsep operasional variabel sehingga dapat diukur. Maka, variabel harus dijelaskan indikator – indikatornya.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel Kredibilitas Media Menurut Konsep Multidimensional oleh Flanagin & Metzger**

Variabel	Dimensi	Deskripsi	Indikator
Kredibilitas Media	<i>Believability</i>	Kepercayaan yang ditimbulkan oleh audiens ketika membaca sebuah berita yang disajikan oleh media <i>online</i>	1. Narasumber yang digunakan dalam sebuah berita sesuai dengan tema berita dan terpercaya. 2. Fakta yang disajikan dalam setiap berita sesuai dengan situasi/fenomena yang terjadi (tidak ada pengaruh kepemilikan media).
	<i>Accuracy</i>	Tingkat akurasi yang dimiliki oleh berita pada media <i>online</i>	1. Kesesuaian judul dengan isi berita. 2. Ketepatan penulisan data, narasumber, tanggal, dan lainnya.
	<i>Bias</i>	Objektivitas jurnalis dalam menulis berita dalam sebuah media <i>online</i>	1. Fakta-fakta yang diungkapkan tidak seimbang atau cenderung berasal dari satu pihak. 2. Penulisan berita terkesan mengandung opini wartawan.
	<i>Completeness</i>	Kelengkapan data yang disajikan dalam sebuah media <i>online</i>	1. Kelengkapan data yang ditulis dalam sebuah berita dianggap memadai untuk memahami fenomena yang diberitakan.
	<i>Trustworthiness</i>	Kepercayaan audiens terhadap sebuah media <i>online</i>	1. Rasa percaya yang timbul terkait dengan <i>brand</i> (merk) atau nama lembaga di belakang media tersebut.

**Sumber: Konsep Multidimensional Flanagin & Metzger (2000)**



### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket atau kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden secara online. Menurut Kriyantono (2012, p. 97), kuesioner atau yang biasa disebut dengan angket merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden.

Kuesioner biasanya dikirim melalui pos atau peneliti mendatangi responden secara langsung. Tujuan dari penyebaran angket yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2012, p. 97).

### 3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, kuesioner akan disebar secara *online* dikarenakan populasi yang dibutuhkan cukup besar dan bisa tersebar diseluruh daerah. Sebelas dari 11 pertanyaan dalam kuesioner ini bersifat langsung dan tertutup. Artinya, angket yang merupakan daftar pertanyaan, responden diharuskan memilih karena jawaban telah disediakan.

Sebelum responden menjawab ke-11 pertanyaan tersebut, responden akan mengisi pertanyaan mengenai profil seperti pekerjaan, usia, jenis kelamin, perangkat yang digunakan untuk mengakses internet, frekuensi menggunakan internet, dan frekuensi mengakses portal berita. Untuk setiap pertanyaan dalam 11 pernyataan

penelitian tersebut, responden akan memberikan skor untuk masing-masing media online yang telah dituliskan di bawah setiap pertanyaan.

Dalam pertanyaan penelitian tersebut, peneliti menggunakan skala *Likert* sebagai skala pengukurannya. Menurut Kriyantono (2012, p. 138), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti. Indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi responden.

Peneliti menggunakan skala *Likert* karena sesuai dengan penelitian yang dilakukan yaitu bagaimana persepsi masyarakat sebagai generasi millennial dalam menilai kredibilitas berita pada media online. Dalam penelitian ini, serangkaian pertanyaan dalam kuesioner akan dijawab atau diisi oleh responden dengan pilihan yang menunjukkan seberapa penting sebuah indikator dalam menentukan tinggi atau rendahnya kredibilitas suatu berita dalam media *online* melalui skala ordinal.

Menurut Kriyantono (2012, p. 138), skala ordinal adalah skala yang berdasarkan ranking atau urutan dari jenjang yang paling tinggi ke rendah atau sebaliknya. Dalam penelitian ini atribut tersebut akan dijelaskan melalui pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Untuk pertanyaan profil responden mengenai frekuensi penggunaan internet dan frekuensi mengakses media online, peneliti menggunakan skala interval pada pilihan jawabannya. Skala interval adalah skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data

lainnya dan mempunyai bobot atau jarak interval yang sama (Kriyantono, 2012, p. 137). Dalam pertanyaan profil, peneliti mengurutkan berapa jam dalam sehari responden menggunakan internet dan mengakses media online, seperti contoh di bawah ini:

- a. < 1 jam
- b. 1-3 jam
- c. 3-5 jam
- d. 5-7 jam
- e. > 7 jam

Dalam pertanyaan profil mengenai usia, peneliti menggunakan batas bawah dan batas atas serta interval jawaban sesuai data dari APJII mengenai usia pengguna internet. Jika dilihat dari komposisi pengguna internet rentang usia 19-34 tahun menjadi kontributor utama dengan persentase 49,52%, 35-54 tahun (29,55%), 13-18 tahun (16,68%), dan lebih dari 54 tahun (4,24%). Maka dari itu, responden yang akan dijadikan dalam penelitian ini sebagai generasi millennial yaitu responden dengan rentang usia 19-34 tahun.

Dalam penelitian ini, tinggi rendahnya kredibilitas media dihitung dengan menggunakan skala likert. Menurut Kriyantono (2012, p. 138), skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Setiap pertanyaan atau pernyataan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju, dan lainnya tergantung indikator penelitian.

Pada penelitian ini, sikap yang diukur adalah lima dimensi untuk mengukur kredibilitas media menurut Flanagin & Metzger yaitu dimensi *believability*. Pada dimensi ini, yang akan diukur yaitu kepercayaan yang ditimbulkan oleh audiens ketika membaca sebuah berita yang disajikan oleh media *online*. Kemudian, pada dimensi *accuracy* yang akan diukur adalah tingkat akurasi yang dimiliki oleh berita pada media *online*. Selanjutnya, pada dimensi *bias* yang akan diukur adalah mengenai objektivitas jurnalis dalam menulis berita dalam sebuah media *online*. Selanjutnya, pada dimensi *completeness* yang akan diukur adalah kelengkapan data yang disajikan dalam sebuah media *online*. Dimensi terakhir yang akan diukur adalah *trustworthiness* yaitu kepercayaan audiens terhadap sebuah media *online*.

Dalam penelitian ini, tinggi rendahnya kredibilitas media diukur melalui indikator yang telah ditentukan melalui skor sebagai berikut:

- a. Sangat tinggi, memiliki skor 5
- b. Tinggi, memiliki skor 4
- c. Biasa saja, memiliki skor 3
- d. Rendah, memiliki skor 2
- e. Sangat rendah, memiliki skor 1

### 3.6.1 Uji Validitas

Dalam sebuah penelitian, uji validitas dilakukan guna untuk menyatakan sejauh mana instrument (misalnya kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Apakah benar, alat ukur yang kita gunakan dapat

mengukur sifat objektif yang kita teliti atau mengukur sifat lain (Kriyantono, 2012, p. 143).

Sebelum mengumpulkan data primer, peneliti terlebih dahulu melakukan pre-test kuesioner kepada 40 responden. Jumlah tersebut merupakan jumlah minimal untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas sebuah penelitian (Ardial, 2014, p. 446). Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk melihat apakah pertanyaan kuesioner yang nantinya akan digunakan sebagai sumber data utama sudah valid atau sah dan reliabel atau dapat dipercaya. Syarat minimal untuk sebuah indikator dinyatakan valid adalah jika  $r = 0,3$  dan dinyatakan tidak valid apabila angkanya lebih rendah (Ardial, 2014, p. 467).

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah kredibilitas media. Pertanyaan yang dibuat dalam kuesioner merupakan pertanyaan penelitian sesuai dengan dimensi yang telah ditetapkan yaitu dimensi kredibilitas dari Flanagin & Metzger sebagai berikut:

- Pada dimensi *believability* terdapat tiga pertanyaan, yaitu pertanyaan mengenai terpercaya atau tidaknya seorang narasumber, kesesuaian narasumber dengan isi berita dan isi berita sesuai dengan peristiwa yang terjadi.

- Pada dimensi *accuracy* terdapat empat pertanyaan, yaitu mengenai kesesuaian judul dengan isi berita, kesesuaian penulisan data seperti nama narasumber dan tanggal, penggunaan ejaan sesuai dengan ejaan yang

berlaku, dan ada atau tidaknya kesalahan penulisan data maupun kalimat berita.

- Pada dimensi *bias* terdapat dua pertanyaan, yaitu mengenai apakah pemberitaan terkesan berasal dari satu sisi atau memihak pada suatu pihak tertentu dan apakah pemberitaan mengandung opini wartawan.
- Pada dimensi *completeness* terdapat satu pertanyaan yaitu mengenai kelengkapan data pada sebuah berita dapat menjadi informasi yang baik.
- Pada dimensi *trustworthiness* terdapat satu pertanyaan yaitu penilaian masyarakat terhadap media-media tersebut berdasarkan reputasi kredibilitasnya.

Berikut merupakan tabel hasil uji validitas dari variabel kredibilitas media:

**Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Kredibilitas Media 1**

Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N	Simpulan
<b>Believability</b>				
Item_1	,648**	,000	40	Valid
Item_2	,484**	,002		
Item_3	,744**	,000		
Item_4	,773**	,000		
Item_5	,755**	,000		

Item_6	,683**	,000		
Item_7	,588**	,000	40	Valid
Item_8	,537**	,000		
Item_9	,755**	,000		
Item_10	,786**	,000		
Item_11	,704**	,000		
Item_12	,679**	,000		
Item_13	,575**	,000	40	Valid
Item_14	,415**	,008		
Item_15	,673**	,000		
Item_16	,747**	,000		
Item_17	,800**	,000		
Item_18	,781**	,000		
<b>Accuracy</b>				
Item_19	,596**	,000	40	Valid
Item_20	,590**	,000		
Item_21	,746**	,001		
Item_22	,736**	,000		
Item_23	,803**	,000		
Item_24	,792**	,000		
Item_25	,614**	,000	40	Valid
Item_26	,571**	,000		

Item_27	,676**	,000		
Item_28	,739**	,000		
Item_29	,736**	,000		
Item_30	,723**	,000		
Item_31	,541**	,000	40	Valid
Item_32	,487**	,001		
Item_33	,649**	,000		
Item_34	,730**	,000		
Item_35	,770**	,000		
Item_36	,762**	,000		
Item_37	,323*	,042	40	Tidak Valid
Item_38	,208	,198		
Item_39	,376**	,017		
Item_40	,536**	,000		
Item_41	,506**	,001		
Item_42	,499**	,001		
<b>Bias</b>				
Item_43	,280	,080	40	Tidak Valid
Item_44	,285	,075		
Item_45	,508**	,001		
Item_46	,487**	,001		
Item_47	,586**	,000		
Item_48	,535**	,000		



Item_49	,404**	,010	40	Valid
Item_50	,322*	,043		
Item_51	,517**	,001		
Item_52	,655**	,000		
Item_53	,609**	,000		
Item_54	,605**	,000		
<b>Completeness</b>				
Item_55	,441**	,004	40	Tidak Valid
Item_56	,274	,087		
Item_57	,579**	,000		
Item_58	,553**	,000		
Item_59	,674**	,000		
Item_60	,637**	,000		
<b>Trustworthiness</b>				
Item_61	,350*	,027	40	Tidak Valid
Item_62	,241	,135		
Item_63	,362*	,022		
Item_64	,475**	,002		
Item_65	,546**	,000		
Item_66	,562**	,000		

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (SPSS Versi 23)

Penulis menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) dalam melakukan uji validitas. Program SPSS adalah software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows. Dari tabel diatas, dengan 40 responden yang mengisi kuesioner dan total *pearson correlation* (r) untuk masing-masing item, menghasilkan angka yang lebih tinggi dari 0,3 ( $r > 0,3$ ). Artinya, bahwa setiap item yang ada pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

Tetapi pada praktiknya, ada beberapa instrumen dalam kuesioner yang tidak valid. Awalnya peneliti sudah menyebarkan kuesioner kepada 40 responden tanpa adanya profil responden seperti nama dan email. Kemudian, peneliti menyebarkan kembali kepada 40 responden dengan adanya profil responden yang disebutkan diatas. Sehingga, peneliti melakukan uji validitas kembali dengan tabel sebagai berikut

**Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Kredibilitas Media 2**

Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N	Simpulan
<b>Believability</b>				
Item_1	,584 **	,000	40	Valid
Item_2	,645**	,000		
Item_3	,467**	,000		

Item_4	,800**	,000		
Item_5	,757**	,000		
Item_6	,691**	,000		
Item_7	,644**	,000	40	Valid
Item_8	,650**	,000		
Item_9	,587**	,000		
Item_10	,796**	,000		
Item_11	,770**	,000		
Item_12	,811**	,000		
Item_13	,756**	,000	40	Valid
Item_14	,566**	,000		
Item_15	,590**	,000		
Item_16	,735**	,000		
Item_17	,760**	,000		
Item_18	,798**	,000		
<b>Accuracy</b>				
Item_19	,701**	,000	40	Valid
Item_20	,627**	,000		
Item_21	,515**	,000		
Item_22	,752**	,000		
Item_23	,807**	,000		
Item_24	,815**	,000		

Item_25	,780**	,000	40	Valid
Item_26	,657**	,000		
Item_27	,639**	,000		
Item_28	,788**	,000		
Item_29	,663**	,000		
Item_30	,728**	,000		
Item_31	,742**	,000	40	Valid
Item_32	,636**	,000		
Item_33	,762**	,000		
Item_34	,771**	,000		
Item_35	,801**	,000		
Item_36	,608**	,000		
Item_37	,560**	,000	40	Valid
Item_38	,494**	,000		
Item_39	,692**	,000		
Item_40	,617**	,000		
Item_41	,649**	,000		
Item_42	,476**	,002		
<b>Bias</b>				
Item_43	,364*	,021	40	Valid
Item_44	,367*	,020		
Item_45	,479**	,002		

Item_46	,472**	,002		
Item_47	,486**	,001		
Item_48	,513**	,001		
Item_49	,391*	,013	40	Valid
Item_50	,425**	,006		
Item_51	,544**	,000		
Item_52	,547**	,000		
Item_53	,584**	,000		
Item_54	,712**	,000		
<b>Completeness</b>				
Item_55	,732**	,000	40	Valid
Item_56	,683**	,000		
Item_57	,727**	,000		
Item_58	,702**	,000		
Item_59	,701**	,000		
Item_60	,737**	,000		
<b>Trustworthiness</b>				
Item_61	,649**	,000	40	Valid
Item_62	,545**	,000		
Item_63	,801**	,000		
Item_64	,761**	,000		
Item_65	,788**	,000		

Item_66	,562**	,000		
---------	--------	------	--	--

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (SPSS Versi 23)

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Selain validitas, instrumen penelitian juga harus melakukan uji reliabilitas. Suatu alat ukur dapat dikatakan reliable jika alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama. Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Ghazali (2018, p. 45), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Sebuah kuesioner akan dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2009, p.45). Berikut merupakan tabel hasil uji reliabilitas dari variabel kredibilitas media:

**Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel Kredibilitas Media 1**

Cronbach's Alpha	N of Items
,970	66

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS (SPSS Versi 23)

Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti juga menggunakan program SPSS. Berdasarkan tabel diatas, variabel kredibilitas media yang digunakan dalam penelitian ini, reliabel. Hal tersebut dapat dilihat dari

angka *cronbach's alpha* yang menunjukkan angka 0,979 dan angka tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,60.

Peneliti juga melakukan uji reliabilitas kembali dikarenakan beberapa instrumen dalam pertanyaan kuesioner tidak valid. Berikut merupakan tabel uji reliabilitas dari variabel kredibilitas media:

**Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Kredibilitas Media 2**

Cronbach's Alpha	N of Items
,985	66

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS (SPSS Versi 23)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dimana data dalam penelitian ini diperoleh dari variabel yang telah ditentukan oleh peneliti. Variabel yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu kredibilitas media. Melalui analisis deskriptif, variabel tersebut akan dideskripsikan melalui perhitungan yang digunakan untuk mengetahui nilai akhir jawaban dari masing-masing dimensi.

Tahap-tahap analisis data dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan akan kelengkapan jawaban. Pada tahap ini data yang diperoleh, diperiksa kembali untuk mencari jawaban dari kuesioner yang tidak lengkap.

2. Menghitung jumlah nilai dari masing-masing jawaban dalam kuesioner.
3. Menghitung nilai akhir jawaban responden dengan menggunakan rumus:

$$P = f/N \times 100$$

P: Nilai

f: Jumlah skor

N: Skor maksimum

Jika dilihat dari hasil nilainya ditentukan tingkat kredibilitas sebagai berikut:

- a. 0 – 20 = Sangat rendah
- b. 21 – 40 = Rendah
- c. 41 – 60 = Cukup
- d. 61 – 80 = Tinggi
- e. 81 – 100 = Sangat Tinggi

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA