



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 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh (Hikmat, 2011: 41). Penelitian biasanya dihadapkan pada penentuan sebab-akibat. Metode kuantitatif mempunyai maksud dalam usahanya menemukan pengetahuan melalui verifikasi hipotesis yang dispesifikasikan secara a priori. Untuk mengumpulkan data, metode kuantitatif memanfaatkan tes tertulis atau kuisioner atau menggunakan alat fisik lainnya seperti poligraf, dan sebagainya. Metode kuantitatif dapat menetapkan semua aturan pengumpulan dan analisis data sebelumnya. Mereka sudah mengetahui hipotesis yang akan diuji dan dapat mengembangkan instrumen yang cocok dengan variabel (Hikmat, 2011: 43).

Teori dalam penelitian kuantitatif menjadi faktor yang sangat penting dalam proses penelitian itu sendiri. Teori atau paradigma teori digunakan untuk menuntun peneliti menemukan masalah penelitian, menemukan

hipotesis, menemukan konsep-konsep, menemukan metodologi, dan menemukan alat-alat analisis data (Bungin, 2005: 25).

Dalam metode kuantitatif, desain harus disusun secara pasti sebelum fakta dikumpulkan. Sekali desain digunakan, tidak boleh diubah dalam bentuk apapun. Sebab, jika diadakan perubahan akan mengaburkan variabel, sehingga penafsiran yang bermakna menjadi tidak mungkin (Hikmat, 2011: 44).

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis eksplanatif di mana dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Karena itu penelitian eksplanasi menggunakan sampel dan hipotesis (Bungin, 2004: 38). Dalam hal ini antara variabel-variabel pelaksanaan kampanye dengan variabel kesadaran berlalu lintas. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey di mana sampel yang akan diambil adalah seluruh *followers* akun @TMCPoldaMetro.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah keseluruhan unit elementer yang parameternya akan diduga melalui statistika hasil analisis yang dilakukan terhadap sampel penelitian (Fathoni, 2005: 103). Populasi bukan hanya orang,

tetapi benda-benda alam yang lainnya yang dapat dijadikan subjek/objek penelitian. Populasi juga tidak sekedar jumlah yang ada pada subjek/objek penelitian, tetapi meliputi seluruh karakter/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek penelitian (Hikmat, 2011: 60). Populasi dalam penelitian ini adalah 1.631.298 *followers* akun @TMCPoldaMetro.

3.3.2 Sampel

Sampel dapat diartikan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu (Taniredja et all, 2011: 34).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan “*Purposive Sampling*”. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011: 23). Dalam penelitian ini penulis melihat keaktifan *followers* di *Twitter* pada akun @TMCPoldaMetro. Penulis mencari *followers* dengan intensitas *tweet* maupun *retweet* ke akun @TMCPoldaMetro yang cukup aktif.

Dalam penentuan jumlah sampling, penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan menggunakan tingkat presisi atau yang digunakan sebesar 90% dengan taraf kesalahan sebesar 10%.

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

Dimana:

n: jumlah sampel yang dicari

N: Jumlah populasi

d: nilai presisi

maka ukuran sampel yang didapat yaitu:

$$N = 1.685.712$$

Keterangan: N diambil dari seluruh jumlah *followers* akun @TMCPoldaMetro tahun 2013.

$$n = \frac{1685712}{1685712 (0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1685712}{16858.12}$$

$$n = 99.99$$

Jumlah sampel yang diambil adalah 99.99 orang atau 100 orang seluruh *followers* akun @TMCPoldaMetro pada tahun 2013.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.4.1 Sumber Primer

Data yang didapatkan langsung dari sumber utama penelitian dengan menggunakan metode angket (kuisisioner). Metode kuisisioner

adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (Narbuko, 2005: 76).

Metode pengumpulan data primer secara aktif beberapa di antaranya meliputi pemberian kuisisioner secara langsung dengan responden, pengisian kuisisioner dengan menggunakan email (Sarwono, 2006: 10).

- **Penyebaran kuisisioner secara langsung kepada responden**

Responden diberi kuisisioner secara langsung dan dimintai mengisi semua pertanyaan yang ada di dalam kuisisioner. Teknik pengambilan data dapat dilakukan oleh pengambil data lapangan yang bertatap muka dengan responden. Atau, kuisisioner diberikan kepada responden yang diberi waktu untuk mengisinya.

- **Kuisisioner dalam email**

Perkembangan teknologi memungkinkan peneliti melakukan survei dengan menggunakan kuisisioner yang dikirim melalui email kepada responden. Keuntungan teknik ini ialah peneliti dapat menjangkau responden yang jauh lokasinya bahkan berbeda kota ataupun negara. Kelemahan

teknik ini ialah tidak semua orang mempunyai alamat emai dan komputer yang tersambung dengan jaringan internet.

Kuisisioner dalam penelitian ini berupa tertulis yang disebar kepada responden yaitu *followers* akun @TMCPoldaMetro sejumlah 100 orang.

3.4.2 Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber sifatnya tambahan, yang didapat dari data yang sudah ada. Sumber sekunder dalam penelitian ini berupa dokumentasi, yakni pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumentasi merupakan data sekunder yang bersifat tercetak bertujuan untuk melengkapi data tambahan penelitian. Penulis juga menggunakan sumber dari artikel di internet.

3.5 Operasionalisasi Konsep dan Teknik Pengukuran Data

3.5.1 Operasionalisasi Konsep

Variabel penelitian ini terdiri atas dua macam yaitu: variabel terikat atau variable yang tergantung pada variabel lainnya dan variabel bebas atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Variabel terikat adalah Kampanye “Jadilah Pelopor Keselamatan Berlalu Lintas dan Budayakan Keselamatan Sebagai Kebutuhan” melalui *Twitter* (X)
2. Variabel tidak terikat adalah kesadaran berlalu lintas (Y)

Variabel ini kemudian dibagi menjadi beberapa dimensi dan dijelaskan indikatornya.

Variabel kampanye melalui *Twitter* dibagi menjadi beberapa dimensi sebagai berikut:

1. Media sosial

Definisi konseptual: media sosial adalah teknologi efektif yang digunakan untuk menjangkau dan menghubungkan seseorang dengan orang lain, menciptakan hubungan, membangun kepercayaan (Safko, 2012: 4).

Definisi operasional: hal-hal yang dapat menjadi tolak ukur yang tepat untuk menilai penggunaan media sosial sebagai media kampanye. Sebuah kampanye yang dilakukan melalui media sosial ini bertolak dari sifat-sifat media sosial, yaitu (Bobbitt et al, 2009: 129).

- a. *Immediacy*
- b. *Provide links*
- c. *Large quantities of information*

- d. *Interactive nature*
- e. *Two-way platform*

Variabel kesadaran berlalu lintas dibagi menjadi dimensi berikut:

1. Kesadaran

Definisi konseptual: Kesadaran berarti keinsafan; keadaan mengerti; hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang.

Definisi operasional: kesadaran dalam efek komunikasi dapat dinyatakan dalam tiga hal, yaitu

- a. Kognitif yang merupakan kemampuan individu dalam mempelajari informasi yang bermanfaat
- b. Afektif menyangkut pada perasaan atau penilaian individu terhadap sebuah informasi
- c. Behavioral merupakan tahap dimana individu melakukan sesuatu terhadap informasi yang diterimanya (Rakhmat, 2008: 223).

Tabel 3.1

Operasionalisasi Konsep Variabel Kampanye “Jadilah Pelopor Keselamatan Berjalan Lintas dan Budaya Keselamatan Sebagai Kebutuhan” melalui *Twitter* dan Kesadaran Berjalan Lintas

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kampanye “Jadilah Pelopor Keselamatan Berjalan Lintas dan Budaya Keselamatan Sebagai Kebutuhan” melalui <i>Twitter</i>	<i>Immediacy</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan <i>timing</i> kampanye dengan situasi lingkungan saat ini. • Kesesuaian kampanye dengan kondisi lalu lintas saat itu. 	Likert
	<i>Provide links</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas untuk menggali informasi mengenai kampanye. • Kemudahan akses untuk mencari informasi. 	
	<i>Large quantities of information</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Keragaman informasi. • Waktu penyampaian kampanye. 	
	<i>Interactive nature</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan kampanye untuk dimengerti. • Fasilitas untuk berinteraksi dengan <i>followers</i> lain. • Fasilitas untuk berbagi dengan <i>followers</i> lain. 	
	<i>Two-way</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas untuk berkomunikasi 	

	<i>platform</i>	dengan contact center.
Kesadaran berlalu lintas	Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> • Kesadaran seseorang akan berlalu lintas. • Informasi lebih mendalam yang didapatkan. • Pengetahuan akan kampanye. • Pengetahuan akan hal-hal yang mengancam keselamatan berlalu lintas. • Perhatian yang diberikan pada setiap kampanye dan kiat-kiat yang diberikan.
	Afektif	<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian terhadap pemahaman akan berlalu lintas. • Penilaian akan kampanye yang dilakukan efektif. • Keyakinan akan partisipasi akan memberikan efek.
	Konatif	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan perlakuan atas informasi yang diberikan. • Menyebarkan informasi secara luas.

3.5.2 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Bentuk skala berupa alternatif pernyataan yang harus dipilih oleh subjek. Dengan menggunakan skala ini, maka variabel yang akan diukur kemudian akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian indikator variabel tersebut akan dijadikan acuan untuk menyusun instrumen pernyataan. Setelah pernyataan dijawab berdasarkan pilihan jawaban yang disediakan, jawaban tersebut akan diberikan skor di setiap jawabannya. Skor yang diberikan adalah:

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Setelah itu keseluruhan skor yang dikumpulkan kemudian dijumlahkan yang kemudian akan dilakukan penghitungan untuk mencari pengaruh variabel.

3.6 Uji Reliabilitas dan Validitas

3.6.1 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun et al, 1989: 140). Reliabilitas merujuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya (Sarwono, 2006: 219).

Pengujian reliabilitas dapat menggunakan metode Alpha-Crocbach. Hasil dari pengujian yang telah dilakukan dapat dibandingkan antara tabel reliability statistic dengan tabel tingkat reliabilitas berdasarkan tingkat Alpha. Jika ditemukan bahwa nilai Alpha hitung lebih besar dari pda r tabel, maka instrument penelitian dinyatakan reliabel (Triton, 2006: 248).

Tabel 3.3

Tingkat Reliability Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 s/d 0.20	Kurang reliable
0.20 s/d 0.40	Agak reliable
0.40 s/d 0.60	Cukup reliable
0.60 s/d 0.80	Reliable

0.80 s/d 1.00	Sangat reliable
---------------	-----------------

Sumber: Triton, 2006: 248

Hasil tingkat reliabilitas variabel kampanye “Jadilah Pelopor Keselamatan Berlalu Lintas dan Budayakan Keselamatan Sebagai Kebutuhan” melalui *Twitter* (X), yaitu yang teruji dalam program SPSS 20 tertera dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.4

Uji Reliability Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	10

Nilai 0.821 memberi makna bahwa seluruh variabel kampanye “Jadilah Pelopor Keselamatan Berlalu Lintas dan Budayakan Keselamatan Sebagai Kebutuhan” melalui *Twitter* (X) bersifat sangat reliabel. Kemudian, hasil tingkat reliabilitas variabel kesadaran berlalu lintas (Y) yang teruji dalam program SPSS 20 tertera dalam tabel berikut:

Tabel 3.5

Uji Reliability Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	10

Nilai 0.791 memberi makna bahwa seluruh variabel kesadaran berlalu lintas (Y) juga bersifat reliabel.

3.6.2 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun, 1989: 124). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sedangkan instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah (Arikunto, 2002: 144).

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20 dengan mengecek nilai tiap item pernyataan pada kedua variabel. Pengujian validitas data ditentukan melalui *Corrected Item – Total Correlation* yang mana jika koefisien korelasi minimal 0.30 (Azwar, 1999: 42). Dalam hal pengujian validitas guna penelitian lebih lanjut, penulis menyebarkan kuisisioner kepada 30 responden awal.

U
M
N

Tabel 3.6
Uji Validitas Variabel X

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	33.97	38.447	.394	.815
X2	33.87	35.982	.594	.797
X3	34.27	35.237	.567	.798
X4	33.97	37.482	.377	.817
X5	33.97	34.999	.445	.813
X6	33.80	33.890	.569	.797
X7	33.63	36.516	.453	.810
X8	34.97	34.585	.543	.800
X9	34.23	34.806	.541	.801
X10	34.13	35.706	.593	.797

UMMN

Tabel 3.7
Uji Validitas Variabel Y

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	34.43	27.771	.555	.766
Y2	35.20	24.855	.580	.756
Y3	35.17	27.109	.382	.783
Y4	34.63	26.171	.570	.759
Y5	35.13	25.637	.556	.760
Y6	34.33	27.954	.492	.771
Y7	35.20	26.924	.537	.764
Y8	34.87	28.051	.373	.783
Y9	35.30	25.114	.589	.755
Y10	35.83	30.420	.391	.818

Setelah dilakukan penghitungan terhadap kuisisioner, didapatkan hasil bahwa uji validitas variabel Kampanye “Jadilah Pelopor Keselamatan Berlalu Lintas dan Budayakan Keselamatan Sebagai Kebutuhan” melalui *Twitter* (X) dan variabel kesadaran berlalu lintas (Y) masing-masing *corrected item – total correlation* > 0.30. Dengan hasil uji validitas yang didapat dari penyebaran awal 30 kuisisioner, maka kuisisioner tersebut telah valid dan lolos uji validitas.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara atau metode untuk menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian (Noor, 2011: 164).

Karena penelitian ini mengukur kesadaran berlalu lintas maka peneliti menggunakan skala likert karena paling tepat mewakili. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan. Untuk mendukung proses dalam menganalisis data, peneliti menggunakan program SPSS versi 20.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2001: 74). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *kolmogorov-smimov* (K-S), yang menguji *unstandardized residual* terdistribusi normal atau tidak. Apabila hasil pengujian dengan SPSS menunjukkan diatas 0.05 maka data terdistribusi normal.

Berikut ini adalah hasil uji normalitas menggunakan SPSS versi 20:

Tabel 3.8
Uji Normalitas

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	36.8800000
	Std. Deviation	3.92725919
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.061
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.942
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.337

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari tabel di atas terlihat bahwa sampel dari tiap variabel untuk masing-masing kelompok angka signifikansi lebih dari 0.05. berdasarkan tabel di atas nilai p-value adalah 0.337 yang artinya lebih besar dari 0.05. Dengan demikian variabel Kampanye “Jadilah Pelopor Keselamatan Berlalu Lintas dan Budayakan Keselamatan Sebagai Kebutuhan” melalui *Twitter* (X) dan kesadaran berlalu lintas (Y) memiliki distribusi data yang normal.