

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif sebenarnya didasarkan pada filsafat positivisme yang menganggap suatu gejala atau fenomena di masyarakat dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2013). Oleh sebab itu, penelitian kuantitatif memiliki sifat deduktif (Sugiyono, 2013). Artinya, peneliti akan menentukan dulu konsep dan teori yang dijadikan dasar untuk menjawab rumusan masalah sebelum dapat merumuskan hipotesis (Sugiyono, 2013). Penelitian yang ingin mengungkap hubungan atau pengaruh antarvariabel dianjurkan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif (Rakhmat & Ibrahim, 2017). Alasannya, pendekatan ini akan memungkinkan peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan atau pengaruh dengan lebih akurat (Rakhmat & Ibrahim, 2017). Pendekatan kuantitatif juga memberi batasan jelas dalam penelitian sebab tiap-tiap variabel dioperasionalisasikan dan diukur (Rakhmat & Ibrahim, 2017).

Operasionalisasi variabel berguna untuk menunjukkan keluasan konsep yang akan diteliti, sementara pengukuran terhadap variabel nantinya akan menunjukkan seberapa kuat suatu variabel berhubungan atau mempengaruhi variabel lain (Rakhmat & Ibrahim, 2017). Pengukuran dalam studi kuantitatif

memerlukan adanya teknik khusus agar dapat menangkap masalah empiris dan mengungkapkan temuan dalam bentuk angka (Neuman, 2014). Kriyantono menyebutkan bahwa peneliti kuantitatif tidak berfokus pada kedalaman data, melainkan keluasan aspek yang diteliti, sehingga peneliti kuantitatif perlu menggunakan konsep dan alat ukur yang objektif (Kriyantono, 2006).

Saat melakukan pengukuran, peneliti kuantitatif umumnya mengawali riset dengan ide abstrak, lalu menutupnya dengan data empiris (Neuman, 2014). Peneliti dalam riset kuantitatif akan berupaya mengaitkan konsep, ide, atau konstruk yang dijadikan dasar, dengan teknik, proses, atau prosedur teramati guna memperoleh hasil di dunia empiris (Neuman, 2014). Ketika data hasil penelitian disajikan, riset kuantitatif tampil dalam bentuk angka dan simbol statistik yang bersifat universal dan dapat dipahami oleh komunitas peneliti (Rakhmat & Ibrahim, 2017). Hasil penelitian kuantitatif yang menggunakan sampel dari populasi tertentu dapat digeneralisasikan untuk menggambarkan perilaku dalam populasi (Allen, Titsworth & Hunt dalam Rakhmat & Ibrahim, 2017)

Selaras dengan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini karena berupaya mencari tahu ada atau tidaknya hubungan antara *incidental news exposure* (X1) dan *news finds me perception* (X2) dengan *social media news engagement* (Y) khalayak pada berita pandemi COVID-19. Di samping itu, penelitian kuantitatif juga memungkinkan peneliti untuk mengetahui tingkatan atau derajat kuat lemahnya hubungan antarvariabel. Karena berjenis kuantitatif, hasil pengukuran dalam penelitian ini nantinya dapat digeneralisasikan untuk merepresentasikan populasi penelitian.

### 3.1.2 Sifat Penelitian

Bungin menyebut terdapat dua sifat dalam penelitian kuantitatif, yakni deskriptif dan eksplanatif (Bungin, 2005). Adapun, penelitian kuantitatif deskriptif berguna untuk mendeskripsikan situasi atau fenomena yang terjadi di masyarakat (Bungin, 2005). Penelitian jenis ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan suatu peristiwa (Rubin et al., 2010). Peneliti yang melakukan riset kuantitatif deskriptif akan berupaya untuk menampilkan gambaran dan karakteristik fenomena atau variabel yang diamati (Bungin, 2005).

Sementara itu, penelitian kuantitatif eksplanasi berguna untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan, perbedaan, atau pengaruh dari suatu variabel atau fenomena yang diteliti terhadap variabel lainnya (Bungin, 2005). Penelitian ini dilakukan pada populasi tertentu dengan mengambil sampel yang nantinya akan dijadikan objek generalisasi (Bungin, 2005). Menurut Bungin, sejumlah pakar berpendapat bahwa penelitian kuantitatif eksplanasi dapat berkontribusi pada pengembangan dan penyempurnaan teori (Bungin, 2005).

Di sisi lain, Rubin, Rubin, Haridakis, dan Piele menjelaskan bahwa peneliti akan mencari dan menjelaskan penyebab terjadinya peristiwa-peristiwa tertentu dalam penelitian eksplanatif (Rubin et al., 2010). Penelitian eksplanatif juga meliputi riset interpretif karena berupaya untuk menafsirkan atau menginterpretasikan suatu kejadian (Rubin et al., 2010). Penelitian eksplanatif umumnya bertujuan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan “mengapa suatu peristiwa terjadi dengan cara tertentu?” dan “apa dampak yang muncul dari peristiwa tersebut?” (Rubin et al., 2010).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti akan menggunakan pendekatan kuantitatif sifat eksplanasi karena ingin melihat hubungan antara variabel *incidental news exposure* (X1) dan *news finds me perception* (X2) dengan *social media news engagement* (Y) khalayak pada berita pandemi COVID-19 di media sosial. Hal ini sejalan dengan pernyataan Bungin yang menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif untuk menguji hubungan antara dua variabel atau lebih umumnya menggunakan sifat eksplanasi guna menemukan dan menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti (Bungin, 2005).

### **3.2 Metode Penelitian**

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei. Survei menjadi salah satu metode yang banyak digunakan para peneliti untuk mengumpulkan data (Neuman, 2014). Neuman berpendapat bahwa survei mampu menyajikan data yang akurat, valid serta reliabel sehingga dapat digunakan oleh peneliti untuk menganalisis suatu fenomena (Neuman, 2014). Namun, pengembangan survei juga membutuhkan upaya dan teknik serius guna menghindari hasil yang menyesatkan (Neuman, 2014).

Survei berkembang dalam lingkup penelitian positivisme. Groves dalam Neuman memaparkan bahwa survei akan menghasilkan data berupa statistik karena merupakan bagian dari riset kuantitatif (Groves dalam Neuman, 2014). Adapun, pertanyaan dalam survei umumnya menggali soal pendapat, keyakinan, karakteristik, perilaku, harapan/ekspektasi, hingga pengetahuan responden di masa lampau atau masa kini (Neuman, 2014). Dengan memanfaatkan metode ini,

peneliti dapat mengajukan sejumlah pertanyaan dan mengukur berbagai variabel sekaligus. Survei juga dapat digunakan dalam penelitian yang sifatnya eksplorasi, deskriptif, maupun eksplanasi (Neuman, 2014).

Selaras dengan pandangan Neuman, Bungin juga membagi survei menjadi dua, yakni survei deskriptif dan eksplanasi (Bungin, 2005). Survei deskriptif merupakan metode survei yang berguna untuk mendeskripsikan populasi suatu penelitian (Kriyantono, 2006). Survei ini hanya memiliki satu variabel dan berfokus untuk menggambarkan fenomena yang sedang terjadi saat itu (Kriyantono, 2006). Survei deskriptif tidak selalu membutuhkan sampel dari populasi dan tidak memiliki hipotesis sehingga analisis datanya pun hanya dilakukan dengan statistik deskriptif (Bungin, 2005).

Sebaliknya, survei eksplanasi digunakan untuk mencari hubungan atau pengaruh antarvariabel sehingga hipotesis menjadi syarat mutlak. Survei ini akan menggunakan statistik inferensial dalam menganalisis data (Bungin, 2005). Dalam survei eksplanasi, peneliti nantinya akan mengambil sampel dari populasi. Keberadaan sampel dibutuhkan dalam penelitian sebab peneliti tak dapat mengamati fenomena pada seluruh populasi, terutama yang berjumlah besar (Sugiyono, 2013). Meski demikian, hasil pembelajaran sampel nantinya dapat digeneralisasikan untuk menggambarkan seluruh populasi (Sugiyono, 2013).

Metode survei sebelumnya telah digunakan oleh Kim et al. (2013) untuk mengukur *incidental news exposure*. Kim et al. kala itu ingin mengamati dampak *incidental news exposure* dan *relative entertainment use* di internet pada keterlibatan politik (*political engagement*) khalayak. Mereka menggunakan survei

daring untuk mengumpulkan jawaban responden terkait *incidental news exposure* yang dialaminya ketika menggunakan internet. Dalam konteks *news finds me perception*, Gil de Zúñiga et al. (2017) juga menggunakan survei untuk mencari tahu dampak yang ditimbulkan dari *news finds me perception* terhadap keinginan untuk mencari berita dan pembelajaran politik khalayak.

Di sisi lain, Steensen et al. menyebutkan bahwa salah satu jenis keterlibatan khalayak pada berita (*news engagement*) adalah *behavioral engagement* yang dapat dikuantifikasikan dan diukur dengan *audience metric* (Steensen et al., 2020). Adapun, contoh *behavioural engagement* adalah *menge-scroll* atau menavigasikan berita, mengeklik tautan berita, menyukai dan memberi komentar pada unggahan berita, membagikan (*share*) tautan berita, hingga mendiskusikan berita dengan pengguna lain secara daring (Steensen et al., 2020). Selaras dengan hal tersebut, Neuman memaparkan bahwa pertanyaan survei salah satunya digunakan untuk menggali perilaku responden di masa lampau maupun masa kini (Neuman, 2014). Dengan demikian, survei menjadi metode yang cocok digunakan untuk mengukur *social media news engagement* dalam penelitian ini.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi merupakan area generalisasi yang tersusun atas subjek atau objek dengan karakteristik khusus yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan didapatkan kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dapat berupa orang atau objek lain yang terdapat di lingkungan tertentu (Sugiyono, 2013). Secara

sederhana, populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan objek atau subjek yang ingin diamati (Kriyantono, 2006).

Penelitian ini dilakukan pada penduduk DKI Jakarta. Alasannya, DKI Jakarta merupakan provinsi dengan angka kasus COVID-19 tertinggi. Menurut data dari Kementerian Kesehatan yang dimuat dalam laman *covid19.go.id*, hingga 15 Maret 2022, DKI Jakarta telah mencatatkan 1.218.000 kasus COVID-19 (Satgas COVID-19, 2022). Di bawahnya terdapat Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah dengan jumlah kasus positif masing-masing 1.072.672 dan 610.058 kasus (Satgas COVID-19, 2022). Tingginya angka kasus positif COVID-19 di DKI Jakarta membuat penduduk di provinsi tersebut diasumsikan sering terpapar berita seputar pandemi COVID-19.

Secara spesifik, peneliti memilih penduduk dari tiga kelompok usia, yakni 20–24 tahun, 25–29 tahun, dan 30–34 tahun, untuk menjadi populasi dalam penelitian. Hal ini didasarkan pada data Statista yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial di Indonesia merupakan masyarakat berusia usia 25–34 tahun dengan persentase 20,6 persen laki-laki dan 14,8 perempuan (Annur, 2020). Sementara itu, posisi kedua pengguna media sosial terbanyak ditempati oleh penduduk berusia 18–24 tahun dengan persentase laki-laki dan perempuan sebesar 16,1 dan 14,2 persen (Annur, 2020).

Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta pada 2020 mencatat jumlah penduduk kelompok usia 20–24 tahun di DKI sebanyak 818.069 jiwa (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2020). Pada waktu yang sama, penduduk berusia 25–29 tahun telah mencapai 835.638 jiwa (Badan Pusat Statistik DKI

Jakarta, 2020). Adapun, penduduk berusia 30–34 DI DKI Jakarta hingga 2020 telah menyentuh angka 861.109 jiwa (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2020). Dengan demikian, total populasi dalam penelitian ini adalah 2.514.816 orang.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian jumlah dan karakteristik dari suatu populasi yang hendak diamati oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Ketika peneliti menarik sampel, artinya peneliti memilih sejumlah kasus untuk diamati secara mendetail (Neuman, 2014). Hasil pengamatan dan pembelajaran tersebut nantinya akan digunakan untuk memahami kumpulan kasus lebih besar, atau yang dalam konteks ini disebut populasi (Neuman, 2014).

Adapun, pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *non-probability sampling*. Teknik ini tidak memberi kesempatan setara kepada tiap anggota populasi untuk diangkat menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2013). Tak dapat dimungkiri, *non-probability sampling* merupakan teknik yang memberi hasil kurang akurat jika peneliti ingin memiliki sampel representatif (Neuman, 2014). Meski demikian, Neuman berpendapat bahwa teknik tersebut dapat diterima jika teknik *probability* sulit, memakan waktu, dan membutuhkan biaya besar untuk dilakukan (Neuman, 2014).

Untuk mengumpulkan sampel dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik *quota sampling*. *Quota sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan karakteristik khusus sesuai kebutuhan penelitian hingga mencapai kuota atau jumlah yang diperlukan (Sugiyono, 2013). Selaras dengan pendapat tersebut,

Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016) juga mendefinisikan *quota sampling* sebagai cara penarikan sampel dari populasi berdasarkan ciri-ciri tertentu sampai memenuhi kuota yang diharapkan peneliti. *Quota sampling* yang dirancang dengan baik diklaim dapat memberikan sampel yang hampir representatif (Neuman, 2014).

Peneliti menggunakan rumus Slovin guna menentukan ukuran sampel. Dalam perhitungan, peneliti perlu mempertimbangkan taraf signifikansi yang diinginkan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Taraf signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5 persen sehingga penghitungan ukuran sampel dengan rumus Slovin dapat digambarkan sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{2.514.816}{1 + (2.514.816 \times 0,05^2)}$$
$$n = \frac{2.514.816}{6.288,04} = 400$$

Keterangan

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = taraf signifikansi

Dari perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini sekurang-kurangnya harus berjumlah 400 orang, yang diambil dari populasi masyarakat DKI Jakarta berusia 20–34 tahun. Sampel tersebut selanjutnya akan dijadikan subjek penyebaran kuesioner. Proses perekrutan responden dilakukan melalui media sosial. Peneliti membagikan poster rekrutmen

melalui fitur *story* di Instagram, menulis pesan di menfess Twitter, serta membagikan tautan kuesioner di *LINE Square*. Peneliti juga mengirim *direct message* kepada pengikut akun-akun informasi seputar DKI Jakarta (misalnya *infojktku* atau *jktinfo*) di Instagram dan memohon kesediaan mereka untuk berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian. Penyebaran kuesioner dimulai pada 16 Maret 2022. Proses dihentikan pada 23 Mei 2022, ketika survei telah memenuhi target responden minimal yang dibutuhkan peneliti.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dapat didefinisikan sebagai tahapan mengubah konsep hingga menjadi variabel penelitian (Kriyantono, 2006). Menurut (Sugiyono, 2013), variabel dalam riset kuantitatif memang perlu diberi definisi operasional sehingga peneliti dapat menentukan indikator yang nantinya digunakan untuk mengukur sikap atau perilaku responden. Operasionalisasi variabel juga akan membantu peneliti untuk mengetahui keluasan konsep yang akan diamati. Sementara itu, pengukuran variabel nantinya digunakan untuk mengetahui derajat kuat hubungan atau pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel lainnya (Rakhmat & Ibrahim, 2017). Terdapat tiga variabel yang diamati dalam penelitian ini, yakni *incidental news exposure* sebagai variabel independen (X1), *news finds me perception* sebagai variabel independen (X2), dan *social media news engagement* sebagai variabel dependen (Y). Rincian tahap operasionalisasi variabel dapat digambarkan melalui tabel berikut.

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi/Indikator	Item Pertanyaan	Skala
<i>Incidental News Exposure (X1)</i> (Yamamoto & Morey, 2019) (Kim et al., 2013)	<i>Incidental News Exposure via Search Engines</i>	1) Seberapa sering Anda menemukan berita pandemi COVID-19 secara tidak sengaja ketika sedang mengakses <b>Google</b> ?	Likert (1–5)
	<i>Incidental News Exposure via Social Media</i>	2) Seberapa sering Anda secara tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>Facebook</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya? 3) Seberapa sering Anda tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>Twitter</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya? 4) Seberapa sering Anda tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>YouTube</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya? 5) Seberapa sering Anda tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>Instagram</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya?	
	<i>Incidental News Exposure via Instant Messaging App</i>	6) Seberapa sering Anda menerima pesan/informasi soal pandemi COVID-19 di <b>Whatsapp</b> , meski Anda tidak berniat mencari informasi tersebut? 7) Seberapa sering Anda menerima informasi soal pandemi COVID-19 di <b>LINE</b> , meski Anda tidak berniat mencari informasi tersebut?	
<i>News Finds Me Perception (X2)</i> (Goyanes et al., 2021)	-	1) Saya lebih sering mengandalkan teman atau pengguna media sosial lain untuk tahu informasi penting seputar pandemi COVID-19	Likert (1–5)
	-	2) Saya merasa diri saya tetap bisa memperoleh berita pandemi COVID-19, tanpa perlu secara aktif mengikuti berita-berita tersebut	
	-	3) Saya mengandalkan berita pandemi COVID-19 yang disukai ( <i>like</i> ) atau diikuti ( <i>follow</i> ) oleh teman-teman saya di media sosial	
	-	4) Saya merasa <i>update</i> dan mendapat informasi yang cukup tentang pandemi COVID-19, meski saya tidak secara aktif mencari berita-berita terkait hal ini	

	-	5) Saya merasa tidak perlu khawatir untuk mengikuti berita pandemi COVID-19, karena saya tahu berita-berita tersebut akan sampai dengan sendirinya pada saya	
	-	6) Saya merasa tidak perlu aktif mencari berita soal pandemi COVID-19 karena saya tahu berita-berita tersebut akan muncul di laman media sosial saya	
<i>Social Media News Engagement (Y)</i> (Chen, 2020)	<i>Exposure Engagement</i>	1) Saya membaca/menonton berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial dengan penuh perhatian 2) Saya menikmati membaca/menonton berita pandemi COVID-19 lewat media sosial 3) Saya sering mengeklik tautan ( <i>link</i> ) berita tentang pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial 4) Saya sering mendapat berita soal pandemi COVID-19 yang dibagikan oleh akun penyedia berita/pengguna media sosial lain	Likert (1–5)
	<i>Content-Interaction Engagement</i>	5) Saya suka membagikan pandangan atau opini pribadi saya tentang berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial kepada orang lain 6) Saya ikut memberikan komentar pada unggahan berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial 7) Saya suka mengutip informasi penting dari berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial, untuk diberitahukan kepada orang lain 8) Saya suka membagikan hal yang saya rasakan terkait berita pandemi COVID-19 di media sosial 9) Saya suka membagikan tautan ( <i>link</i> ) berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial 10) Saya suka mengeklik tombol <i>like</i> pada unggahan berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial	

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner daring. Kuesioner merupakan instrumen penelitian berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang disajikan kepada responden untuk kemudian diberi jawaban (Sugiyono, 2013). Tiap-tiap pertanyaan dalam kuesioner harus bersifat jelas, tepat, tersusun secara logis, mudah dipahami, serta mudah untuk dijawab (Rubin et al., 2010). Terdapat dua jenis kuesioner yang digunakan dan diperdebatkan manfaatnya oleh para peneliti, yakni kuesioner terbuka (*open-ended*) dan kuesioner tertutup (*close-ended*) (Neuman, 2014). Kuesioner terbuka merupakan jenis kuesioner yang mengizinkan responden untuk memberi jawaban bebas dan tidak terstruktur (Neuman, 2014). Sebaliknya, kuesioner tertutup membutuhkan jawaban tetap dan terstruktur, sehingga tiap pertanyaan disajikan dengan opsi tanggapan yang dapat dipilih oleh responden (Neuman, 2014).

Jenis kuesioner dipilih berdasarkan tujuan dan batasan yang ditetapkan oleh peneliti (Neuman, 2014). Adapun dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan kuesioner tertutup (*close-ended*) untuk menggali jawaban responden mengenai *incidental news exposure*, *news finds me perception*, dan *social media news engagement* pada berita pandemi COVID-19 di media sosial. Neuman memaparkan bahwa kuesioner tertutup biasanya digunakan dalam survei berskala besar karena cenderung cepat dan mudah dilakukan, baik oleh responden maupun peneliti (Neuman, 2014). Di samping itu, kuesioner tertutup juga meminimalisasi kemungkinan munculnya jawaban membingungkan dan tidak relevan dari responden (Neuman, 2014). Hal ini mempermudah peneliti untuk

mengodekan jawaban, membandingkan jawaban tiap responden, serta menganalisis hasil jawaban secara statistik (Neuman, 2014).

Data yang diperoleh dari hasil survei daring nantinya akan dikategorikan sebagai data primer dalam penelitian. Di samping itu, peneliti juga mengumpulkan data sekunder, yakni data yang dikeluarkan oleh sumber atau pihak lain (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Dalam penelitian ini, data sekunder diambil melalui buku-buku, berita, jurnal penelitian dari dalam dan luar negeri, serta data milik lembaga swasta maupun pemerintah yang relevan.

### **3.6 Teknik Pengukuran Data**

#### **3.6.1 Validitas**

Secara sederhana, validitas merepresentasikan kebenaran instrumen penelitian (Neuman, 2014). Konsep ini merepresentasikan seberapa cocoknya suatu rancangan atau gagasan dengan kondisi nyata di lapangan (Neuman, 2014). Sebaliknya, ketiadaan validitas menandakan bahwa gagasan yang dirancang untuk menganalisis fenomena tidak sesuai dengan kondisi asli di lingkungan sosial (Neuman, 2014). Sejalan dengan Neuman, Sugiyono menyebutkan bahwa instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika instrumen tersebut mampu mengukur objek atau fenomena yang seharusnya (Sugiyono, 2013).

Untuk mengetahui validitas instrumen, peneliti melakukan pengukuran pada hasil jawaban 40 responden dengan *Pearson Product Moment* di *software* SPSS. Dewi (2018) mengungkapkan, cara menginterpretasikan hasil uji validitas di SPSS adalah dengan membandingkan nilai R hitung dan R tabel. Jika R hitung lebih besar

dibanding R tabel, maka item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid (Dewi, 2018). Demikian pula sebaliknya, jika nilai R hitung yang lebih kecil dibanding R tabel menunjukkan tidak validnya item pertanyaan. Dalam riset ini, peneliti menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5 persen), maka nilai R tabel dua arah (*two-tailed*) untuk 40 responden adalah 0,312.

a. *Incidental News Exposure*

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel X1

<i>Item</i>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Seberapa sering Anda menemukan berita pandemi COVID-19 secara tidak sengaja ketika sedang mengakses <b>Google</b> ?	0,663	0,312	Valid
Seberapa sering Anda secara tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>Facebook</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya?	0,605	0,312	Valid
Seberapa sering Anda tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>Twitter</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya?	0,750	0,312	Valid
Seberapa sering Anda tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>YouTube</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya?	0,791	0,312	Valid
Seberapa sering Anda tidak sengaja menemukan berita pandemi COVID-19 di <b>Instagram</b> , meski Anda tidak berniat untuk mencarinya?	0,765	0,312	Valid
Seberapa sering Anda menerima pesan/informasi soal pandemi COVID-19 di <b>Whatsapp</b> , meski Anda tidak berniat mencari informasi tersebut?	0,779	0,312	Valid
Seberapa sering Anda menerima informasi soal pandemi COVID-19 di <b>LINE</b> , meski Anda tidak berniat mencari informasi tersebut?	0,654	0,312	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

b. *News Finds Me Perception*

Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel X2

<i>Item</i>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Saya lebih sering mengandalkan teman atau pengguna media sosial lain untuk tahu informasi penting seputar pandemi COVID-19	0,466	0,312	Valid
Saya merasa diri saya tetap bisa memperoleh berita pandemi COVID-19, tanpa perlu secara aktif mengikuti berita-berita tersebut	0,504	0,312	Valid
Saya mengandalkan berita pandemi COVID-19 yang disukai ( <i>like</i> ) atau diikuti ( <i>follow</i> ) oleh teman-teman saya di media sosial	0,580	0,312	Valid
Saya merasa <i>update</i> dan mendapat informasi yang cukup tentang pandemi COVID-19, meski saya tidak secara aktif mencari berita-berita terkait hal ini	0,727	0,312	Valid
Saya merasa tidak perlu khawatir untuk mengikuti berita pandemi COVID-19, karena saya tahu berita-berita tersebut akan sampai dengan sendirinya pada saya	0,723	0,312	Valid
Saya merasa tidak perlu aktif mencari berita pandemi COVID-19 karena saya tahu berita-berita tersebut akan muncul di laman media sosial saya	0,768	0,312	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

c. *Social Media News Engagement*

Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Y

<i>Item</i>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Saya membaca/menonton berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial dengan penuh perhatian	0,510	0,312	Valid
Saya menikmati membaca/menonton berita pandemi COVID-19 lewat media sosial	0,525	0,312	Valid

Saya sering mengeklik tautan ( <i>link</i> ) berita tentang pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial	0,700	0,312	Valid
Saya sering mendapat berita soal pandemi COVID-19 yang dibagikan oleh akun penyedia berita/pengguna media sosial lain	0,346	0,312	Valid
Saya suka membagikan pandangan atau opini pribadi saya tentang berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial kepada orang lain	0,712	0,312	Valid
Saya ikut memberikan komentar pada unggahan berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial	0,517	0,312	Valid
Saya suka mengutip informasi penting dari berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial, untuk diberitahukan kepada orang lain	0,663	0,312	Valid
Saya suka membagikan hal yang saya rasakan terkait berita pandemi COVID-19 di media sosial	0,699	0,312	Valid
Saya suka membagikan tautan ( <i>link</i> ) berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial	0,697	0,312	Valid
Saya suka mengeklik tombol <i>like</i> pada unggahan berita pandemi COVID-19 yang saya temukan di media sosial	0,317	0,312	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa semua *item* pernyataan kuesioner dapat dinyatakan valid karena nilai R hitungnya lebih besar dibanding R tabel (0,312). Oleh sebab itu, seluruh *item* di atas akan disertakan dalam kuesioner penelitian.

### 3.6.2 Reliabilitas

Menurut Neuman (2014), reliabilitas merupakan kondisi ketika tidak ada variasi hasil pengukuran suatu indikator atau instrumen. Peneliti dikatakan memiliki instrumen yang reliabel jika hasil pengukuran yang diperoleh sama pada

setiap waktu (Neuman, 2014). Sejalan dengan pendapat Neuman, Sugiyono (2013) juga memaparkan, instrumen penelitian dapat disebut reliabel jika ia mampu memberikan hasil data yang sama ketika digunakan mengukur objek sama dalam waktu berbeda-beda. Oleh karena itu, diperlukan uji reliabilitas sehingga peneliti dapat memastikan keandalan instrumen penelitian untuk mengukur fenomena yang diamati (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Dalam riset ini, peneliti akan melakukan uji reliabilitas *Alpha Cronbach* di SPSS terhadap 40 responden. Hal ini sejalan dengan pendapat Kurniawan dan Puspitaningtyas yang menyebutkan bahwa pengujian reliabilitas suatu instrumen dapat dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach* dan pendekatan *internal consistency reliability* (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Nugroho dalam Adi (2019) memaparkan bahwa suatu kuesioner dapat dianggap reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Sementara itu, Hinton et al. (2014) dalam bukunya menyebutkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang berkisar pada angka 0,5–0,7 merepresentasikan reliabilitas moderat. Nilai 0,7–0,9 menunjukkan reliabilitas tinggi, sementara nilai *Cronbach's Alpha* yang mencapai 0,9 ke atas dikategorikan sebagai reliabilitas sempurna (Hinton et al., 2014). Di bawah ini adalah hasil uji reliabilitas untuk ketiga variabel.

Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.830	7

Sumber: Diolah dengan SPSS, 2022

Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.664	6

Sumber: Diolah dengan SPSS, 2022

Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.768	10

Sumber: Diolah dengan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa ketiga variabel dapat dikatakan reliabel. Alasannya, variabel *incidental news exposure* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,830. Variabel *news finds me perception* bernilai 0,664. Sementara itu, variabel *social media news engagement* memiliki nilai 0,768. Adapun menurut klasifikasi tingkat reliabilitas yang dipaparkan Hinton et al. (2014), variabel X2 dalam penelitian ini memiliki reliabilitas moderat. Sedangkan variabel X1 dan Y memiliki reliabilitas tinggi.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan mengolah data dan membuatnya menjadi informasi yang lebih mudah dipahami sehingga mampu menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Terdapat dua tujuan utama dari analisis data, yakni memberikan deskripsi atau menunjukkan pola pada data, serta menarik kesimpulan berdasarkan hipotesis penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Dalam riset kuantitatif, tahapan analisis data umumnya dilakukan ketika seluruh data telah terkumpul (Kurniawan & Puspitaningtyas,

2016). Selanjutnya, peneliti perlu melakukan pengelompokan data, tabulasi data, penyajian data, penghitungan, dan pengujian hipotesis (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Selaras dengan pernyataan Kurniawan dan Puspitaningtyas, peneliti melakukan pengelompokan data hasil jawaban responden berdasarkan variabel yang dimiliki. Adapun, tiap pilihan jawaban dari *item* pertanyaan menggunakan skala pengukuran sikap skala likert dengan rincian: 5 = Sangat Setuju (skor jawaban = 5); 4 = Setuju (skor jawaban = 4); 3 = Netral (skor jawaban = 3); 2 = Tidak Setuju (skor jawaban = 2); dan 1 = Sangat Tidak Setuju (skor jawaban = 1). Selanjutnya, peneliti memasukkan data yang diperoleh ke dalam SPSS untuk dilakukan penghitungan dan interpretasi data.

Guna mengetahui ada atau tidaknya hubungan *incidental news exposure* (variabel X1) dan *news finds me perception* (variabel X2) dengan *social media news engagement* khalayak (variabel Y) pada berita pandemi COVID-19 di media sosial, peneliti melakukan uji korelasi ganda. Hal ini sejalan dengan pemaparan Sugiyono (2013) yang menyebutkan bahwa uji hipotesis dengan korelasi ganda dapat dilakukan jika datanya tergolong sebagai interval atau rasio, serta memiliki dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Setelah melakukan uji korelasi, peneliti memperoleh nilai koefisien korelasi yang menandai derajat kekuatan hubungan antarvariabel. Neuman memaparkan bahwa nilai koefisien korelasi berkisar antara -1,0 hingga +1,0, sementara 0 menandakan tidak adanya hubungan antara variabel yang diteliti (Neuman, 2014).

Parish dan Guilford (1957) mengklasifikasikan nilai koefisien korelasi yang dapat digunakan untuk menginterpretasi tingkat kekuatan hubungan antarvariabel. Adapun tabel yang dimaksud ialah sebagai berikut.

Tabel 3.8. Interpretasi Koefisien Korelasi

<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Tingkat Kekuatan Korelasi</b>
<0,20	Sangat rendah, hampir dapat diabaikan
0,20–0,40	Korelasi rendah, hubungan pasti tetapi rendah
0,40–0,70	Korelasi sedang, hubungan substansial
0,70–0,90	Korelasi tinggi
0,90–1.00	Korelasi sangat tinggi

Sumber: Parish dan Guilford (1957)

