

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 PARADIGMA PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan paradigma penelitian *post-positivisme*. Menurut Guba (1990), dalam Basuki (2005, p.44) paradigma *post-positivisme* mempunyai ciri utama sebagai suatu modifikasi dari *positivisme*. Salim (2001) dalam Basuki (2005, p.44) juga menjelaskan paradigma *post-positivisme* merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan *positivisme* yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Paradigma ini ditujukan untuk penelitian eksplanasi (menjelaskan), eksplorasi (menyelidiki), deskripsi (menggambarkan), verifikasi (menguji) tentang sebuah fenomena, kejadian ataupun peristiwa tentang frekuensi (intensitas), proses kejadian, hubungan antar variabel. Penelitian ini akan bersifat saling melengkapi (data kuantitatif dan data kualitatifnya) sehingga dapat dikombinasikan untuk saling menutupi kekurangan dari metode lain.

Hal ini terjadi karena ada beberapa aspek penelitian yang juga harus dipecahkan melalui dua metode berbeda, yaitu kuantitatif dan kualitatif sehingga paradigma ini dianggap cocok. Metode yang dipakai dalam aspek pertama adalah metode kuantitatif yang kemudian akan diteruskan dengan menggunakan metode kualitatif untuk aspek penelitian selanjutnya.

3.2 JENIS DAN SIFAT PENELITIAN

Jenis dari penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian campuran (*mixed methods*) yang mana menekankan makna dan proses serta hasil dari suatu aktivitas. Selain itu, jenis penelitian ini dipilih karena memenuhi kriteria dan maksud dalam penelitian yang menghasilkan jawaban dari dua sisi, makna maupun dari hasil hitung. Metode ini digunakan berdasarkan pendapat dari Creswell (2007, p.5):

“as a method, mixed methods focuses on collecting, analyzing, and mixing both quantitative and qualitative data in a single study or series of studies. Its central premise is that the use of quantitative and qualitative approaches in combination provides a better understanding of research problems than either approach alone”.

Menurut Susan Stainback (1988), yang dikutip Sugiyono (2017, p.19) memberikan pendapatnya bahwa setiap metode dapat digunakan untuk melengkapi metode lain, bila penelitian dilakukan pada lokasi yang sama, namun dengan maksud dan tujuan yang berbeda.

“Each methodology can be used to complement the other within the same area of inquiry, since they have different purposes or aims”

Tashakkori dan Creswell (2009) dalam Mertens (2010, p.3) mendefinisikan *mixed methods* sebagai penelitian dimana peneliti mengumpulkan dan menganalisis data, mengintegrasikan temuan, dan menarik kesimpulan secara inferensial dengan menggunakan dua pendekatan atau metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam satu studi. Hal ini untuk menjawab pertanyaan penelitian pada satu proyek/kegiatan penelitian.

Mixed methods berfokus pada pengumpulan, analisis, dan pencampuran data antara kualitatif dan kuantitatif dalam sebuah penelitian tunggal ataupun pada

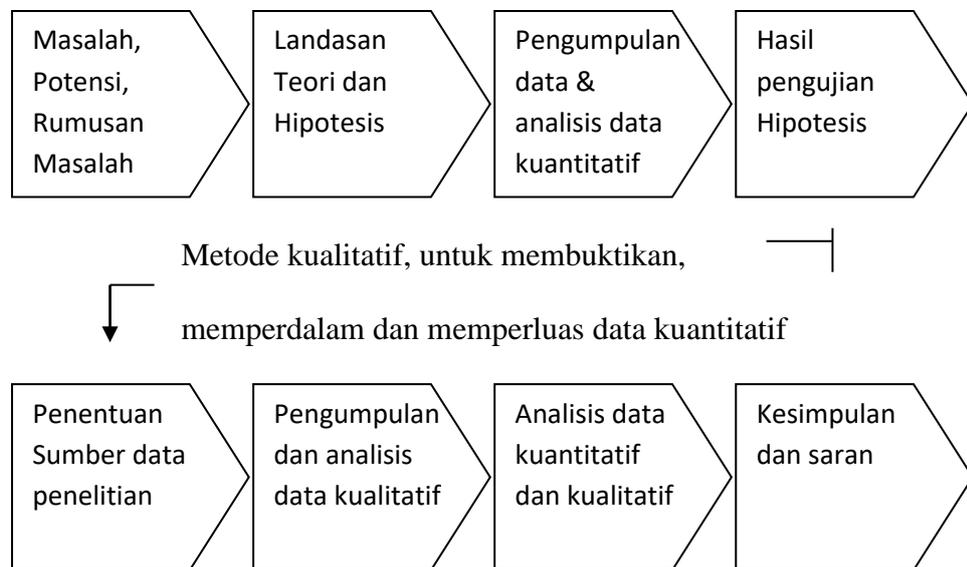
penelitian lanjutan. Penggunaan metode ini diharapkan dapat memberikan pemahaman atau jawaban dari masalah penelitian secara lebih baik dibandingkan dengan penggunaan salah satunya saja.

3.3 METODE PENELITIAN

Penelitian *mixed methods* dibagi menjadi empat tipe, yaitu *embedded*, *explanatory*, *exploratory*, dan *triangulation* (Cresswell, 2007, p.62-67). Selanjutnya, Cresswell membagi kembali penelitian *mixed methods* ini menjadi dua model utama, yaitu model *sequential* (urutan) dan juga model *concurrent* (campuran). Peneliti akan menggunakan *explanatory sequential mixed methods*, dimana metode penelitian ini mengurutkan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersama – sama meski bobot metodenya berbeda.

Explanatory sequential mixed methods adalah metode penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan, dimana pada tahap pertama penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan pada tahap selanjutnya akan dilakukan metode kualitatif. Metode kuantitatif berperan untuk memperoleh data kuantitatif yang terukur yang dapat bersifat deskriptif, komparatif dan asosiatif. Sementara itu, metode kualitatif berperan untuk membuktikan, memperdalam, memperluas, memperlemah ataupun menggugurkan data kuantitatif yang telah diperoleh di tahap awal. Dengan ini, penelitian akan dapat dijelaskan secara rinci mulai dari hasil survei dalam metode kuantitatifnya hingga beragam jawaban dalam FGD yang dilakukan menggunakan metode kualitatif.

Gambar 3.1 Langkah-langkah penelitian *explanatory sequential mixed methods*



Sumber: Creswell (2008)

3.4 POPULASI DAN SAMPEL

3.4.1 Populasi

Populasi dalam sebuah penelitian digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang akan menjadi sasaran penelitian sehingga objek ini dapat dijadikan sebagai data untuk membuktikan kebenaran akan teori yang ada (Bungin, 2010, p.99).

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian adalah masyarakat yang ada di Indonesia, khususnya masyarakat yang secara aktif mencari informasi melalui media *online*. Masyarakat yang dipilih berasal dari generasi *Millennials*. Howe dan Strauss (1991), dalam Badan Pusat Statistik (2018, p. 13) mempopulerkan istilah milenial pertama kali melalui buku yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation* yang terbit pada tahun 2000. Rentang usia yang masuk ke dalam kategori ini menurut

Howe dan Strauss merupakan kelompok yang lahir pada tahun 1982 hingga tahun 2000. Sedikit berbeda dengan Howe dan Strauss, Elwood Carlson (2008), dikutip Badan Pusat Statistik (2018, p. 14) dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*, ia mengelompokkan generasi milenial adalah mereka yang lahir pada tahun 1983 sampai dengan 2001. Namun jika berdasarkan *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mennheim (1923), dikutip Badan Pusat Statistik (2018, p. 14) menyebutkan generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980 sampai dengan 2000 dan menyebut jika generasi milenial sebagai generasi Y.

Putra (2016), dikutip Badan Pusat Statistik (2018, p. 14) dalam kajiannya yang membahas teori perbedaan generasi juga menjelaskan tentang pengelompokan generasi, termasuk generasi milenial dari beberapa pandangan peneliti dari berbagai negara. Pandangan tersebut disajikan dalam Gambar 4.1 dibawah ini:

Tabel 3.1 Pengelompokan Generasi

Sumber		Label			
Topscott (1988)	-	Baby Boom (1946- 1964)	Generation X (1965- 1975)	Digital Generation (1976- 2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943- 1960)	13 th Generation (1961- 1981)	Millineal Generation (1982- 2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943- 1960)	Gen-Xers (1960- 1980)	Nexters (1980- 2000)	-
Lancaster & Stillman (2000)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946- 1964)	Generation Xers	Generation Y	-

Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millinials (1981-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Maataures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y / NetGen (1981-1995)	Post Millinials (1955-present)

Sumber: Badan Pusat Statistika (2018)

Dari gambar tersebut, terdapat 6 pendapat tentang generasi milenial mulai dari rentang waktu hingga penyebutan. Topscott (1998) menyebut generasi milenial sebagai *Digital Generation* yang lahir pada tahun 1976-2000. Zemke et al (2000) menyebut generasi milenial sebagai *Nexters* yang lahir pada tahun 1980-2000. Oblinger dan Oblinger (2005) menyebut generasi milenial sebagai Gen-Y atau NetGen yang lahir pada tahun 1981-1995. Sementara itu, Howe dan Strauss (2000), Lancaster dan Stillman (2000), serta Martin dan Tulgan (2002) menyebut generasi milenial sebagai Generasi *Millennials* atau Generasi Y yang dikenal hingga kini, meskipun memiliki rentang tahun kelahiran yang berbeda. Dari beberapa penelitian dan pendapat yang ada, bisa diambil kesimpulan bahwa generasi milenial adalah mereka yang dilahirkan antara tahun 1980 hingga 2000.

Dari survei yang dilakukan oleh APJII (2018), daerah yang paling banyak menggunakan internet adalah daerah yang ada di Pulau Jawa, salah satunya adalah DKI Jakarta yang merupakan peringkat pertama kota yang memiliki tingkat penetrasi internet tertinggi pada tahun 2018. DKI Jakarta dipilih menjadi lokasi penelitian karena dianggap mampu dan unggul dalam bidang internet dibandingkan dengan kota lainnya sehubungan dengan Jakarta sebagai pusat Ibu Kota Indonesia.

Dalam data yang didapat dari BPS (Badan Pusat Statistik), di tahun 2018 penduduk Jakarta secara keseluruhan mencapai angka 10,4 juta jiwa. Namun karena sampel yang akan digunakan adalah masyarakat yang masuk ke dalam kategori milenial, yaitu penduduk yang memiliki rentang usia 20-39 tahun. BPS DKI Jakarta menyediakan data penduduk berdasarkan rentang usia, sehingga tidak mendapat jumlah penduduk secara spesifik berusia 19-39 tahun. Penulis menggunakan rentang usia 20-39 tahun dan mendapatkan jumlah populasi di DKI Jakarta sebanyak 3.753.584 jiwa.

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk DKI Jakarta

No	Keterangan	Jumlah Penduduk
1.	Keseluruhan penduduk DKI Jakarta	10.467.629
2.	Penduduk usia 20-39 tahun	3.753.584

Sumber: Olahan Penulis

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan kumpulan individu yang terpilih dari populasi yang biasanya digunakan untuk merepresentasikan populasi dalam sebuah

penelitian (Gravetter & Wallnau, 2014, p. 4). Penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan peneliti terhadap tujuan dan masalah penelitian (Abdurahman & Muhidin, 2011, p. 136). Karakteristik yang diperlukan peneliti dalam mendapatkan responden adalah warga Jakarta, berusia 19-39 tahun dan juga mengakses berita melalui portal *online*. Generasi milenial ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok *Early Millennials* dan *Late Millennials*. Menurut *Pew Research Center* (2010, p. 9) yang menyatakan jika *Old Millennials* adalah masyarakat yang memiliki tahun kelahiran 1981-1991. Sementara itu, *Young Millennials* adalah masyarakat yang lahir > 1991. Sedikit berbeda dengan *Pew Research Center*, dalam penelitian ini, peneliti lebih menggunakan istilah *Early Millennials* dan *Late Millennials* dibandingkan *Old Millennials* dan *Young Millennials*.

Dalam menentukan jumlah sampel yang diambil, penulis menggunakan rumus Slovin:

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

n= ukuran sampel

e= *margin of error* (10%)

N= ukuran populasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2018), penulis mendapatkan jumlah penduduk berusia 20-39 tahun sebanyak 3.753.584 jiwa di tahun 2018. Dengan menggunakan data perhitungan rumus Slovin, jumlah yang diperoleh menjadi 100 jiwa yang akan digunakan sebagai sampel.

$$n = \frac{3.753.584}{1+(3.753.584)(0,10)^2} = \underline{100 \text{ jiwa}}$$

Sementara itu, sampel *Focus on Group Discussion* (FGD) akan terbagi menjadi 3 kelompok yang dimulai secara berkala mulai dari tanggal 21 November 2019, 23 November 2019 dan 24 November 2019. Saat FGD pertama yaitu pada 21 November 2019, dimulai dengan 5 orang dengan rentang usia 19-25 tahun, atau masuk ke dalam kategori *early millennials*. Selanjutnya, pada 23 November 2019, FGD dilakukan bagi narasumber yang masuk dalam kategori campuran (*early millennials* dan *late millennials*) dengan rentang usia 19-32 tahun. Pada 24 November 2019, dilakukan kembali FGD bagi narasumber yang masuk ke dalam kategori *late millennials*, yaitu dengan rentang usia 30-37 tahun.

Tabel 3.3 Data informan FGD

No	Informan	Usia	Pekerjaan
1.	Ricky	25 tahun	<i>Part time</i>
2.	Nathanael	22 tahun	Mahasiswa
3.	Michael	21 tahun	Mahasiswa
4.	Leonard	19 tahun	Mahasiswa
5.	Audric	23 tahun	<i>Fresh Graduate</i>
6.	Robertus	25 tahun	<i>Freelancer</i>
7.	Julius	26 tahun	Karyawan

8.	Agung	23 tahun	Karyawan
9.	Devin Martinus	32 tahun	Karyawan
10.	Alfonsus Devin	19 tahun	Mahasiswa
11.	Zach	37tahun	Ojek Sekolah
12.	Hanna	36 tahun	Karyawan
13.	Marlia	33 tahun	Ibu Rumah Tangga
14.	Melvin	30 tahun	Karyawan
15.	Virian	31 tahun	Karyawan

Sumber: Data FGD Peneliti

3.5 OPERASIONAL VARIABEL

Bungin (2010) menjelaskan jika variabel perlu dibahas secara rinci untuk mengungkap konsep-konsep ataupun indikator yang digunakan dalam penelitian sebagai upaya pengumpulan data (Bungin, 2010, p.60).

Kualitas Konten (X)

Dalam melakukan pengukuran, indikator yang digunakan untuk variabel kualitas konten adalah *Diversity, Relevance, Accuracy, Comprehensibility, Impartiality,* dan *Ethics* (Urban & Schweiger, 2013, p. 830).

Tingkat Kepercayaan (Y)

Dalam melakukan pengukuran, indikator yang digunakan untuk variabel tingkat kepercayaan terhadap berita (*news trust*) adalah *trust in the selectivity of topics, trust in selectivity of facts, trust in the accuracy of deceptions* dan *trust in journalistic assessment* (Kohring & Matthes, 2007, p. 239).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen kuisioner dan diukur dengan skala *likert*. Sugiyono (2014, p. 134) menjelaskan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang

atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Adapun pemberian skor dalam penelitian ini dibagi menjadi:

1. SS: Sangat Setuju : Diberi skor 5
2. S: Setuju : Diberi skor 4
3. N: Netral : Diberi skor 3
4. TS: Tidak Setuju : Diberi skor 2
5. STS: Sangat Tidak Setuju : Diberi skor 1

Tabel 3.4 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Skala
Tingkat Kepercayaan	<i>Trust in the selectivity of topics</i>	Topik yang dibahas harus mendapatkan perhatian yang diperlukan	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, Sangat setuju)
		Topik yang dibahas, diberikan status yang memadai	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, Sangat setuju)
		Frekuensi topik yang dibahas	<i>Likert</i> (Sangat Tidak

		memadai	Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Topik bahasan yang dibahas, diberitakan secara teratur	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
	<i>Trust in the selectivity of facts</i>	Poin-poin penting harus dimasukkan	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Fokus harus pada faktor-faktor yang penting	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Semua informasi	<i>Likert</i>

		penting terkait dengan topik yang dibahas harus diberikan	(Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak, Netral,
		Berita harus berisi sudut pandang yang berbeda	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak, Netral,
	<i>Trust in the accuracy of deceptions</i>	Informasi yang diberikan dapat diverifikasi	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak, Netral,
		Informasi yang dilaporkan harus benar	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak, Netral,

		Berita harus menceritakan fakta-fakta yang jujur	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak
		Fakta-fakta yang diterima tentang topik harus benar	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak
	<i>Trust in journalistic assessment</i>	Kritik ditunjukkan dengan cara yang sesuai	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak
		Pendapat ataupun opini dari jurnalis sendiri harus memiliki alasan yang kuat	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak

			setuju)
		Komentar tentang pemberitaan yang dibahas, terdiri dari kesimpulan yang tercermin dengan baik	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral, Setuju)
		Penilaian terhadap topik yang dibahas, berguna	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral, Setuju)
Kualitas Konten	<i>Diversity</i>	Konten berita yang disampaikan harus mempertimbangkan banyak opini	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral, Setuju)
		Konten berita yang disampaikan harus menyebutkan pihak-pihak yang	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Setuju, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral, Setuju)

		terlibat	Setuju,Sangat setuju)
	<i>Relevance</i>	Konten berita yang disampaikan harus mengandung 5W1H yang jelas	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita yang disampaikan harus menjelaskan penyebab kejadian atau peristiwa yang terjadi dengan jelas	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita yang disampaikan harus menjelaskan akibat dari kejadian atau peristiwa dengan jelas	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita harus aktual (<i>up to dates</i>)	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak

			Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
	<i>Accuracy</i>	Konten berita tidak boleh mengandung fakta yang keliru atau kontradiktif	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Narasumber atau institusi yang ada dalam berita harus dapat diidentifikasi dengan jelas	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita harus mengandung atau menjelaskan konteks narasumber atau institusi dalam memberikan pernyataan	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)

		Penulis artikel berita harus dapat diidentifikasi	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral,
		Konten berita yang disampaikan harus berisikan jumlah, tanggal, hari dan angka-angka juga keterangan yang tepat	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral,
	<i>Comprehensibility</i>	Konten berita yang diberikan lengkap	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral,
		Konten berita menggunakan istilah yang mudah dan ungkapan yang	<i>Likert</i> (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Sangat setuju) Tidak Tidak Netral,

		sederhana	Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita harus mengandung struktur, paragraf juga <i>lead</i> yang jelas	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita harus mengandung urutan informasi yang logis, artinya runtutan dari paragraf per paragraf harus jelas	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita harus berisi teks yang tepat tanpa adanya hal-hal tidak penting, kalimat yang singkat	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)
		Konten berita menggunakan	<i>Likert</i> (Sangat Tidak

		<p>kutipan langsung dan kiasan agar teks tampak beragam</p>	<p>Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)</p>
	<i>Impartiality</i>	<p>Konten berita harus mencakup keterangan yang berbeda namun dengan kedalaman yang sama</p>	<p><i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju,Sangat setuju)</p>

		Konten berita ditulis secara netral, artinya jurnalis tidak memberikan penilaian pribadi terhadap kejadian yang diberitakan	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Netral, Setuju, Sangat setuju)
	<i>Ethics</i>	Konten berita yang disampaikan tidak memihak kepada suatu golongan tertentu	<i>Likert</i> (Sangat Tidak Setuju, Tidak Netral, Setuju, Sangat setuju)

Sumber: Olahan data peneliti

3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan dua teknik dalam pengumpulan datanya, yaitu survei dan juga FGD (*Focus on Group Discussion*). Hal ini dilakukan agar peneliti dapat menjawab dan mendapatkan hasil dengan lebih baik.

3.6.1 Survei

Survei dilakukan untuk mengetahui seberapa besar media berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Selain itu, survei ini juga ditujukan untuk

mengetahui seberapa besar masyarakat memilih media *online* sebagai salah satu sumber utama dalam mencari informasi. Dalam survei ini, dapat juga melihat bagaimana pendapat atau indikator perihal kualitas konten menurut masyarakat yang ada terhadap media *online* di Indonesia. Pertanyaan yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah pertanyaan tertutup, dimana dalam kuesioner yang disebar, akan berisi beberapa pilihan dalam setiap poin pertanyaannya. Skala pengukuran yang dipakai dalam kuesioner, menggunakan skala nominal dan juga skala *likert*.

Kuesioner disebar melalui *link* yang terhubung langsung dengan *Google Form*. *Link* disebar melalui *Instagram*, dan juga beberapa grup *LINE* maupun *Whatsapp*. Dalam penyebaran *link* tersebut, peneliti juga dibantu oleh beberapa kerabat dan teman yang memiliki kenalan yang sesuai dengan kriteria responden yang dicari; merupakan warga Jakarta, berusia 19-39 tahun dan juga mengakses portal *online*.

3.6.2 FGD (*Focus on Group Discussion*)

Focus on Group Discussion merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan mengetahui kecenderungan yang ada pada suatu kelompok mengenai persepsi kelompok itu tentang suatu hal. Dengan demikian, setiap anggota kelompok harus dijaga agar memiliki otonomi dalam mengungkapkan persepinya (*self-disclosure*) (Hoed, B.H, 1995, p.4).

Dengan metode ini, peneliti bisa mendapatkan beragam jawaban yang berbeda dari beberapa orang lainnya. Hal ini bertujuan agar hasil yang didapat tak hanya satu pandangan, namun juga dari beberapa pandangan.

Selain itu, jika ada perbedaan ataupun pertentangan pendapat dapat terlihat di dalam FGD ini. FGD ini dilakukan tiga kali yang berlangsung pada 21 November 2019, 23 November 2019 dan 24 November 2019. FGD ini terdiri dari lima belas orang responden yang didapatkan secara *random* dari responden yang sebelumnya juga telah mengisi *link* kuesioner. Peneliti menghubungi beberapa responden dari kontak yang telah ditinggalkan para responden. Peneliti menghubungi responden melalui pesan singkat untuk meminta kesediaan menjadi responden dalam FGD selanjutnya.

Dalam tahapan FGD, peneliti memberikan contoh beberapa artikel dari beberapa media *online* yang ada di Indonesia (tanpa menyebutkan atau menuliskan nama media *online* yang tertera) untuk melihat penilaian masyarakat tentang artikel yang mereka baca. Dari sana, dapat diketahui juga pandangan masyarakat tentang artikel dalam media *online* itu apakah artikel itu bernilai atau berkualitas karena isinya, atau hanya karena nama besar sebuah media *online* tersebut.

3.7 UJI VALIDITAS DATA

Uji validitas data instrumen ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keabsahan dari instrumen yang akan dipakai dalam penelitian. Menurut Arikunto (2006, p. 168) validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validitas ataupun kesahihan suatu instrumen. Dari pengertian tersebut, menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur digunakan untuk mengukur variabel.

Menurut Ancok (2008, p. 124), uji validitas dapat dihitung menggunakan rumus:

$$r = \frac{N(XY) - (XY)}{\sqrt{(NX^2 - (X)^2)(NY^2 - (Y)^2)}}$$

r	= Koefisien korelasi Pearson
X	= Skor tiap pertanyaan
Y	= Skor total pertanyaan
N	= Jumlah Responden

Penghitungan variabel ini menggunakan bantuan *Microsoft Excel* dan juga *Statistical Package for the Social Science (SPSS)*. Penghitungan dimulai dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Setelah memperoleh r_{hitung} , maka nilainya kemudian akan dibandingkan dengan besaran r_{tabel} yang ada dengan tingkat kepercayaan $\alpha=0.05$. Besaran r_{tabel} dihitung dengan $df = N-2$, maka $df = 30-2 = 28$. Besaran tabel untuk $df = 28$ adalah 0,3610. Item akan dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Begitupun sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Konten Berita)

Uji validitas dilakukan kepada 30 orang responden untuk menguji variabel X yaitu kualitas konten berita yang terdiri dari 21 pertanyaan. Berikut item pertanyaan yang dinyatakan valid dan tidak valid pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X (Kualitas Konten Berita)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,2649	0,3610	Tidak Valid
2.	0,6518	0,3610	Valid
3.	0,7544	0,3610	Valid
4.	0,7610	0,3610	Valid
5.	0,7008	0,3610	Valid
6.	0,6428	0,3610	Valid
7.	0,7412	0,3610	Valid
8.	0,7269	0,3610	Valid
9.	0,6219	0,3610	Valid
10.	0,5405	0,3610	Valid
11.	0,7808	0,3610	Valid
12.	0,8477	0,3610	Valid
13.	0,5715	0,3610	Valid
14.	0,7739	0,3610	Valid
15.	0,8837	0,3610	Valid
16.	0,8519	0,3610	Valid
17.	0,5164	0,3610	Valid
18.	0,5260	0,3610	Valid
19.	0,7922	0,3610	Valid
20.	0,4527	0,3610	Valid

21.	0,7200	0,3610	Valid
-----	--------	--------	-------

Sumber: Olahan data SPSS

Berdasarkan Tabel 3.2 tersebut, diperoleh 1 pertanyaan yang tidak valid, sementara 20 pertanyaan lain yang tertera di dalam kuesioner dinyatakan valid. Item soal yang dinyatakan tidak valid, akan dihilangkan atau dihapus dari kuesioner, yaitu item pertanyaan nomor 1. Sedangkan 20 item pernyataan lainnya dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

3.7.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (*News Trust*)

Item pertanyaan variabel Y yang dinyatakan valid dan tidak valid pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y (*News Trust*)

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,3011	0,3610	Tidak Valid
2.	0,6433	0,3610	Valid
3.	0,6871	0,3610	Valid
4.	0,8278	0,3610	Valid
5.	0,6984	0,3610	Valid
6.	0,6508	0,3610	Valid
7.	0,7861	0,3610	Valid
8.	0,8522	0,3610	Valid
9.	0,8545	0,3610	Valid

10.	0,8523	0,3610	Valid
11.	0,7051	0,3610	Valid
12.	0,7913	0,3610	Valid
13.	0,7621	0,3610	Valid
14.	0,6738	0,3610	Valid
15.	0,7326	0,3610	Valid

Sumber: Olahan data SPSS

Berdasarkan Tabel 3.3 tersebut, diperoleh satu pertanyaan yang tidak valid, sementara empat belas pernyataan lain yang tertera di dalam kuesioner dinyatakan valid. Item soal yang dinyatakan tidak valid, akan dihilangkan atau dihapus dari kuesioner, yaitu item pertanyaan nomor satu. Sedangkan empat item pernyataan lainnya dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

3.8 UJI RELIABILITAS DATA

Uji reliabilitas adalah digunakan untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran suatu variabel dapat dipercaya. Matondang (2009, p.93) mengungkapkan jika hasil pengukuran dianggap dapat dipercaya ketika pengukuran tersebut dilaksanakan beberapa kali terhadap subjek yang sama dengan hasil pengukuran yang didapat relatif sama. Suatu variabel akan dianggap reliabel jika koefisien alphanya lebih besar dari 0,6.

Rumus perhitungan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_{t^2}} \right)$$

r = Koefisien reliabilitas yang dicari

k = Jumlah butir pertanyaan

σ_{b^2} = Varians butir-butir pertanyaan

σ_{t^2} = Varians skor tes

Berikut adalah hasil uji reliabilitas variabel kualitas konten berita.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Konten

Cronbach's Alpha	N of Items
0,743	20

Sumber: Olah Data SPSS 23

Bagi variabel tingkat kepercayaan terhadap berita (*news trust*), berikut adalah hasil yang didapat.

Tabel 3.8 Hasil Uji Reabilitas *News Trust*

Cronbach's Alpha	N of Items
0,653	14

Sumber: Olah Data SPSS 23

3.9 TEKNIK ANALISIS DATA

Menurut Moleong (2000) dalam Kriyantono (2009, p. 165), analisis data merupakan suatu tahap mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola,

kategori dan satuan uraian dasar agar dapat memudahkan dalam menentukan tema dan dapat merumuskan hipotesa kerja yang sesuai dengan data. Pada tahap ini data yang diperoleh dari berbagai sumber, dikumpulkan, diklasifikasikan dan analisa dengan komparasi konstan.

3.9.1 Data Survei (Kuantitatif)

Survei dilakukan untuk mengetahui indikator yang menilai kualitas sebuah konten bagi masyarakat umum terhadap sebuah artikel pada media *online* yang ada di Indonesia. Sebelum survei, peneliti juga meneliti dan mengumpulkan beberapa data sebelum mulai menyebarkan kuesioner secara *online* untuk masyarakat luas. Jenis analisis yang dilakukan peneliti adalah analisis bivariat yaitu analisis yang dilakukan untuk mengukur dua variabel, yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terpengaruh (Kriyantono, 2009, p. 166).

Analisis korelasi dengan menggunakan uji koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel X (kualitas konten berita) dengan variabel Y (tingkat kepercayaan audiens (*news trust*)). Menurut Sugiyono (2012, p. 228) koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y dapat menggunakan rumus Korelasi *Product Moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r_{xy} : Koefisien Korelasi

$\sum X$: Variabel X

ΣY : Variabel Y

n : banyaknya responden

Mengidentifikasi tinggi rendahnya korelasi digunakan penafsiran korelasi, berikut:

Tabel 3.9 Interval koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012)

Menentukan interval *mean* menggunakan rumus:

Interval maksimal:

$$\frac{\text{Skor maksimal}}{\text{Skor maksimal}} \times 100$$

$$\frac{5}{5} \times 100 = 100$$

Interval minimal:

$$\frac{\text{Skor minimal}}{\text{Skor maksimal}} \times 100$$

$$\frac{1}{5} \times 100 = 20$$

Menentukan rentang interval kelas *mean*, didapatkan:

Interval maksimal – interval minimal = 100 – 2 = 80, maka: 80 : 5 = 16

Sehingga pembagian interval kelas menjadi:

Tabel 3. 10 Interval *mean*

Interval Kelas	Keterangan
>84 – 100	Sangat Kuat
> 68 – 84	Kuat
>52 – 68	Sedang
>36 – 52	Rendah
20 – 36	Sangat Rendah

3.9.2 Data FGD (Kualitatif)

Data ini digunakan sebagai data pendukung dan data yang ada pada variabel lainnya. FGD dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi atau pendapat setiap masyarakat yang ada dalam FGD terhadap sebuah media, menilai media itu apakah berkualitas dan sesuai dengan ekspektasi dari masyarakat luas. Dari jawaban yang ada, penulis bisa kembali mendata dan melengkapi hasil serta membandingkan dengan hasil survei sebelumnya.

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah teknik analisis data spiral. Tahap ini diawali dengan cara mengorganisasi data dan mengubah data ke dalam bentuk narasi. Kemudian, peneliti akan membaca, memahami data yang berupa narasi (transkrip) untuk diidentifikasi ke dalam kategori awal lalu dilakukan pengkodean. Pada tahap pengkodean, data akan disaring kembali dan menjadi kategori yang lebih kecil. Huberman dan Miles (1994) dalam Creswell (2014, p. 254-261) menyarankan untuk menghitung berapa banyak kata/kalimat yang muncul dalam narasi dan dijadikan dalam satuan kode yang sama. Kode tersebut yang akan dijadikan indikator kemudian saling dihubungkan satu sama lain. Kode yang saling terhubung akan menjadi satu topik yang nantinya akan ditafsirkan oleh peneliti.