



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 dan sifat penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Creswell (2003, p. 1 dalam Suryadi, 2019, p. 26) didefinisikan sebagai penelitian tentang masalah sosial atau masalah manusia yang berdasarkan pada pengujian teori yang terdiri dari variabel-variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur independen untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar.

Dalam riset kuantitatif, peneliti dituntut bersikap objektif dan menjaga jarak dari data. Artinya peneliti tidak boleh membuat batasan konsep ataupun alat ukur sekehendak hatinya sendiri. Segalanya harus bersifat objektif dengan cara diuji terlebih dahulu untuk melihat apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas (Kriyantono, 2006, p. 55).

Selanjutnya, penelitian kuantitatif ini bersifat korelasional. Metode korelasional bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan faktor variasi lain (Rakhmat & Ibrahim, 2017, p. 70).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai independen pengumpulan datanya. Metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili

populasi tertentu. Secara umum metode survei terdiri dari dua jenis, yaitu deskriptif dan eksplanatif (analitik). Jenis survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei eksplanatif (analitik). Survei eksplanatif digunakan untuk mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu. Survei ini menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih. Survei ekplanatif yang digunakan bersifat asosiatif yang dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan (korelasi) antarvariabel (Kriyantono, 2006, pp. 59-60).

Metode survei eksplanatif yang bersifat asosiatif ini dipilih karena sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Peneliti ingin melihat apakah ada pengaruh penggunaan fitur *swipe up Instagram stories* dalam mengakses berita terhadap konsumsi berita generasi milenial.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini, populasi dan sampel penelitian adalah sebagai berikut.

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono dalam buku Rachmat Kriyantono yang berjudul *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi bisa berupa orang, organisasi, kata-kata dan kalimat, simbol nonverbal, surat kabar radio, televisi, iklan dan lainnya (Kriyantono, 2006, p. 153).

Karena objek dalam penelitian ini adalah media sosial *Instagram Detikcom*, populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang

menggunakan *Instagram* dan mengikuti *Instagram Detikcom*. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini menggunakan *followers* dari *Instagram* media *Detikcom*.



**Gambar 3.1 Jumlah *Followers Instagram Detikcom***  
**Sumber: *Instagram Detikcom, 2019***

Berdasarkan gambar 3.1 yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang menjadi *followers Instagram Detikcom*. Namun, *followers* tersebut bisa berubah di kemudian hari. Peneliti mengambil populasi generasi milenial berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII. Survei tersebut menyatakan bahwa pengguna internet berdasarkan usia masuk dalam kategori milenial yaitu pada usia 20 – 24 tahun sebanyak 88,5%, 25 – 29 tahun sebanyak 82,7%, dan terakhir dengan usia 30 – 34 tahun sebanyak 76,5%.

### **3.3.2 Sampel**

Dalam melakukan riset, seorang periset tidak harus melakukan penelitian dengan seluruh objek. Periset dapat mempelajari, memprediksi, dan menjelaskan sifat-sifat suatu objek atau fenomena dengan mempelajari dan mengamati sebagian objek fenomena tersebut. Sebagian dari keseluruhan objek yang diamati tersebut disebut dengan sampel. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh periset, seperti keterbatasan

biaya, waktu, dan tenaga. Pemilihan sampel dilakukan dengan syarat bahwa sampel harus memenuhi unsur independen atau mewakili dari seluruh sifat-sifat objek penelitian. Representatif sampel ini diperlukan dalam penelitian kuantitatif karena penelitian kuantitatif bersifat dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2006, pp. 153-154).

Teknik metode sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu didasarkan atas kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Berumur 20 – 34 tahun
- b. Mempunyai akun *Instagram*
- c. Mengikuti (*follow*) akun *Instagram Detikcom*
- d. Pernah menggunakan fitur *swipe up* dalam mengonsumsi berita

Dikarenakan jumlah populasi yang banyak dan bisa berubah-ubah setiap detiknya, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan perhitungan populasi tak terhingga yang telah ditentukan dengan syarat bagian tersebut dapat mewakili bagian yang lain.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael, seperti berikut:

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

Keterangan:

s = Sampel

N = Ukuran Populasi

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

d = 0,05

P = Q = 0,5

Untuk memudahkan mendapatkan sampel dengan menggunakan perhitungan populasi tak terhingga dapat dilihat melalui tabel penentuan jumlah sampel yang telah ditentukan berdasarkan taraf kesalahan yang digunakan.

Berdasarkan rumus Isaac dan Michael penentuan jumlah sampel dari populasi tak terhingga ( $\infty$ ), didapatkan sampel dalam penelitian ini adalah 349 dengan taraf kesalahan 5%. Semakin kecil nilai taraf kesalahan, semakin besar tingkat kepercayaan pengambilan keputusan. Pada penelitian pendidikan atau sosial ekonomi, taraf kesalahan yang sering digunakan adalah 5%. Taraf kesalahan 10% untuk bidang ekonomi, dan taraf kesalahan 1% digunakan untuk penelitian kesehatan sehingga diperlukan tingkat kesalahan sekecil mungkin (Anislka, 2018, para. 4).

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Definisi operasional bertujuan mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Mendefinisikan variabel secara operasional adalah menggambarkan atau

mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan terukur (*observable* atau *measurable*). Operasionalisasi variabel dibuat untuk memudahkan pengumpulan data dan menghindarkan perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel (Nurdin & Hartati, 2019, pp. 122-123).

Penelitian ini meneliti dua variabel dan bermaksud untuk menguji pengaruh dari kedua variabel tersebut, yaitu penggunaan fitur *swipe up Instagram stories Detikcom* sebagai variabel bebas atau *independent variable* (X) dan variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah konsumsi berita generasi milenial yang mengikuti *Instagram Detikcom*. Berikut ini penjelasan mengenai variabel yang terdapat dalam penelitian.

1. Variabel bebas atau *independent variable* (X)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan fitur *swipe up* yang dilihat dari sudut pandang *technology acceptance model* (TAM). TAM digunakan untuk menganalisis penggunaan fitur *swipe up* dalam mengonsumsi berita yang dilakukan oleh generasi milenial. Melalui TAM, asumsinya adalah pada saat pengguna akan menggunakan teknologi yang baru maka ada lima faktor yang memengaruhinya, yaitu, persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use perceived*), persepsi kebermanfaatan (*usefulness perceived*), *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual technology usage*.

2. Variabel terikat atau *dependent variable* (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah konsumsi berita generasi milenial yang mengikuti *Instagram Detikcom*. Indikator dari konsumsi berita, dapat

dilihat melalui aspek waktu. Ada dua aspek yang berhubungan dengan waktu dalam konsep perilaku, yaitu aspek durasi dan frekuensi. Aspek durasi dalam membaca berita dapat dilihat dari jumlah waktu yang dialokasikan generasi milenial saat membaca berita melalui fitur *swipe up* di *Instagram*.

Aspek frekuensi dapat diukur dengan beberapa hal. Pertama, diukur dari jumlah penggunaan aplikasi *Instagram*, penggunaan fitur *swipe up*, dan jumlah berita yang diakses oleh generasi milenial dalam sehari. Kedua, aspek frekuensi juga dapat dilihat dari segi waktu yang menjadi '*prime-time*' generasi milenial mengakses berita melalui fitur *swipe up*.

Penelitian ini bertujuan melihat frekuensi dan durasi dalam mengonsumsi berita @detikcom menggunakan fitur *swipe up* mengacu pada survei Indonesia *Millennial Report 2019*, yaitu dibagi menjadi empat kategori, yaitu *light user* (mereka yang mengonsumsi berita < 1 menit sehari), *medium user* (mereka yang mengonsumsi berita 1-3 menit sehari), *heavy user* (mereka yang mengonsumsi berita 4-6 menit sehari), dan *addicted user* (mereka yang mengonsumsi berita > 7 menit sehari).

Berdasarkan penjelasan di atas, operasionalisasi variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel**

<b>Kategori Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Deskriptor</b>	<b>Item</b>	<b>Skala</b>
Penggunaan Fitur <i>Swipe Up</i> dalam Mengonsumsi Berita	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Ease of Use Perceived</i> )	a. Mudah dipelajari ( <i>easy to learn</i> )	- Mampu mempelajari penggunaan fitur <i>swipe up</i> dalam mengonsumsi berita @detikcom	X1	Likert
		b. Jelas dan dapat dipahami ( <i>clear &amp; understandable</i> )	- Mampu memahami dan mengerti penggunaan fitur <i>swipe up</i> dalam mengonsumsi berita @detikcom	X2	Likert
		c. Mudah digunakan ( <i>easy to use</i> )	- Mengetahui fitur <i>swipe up</i> mudah digunakan dalam mengonsumsi berita @detikcom	X3 - X6	Likert
	Persepsi Kebermanfaatan ( <i>Usefulness Perceived</i> )	a. Meningkatkan produktivitas ( <i>increase productivity</i> )	- Mengetahui fitur <i>swipe up</i> mampu meningkatkan produktivitas pengguna	X7 - X8	Likert
		b. Efektifitas ( <i>effectiveness</i> )	- Mengetahui fitur <i>swipe up</i> mampu membuat penggunaan waktu lebih efektif dalam mengonsumsi berita @detikcom	X9 - X10	Likert

		c. Bermanfaat ( <i>useful</i> )	- Mengetahui fitur <i>swipe up</i> bermanfaat dalam mengonsumsi berita @detikcom	X11	Likert
	<i>Attitude Toward Using</i>		- Mengetahui sikap dalam menggunakan fitur <i>swipe up</i> dalam mengonsumsi berita @detikcom	X12 - X14	Likert
	<i>Behavioral Intention to Use</i>		- Kecenderungan pengguna untuk menggunakan fitur <i>swipe up</i> secara terus menerus dalam mengonsumsi berita @detikcom	X15 - X16	Likert
	<i>Actual Technology Usage</i>		- Keinginan untuk terus menggunakan fitur <i>swipe up</i> dalam mengonsumsi berita @detikcom	X17 - X19	Likert
Konsumsi Berita Generasi Milenial	Intensitas Waktu	a. Frekuensi	- Mengetahui berapa sering pengguna <i>Instagram</i> mengunjungi <i>Instagram @detikcom</i> - Mengetahui berapa sering	Y1 - Y2	Interval

			pengguna <i>Instagram</i> membaca berita <i>@detikcom</i> melalui fitur <i>swipe up</i>		
		b. Durasi	- Mampu menghitung berapa lama pengguna <i>Instagram</i> mengunjungi <i>Instagram @detikcom</i> - Mampu menghitung berapa lama pengguna <i>Instagram</i> membaca berita <i>@detikcom</i> melalui fitur <i>swipe up</i>	Y3 - Y4	Interval

**Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019**

Dalam menentukan indikator atau pernyataan pada setiap variabel, peneliti mengambil referensi dari berbagai sumber. Pengambilan referensi tidak hanya berdasarkan satu sumber karena ada beberapa pernyataan yang menurut peneliti tidak sesuai dengan objek penelitian ini, oleh karena itu peneliti juga membutuhkan sumber referensi lain untuk menentukan pernyataan yang dapat disesuaikan dengan objek pada penelitian ini.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data digunakan sebagai suatu proses untuk mendapatkan data secara

empiris melalui responden dengan menggunakan metode-metode tertentu (Silalahi, 2009, p. 280).

### **3.5.1 Data Primer**

Data primer adalah data utama yang berasal dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2005, p. 122). Untuk mendukung metode dan jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengumpulan data kuesioner.

Kuesioner atau sering juga disebut angket adalah instrumen penelitian yang berisi serangkaian pernyataan dan/atau pernyataan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pernyataan (Kriyantono, 2006, p. 97).

Kuesioner yang peneliti gunakan menggunakan dua skala pengukuran, yaitu skala *likert* untuk variabel X dan skala interval untuk variabel Y. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap biasanya ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Dalam penelitian yang peneliti lakukan, skala *likert* digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu. Hal tersebut dilakukan karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda (Kriyantono, 2006, pp. 138-139). Selain itu, menurut Hadi, terdapat dua alasan untuk meniadakan jawaban yang ditengah (netral) (Hadi, 1991, p. 19), yaitu

1. menggunakan jawaban netral masuk kedalam kategori *undeciden*. Hal tersebut berarti jawaban netral mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban, bisa juga netral diartikan dengan setuju tidak, tidak setuju pun tidak, atau bahkan ragu-ragu.
2. penggunaan jawaban netral menimbulkan jawaban ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi responden yang ragu-ragu atas kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban itu akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijangkau para responden.

Maka dari itu, instrumen dari skala *likert* dalam penelitian ini terdiri dari:

1 = berarti Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = berarti Tidak Setuju (TS)

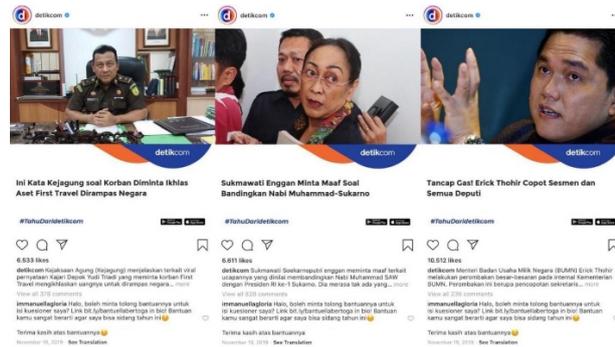
3 = berarti Setuju (S)

4 = berarti Sangat Setuju (SS)

Skala interval adalah skala yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data lainnya dan mempunyai bobot atau jarak atau interval yang sama.

Dalam menyebarkan kuesioner, peneliti menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*, serta menggunakan *message*

application yaitu *Line Today*, dan *WhatsApp*. Selain itu, peneliti juga menyebarkan kuesioner dengan melakukan *paid promote* pada akun *Instagram @magang.id* untuk mendapatkan responden dengan umur diatas 24 tahun dengan status pekerjaan selain mahasiswa.



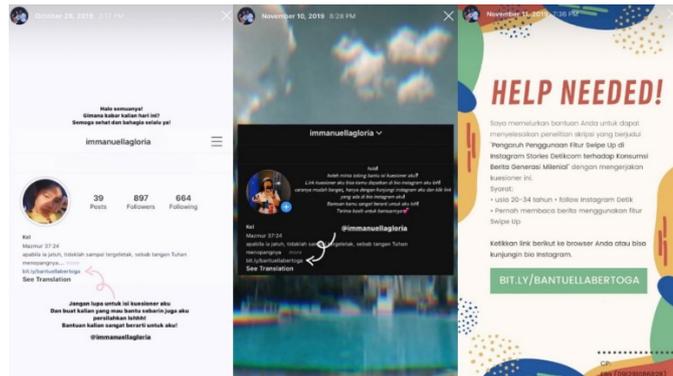
**Gambar 3. 2 Penyebaran Kuesioner melalui Komentar di Unggahan Instagram Detikcom**  
**Sumber: Olahan Data Peneliti, 2019**

Gambar 3.2 di atas merupakan contoh cara penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan responden. Peneliti mengomentari foto yang diunggah oleh *Detikcom* melalui media sosial *Instagram*.



**Gambar 3. 3 Penyebaran Kuesioner melalui Komentar di Unggahan Twitter Detikcom**  
**Sumber: Olahan Data Peneliti, 2019**

Gambar 3.3 di atas merupakan contoh cara penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan responden. Peneliti mengomentari *tweet* yang diunggah oleh *Detikcom* melalui media sosial *Twitter*.



**Gambar 3.4 Penyebaran Kuesioner melalui *Instagram Stories*  
Sumber: Olahan Data Peneliti, 2019**

Gambar 3.4 di atas merupakan contoh cara penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan responden. Peneliti membuat konten yang berisi link kuesioner peneliti dan menyebarkannya melalui akun *Instagram stories* peneliti. Peneliti menyematkan *link* kuesioner di bagian *bio profile* akun *Instagram* peneliti.

### 3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang hasil pengumpulan dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan (Bungin, 2005, p. 132). Data sekunder diperoleh peneliti dari studi kepustakaan ataupun internet, jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan memiliki sumber data yang valid.

### **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Kuesioner disebarakan secara *online*. Penelitian ini menggunakan pernyataan dalam kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017, p. 93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan menggunakan skala likert, variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala likert memiliki bobot tersendiri berdasarkan tingkatannya dengan nilai 1 - 4, misalnya dalam penelitian ini tingkat sangat tidak setuju diberikan nilai 1, sedangkan sangat setuju diberikan nilai 4.

Pengukuran data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistik SPSS versi 25. Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat utama untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Ardial, 2014, p. 461). Untuk menguji item-item pernyataan dalam kuesioner, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Secara singkat, validitas merupakan pengujian untuk melihat apakah instrumen telah mengukur konsep atau konstruk yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, validitas berkaitan dengan kebenaran konsep atau konstruk yang diukur. Validitas instrumen dibedakan menjadi tiga, yaitu validitas isi, validitas kriteria, dan validitas konstruk. Validitas isi adalah kemampuan instrumen untuk mengukur substansi yang harus diukur.

Validitas kriteria adalah kemampuan instrumen untuk memprediksi, sedangkan validitas konstruk adalah kemampuan instrumen untuk diinterpretasikan ke dalam konstruk tertentu (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019, p. 184).

Sebuah instrumen dikatakan valid jika sudah dilakukan pengujian secara empiris (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019, p. 185), mencakup hal-hal berikut ini:

1. Validitas internal: instrumen yang dianggap valid adalah instrumen yang skornya mempunyai koefisien korelasi yang signifikan dengan skor total instrumen atau tes.
2. Validitas eksternal: besaran validitas eksternal dari instrumen didapat dengan mengorelasikan skor hasil ukur instrumen yang dikembangkan dengan skor hasil instrumen yang baku.

Perhitungan validitas adalah dengan mengukur korelasi antara tiap-tiap *item* dari kuesioner dengan skor total seluruh *item* dari sebuah variabel.

Peneliti menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) 25 untuk melakukan uji validitas. Kuesioner yang dibuat menggunakan *google form* disebar secara *online* kepada  $34,9 \approx 35$  responden. Berdasarkan tabel nilai *r product moment*, nilai *r* untuk responden ( $n=35$ ) adalah 0,334. Pernyataan dinyatakan valid apabila *r* hitung  $>$  *r* tabel.

a. Variabel X (Penggunaan Fitur *Swipe Up Instagram Stories Detikcom*)

Pernyataan untuk variabel X bisa dikatakan valid apabila *r* hitung  $>$  *r* tabel. Dalam penelitian ini *r* tabel =  $n = 35$  adalah 0,334. Berdasarkan syarat

tersebut seluruh pernyataan pada variabel X dinyatakan valid dengan signifikansi dibawah 0,05.

**Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X**

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	N	Simpulan
1.	Saya dapat dengan mudah mempelajari cara menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,538	0,334	35	Valid
2.	Saya dapat mengerti dan memahami cara menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,429	0,334	35	Valid
3.	Saya dapat dengan mudah mengonsumsi berita menggunakan fitur <i>swipe up</i> di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,452	0,334	35	Valid
4.	Kemudahan fitur <i>swipe up</i> membuat saya sering mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,881	0,334	35	Valid
5.	Kemudahan fitur <i>swipe up</i> membuat saya senang membaca berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,859	0,334	35	Valid
6.	Kemudahan fitur <i>swipe up</i> membuat saya jarang mengonsumsi berita dengan cara yang lain (seperti mengonsumsi berita dari aplikasi berita <i>Detikcom</i> atau mengunjungi <i>website Detikcom</i> ).	0,583	0,334	35	Valid

7.	Semenjak saya menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> , mengonsumsi berita menjadi lebih praktis.	0,768	0,334	35	Valid
8.	Semenjak saya menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> , membuat saya semakin <i>up-to-date</i> .	0,852	0,334	35	Valid
9.	Semenjak saya menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> , dapat menghemat waktu saya.	0,820	0,334	35	Valid
10.	Semenjak saya menggunakan fitur <i>swipe up</i> di <i>Instagram stories @detikcom</i> , membuat saya lebih cepat dalam mengonsumsi berita.	0,775	0,334	35	Valid
11.	Saya merasa fitur <i>swipe up</i> berguna pada saat saya mengonsumsi berita <i>@detikcom</i> .	0,784	0,334	35	Valid
12.	Saya suka menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,783	0,334	35	Valid
13.	Saya memiliki pandangan positif terhadap fitur <i>swipe up</i> di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,701	0,334	35	Valid
14.	Menggunakan fitur <i>swipe up</i> adalah solusi yang baik untuk mengonsumsi berita.	0,741	0,334	35	Valid

15.	Saya berniat untuk meningkatkan penggunaan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,795	0,334	35	Valid
16.	Saya berniat untuk terus menggunakan fitur <i>swipe up</i> dalam mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,812	0,334	35	Valid
17.	Saya sering menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> .	0,828	0,334	35	Valid
18.	Saya sering menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> daripada mengonsumsi berita dari sumber dan aplikasi lain.	0,703	0,334	35	Valid
19.	Saya sering menggunakan fitur <i>swipe up</i> untuk mengonsumsi berita di <i>Instagram stories @detikcom</i> dalam mencari informasi berita.	0,869	0,334	35	Valid

**Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25, angket variabel Penggunaan Fitur *Swipe Up Instagram Stories Detikcom* (X) sebanyak 19 butir pernyataan dinyatakan valid dikarenakan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

b. Variabel Y (Konsumsi Berita Generasi Milenial)

Pernyataan untuk variabel Y bisa dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dalam penelitian ini  $r_{tabel} = n = 35$  adalah 0,334 dengan signifikansi dibawah 0,05. Berdasarkan syarat tersebut seluruh pernyataan pada variabel Y dinyatakan valid.

**Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Y**

No	Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	N	Simpulan
20.	Berapa kali Anda membuka <i>Instagram @detikcom</i> dalam sehari?	0,455	0,334	35	Valid
21.	Berapa banyak Anda mengonsumsi berita menggunakan fitur <i>swipe up</i> di <i>Instagram stories @detikcom</i> dalam sehari?	0,545	0,334	35	Valid
22.	Berapa lama Anda membuka <i>Instagram @detikcom</i> dalam sehari?	0,836	0,334	35	Valid
23.	Berapa lama Anda mengonsumsi berita menggunakan fitur <i>swipe up @detikcom</i> dalam sehari?	0,832	0,334	35	Valid

**Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25, angket variabel konsumsi berita generasi milenial (Y) sebanyak 4 butir pernyataan dinyatakan valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Rakhmat, uji reliabilitas bertujuan dalam menunjukkan stabilitas, konsistensi, dan dependabilitas alat ukur (Rakhmat, 2012, p. 19). Ukuran reliabilitas menandakan seberapa jauh pengukuran mampu memberikan konsistensi atau ketepatan pengukuran sesuai waktu dan item di dalam instrumen penelitian (Ghozali, 2016, p. 131).

Koefisien Alpha ditemukan oleh Cronbach, yang digunakan untuk mengukur *internal consistency* skala dan menjadi fungsi langsung dari jumlah item dan besarnya korelasi antar item (Ghozali, 2016, p. 147).

Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk mengukur korelasi antar jawaban pernyataan di dalam pengukuran reliabilitas. SPSS versi 25 memberikan fasilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) untuk mengukur reliabilitas. Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Jika diketahui *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ , maka data tersebut dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik (Budi, 2006, p. 248).

Oleh karena itu, angka reliabilitas yang tepat agar dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini adalah  $> 70$  agar dapat dikatakan reliabel.

- a. Variabel X (Penggunaan Fitur *Swipe Up Instagram Stories Detikcom*)

**Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Variabel X**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	19

**Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019**

Berdasarkan olahan data yang sudah peneliti lakukan, nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu 0,953. Berdasarkan nilai yang diperoleh, variabel penggunaan fitur *swipe up Instagram stories Detikcom* dapat dinyatakan reliabel atau konsisten.

- b. Variabel Y (Konsumsi Berita Generasi Milenial)

**Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel Y**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	4

**Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019**

Berdasarkan olahan data yang sudah peneliti lakukan, nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu 0,629. Berdasarkan nilai yang diperoleh, variabel konsumsi berita generasi milenial dapat dinyatakan reliabel atau konsisten.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono, analisis data adalah kegiatan setelah seluruh data dari responden terkumpul lalu data dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016, p. 147).

Setelah semua data kuesioner terkumpul, pengolahan dari data hasil pengisian kuesioner akan diolah dengan menggunakan program SPSS versi 25. Kemudian, data-data tersebut dimasukkan ke dalam suatu distribusi frekuensi dari setiap indikator variabel untuk melihat adakah pengaruh penggunaan fitur *swipe up Instagram stories Detikcom* terhadap konsumsi berita generasi milenial menggunakan teori *technology acceptance model* (TAM) 1.

#### **3.7.1 Uji Korelasi**

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan antarvariabel dengan cara menghitung korelasinya. Nilai koefisien korelasi digunakan sebagai acuan dalam menentukan diterima atau ditolaknya sebuah hipotesis (Bungin, 2005, p. 386). Penelitian ini menggunakan rumus

*product moment* untuk mengukur korelasinya dengan tabel nilai koefisien korelasi.

**Tabel 3. 6 Nilai koefisien Korelasi**

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 – 1,00	Sangat Kuat

**Sumber: Sugiyono, 2009**

### 3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Uji regresi bertujuan melihat apakah ada pengaruh hubungan atau pengaruh yang signifikan atau tidak antara sebab dan akibat (Kriyantono, 2006, p. 184). Regresi linear sederhana digunakan jika diperoleh data dari dua variabel riset yang telah diketahui yang mana variabel bebas (X) dan yang mana variabel terikat (Y), maka nilai-nilai dari variabel Y mampu dihitung atau diprediksi pada suatu nilai X tertentu (Kriyantono, 2006, p. 183).

Persamaan umum regresi linear sederhana yaitu

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

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

$b$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan independen. Tanda (+) menunjukkan arah garis naik, dan tanda (-) menunjukkan arah garis turun

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Angka konstanta ( $a$ ) adalah angka konsisten variabel Y jika variabel X = 0. Koefisien regresi ( $b$ ) adalah penambahan nilai variabel Y setiap meningkatkan 1% variabel X.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan signifikan tidaknya antara variabel X terhadap variabel Y. Hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan uji t, yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi 5%. Hipotesis nol ( $H_o$ ) merupakan hipotesis yang menyatakan suatu hubungan atau perbedaan antara variabel sama dengan nol, atau secara umum dinyatakan bahwa tidak adanya hubungan atau pengaruh antara dua variabel yang diteliti. Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh antara variabel X dan variabel Y yang diteliti.

$H_o$  : Tidak ada pengaruh antara penggunaan fitur *swipe up Instagram stories Detikcom* terhadap konsumsi berita generasi milenial.

$H_a$  : Ada pengaruh antara penggunaan fitur *swipe up Instagram stories Detikcom* terhadap konsumsi berita generasi milenial.

$H_o$  :  $\beta_1 = 0$ , dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$

$H_a$  :  $\beta_1 \neq 0$ , dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$