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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini berjenis kuantitatif. Menurut Neuman (2014), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang sangat mementingkan pengukuran (*measurement*). Penelitian berjenis kuantitatif mengikuti pengambilan keputusan secara deduktif yang diawali dengan suatu konsep abstrak (Neuman, 2014, p. 133).

Penelitian ini bersifat deskriptif yang hanya memaparkan peristiwa, tidak menguji hubungan atau sebab akibat. Menurut Rakhmat (2012), "Penelitian deskriptif mengumpulkan data secara univariat. Karakteristik data diperoleh dengan ukuran-ukuran kecenderungan pusat (*central tendency*) atau ukuran sebaran (*dispersion*)." (p. 25). Penelitian deskriptif menggambarkan variabel secara satu per satu. Rakhmat menyimpulkan bahwa penelitian deskriptif tidak hanya melakukan analisis, tapi juga memadukan hasil temuan. Variabel yang diteliti oleh penulis yaitu jenis kekacauan informasi (*information disorder*) yang ditemukan oleh pengguna media sosial dan *Audiences' Act of Authentication*, tindakan audiens dalam melakukan autentikasi berita di media sosial.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara daring (*online*) melalui *Google Form*. Menurut Babbie (2008), metode survei dapat digunakan di berbagai penelitian, mulai dari penelitian deskriptif, eksplanatif, dan eksploratif. Metode survei digunakan untuk mendeskripsikan data yang terlalu besar jika harus diobservasi secara langsung, serta digunakan untuk mengukur sikap atau orientasi pada populasi yang besar (Babbie, 2008, p. 270).

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

Metode survei dapat dilakukan untuk menanyakan beberapa aspek dalam kehidupan sosial, seperti tingkah laku, sikap/kepercayaan/opini, karakteristik, ekspektasi, klasifikasi diri, dan pengetahuan. Penelitian survei bisa lebih murah dan mudah, tapi bisa juga mahal dan kompleks. Kelemahan metode survei ada pada data yang hanya berasal dari apa yang responden katakan. Bisa jadi, apa yang dijawab atau dikatakan responden tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya mereka pikirkan (Neuman, 2014, p. 192-193).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini yaitu penduduk Tangerang (Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Tangerang Selatan) yang merupakan pengguna media sosial aktif dengan kriteria usia 20-54 tahun. Menurut survei APJII, 49,52% pengguna internet di Indonesia berusia 19-34 tahun dan 29,55% berusia 35-54 tahun. Sedangkan, pengguna internet yang berusia 13-18 tahun dan usia di atas 54 tahun menempati persentasi terkecil (APJII, 2018, p. 11). Sehingga, penulis memutuskan untuk meneliti populasi dengan persentase paling besar.

Penulis melakukan penelitian pada pengguna media sosial di salah satu wilayah urban, yaitu Tangerang karena menurut survei APJII, 72,41% dari penduduk wilayah urban sudah menggunakan internet. Urban merupakan wilayah administratif yang sebagian besar *Gross Domestic Product* (GDP)-nya dari sektor non-pertanian (APJII, 2018, p. 3-8). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sebagian besar GDP Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Tangerang Selatan berasal dari sektor non-pertanian. Maka, penulis menyimpulkan bahwa ketiga wilayah tersebut termasuk dalam kategori wilayah urban.

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

Menurut publikasi BPS tahun 2018, jumlah penduduk Kabupaten Tangerang yang berusia 20-54 tahun berjumlah 1.962.455 jiwa (BPS, 2018a, p. 43). Penduduk Kota Tangerang dengan usia yang sama berjumlah 1.259.518 jiwa (BPS, 2018b, p. 65). Sedangkan, penduduk Kota Tangerang Selatan yang berusia 20-54 tahun berjumlah 952.345 jiwa (BPS, 2018c, p. 47). Penduduk Tangerang yang menjadi populasi penelitian ini berjumlah 4.174.318 jiwa.

3.3.2 Sampel

Menurut Bryman (2012), "Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk penelitian. Metode dalam memilih sampel dapat berupa *probability* dan *non-probability sampling*." (p. 187). Sampel seharusnya mencerminkan keadaan populasi.

Jika jumlah poupulasi yang akan diteliti terlalu besar dan wilayahnya terlalu luas, diperlukan rumus untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai. Rumus pengambilan sampel digunakan untuk memperkecil wilayah populasi. Sehingga, penelitian menjadi lebih efisien. Salah satu rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah rumus Slovin. Rumus ini memberikan kebebasan kepada peneliti untuk menentukan batas toleransi kesalahan (Abidin, 2015, p. 286-298).

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

dengan

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi kesalahan

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

Penulis menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 5%. Maka, dengan batas toleransi tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah

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

$$= \frac{4.174.318}{1 + (4.174.318)(0.05)^2}$$

$$= \frac{4.174.318}{1 + 10.435,795}$$

$$= \frac{4.174.318}{10.436,795}$$

$$= 399,961 \approx 400$$

Jadi, pada penelitian ini penulis membutuhkan sebanyak 400 orang penduduk Tangerang sebagai sampel.

Rancangan sampling yang digunakan oleh penulis adalah sampling nonprobabilitas dengan tipe *convenience sampling*. Rancangan nonprobablititas tidak berlaku untuk mengukur tingkat signifikansi dan pengujian hipotesis (Rakhmat, 2012, p. 81). Dengan *convenience sampling*, penulis lebih mudah untuk menjangkau responden, lebih murah, dan cepat. *Convenience sampling* memungkinkan untuk mendapatkan responden yang mudah dijangkau dan tersedia di sekitar peneliti. Teknik ini tidak terlalu merepresentasikan populasi karena belum tentu responden tersebut merepresentasikan setiap kategori yang ada di populasi (Neuman, 2014, p. 167). Untuk mengatasi hal ini, peneliti menyebarkan kuesioner di beberapa grup media sosial *Whatsapp* dan *Line*, serta membagikannya di media sosial *Instagram* yang berisi beragam karakteristik yang ada di populasi, seperti beragam usia dan latar belakang pendidikan.

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meneliti dua variabel, yaitu kekeacauan informasi (*information disorder*) dan tindakan autentikasi yang dilakukan oleh audiens (*audiences' act of authentication*). Tapi, penelitian ini tidak bermaksud untuk menguji hubungan atau sebab-akibat dari kedua variabel tersebut. Penelitian ini hanya memaparkan peristiwa penyebaran hoaks (yang termasuk dalam *information disorder*) di masyarakat.

1. *Audiences' Act of Authentication*

   Konsep ini menjelaskan bahwa setiap individu terikat pada proses autentikasi internal dan eksternal yang termasuk dalam *two-step authentication process* (Tandoc et al., 2018, p. 9). Pengguna media sosial mengetahui keaslian melalui dua tindakan, yaitu tindakan internal dan eksternal. Penelitian ini menggunakan tindakan internal dan eksternal sebagai dimensi untuk mengetahui bagaimana pengguna media sosial di Tangeran melakukan autentikasi berita.

   a. Autentikasi Internal
      - *Self*: Individu menilai berita berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan intuisi mereka.
      - Pesan (Message): Bagaimana pola intrinsik, karakteristik, dan kredibilitas pesan.
      - Sumber (Source): Kredibilitas sumber mencerminkan kredibilitas informasinya.

   b. Autentikasi Eksternal
      - Insidental dan interpersonal: Perilaku autentikasi berita yang hanya secara pasif menunggu konfirmasi dari relasinya
      - Insidental dan institusional: Secara pasif menunggu konfirmasi dari pihak resmi, seperti situs berita.
      - Intensional dan interpersonal: Mencari tahu keaslian berita dengan menanyakan kepada kerabat.

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

- Intensional dan institusional: Autentikasi pesan dengan mencari tahu di situs resmi, seperti media online terpercaya.

2. Kekacauan Informasi (*Information Disorder*)

Kekacauan informasi dibagi menjadi tiga, yaitu misinformasi, disinformasi, dan mal-informasi. Ketiganya memiliki karakteristik yang berbeda (Ireton et al., 2018, p. 43). Tulisan naratif dalam komunikasi bisa termasuk dalam ketiga kategori tersebut.

a. *Satire*, pesan yang sebenarnya tidak bertujuan merugikan atau membahayakan, tapi dapat menipu atau mengelabui pembacanya karena pesan tersebut membingungkan.

b. *False connection*, tidak ada kesesuaian antara *headline*, gambar, dan kontennya.

c. *Misleading content*, melakukan *framing* berita terhadap suatu isu atau individu.

d. Salah konteks (*false context*), berita lama yang disebarkan ulang, tapi tidak sesuai konteksnya.

e. Konten menipu (*imposter content*), konten yang menggunakan logo perusahaan atau jurnalis, padahal perusahaan atau jurnalis tersebut tidak pernah membuatnya.

f. Konten manipulasi (*manipulated content*), yaitu konten yang dimanipulasi dengan mengubah beberapa hal di dalam konten tersebut hingga tidak sesuai dengan aslinya.

g. Konten buatan (*fabricated content*), konten berita buatan yang keseluruhannya adalah fiksi, dan seolah-olah dibuat oleh situs berita resmi.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan/Pernyataan
Audiences' Act of	Internal	*Self :*	1. Saya tidak membutuhkan

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

Authentication		Individu menilai berita berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan intuisi mereka.	bantuan konfirmasi dari orang lain untuk mengetahui kebenaran berita. 2. Saya mengetahui kebenaran berita berdasarkan pengalaman dan pengetahuan saya.
		Pesan (*Message*): Bagaimana pola intrinsik, karakteristik, dan kredibilitas pesan.	3. Saya dapat menilai kredibilitas pesan berdasarkan isi pesannya. 4. Saya mengetahui kebenaran dan keaslian berita melalui karakteristik pesannya.
		Sumber (*Source*): Kredibilitas sumber mencerminkan kredibilitas informasinya.	5. Saya mengecek kebenaran sumber berita yang tersebar di media sosial. 6. Saya mengetahui sumber berita yang dapat dipercaya.
	Eksternal	Insidental & Interpersonal: Perilaku autentikasi berita yang hanya secara pasif menunggu konfirmasi dari	7. Saya menunggu konfirmasi kebenaran informasi yang tersebar di media sosial dari teman/saudara.

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

		relasinya	
		Insidental & Institusional: Secara pasif menunggu konfirmasi dari pihak resmi, seperti situs berita.	8. Saya menunggu konfirmasi kebenaran informasi dari televisi.
		Intensional & Interpersonal: Mencari tahu keaslian berita dengan menanyakan kepada kerabat.	9. Saya menanyakan kebenaran berita di media sosial kepada teman/saudara.
		Intensional & Institusional: Autentikasi pesan dengan mencari tahu di situs resmi, seperti media online	10. Saya mengecek kebenaran informasi di situs media online.

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

		terpercaya.	
Information Disorder		*Satire*, pesan yang sebenarnya tidak bertujuan merugikan atau membahayakan, tapi dapat menipu atau mengelabui pembacanya	11. Informasi yang berupa sindiran (contoh: karikatur) yang berpotensi membuat pembacanya salah paham.
		False connection, tidak ada kesesuaian antara *headline*, gambar, dan kontennya.	12. Informasi yang tidak sesuai antara judul dengan gambar/tulisannya .
		Misleading content, melakukan *framing* berita terhadap suatu isu atau individu.	13. Informasi yang hanya menyampaikan sebagian fakta (menyembunyikan sebagian fakta dan menonjolkan fakta lainnya).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

		Salah konteks (*false context*), berita lama yang disebarkan ulang, tapi tidak sesuai konteksnya.	14. Informasi berisi berita lama yang disebarkan ulang tapi tidak sesuai dengan situasi aslinya.
		Konten menipu (*imposter content*), konten yang menggunakan logo perusahaan atau jurnalis, padahal perusahaan atau jurnalis tersebut tidak pernah membuatnya.	15. Informasi yang mengatasnamakan instansi atau organisasi tertentu (Contoh: surat palsu dengan logo BMKG yang memuat informasi palsu mengenai bencana alam).
		Konten manipulasi (*manipulated content*), konten yang dimanipulasi dengan mengubah beberapa hal di dalam konten tersebut hingga tidak sesuai dengan aslinya.	16. Informasi berisi gambar/video yang diedit hingga tidak sesuai dengan aslinya.

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

		Konten buatan (*fabricated content*), konten buatan (*fabricated content*), konten berita buatan yang keseluruhannya adalah fiksi, dan seolah-olah dibuat oleh situs berita resmi	17. Informasi berupa tulisan, video, atau foto yang dibuat oleh situs berita tidak resmi (juga tersebar di media sosial seperti Whatsapp).

Sumber: Olahan Penulis, 2019

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menyebarkan kuesioner. Dalam metode survei, kuesioner dapat dibagikan secara langsung maupun secara *online*. Penulis menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form* untuk memperluas jangkauan, juga menghemat waktu dan biaya. Survei berbasis web bisa lebih cepat dan tidak mahal, juga dapat menjangkau lebih banyak responden (Neuman, 2014, p. 214-215). Survei berbasis web dilakukan dengan cara meminta responden mengunjungi tautan web kuesioner dan mengisi pertanyaan kuesioner tersebut. Survei berbasis web memiliki beberapa keuntungan, seperti biaya yang murah, respon cepat, serta lebih sedikit pertanyaan yang tidak terjawab. Survei berbasis web juga

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih akurat karena data masuk secara otomatis (tidak dikerjakan secara manual memindahkan data). Sehingga, kesalahan dalam memasukkan data dapat dihindari (Bryman, 2012, p. 671-677).

Penulis menggunakan kuesioner berupa *Self-Administered Questionnaire*, yaitu kuesioner yang diisi secara mandiri oleh responden. Menurut Bryman (2012), kuesioner jenis ini memiliki beberapa kelebihan. Pertama, *Self-Administered Questionnaire* memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden yang terpisah secara geografis. Kedua, lebih cepat untuk diselesaikan karena kuesioner dapat disebar dalam waktu yang bersamaan. Ketiga, mengurangi dampak dari peneliti, sehingga tidak ada bias. Keempat, peneliti tidak menanyakan pertanyaan dengan cara yang berbeda kepada setiap responden. Kelima, memudahkan responden karena mereka dapat menyelesaikan kuesioner kapan saja (Bryman, 2012, p. 233-234).

Dalam penelitian ini, kuesioner berisi pertanyaan tertutup (*closed question*). Pertanyaan tertutup memiliki pilihan yang dapat dijawab oleh responden. Sehingga, responden tidak bebas dalam menjawab pertanyaan tersebut. Banyak penelitian dengan jumlah sampel yang besar menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup karena dianggap lebih cepat dan mudah bagi peneliti maupun responden. Peneliti harus mempertimbangkan dan memutuskan berapa banyak pilihan yang ada, jenis pilihan yang sebaiknya digunakan, dan dengan pengukuran jenis apa (Bryman, 2012, p. 203-204).

Menurut Widoyoko (2012), menukur sikap responden dapat menggunaka dua skala, yaitu skala Guttman dan skala Likert. Skala Guttman akan menghasilkan jawaban yang tegas, yaitu hanya ‘ya’ dan ‘tidak’ atau ‘setuju’ dan ‘tidak setuju’. Sedangkan, skala Likert berisi gradasi pilihan jawaban dari yang positif hingga negatif atau sebaliknya (p. 104-116). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala likert untuk mengukur sikap responden. Pada variabel Autentikasi Audiens, terdapat

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (4), Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Pada variabel kekacauan informasi terdapat tiga pilihan jawaban, yaitu Sering (3), Kadang-kadang (2), dan Tidak Pernah (1).

3.6 Teknik Pengukuran Data

Sebelum disebar kepada responden, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas dan reliabilitas diperlukan dalam penelitian ilmu sosial karena pengukuran yang valid dan reliabel dapat membantu peneliti mendapatkan temuan yang benar, kredibel, dan dapat dipercaya (Neuman, 2014, p. 141). Maka, uji validitas dan reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat.

3.6.1 Uji Validitas

Menguji validitas berarti melihat bagaimana definisi operasional masing-masing variabel saling bertautan (Neuman, 2014, p. 144). Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji validitas internal dengan analisis butir. Analisis butir dilakukan dengan menghitung skor butir variabel dengan rumus korelasi Pearson. Jika nilainya > 0,3 butir tersebut dianggap valid (Abidin, 2015, p. 307). Uji validitas internal dilakukan dengan menguji coba instrumen penelitian kepada sampel uji coba sebanyak minimal 30 orang. Validitas butir dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment* (Widoyoko, 2012, p. 146-147). Penulis melakukan uji validitas menggunakan perangkat lunak SPSS.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Autentikasi Audiens

Item	Pearson Correlation
X.1	0.517
X.2	0.571

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

X.3	0.455
X.4	0.530
X.5	0.564
X.6	0.618
X.7	0.471
X.8	0.465
X.9	0.678
X.10	0.639

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Berdasarkan uji korelasi Pearson di atas, seluruh butir pertanyaan pada variabel Autentikasi Audiens dinyatakan valid karena nilai korelasi skor masing-masing butirnya terhadap skor total > 0.3.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Kekacauan Informasi (Y)

Item	Pearson Correlation
Y.1	0.450
Y.2	0.144
Y.3	0.563
Y.4	0.541
Y.5	0.548
Y.6	0.664
Y.7	0.609

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Skor pada butir pertanyaan Y.2 tidak valid karena nilainya kurang dari 0.3. Sehingga, butir pertanyaan Y.2 harus dikeluarkan dari analisis untuk meningkatkan reliabilitas instrumen.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah metode pengukuran untuk melihat apakah instrumen dapat mengumpulkan data yang sama ketika setiap kali observasi atau pengumpulan data diulang (Babbie, 2008, p. 157). Penulis melakukan uji reliabilitas dengan *internal contingency*. Uji reliabiltas jenis ini hanya

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

satu kali menguji instrumen pada sejumlah sampel. Terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas, yaitu *Spearman Brown*, *Kuder Richardson*, KR 21, Anova Hoyt, dan *Alfa Cronbach* (Sugiyono, 2009, p. 359-365). Penulis melakukan uji reliabilitas dengan rumus *Alfa Cronbach* karena data yang akan diukur berjenis interval.

Menurut Guilford (dalam Rakhmat, 2012, p. 29), koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* memiliki kategori sebagai berikut,

r < 0,20	sangat rendah
0,20 < r < 0,40	rendah
0,40 < r < 0,70	sedang
0,70 < r < 0,90	tinggi
r > 0,90	sangat tinggi

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Autentkasi Audiens (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.731	10

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Tabel di atas menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel autentikasi audiens mencapai 0,731. Artinya, instrumen penelitian pada variabel tindakan autentikasi audiens memiliki reliabilitas yang tinggi.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kekacauan Informasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	N of

Alpha	Items
0.546	7

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Dari hasil uji reliabilitas di atas, instrumen variabel Y memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,546 yang termasuk dalam kategori reliabilitas sedang. Jika butir pertanyaan Y.2 (*false connection*) dikeluarkan dari analisis, nilai *Cronbach Alpha* menjadi sebesar 0,594.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian yang dirancang oleh penulis bersifat deskriptif. Sehingga, penulis hanya melakukan analisis data univariat yang hanya mendeskripsikan hasil temuan dari masing-masing variabel. Menurut Babbie (2008), "Analisis univariat mencakup deskripsi kasus dalam variabel tunggal, distribusi atribut yang menyusunnya." (p. 448).

Analisis data deskriptif terdiri dari distribusi frekuensi, tendensi pusat, dan dispersi. Masing-masing memiliki fungsi dan penghitungannya sendiri. Pertama, distribusi frekuensi. Menurut Bryman (2012), "Distribusi frekuensi memaparkan jumlah orang dan persentase yang dimiliki setiap kategori variabel." (p. 337). Distribusi frekuensi variabel diskrit dapat disajikan dalam bentuk grafis seperti histogram, *bar chart*, dan *pie chart*. Sedangkan, untuk data interval atau rasio menggunakan poligon (Neuman, 2014, p. 285).

Kedua, tendensi pusat digunakan untuk meringkas ratusan atau ribuan nilai dari suatu variabel. Biasanya, orang menggambarkan ringkasan ini dengan sebutan 'rata-rata' yang presisinya lebih rendah. Tapi, dalam statistik, tendensi pusat dikategorikan menjadi tiga yaitu Mean, Median, dan Modus. Ketiganya memiliki pengukuran yang lebih spesifik (Neuman, 2014, p. 285).

Tindakan audiens dalam..., Siti Hafadzoh, FIK UMN, 2019

Mean biasanya digunakan untuk variabel dengan data interval atau rasio. Penghitungan Mean jarang digunakan untuk data ordinal. Mean adalah hasil dari total seluruh nilai dibagi jumlah data. Selanjutnya, Median yang merupakan nilai tengah dari distribusi nilai. Median dicari dengan mengurutkan nilai dari terbesar hingga terkecil, kemudian mencari nilai tengahnya. Terakhir, Modus adalah nilai yang paling banyak muncul pada distribusi data (Bryman, 2012, p. 338-339).

Ketiga, dispersi adalah variabilitas di sekitar pusat. Mengukur dispersi secara sederhana dapat dilakukan dengan menghitung rentang data (*range*), yaitu jarak antara nilai tertinggi dengan nilai terendah (Babbie, 2008, p. 453). Cara lain untuk mengukur dispersi yang lebih rumit yaitu dengan Standar Deviasi. Nilai standar deviasi dihitung dengan rumus berikut. (Neuman, 2014, p. 288-289).

$$S = \sqrt{\frac{\Sigma(X - \bar{X})^2}{N}}$$

Keterangan:

S = Standar deviasi

X = Skor data

$\bar{X}$ = Mean

N = Jumlah data

$\sum$ = Jumlah

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA