



### **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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013, p. 13).

Sugiyono (2013, p. 13) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif menggunakan filsafat positivisme karena memandang gejala atau realitas atau fenomena sebagai hal yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, teramati, konkrit, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian kuantitatif biasanya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Penelitian kuantitatif juga bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang menggunakan konsep atau teori yang bisa dirumuskan menjadi hipotesis, sehingga bisa disebut penelitian yang bersifat deduktif. Hipotesis yang telah dirumuskan harus diuji menggunakan pengumpulan data lapangan, yang menggunakan instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif atau inferensial (Sugiyono, 2013, p. 13).

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2013, p. 11) metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari suatu tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya. Penggunaan metode survei merupakan salah satu metode yang paling sesuai terutama bagi peneliti sosial yang ingin mengumpulkan data untuk menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati secara langsung (Morrison, 2012, p. 166).

Metode survei dibagi ke dalam dua kategori, yaitu survei deskriptif dan survei analitis. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode survei analitis karena ingin menjelaskan mengapa suatu situasi bisa terjadi. Survei analitis mempelajari dua atau lebih variabel yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian (Morrison, 2012, p. 166).

Morrison (2012, pp. 167-168) mengungkapkan bahwa metode survei memiliki beberapa kelebihan seperti dapat digunakan untuk meneliti suatu masalah dalam situasi sebenarnya, biaya yang dikeluarkan relatif murah, mudah mendapatkan kuantitas data dalam jumlah besar, bisa dilakukan di mana saja, dan dapat digunakan sebagai sumber data pendukung.

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 adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013, p. 115). Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh objek/subjek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial pembaca Kompas.com di provinsi DKI Jakarta.

Generasi milenial dipilih sebagai populasi karena sesuai dengan data dari APJII (“Penetrasi & Perilaku,” 2017, p. 6), yang menunjukkan bahwa hampir separuh dari 143 juta pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia 19-34 tahun (49,52%). Rentang usia ini termasuk ke dalam kelompok generasi milenial. Faiza et al. (2018, p. 1) mendefinisikan generasi milenial sebagai kelompok penduduk yang berusia antara 18-35 tahun yang lahir antara kurun waktu antara 1980 hingga 2000-an.

Lokasi penelitian yang peneliti pilih adalah provinsi DKI Jakarta. Data dari APJII (“Penetrasi & Perilaku,” 2017, p. 7) menunjukkan bahwa masyarakat di pulau Jawa mendominasi komposisi penggunaan internet di Indonesia, yaitu sebanyak 58,08% dari total populasi penduduk Indonesia. Selain itu, masyarakat dengan

karakter urban (wilayah ibukota provinsi) memiliki persentase terbesar sejumlah 72,41% dalam penetrasi pengguna internet. Berdasarkan laporan tersebut, yang dimaksud dengan karakter urban adalah wilayah administratif yang sebagian besar PDB (Produk Domestik Bruto) berasal dari sektor non-pertanian (sektor non-primer). Data dari Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2016, p. 27) menunjukkan bahwa struktur ekonomi DKI Jakarta pada 2016 didominasi oleh sektor tersier, disusul sektor sekunder dan sektor primer.

Berdasarkan pemaparan di atas, DKI Jakarta dipilih menjadi lokasi penelitian ini berlangsung karena DKI Jakarta berada di dalam wilayah pulau Jawa dengan penetrasi internet terbesar di Indonesia dan termasuk ke wilayah urban dengan struktur ekonomi yang didominasi oleh sektor non-primer. Selain itu, dalam laporan Badan Pusat Statistik (2018, p. 215), DKI Jakarta merupakan provinsi dengan persentase penduduk yang menggunakan internet untuk mendapat berita terbesar kedua se-Indonesia (73,49%), setelah provinsi Bangka Belitung (73,69%). Meskipun memiliki persentase terbesar kedua, DKI Jakarta memiliki indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi tertinggi di Indonesia sebesar 7,61 (“BPS: Pembangunan Infrastruktur”, 2018, para. 3-6). Pengukuran indeks tersebut berdasarkan pada subindeks akses dan infrastruktur, subindeks

penggunaan, dan subindeks keahlian. Oleh karena itu, provinsi DKI Jakarta dipilih menjadi lokasi penelitian.

Sebagaimana yang dipaparkan sebelumnya, populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial pembaca Kompas.com di provinsi DKI Jakarta. Jumlah populasi generasi milenial pembaca Kompas.com di provinsi DKI Jakarta senantiasa berubah, entah itu bertambah atau berkurang seiring berjalannya waktu, sehingga sulit untuk memperkirakan jumlahnya secara tepat. Dalam hal ini, generasi milenial pembaca Kompas.com di provinsi DKI Jakarta termasuk ke dalam jenis populasi tak terhingga karena sumber datanya tidak dapat ditentukan batas-batasnya sehingga relatif tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah (Sutopo & Slamet, 2017, p. 21).

### 3.3.2 Sampel

Sugiyono (2013, p. 116) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang telah dipilih. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael karena memiliki jumlah populasi yang tidak terhingga (Sugiyono, 2013, p. 124).

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s = Jumlah sampel

$\lambda^2$  = Chi square dengan dk=1, taraf kesalahan 5%

P = Q = 0,5

N = Populasi

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Isaac dan Michael juga bisa langsung dilihat dari tabel penentuan jumlah sampel Isaac dan Michael. Dengan jumlah populasi yang tak terhingga dan dengan taraf kesalahan 5%, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 349 responden. Umumnya, tingkat kesalahan atau alpha ( $\alpha$ ) pada suatu penelitian adalah 1%, 5%, dan 10%. Peneliti menggunakan tingkat kesalahan 5% karena tingkat kesalahan tersebut lazim digunakan dalam penelitian sosial (Suryani & Hendriyadi, 2015, p. 103).

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas, di mana semua anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2009, p. 66). Pemakaian teknik nonprobabilitas ini tidak memiliki tujuan generalisasi, sehingga hasil dari penelitian hanya berlaku pada sampel penelitian (Widiyanto, 2013, p. 107). Begitu pula

yang disampaikan oleh Sutopo dan Slamet (2017, p. 36) yang mengatakan bahwa penggunaan teknik nonprobabilitas akan terbatas pada pernyataan-pernyataan deskriptif tentang sampel dan tidak membuat pernyataan-pernyataan inferensial tentang populasi. Teknik nonprobabilitas dapat menjadi alternatif pilihan karena adanya keterbatasan dalam aspek biaya, waktu, dan tenaga dalam melakukan penelitian (Sutopo & Slamet, 2017, p. 35).

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas jenis *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* merupakan suatu metode penarikan sampel nonprobabilitas yang dalam hal ini responden yang berhasil diperoleh, diminta untuk menunjukan responden-responden lainnya secara berantai (Hermawan, 2006, p. 157). Teknik ini dipilih karena penelitian ini memiliki keterbatasan informasi mengenai generasi milenial DKI Jakarta pembaca berita di Kompas.com. Seperti yang dikatakan oleh Becker dalam Nurdiani (2014, p. 1112 ) bahwa teknik *snowball sampling* dipakai jika kelompok orang yang ditentukan sebagai responden tidak dapat ditentukan dengan jelas. Salah satu kelebihan teknik penarikan sampel ini adalah dapat membantu peneliti dalam menemukan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian, tetapi sulit ditemukan atau tidak diketahui keberadaannya (Nurdiani, 2014, p. 1117).

Dalam penentuan sampel, pertama-tama peneliti akan memberikan kuesioner kepada beberapa responden yang memiliki karakteristik-karakteristik yang telah peneliti tentukan, yaitu berusia 19-35 tahun, penduduk DKI Jakarta, dan pernah membaca berita di Kompas.com. Untuk memenuhi total jumlah responden yang dibutuhkan, peneliti meminta responden, yang sebelumnya peneliti pilih, untuk memberikan informasi tentang responden lainnya yang memiliki karakteristik serupa untuk dijadikan responden berikutnya. Hal itu dilakukan terus menerus hingga mencukupi jumlah responden yang ditentukan, yaitu 349 responden.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Menurut Sugiyono (2013, p. 31), definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Variabel dalam penelitian kuantitatif harus memberikan penafsiran yang sama, sehingga variabel dalam penelitian harus didefinisikan se jelas mungkin dalam bentuk definisi operasional. Widoyoko (2012, p. 130) menjelaskan definisi operasional sebagai suatu pernyataan yang sangat jelas sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman penafsiran karena dapat diobservasi dan dibuktikan perilakunya.

Setelah merumuskan definisi operasional, langkah selanjutnya adalah menentukan indikator dari setiap variabel yang akan diukur. Widoyoko (2012, p. 134) menjelaskan bahwa peneliti perlu wawasan yang luas untuk

menetapkan indikator pada setiap variabel dengan cara membaca berbagai referensi buku dan jurnal, dan membaca hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Pembuatan indikator-indikator variabel memerlukan berbagai konsep dan teori serta hasil penelitian yang memadai (Widoyoko, 2012, p. 134). Hal itu juga disampaikan oleh Noor (2011, p. 98) dalam bukunya yang mengatakan bahwa pembuatan indikator harus merujuk pada teori yang ada dengan cara membaca berbagai buku/jurnal yang berbeda, kemudian menyatukan indikator yang diperoleh. Selain itu, indikator yang dipilih harus relevan dengan kondisi di lokasi penelitian atau unit analisisnya.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kredibilitas media yang pengukurannya menggunakan konsep multidimensional dari Flanagan dan Metzger. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan memilih yang pengukurannya menggunakan konsep keputusan pembelian dari Kotler et al. Penelitian ini melakukan operasionalisasi variabel yang terdiri dari variabel, dimensi, dan indikator.

U M N  
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 Definisi Operasional**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Kredibilitas Media	<i>Trustworthiness</i>	Tidak menyajikan lebih dari dua iklan	Jumlah iklan di Kompas.com tidak mengganggu saya dalam membaca berita
		Tautan (URL) yang beroperasi dengan baik	Tautan (URL) di Kompas.com jika diklik dapat beroperasi dengan baik
		Adanya pernyataan kebijakan	Kompas.com merupakan media terpercaya karena memiliki pernyataan kebijakan di <i>websitenya</i>
		<i>Sponsorship</i> dalam berbagai acara	Kompas.com merupakan media terpercaya karena sering menjadi sponsor di berbagai acara
	<i>Accuracy</i>	Berita yang judul dan isinya sesuai	Kompas.com menyajikan berita yang judul dan isinya sesuai/relevan
		Berita yang foto artikel dan isinya sesuai	Kompas.com menyajikan berita yang foto artikel dan isinya sesuai/relevan
		Pemberitaan yang bebas dari kesalahan penulisan	Kompas.com menyajikan pemberitaan yang bebas dari kesalahan penulisan pada data, tanggal, nama narasumber, dsb
		Berita yang narasumbernya memiliki nama yang jelas (bukan anonim)	Kompas.com menyajikan berita yang narasumbernya memiliki nama yang jelas (tidak anonim)
		Sumber berita sesuai dengan peristiwa yang sedang terjadi	Kompas.com menyajikan berita yang narasumbernya sesuai dengan peristiwa yang terjadi
	<i>Believability</i>	Berita yang menggambarkan suatu peristiwa apa adanya	Menurut saya, Kompas.com menyajikan berita sesuai peristiwa yang apa adanya, tanpa dilebih-lebihkan
		Representatif	Saya percaya reporter di

			Kompas.com menuliskan fakta-fakta yang memang penting di dalam berita yang disajikan
			Saya percaya reporter di Kompas.com adalah orang-orang yang ahli di bidangnya
	<i>Bias</i>	<i>Factualness</i>	Pemberitaan yang disajikan Kompas.com berdasarkan peristiwa yang nyata, bukan opini
		Relevansi	Kompas.com menyajikan topik berita/informasi yang sesuai dengan minat saya
			Kompas.com menyajikan berita yang aktual/terkini
		Keseimbangan	Dalam pemberitaannya, Kompas.com memberikan akses yang adil untuk semua narasumber yang terlibat
			Dalam pemberitaannya, Kompas.com memuat dua sisi yang berlawanan dengan seimbang
		Netralitas	Dalam pemberitaannya, Kompas.com tidak menilai benar atau salah terhadap suatu pihak yang diberitakan
			Dalam pemberitaannya, Kompas.com tidak berpihak pada salah satu pandangan
			Pemberitaan di Kompas.com tidak menggunakan bahasa yang berlebihan atau bombastis
	<i>Completeness</i>	Berita yang lengkap yang mengandung unsur 5W + 1H	Menurut saya, pemberitaan di Kompas.com lengkap
		Jumlah minimum informasi yang relevan dapat dipahami	Informasi yang disajikan oleh Kompas.com dapat saya pahami

Keputusan memilih	Kemantapan pada suatu produk	Saya mengakses Kompas.com karena menurut saya Kompas.com adalah media <i>online</i> yang terpercaya
	Kebiasaan dalam menggunakan produk	Setiap ingin membaca berita, saya terbiasa mengakses Kompas.com
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya pernah merekomendasikan Kompas.com kepada orang lain (teman/keluarga/dsb)
	Melakukan penggunaan ulang	Saya merasa puas setelah membaca berita yang disajikan oleh Kompas.com Kebutuhan saya terpenuhi setelah saya membaca berita di Kompas.com Setiap saya ingin membaca berita lagi, saya mengakses Kompas.com

UMMN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan data primer, yaitu data yang diperoleh pengumpulannya dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung (Widoyoko, 2012, p. 23). Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Sugiyono (2013, p. 199) mendefinisikan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung, atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2013, p. 199).

Uma Searan (1992) dalam Sugiyono (2013, pp. 199-203) menjelaskan beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam penulisan kuesioner, yaitu isi dan tujuan pertanyaan harus jelas, bahasa yang digunakan disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden, tipe dan bentuk pertanyaan yang disesuaikan, tidak menanyakan dua hal sekaligus dalam satu pertanyaan/pernyataan, tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa, tidak membuat pertanyaan yang menggiring, pertanyaan diusahakan tidak terlalu panjang, dan mengurutkan pertanyaan dari hal yang umum ke spesifik. Selain itu, supaya diperoleh data penelitian yang valid dan reliabel, maka sebelum kuesioner diberikan kepada responden, maka perlu diuji validitas dan reliabilitasnya.

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Skala pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala Likert. Sugiyono (2013, p. 132) menjelaskan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi sekelompok orang tentang fenomena sosial yang ditetapkan secara spesifik sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, jawaban setiap item instrumen memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2013, p. 133). Penelitian ini mengukur dua variabel yang menggunakan skala Likert dengan model lima pilihan.

Widoyoko (2012, p. 106) menjelaskan bahwa model lima pilihan merupakan pilihan yang lebih baik karena memiliki variabilitas respon yang lebih lengkap dibandingkan model empat dan tiga pilihan sehingga mampu mengungkap lebih maksimal perbedaan sikap responden. Namun, model lima pilihan memiliki kekurangan yaitu responden dapat memilih alternatif tengah sebagai pilihan yang dianggap paling aman yang biasanya dinyatakan dalam pilihan “cukup, netral, atau ragu-ragu”. Oleh karena itu, penelitian ini tidak menggunakan “cukup, netral, atau ragu-ragu” untuk pilihan tengah, tetapi menggunakan alternatif pilihan tengah dengan istilah “kurang” (Widoyoko, 2012, p. 107).

Untuk variabel kredibilitas media dan keputusan memilih, jawaban atas setiap item dimulai dari sangat setuju (dengan skor 5), setuju (dengan skor 4), kurang setuju (dengan skor 3), tidak setuju (dengan skor 2), dan sangat tidak setuju (dengan skor 1). Namun, terdapat juga pilihan jawaban

lain yang disesuaikan dengan pernyataan tertentu, seperti jawaban atas setiap item dimulai dari selalu (dengan skor 5), sering (dengan skor 4), kadang-kadang (dengan skor 3), jarang (dengan skor 2), dan tidak pernah (dengan skor 1).

Sedangkan untuk mendapatkan informasi profil responden, peneliti menggunakan tipe skala nominal. Skala dari variabel nominal adalah variabel yang hanya dapat digolongkan secara terpisah, diskrit, dan kategori (Widoyoko, 2012, p. 10). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala nominal untuk mengetahui jenis kelamin, jenis pekerjaan responden, dan tempat tinggal responden. Peneliti juga menggunakan skala nominal untuk mengetahui motif responden membaca berita *online* dan berita yang paling sering mereka baca di Kompas.com.

Selain itu peneliti juga menggunakan skala interval untuk mengetahui profil responden. Skala interval dipakai dengan alasan karena skala interval memiliki perbedaan, urutan, dan jarak perbedaan yang sama antar variabel (Widoyoko, 2012, p. 12). Peneliti mengaplikasikan skala interval untuk menanyakan usia, durasi pemakaian internet dalam sehari, dan frekuensi membaca berita di internet dalam seminggu.

### **3.6.1 Uji Validitas**

Sugiyono (2013, p. 172) mengatakan uji validitas penting dilakukan karena valid menunjukkan instrumen yang dipakai dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid secara konstruk yang dapat digunakan untuk mengukur

variabel harus memiliki keterkaitan antara butir instrumen dengan indikator, definisi operasional, dan konsep teori tentang variabel yang diukur (Widoyoko, 2012, p. 146).

Sugiyono (2007, p. 177) dalam Widoyoko (2012, p. 146) mengatakan bahwa untuk menguji validitas konstruk, peneliti bisa mengonsultasikannya kepada para ahli, yang berjumlah minimal tiga orang, yang umumnya bergelar doktor. Namun jika penelitian dalam rangka tugas akhir perkuliahan maka tenaga ahlinya adalah pembimbing.

Setelah pengujian konstruk oleh ahli, uji validitas dapat dilanjutkan dengan uji coba lapangan dengan sampel uji coba minimal 30 orang (Widoyoko, 2012, p. 146). Pengujian lapangan dilakukan untuk mengetahui validitas faktor maupun validitas butir instrumen.

Widoyoko (2012, p. 147) menjelaskan bahwa suatu butir instrumen dikatakan valid jika memiliki sumbangan yang besar atau memiliki korelasi dengan skor total, sehingga untuk mengetahui validitas butir dapat menggunakan korelasi *pearson product moment*. Syarat butir instrumen dikatakan valid adalah jika  $r_{xy}$  lebih besar atau sama dengan 0,3 ( $r_{xy} \geq 0,3$ ). Sebaliknya apabila  $r_{xy}$  lebih kecil dari 0,3 ( $r_{xy} < 0,3$ ), butir tersebut tidaklah valid (Widoyoko, 2012, p. 149).

Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas variabel persepsi kredibilitas media (variabel X atau independen) dan variabel keputusan memilih (variabel Y atau dependen) dengan menggunakan

sampel sebanyak 35 responden, yang memenuhi kriteria responden, yaitu berusia 19-35 tahun, penduduk DKI Jakarta, dan pernah membaca berita di Kompas.com.

**Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X**

<b>Butir Pernyataan</b>	<b>r-hitung</b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,456	0,334	Valid
X2	0,493	0,334	Valid
X3	0,652	0,334	Valid
X4	0,485	0,334	Valid
X5	0,665	0,334	Valid
X6	0,342	0,334	Valid
X7	0,501	0,334	Valid
X8	0,517	0,334	Valid
X9	0,275	0,334	Tidak Valid
X10	0,779	0,334	Valid
X11	0,344	0,334	Valid
X12	0,319	0,334	Tidak Valid
X13	0,675	0,334	Valid
X14	0,611	0,334	Valid
X15	0,228	0,334	Tidak Valid
X16	0,427	0,334	Valid
X17	0,667	0,334	Valid
X18	0,468	0,334	Valid
X19	0,594	0,334	Valid
X20	0,674	0,334	Valid
X21	0,643	0,334	Valid
X22	0,385	0,334	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dari 22 butir pernyataan terdapat tiga butir yang dinyatakan tidak valid karena r-hitung lebih kecil dari pada r-tabel. Menurut Widoyoko (2012, p. 150), butir instrumen yang tidak valid harus dikeluarkan dari analisis selanjutnya dan hanya memakai

butir-butir instrumen yang valid saja. Demikian pula yang dikatakan oleh Noor (2011, p. 132) yang mengatakan bahwa butir-butir instrumen yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen penelitian. Oleh karena itu, butir pernyataan nomor 9, 12, dan 15 dibuang.

**Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y**

Butir Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y1	0,600	0,334	Valid
Y2	0,825	0,334	Valid
Y3	0,653	0,334	Valid
Y4	0,829	0,334	Valid
Y5	0,855	0,334	Valid
Y6	0,826	0,334	Valid

Berdasarkan tabel di atas, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Oleh karena itu, untuk analisis selanjutnya keenam butir pernyataan tersebut akan diikutsertakan.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Kata reliabilitas diambil dari kata *reliable* dalam bahasa Inggris yang artinya dapat dipercaya (Widoyoko, 2012, p. 157). Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan/pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006, p. 45).

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan cara *One Shot* atau pengukuran yang dilakukan sekali saja (Ghozali, 2006, p. 46). Pengukuran ini hanya berlangsung satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Nunnally (1960) dalam Ghozali (2006, p. 46) menjelaskan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.

Dalam bukunya, Noor (2011, p. 130) mengatakan bahwa penghitungan reliabilitas hanya dilakukan pada butir instrumen yang telah memenuhi uji validitas. Jika suatu butir tidak memenuhi syarat uji validitas, maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Pada variabel persepsi kredibilitas media (variabel X), dari 22 butir pernyataan, terdapat tiga butir yang tidak valid sehingga pada uji reliabilitas variabel X, ketiga butir yang tidak valid tersebut tidak diikutsertakan. Sedangkan pada variabel keputusan memilih (variabel Y), semua butir pernyataan dinyatakan valid sehingga semua pernyataan diikutsertakan dalam uji reliabilitas. Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

Berikut ini merupakan hasil dari uji reliabilitas variabel kredibilitas media (variabel X) dan variabel keputusan memilih (variabel Y) dengan menggunakan sampel sebanyak 35 responden.

**Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel X**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,871	19

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach Alpha* variabel X lebih besar daripada 0,60, yaitu 0,871 ( $0,871 > 0,60$ ). Hal itu menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dari variabel X reliabel.

**Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,834	6

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach Alpha* variabel Y lebih besar daripada 0,60, yaitu 0,834 ( $0,834 > 0,60$ ). Hal itu menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dari variabel Y reliabel.

Penelitian ini juga mengukur tinggi rendahnya skor setiap dimensi pada variabel persepsi kredibilitas media (X). Pengukuran tersebut berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) pada setiap dimensi, yang diklasifikasikan melalui tabel klasifikasi sikap dari Widoyoko (2012, p. 112). Tabel klasifikasi sikap disusun dengan menyusun terlebih dahulu skor tertinggi, skor terendah, jumlah kelas, dan jarak interval.

**Tabel 3.6 Penentuan Jarak Interval**

Kategori	Keterangan
Skor tertinggi	5 (sangat setuju)
Skor terendah	1 (sangat tidak setuju)
Jumlah kelas	5
Jarak interval	$(5-1) / 5 = 0,8$

Berdasarkan tabel di atas, diketahui jarak interval tiap kelas adalah 0,8. Jarak interval ini digunakan untuk membuat kelas-kelas klasifikasi nilai *mean* yang berguna untuk memberikan kategori setiap dimensi pada variabel persepsi kredibilitas media (X).

**Tabel 3.7 Klasifikasi Rata-rata Jawaban Responden**

Rata-Rata Skor Jawaban	Klasifikasi Sikap
> 4,2 s/d 5,0	Sangat Tinggi
>3,4 s/d 4,2	Tinggi
>2,6 s/d 3,4	Kurang Tinggi
>1,8 s/d 2,6	Rendah
1,0 s/d 1,8	Sangat Rendah

(Widoyoko, 2012, p. 112)

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana, peneliti harus terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji normalitas yang berguna untuk melihat apakah nilai residual (gap antara data asli dan data hasil ramalan) terdistribusi normal atau tidak (Umar, 2019, p. 75). Model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada

masing-masing variabel penelitian (Umar, 2019, p. 75). Untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Langkah pertama adalah menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian, yaitu:

H<sub>0</sub>: data terdistribusi secara normal

H<sub>a</sub>: data tidak terdistribusi secara normal

Ghozali (2006, p. 32) menjelaskan bahwa hasil uji normalitas dapat dinilai dari nilai  $\alpha$  Kolmogorov-Smirnov. Sebaran data dianggap normal jika  $\alpha$  lebih dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ). Untuk itu, peneliti melakukan uji normalitas terlebih dahulu setelah data 349 responden terkumpul dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

### 3.7.2 Uji Korelasi

Peneliti menggunakan uji korelasi karena ingin mengukur sifat hubungan antar variabel. Teknik uji korelasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji korelasi *Pearson Product Moment*. Teknik ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel, jika sumber data kedua variabel adalah sama dan berbentuk interval atau rasio (Sugiyono, 2009, p. 228). Dalam penelitian ini, baik variabel X dan variabel Y keduanya menggunakan skala interval. Angka korelasi yang didapat, disebut  $r$  hitung harus dibandingkan dengan koefisien korelasi di bawah ini (Sugiyono, 2009, p. 231).

**Tabel 3.8 Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment***

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Setelah mengetahui tingkat hubungan, diperlukan uji signifikansi korelasi *product moment*, yaitu dengan cara membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel *product moment*. Jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak. Namun, jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka  $H_a$  diterima (Sugiyono, 2013, p. 251).

### 3.7.3 Uji Regresi

Uji regresi dipakai untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen jika nilai variabel independen diubah-ubah (Sugiyono, 2009, p. 260). Hasil dari analisis regresi bermanfaat untuk membuat keputusan apakah peningkatan variabel independen dapat mengakibatkan kenaikan atau penurunan variabel dependen atau tidak. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana karena didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2009, p. 261)

$$Y = a + bX$$

Di mana:

Y= Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y ketika harga X= 0 (harga konstan)

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Jika (+), maka arah garis naik. Sementara jika (-), maka arah garis turun.

X = Subjek pada variabel independen yang memiliki nilai tertentu

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA