

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis saat ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah proses menguji sebuah teori secara objektif untuk melihat mengenai hubungan atau kaitan antara dua atau lebih variabel. Variabel-variabel ini harus bisa diukur dan dihitung menggunakan prosedur statistik (Creswell, 2009). Sementara itu, penelitian ini bersifat komparatif. Penelitian komparatif adalah sifat penelitian yang membandingkan satu variabel dengan variabel lainnya yang dijadikan perlakuan. Penelitian yang bersifat komparatif membandingkan keadaan suatu variabel atau lebih terhadap sampel (Sugiyono, 2021, 64). Penulis memilih sifat penelitian ini karena peneliti hendak memaparkan mengenai perbedaan efek afektif seperti sikap, nilai-nilai, dan ketertarikan yang dihasilkan oleh kemasan berita *talk show* dan *feature audio* terhadap pendengar generasi Z. Selain itu, penulis juga akan memaparkan mengenai tingkat perbedaan efek yang dihasilkan oleh dua kemasan berita tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Pendekatan atau metode penelitian yang penulis pilih dalam penelitian ini adalah eksperimen. Eksperimen adalah sebuah metode penelitian yang mana peneliti memanipulasi beberapa aspek dalam lingkungan lingkup penelitiannya, seperti kondisi, partisipan, dan *treatment* yang diberikan (Field & Hole, 2003, p. 11). Peneliti memilih eksperimen sebagai metode penelitian sebab penulis hendak meneliti mengenai efek yang dihasilkan oleh satu variabel terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel X yang penulis miliki adalah kemasan berita audio yang terbagi ke dalam *talk show* dan *feature audio*, sedangkan variabel Y adalah efek afektif audiens. Oleh sebab itu, metode penelitian eksperimen dinilai paling cocok karena penulis bisa memanipulasi lingkungan penelitian terlebih dahulu untuk mendapatkan hasil penelitian mengenai efek

afektif. Bila dibandingkan dengan metode lain yang meneliti fenomena serta partisipan secara alamiah, eksperimen adalah metode yang paling cocok untuk meneliti dampak dan efek dari variabel (Field & Hole, 2003, p. 11).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian adalah sekelompok orang atau subjek yang memiliki kesamaan untuk diteliti sehingga diperoleh suatu hasil *general* (Field & Hole, 2003, p. 75). Populasi dalam penelitian penulis adalah kelompok masyarakat generasi Z di Indonesia. Berdasarkan konsep menurut Dolot (2018) dan Csobanka (2016), generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1993 hingga 2012. Menurut data milik Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah generasi Z yang lahir antara tahun 1990 hingga 2010 di Indonesia saat ini ada sekitar 89 juta jiwa (BPS, 2022). Generasi Z menjadi golongan penduduk Indonesia yang bersifat mayoritas atau jumlahnya paling banyak. Jika mengacu dari laman Good Stats (2023), maka sekitar 32 persen atau sekitar 28,5 juta jiwa masyarakat generasi Z di Indonesia mengonsumsi dan mendengarkan podcast. Untuk itu, masyarakat generasi Z pun menjadi populasi dalam penelitian ini.

Dalam penelitian eksperimen, populasi dapat diturunkan menjadi *general population*. *General population* adalah sekelompok orang atau subjek di seluruh area penelitian yang memiliki karakteristik sama (Field & Hole, 2003, p. 75). Nantinya, orang atau subjek dalam *general population* ini akan dipilih kembali untuk dimasukkan ke dalam kelompok *experiment population*. *Experiment population* atau populasi eksperimen merupakan sebutan bagi sejumlah orang dalam populasi yang terpilih untuk dijadikan sampel penelitian (Field & Hole, 2003, p. 76).

Teknik pengambilan sampel atau teknik *sampling* dibagi ke dalam dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan semua anggota

populasi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2021, p. 129). *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan semua populasi kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2021, p. 131).

Nantinya, penulis akan memilih sampel atau *experiment population* menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik ini dipilih karena ada beberapa kriteria partisipan yang penulis tetapkan dalam penelitian eksperimental ini. Kriteria ini berupa generasi Z yang memiliki rata-rata skor aspek afektif 3 atau lebih rendah pada sesi *pre-test*. Angka 3 atau lebih rendah dipilih sebagai acuan agar hasil pengaruh dari *treatment* (*talk show* dan *feature audio*) dapat terlihat lebih jelas nantinya. Penulis ingin melihat apakah *treatment* tersebut berhasil mengubah sikap, nilai, dan ketertarikan partisipan tentang isu sampah plastik dari yang sebelumnya negatif atau netral menjadi lebih positif. Sebab, dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data mengenai efek afektif audiens menggunakan skala Likert. Skala ini membagi nilai afektif ke dalam 5 poin. Maka dari itu, angka atau nilai tengah dari skala ini adalah 3. Penjelasan mengenai penggunaan skala Likert dapat dilihat lebih jauh dalam sub bab 3.5.

Karena memiliki sejumlah karakteristik dalam pemilihan sampel ini, maka jenis *nonprobability sampling* yang penulis gunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang melibatkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2021, p. 133). Pertimbangan dalam *sampling* di penelitian ini adalah usia partisipan dan sikap, nilai, serta ketertarikan partisipan terhadap isu sampah plastik sebelum mulai diberikan *treatment* atau skor pada sesi *pre-test*-nya. Penulis akan memilih sebanyak 60 orang anggota *general population* yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai anggota sampel dalam penelitian eksperimen ini.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau sekelompok kecil orang yang menjadi perwakilan dari keseluruhan populasi. Sampel bertujuan agar peneliti bisa mendapatkan hasil penelitian yang mewakili seluruh populasi tanpa harus meneliti setiap orang atau subjek dalam populasi satu persatu (Field & Hole, 2003, p. 75).

Dalam penelitian eksperimental, jumlah kelompok yang dibentuk menyesuaikan dengan jumlah *treatment* yang diberikan. Penulis memiliki dua *treatment* yaitu *talk show* dan *feature*. Oleh sebab itu, penulis akan memilih 60 orang untuk dijadikan partisipan. Masing-masing 30 orang untuk setiap grup eksperimen. Sampel dalam penelitian ini dapat pula disebut sebagai *experimental group*. Pembagian partisipan ke dalam *experimental group* akan ditentukan menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah salah metode penentuan dan pemilihan sampel dari populasi dengan memberikan setiap anggota populasi kesempatan yang sama (Singh, 2003, p. 71). Dalam penelitian ini, artinya penulis memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota *general population* untuk bergabung menjadi *experimental population*.

Angka 30 dipilih sebab jumlah ideal partisipan dalam penelitian eksperimental adalah 30 orang untuk setiap grup. Angka ini menjadi standar karena sampel harus berada di angka minimal 30 untuk menghasilkan distribusi yang normal (Humphreys, Puth, Neuhäuser, & Ruxton; 2017, p. 2). Hal ini mengacu pada konsep *Central Limit Theorem* atau CLT. *Central Limit Theorem* adalah sebuah konsep yang menyatakan bahwa pemilihan jumlah atau ukuran sampel dari suatu populasi harus mencapai ukuran tertentu agar data penelitian yang dihasilkan dapat memiliki distribusi normal. Distribusi normal yang dimaksud adalah hasil atau data penelitian dapat mewakili populasi yang dimaksud secara valid (Islam, 2018, p. 2). Semakin besar jumlah sampel, maka hasil distribusi akan semakin mencapai normalitas. Dalam penerapan *random sampling*, jumlah sampel minimal harus berada di

angka 30. Ukuran sampel 30 atau lebih pada jumlah suatu populasi dianggap sudah bisa menghasilkan distribusi normal (Islam, 2018, pp. 5-6).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini memiliki tiga variabel di dalamnya yang terbagi ke dalam variabel X atau *independent variable* dan variabel Y atau *dependent variable*. Variabel X adalah kemasan berita audio yang terbagi atas *talk show* dan *feature*. Sementara itu, variabel Y adalah efek afektif audiens. Variabel X akan menjadi *treatment* yang diberikan pada masing-masing kelompok partisipan. Sementara itu, variabel Y akan dituangkan menjadi dimensi, indikator, serta pertanyaan-pertanyaan tes kepada partisipan. Variabel Y yaitu efek afektif akan terbagi ke dalam dimensi *attitudes*, *values*, dan *interests*. Pembagian dimensi dan indikator ini merujuk pada konsep mengenai efek afektif yang dikemukakan oleh Anderson & Bourke pada tahun 2000. Sementara itu, bagian item yang diadaptasi merupakan perpanjangan poin-poin dari isi berita mengenai isu sampah plastik yang tertuang dalam podcast ‘Climate Tales’ dan ‘SaGa’. Dua episode dalam produk podcast ini penulis gunakan sebagai *treatment*.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No.	Dimensi	Indikator	Item yang Diadaptasi
1.	<i>Attitudes</i>	Perasaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Audiens merasa lebih baik dengan adanya pengurangan tumpukan sampah plastik di lingkungan sekitar (A1) 2. Audiens merasa suka dengan solusi pengurangan sampah plastik yang diberikan (A2) 3. Audiens merasa suka dengan tempat belanja yang tidak lagi menyediakan kantong plastik

			<p>(A3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Audiens merasa senang dengan kebijakan kantong plastik yang berbayar (A4) 5. Audiens merasa senang dengan kewajiban membawa kantong belanja sendiri saat pergi ke pasar atau <i>minimarket</i> (A5)
		Keinginan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Audiens menolak pemberian kantong plastik saat membeli daging mentah (A6) 2. Audiens ingin menghindari tempat belanja yang masih menyediakan kantong plastik (A7) 3. Audiens lebih memilih untuk membeli makanan atau barang yang menyediakan kemasan ramah lingkungan (A8) 4. Audiens bersedia membeli kantong belanja baru di pasar atau <i>minimarket</i> jika yang lama tertinggal di rumah (A9) 5. Audiens ingin melakukan donasi sampah plastik melalui bank sampah (A10)

2.	<i>Values</i>	Penilaian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Audiens setuju jika imbauan berhenti memakai kantong plastik berubah menjadi sifat larangan (V1) 2. Audiens setuju dengan adanya ide razia kantong plastik di pasar tradisional (V2) 3. Audiens setuju bahwa pengurangan kantong plastik dapat membantu perekonomian secara keseluruhan (V3) 4. Audiens setuju jika setiap kelurahan memiliki tempat penampungan sampah meskipun dekat dengan rumah warga (V4) 5. Audiens setuju jika pemerintah setempat menerapkan denda bagi pengguna kantong plastik sekali pakai (V5)
		Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Audiens percaya bahwa diet sampah plastik adalah solusi yang tepat untuk mengatasi isu pencemaran plastik di darat dan laut (V6) 2. Audiens percaya bahwa diet

			<p>kantong plastik merupakan hal yang sesuai dengan ajaran agama (V7)</p> <p>3. Audiens yakin bahwa masalah sampah plastik bisa diatasi hanya dengan gaya hidup ramah lingkungan (V8)</p> <p>4. Audiens percaya bahwa penumpukan sampah plastik bisa menyebabkan masalah kesehatan hewan dan manusia (V9)</p> <p>5. Audiens percaya bahwa gaya hidup ramah lingkungan dapat membuat pengeluaran jadi irit (V10)</p>
3.	<i>Interests</i>	Ketertarikan/Minat	<p>1. Audiens berminat untuk rutin membawa kantong belanja sendiri ketika berbelanja (I1)</p> <p>2. Audiens berminat untuk mengajak orang lain untuk membeli barang dengan kemasan ramah lingkungan (I2)</p> <p>3. Audiens tertarik untuk mencari tahu lebih jauh mengenai tips dalam menjalani gaya hidup ramah lingkungan (I3)</p>

			<ol style="list-style-type: none"> 4. Audiens tertarik untuk melaksanakan diet sampah plastik ketika jajan dan mengonsumsi makanan secara rutin (I4) 5. Audiens tertarik untuk hanya belanja di tempat atau pasar yang ramah lingkungan (I5) 6. Audiens ingin meluangkan waktunya untuk bergabung dengan komunitas ramah lingkungan (I6) 7. Audiens berminat untuk rutin membawa kotak sendiri ketika membeli daging dan ikan mentah (I7) 8. Audiens berminat untuk meluangkan waktu khusus untuk mendaur ulang sampah di rumah (I8) 9. Audiens berminat untuk menerapkan aturan <i>zero-waste</i> atau gaya hidup tanpa menghasilkan sampah setiap harinya (I9) 10. Audiens berminat untuk menegur orang-orang sekitar yang masih memakai kantong plastik (I10)
--	--	--	---

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik eksperimental. Penulis akan mengumpulkan data dengan melakukan *quasi-experimental*. *Quasi-experimental* adalah salah satu uji eksperimental yang melibatkan kelompok *treatment*, tetapi tidak melibatkan kelompok kontrol. Uji eksperimental ini dipilih ketika peneliti memiliki kontrol penuh atas partisipan yang menerima *treatment* selama proses eksperimen. Namun, peneliti tidak memiliki kontrol atas partisipan yang tidak menerima *treatment* atau memiliki latar belakang berbeda. Melalui *quasi-experimental*, peneliti diberikan kesempatan untuk membentuk dan mengatur kelompok partisipan sesuai dengan kriteria penelitiannya (Field & Hole, 2003, p. 50).

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data mengenai sisi afektif yang dirasakan oleh pendengar generasi Z sebelum dan sesudah menerima *treatment*. Sisi afektif ini meliputi sikap, nilai, dan ketertarikan. Penulis akan memberikan skala angka pada setiap pertanyaan eksperimen yang nantinya akan diisi oleh partisipan. Hal ini disebut sebagai skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk menghitung suatu objek dengan memberikan rentang angka di dalamnya. Skala ini cocok untuk meneliti mengenai suatu objek melalui ranah kuantitatif. Skala Likert membantu seorang peneliti untuk mendapatkan data angka secara sains dan valid dari objek nonnumerik (Joshi, Kale, Chandel, & Pal; 2015, p. 397). Pada penelitian, nantinya penulis akan membagi skala respons partisipan ke dalam 5 angka sebagai berikut. Pengukuran skala Likert dengan 5 poin dianggap paling reliabel bila dibandingkan angka lainnya (Gable & Wolf, 1993, p. 55).

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat setuju (SS)

Nantinya, penulis akan memulai uji eksperimen dengan memberikan *pre-test* lebih dulu mengenai sikap, nilai, dan ketertarikan partisipan terhadap isu sampah plastik. Uji *pre-test* ini penting dilakukan agar penulis dapat mengetahui seberapa besar sikap, nilai, dan ketertarikan yang dirasakan oleh partisipan sebelum menerima *treatment*. Skor dalam uji *pre-test* ini akan menjadi acuan dalam analisis data nantinya untuk melihat seberapa besar perubahan sikap, nilai, dan ketertarikan audiens mengenai isu sampah plastik setelah ia menerima *treatment*.

Kemudian, penulis akan memberikan *treatment* berbeda pada dua kelompok partisipan. Kelompok pertama akan menerima *treatment* berupa *talk show*, sedangkan kelompok kedua akan menerima *treatment* berupa *feature*. Setelah menerima *treatment*, masing-masing kelompok akan diuji kembali menggunakan *post-test* mengenai sikap, nilai-nilai, dan ketertarikan yang mereka rasakan tentang isu sampah plastik.

Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan secara terpisah untuk tiap atau masing-masing sampel dalam kelompok eksperimen. Eksperimen ini dilakukan baik secara luring maupun daring tergantung pada ketersediaan waktu partisipan. Penulis akan memberikan *pre-test* terlebih dahulu pada partisipan penelitian. Setelah itu, jika memenuhi syarat, maka partisipan tadi akan diberikan *treatment* berupa kemasan berita *talk show* atau *feature*. Setelah itu, partisipan akan diminta untuk mengisi *post-test*. Nantinya, penulis akan menguji perbedaan skor pada sesi *pre-test* dan *post-test* menggunakan teknik analisis data yang sesuai guna melihat ada atau tidaknya perbedaan sisi afektif antara sebelum dan sesudah *treatment* serta ada atau tidaknya perbedaan efek afektif antara kemasan berita *talk show* dan *feature*.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk melihat apakah suatu konsep dapat dan telah diteliti secara akurat melalui penelitian kuantitatif. Melalui penelitian kuantitatif, suatu konsep diteliti dan diujikan kepada partisipan atau responden melalui kuesioner atau pertanyaan. Uji validitas ini berfungsi untuk melihat apakah pertanyaan atau kuesioner yang telah dibuat tadi valid (Heale & Twycross, 2015, p. 1). Dalam penelitian ini, penulis memakai uji validitas untuk melihat apakah pertanyaan eksperimen yang dibuat dapat digunakan untuk meneliti mengenai efek afektif secara valid.

Uji validitas memiliki tiga tipe di dalamnya, yaitu *content validity*, *construct validity*, *criterion validity*. *Content validity* menguji seberapa mampu item kuesioner atau pertanyaan yang dibuat untuk mewakili seluruh konsep. Sementara itu, *construct validity* menilai valid atau tidaknya suatu data melalui kesimpulan hasil uji. Hasil uji dapat dikatakan valid apabila berhasil memberikan kesimpulan yang sesuai dengan konsep. Keberhasilan ini dapat ditentukan melalui konsep homogenitas, konvergensi, dan bukti teori. Terakhir, *criterion validity* menguji sejauh mana suatu instrumen dapat digunakan untuk meneliti populasi dan sampel (Heale & Twycross, 2015, p. 1).

Dalam penelitian ini, penulis akan menguji validitas instrumen penelitian menggunakan uji *Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient*. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah ada korelasi yang valid antara konsep dan instrumen penelitian atau dua variabel. Uji *Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient* dilakukan dengan melihat nilai r yang berada pada rentang antara -1 dan 1. Jika nilai r 0, maka tidak ada korelasi yang linear antara dua variabel tersebut. Semakin besar nilai r mendekati angka -1 atau 1, maka korelasinya semakin besar. Namun, arah ke angka satu menunjukkan korelasi linear yang positif, sedangkan arah ke angka -1 menunjukkan korelasi linear yang negatif. Semakin besar suatu nilai *Pearson* maka hal itu menunjukkan bahwa variabel dan instrumen penelitian dapat menjelaskan konsep secara valid (Puth, Neuhäuser, & Ruxton; 2014, p. 184).

Penulis memilih uji *Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient* dalam penelitian ini karena uji ini cocok digunakan untuk penelitian yang mencari keterkaitan yang linear antara dua variabel, yaitu variabel X dan Y (Puth, Neuhäuser, & Ruxton; 2014, p. 184). Dalam penelitian ini, penulis memakai uji *Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient* untuk meneliti keterkaitan dan validitas antara konsep kemasan berita audio dengan perubahan afektif audiens melalui instrumen penelitian eksperimen ini.

Penulis kemudian melakukan uji validitas terhadap dua set soal yang telah penulis buat, yaitu set soal *pre-test* dan set soal *post-test*. Masing-masing set soal ini diujikan pada dua kelompok berbeda yang berisikan 30 orang pada satu kelompok. Untuk mencapai validitas, nilai r yang penulis dapatkan harus melebihi nilai r tabel sesuai dengan jumlah atau butir instrumen, yaitu 30. Maka dari itu, suatu item instrumen atau pertanyaan bisa dikatakan valid jika memiliki nilai r sama dengan atau di atas 0,361 dengan nilai signifikansi sebesar 5% (Sugiyono, 2021, p. 442).

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Set Soal *Pre-test* Dimensi *Attitudes*

Item Pertanyaan	Hasil Uji	<i>Pearson Correlation</i>
A1	0,382	Valid
A2	0,215	Tidak Valid
A3	0,609	Valid
A4	0,596	Valid
A5	0,303	Tidak Valid
A6	0,408	Valid
A7	0,534	Valid
A8	0,673	Valid
A9	0,460	Valid
A10	0,707	Valid

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji validitas menggunakan *Pearson's Product-Moment Correlation* menunjukkan bahwa item instrumen pada set soal *pre-test* dimensi *attitudes* memiliki dua item pertanyaan yang tidak valid. Oleh sebab itu, item A2 dan A5 akan diganti mengikuti kalimat dalam item pertanyaan *post-test*. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian nantinya tetap valid dan reliabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Set Soal *Pre-test* Dimensi *Values*

Item Pertanyaan	Hasil Uji	<i>Pearson Correlation</i>
V1	0,471	Valid
V2	0,500	Valid
V3	0,633	Valid
V4	0,182	Tidak Valid
V5	0,435	Valid
V6	0,405	Valid
V7	0,419	Valid
V8	0,473	Valid
V9	0,461	Valid
V10	0,660	Valid

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji validitas menggunakan *Pearson's Product-Moment Correlation* menunjukkan bahwa item instrumen pada set soal *pre-test* dimensi *values* memiliki satu item pertanyaan yang tidak valid. Oleh sebab itu, item V4 akan dihapus. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian nantinya tetap valid dan reliabel.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Set Soal *Pre-test* Dimensi *Interests*

Item Pertanyaan	Hasil Uji	<i>Pearson Correlation</i>
-----------------	-----------	----------------------------

I1	0,111	Tidak Valid
I2	0,407	Valid
I3	0,405	Valid
I4	0,614	Valid
I5	0,556	Valid
I6	0,630	Valid
I7	0,308	Tidak Valid
I8	0,560	Valid
I9	0,392	Valid
I10	0,557	Valid

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji validitas menggunakan *Pearson's Product-Moment Correlation* menunjukkan bahwa item instrumen pada set soal *pre-test* dimensi *interests* memiliki dua item pertanyaan yang tidak valid. Oleh sebab itu, item I1 akan dihapus dan item I7 akan diganti mengikuti kalimat dalam item pertanyaan *post-test*. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian nantinya tetap valid dan reliabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Set Soal *Post-test* Dimensi *Attitudes*

Item Pertanyaan	Hasil Uji	<i>Pearson Correlation</i>
A1	0,618	Valid
A2	0,653	Valid
A3	0,562	Valid
A4	0,226	Tidak Valid
A5	0,731	Valid
A6	0,699	Valid
A7	0,715	Valid

A8	0,646	Valid
A9	0,015	Tidak Valid
A10	0,262	Tidak Valid

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji validitas menggunakan *Pearson's Product-Moment Correlation* menunjukkan bahwa item instrumen pada set soal *post-test* dimensi *attitudes* memiliki tiga item pertanyaan yang tidak valid. Oleh sebab itu, item A4 dan A10 akan diganti kalimatnya mengikuti item di *pre-test*. Sementara itu, item A9 akan dihapus. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian nantinya tetap valid dan reliabel.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Set Soal *Post-test* Dimensi *Values*

Item Pertanyaan	Hasil Uji	<i>Pearson Correlation</i>
V1	0,801	Valid
V2	0,752	Valid
V3	0,626	Valid
V4	0,499	Valid
V5	0,721	Valid
V6	0,481	Valid
V7	0,365	Valid
V8	0,140	Tidak Valid
V9	0,609	Valid
V10	0,420	Valid

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji validitas menggunakan *Pearson's Product-Moment Correlation* menunjukkan bahwa item instrumen pada set soal *post-test* dimensi *values* memiliki satu item pertanyaan yang tidak valid. Oleh sebab itu, item V8 akan diganti kalimatnya mengikuti item *pre-test*. Sementara itu, item V4 akan tetap

dihapus untuk menyesuaikan jumlah item dengan set soal *pre-test*. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian nantinya tetap valid dan reliabel.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Set Soal *Post-test* Dimensi *Interests*

Item Pertanyaan	Hasil Uji	<i>Pearson Correlation</i>
I1	0,279	Tidak Valid
I2	0,732	Valid
I3	0,793	Valid
I4	0,639	Valid
I5	0,703	Valid
I6	0,716	Valid
I7	0,561	Valid
I8	0,588	Valid
I9	0,569	Valid
I10	0,684	Valid

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji validitas menggunakan *Pearson's Product-Moment Correlation* menunjukkan bahwa item instrumen pada set soal *post-test* dimensi *interests* memiliki satu item pertanyaan yang tidak valid. Oleh sebab itu, item I1 akan dihapus. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian nantinya tetap valid dan reliabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk melihat konsistensi pengukuran. Uji ini menilai apakah instrumen penelitian yang digunakan dapat memberikan hasil yang relatif sama bila diujikan berulang kali. Dalam uji reliabilitas, ada tiga atribut yang digunakan untuk menguji suatu instrumen, yaitu *homogeneity*, *stability*, dan *equivalence* (Heale & Twycross, 2015, pp. 1-2).

Homogeneity atau *internal consistency* digunakan untuk melihat sejauh mana sebuah instrumen dapat diujikan pada sebuah konsep secara konsisten. Atribut ini dapat diuji menggunakan *item-to-total correlation*, *split-half reliability*, *Kuder Richardson coefficient* dan *Cronbach's Alpha* (Heale & Twycross, 2015, pp. 1-2). *Cronbach's Alpha* adalah jenis uji yang paling umum digunakan. Uji ini mengukur nilai rata-rata dari jawaban instrumen. Hasil dari uji ini berkisar antara 0 hingga 1. Hasil uji dapat dikatakan reliabel jika nilai alpha berada di atas 0,7 (Heale & Twycross, 2015, p. 2).

Sementara itu, *stability* digunakan untuk menguji apakah hasil tes dari sebuah instrumen tetap konsisten meskipun diuji berulang kali. *Stability* diuji dengan menggunakan cara *test-retest* serta *parallel reliability testing*. *Parallel reliability testing* memiliki konsep yang mirip dengan *test-retest*. Bedanya adalah *test-retest* merupakan pengujian yang dilakukan dengan memberikan dua set soal sama pada kelompok partisipan berbeda. Sementara itu, *parallel reliability testing* ini dilakukan dengan mengajukan dua set soal berbeda kepada partisipan yang berbeda pula. Meski set soal tersebut berbeda, tetapi setiap soal memiliki tingkat kesukaran dan makna yang sama. Nilai korelasi antara jawaban partisipan di uji yang pertama dengan uji yang kedua akan menentukan seberapa reliabel instrumen tersebut. Jika nilai berada di bawah 0,3 maka korelasinya lemah. Jika nilai berada di atas 0,5 maka korelasinya kuat (Heale & Twycross, 2015, p. 2).

Terakhir, *equivalence* digunakan untuk menguji konsistensi hasil tes dari partisipan yang berbeda-beda. *Equivalence* diuji dengan menggunakan *inter-rater reliability*. Hal ini dilakukan dengan cara meminta partisipan untuk mengisi skor pada tiap instrumen penelitian. Jika hasil skor relatif sama, maka dapat dikatakan jika instrumen tersebut reliabel (Healer & Twycross, 2015, p. 2).

Pada penelitian ini nantinya penulis akan menguji reliabilitas dengan memakai uji *Cronbach's Alpha*. Uji ini dipilih karena penulis ingin menguji apakah setiap item pertanyaan eksperimen yang telah dibuat berada pada karakteristik dan skala yang konsisten atau homogen. Jika nilai hasil pengujian

berada di atas 0,7, maka seluruh item eksperimen yang telah dibuat dapat dikatakan reliabel (Tavakol & Dennick, 2011, p. 54). Nilai *alpha* yang berada di atas 0,7 memiliki kategori atau sifat *acceptable* di mana item atau instrumen pertama dinilai dapat diterima reliabilitasnya. Sementara itu, nilai di atas 0,5 bersifat *poor* (buruk), di atas 0,6 bersifat *questionable* (dapat digunakan), di atas 0,8 bersifat *good* (baik), dan di atas 0,9 bersifat *excellent* (sangat baik) (George & Mallery, 2022, p. 260).

Gambar 3.1 Batas Nilai *Alpha* dalam Uji Reliabilitas

Alpha	Based on the formula: $\alpha = rk/[1+(k-1) r]$, where <i>k</i> is the number of variables considered (9 in this case) and <i>r</i> is the mean of the inter-item correlations (.303, from previous page). The Alpha value is inflated by a larger number of variables; so there is no set interpretation as to what is an acceptable Alpha value. A rule of thumb that applies to most situations is: $\alpha > .9$ —excellent $\alpha > .8$ —good $\alpha > .7$ —acceptable $\alpha > .6$ —questionable $\alpha > .5$ —poor $\alpha < .5$ —unacceptable
--------------	--

(Sumber: George & Mallery, 2022, p. 260)

Penulis melakukan uji reliabilitas pada dua set soal, yaitu set soal *pre-test* dan set soal *post-test*. Masing-masing soal diujikan pada kelompok yang berisikan 30 orang.

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Item Set Soal *Pre-test* Dimensi *Attitudes*

Item Pertanyaan	Item-rest Correlation	If Item Dropped Cronbach's Alpha
A1	.420	.781
A2	.146	.810
A3	.747	.739
A4	.568	.758
A5	.404	.780
A6	.477	.771

A7	.395	.781
A8	.575	.758
A9	.462	.772
A10	.515	.766

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Set Soal *Pre-test* Dimensi *Attitudes*

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.791	10

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh item instrumen di set soal *pre-test* dimensi *attitudes* memiliki hasil yang reliabel karena skor reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada di atas angka 0.7.

Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Item Set Soal *Pre-test* Dimensi *Values*

Item Pertanyaan	<i>Item-rest Correlation</i>	<i>If Item Dropped Cronbach's Alpha</i>
V1	.291	.655
V2	.316	.652
V3	.466	.625
V4	.078	.713
V5	.263	.666
V6	.298	.655
V7	.494	.616
V8	.433	.626
V9	.253	.662

V10	.650	.598
-----	------	------

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Set Soal *Pre-test* Dimensi *Values*

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.672	10

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh item instrumen di set soal *pre-test* dimensi *values* memiliki hasil yang kurang reliabel karena skor reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada di bawah angka 0.7. Oleh sebab itu, item V4 pun dibuang dengan tujuan membuat nilai *Cronbach's Alpha* dimensi *values* berada di nilai 0.713.

Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Item Set Soal *Pre-test* Dimensi *Interests*

Item Pertanyaan	<i>Item-rest Correlation</i>	<i>If Item Dropped Cronbach's Alpha</i>
I1	.176	.857
I2	.616	.827
I3	.553	.833
I4	.567	.831
I5	.398	.849
I6	.840	.802
I7	.652	.825
I8	.578	.829
I9	.531	.834
I10	.584	.829

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Set Soal *Pre-test* Dimensi *Interests*

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.872	10

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh item instrumen di set soal *pre-test* dimensi *interests* memiliki hasil yang reliabel karena skor reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada di atas angka 0.7.

Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas Item Set Soal *Post-test* Dimensi *Attitudes*

Item Pertanyaan	<i>Item-rest Correlation</i>	<i>If Item Dropped Cronbach's Alpha</i>
A1	.655	.678
A2	.674	.676
A3	.629	.676
A4	.007	.781
A5	.627	.671
A6	.517	.683
A7	.724	.646
A8	.604	.673
A9	-.108	.790
A10	.057	.749

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas Set Soal *Post-test* Dimensi *Attitudes*

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>

.729	10
------	----

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh item instrumen di set soal *post-test* dimensi *attitudes* memiliki hasil yang reliabel karena skor reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada di atas angka 0.7.

Tabel 3.16 Hasil Uji Reliabilitas Item Set Soal *Post-test* Dimensi *Values*

Item Pertanyaan	<i>Item-rest Correlation</i>	<i>If Item Dropped Cronbach's Alpha</i>
V1	.745	.807
V2	.582	.818
V3	.588	.816
V4	.592	.821
V5	.646	.810
V6	.571	.818
V7	.312	.839
V8	.226	.848
V9	.591	.816
V10	.531	.822

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Tabel 3.17 Hasil Uji Reliabilitas Set Soal *Post-test* Dimensi *Values*

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.837	10

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh item instrumen di set soal *post-test* dimensi *values* memiliki hasil yang reliabel karena skor reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada di atas angka 0.7.

Tabel 3.18 Hasil Uji Reliabilitas Item Set Soal *Post-test* Dimensi *Interests*

Item Pertanyaan	<i>Item-rest Correlation</i>	<i>If Item Dropped Cronbach's Alpha</i>
I1	.169	.887
I2	.723	.844
I3	.701	.850
I4	.581	.858
I5	.635	.850
I6	.640	.850
I7	.611	.853
I8	.562	.857
I9	.607	.853
I10	.752	.840

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Tabel 3.19 Hasil Uji Reliabilitas Set Soal *Post-test* Dimensi *Interests*

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.867	10

(Sumber: Olahan peneliti, 2023)

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh item instrumen di set soal *post-test* dimensi *interests* memiliki hasil yang reliabel karena skor reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada di atas angka 0.7.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data guna menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Teknik ini digunakan untuk melihat apakah data yang telah diperoleh menjadi pendukung atau justru mematahkan hipotesis penelitian (Field & Hole, 2003, p. 97).

Ada dua jenis teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif, yaitu uji parametrik dan nonparametrik. Uji parametrik adalah jenis uji yang digunakan jika data terbukti berdistribusi normal. Untuk memastikan hal tersebut, maka akan dilakukan uji homogenitas dan uji normalitas terlebih dahulu. Jika ternyata data tidak berdistribusi normal, maka jenis uji yang akan digunakan nonparametrik (Field & Hole, 2003, p. 109).

Ada dua cara atau teknik analisis data pada uji parametrik, yaitu *t-test* dan *analysis of variance* (ANOVA). Teknik analisis data yang cocok dalam penelitian ini adalah *t-test*. *T-test* merupakan uji terhadap penelitian eksperimental di mana hanya ada dua kelompok atau variabel yang diuji dan dibandingkan. Oleh sebab itu, uji ini dipilih karena peneliti hanya memiliki dua kelompok yang diujikan dalam penelitian eksperimental (Field & Hole, 2003, p. 111). Sementara itu, ANOVA merupakan teknik analisis data yang lebih cocok digunakan pada kondisi saat penelitian memiliki tiga atau lebih variabel (Field & Hole, 2003, p. 117).

Dalam uji *t-test* ada dua jenis pengujian, yaitu *independent t-test* and *dependent t-test*. Jenis uji yang sesuai dan dipilih dalam penelitian ini adalah uji *independent t-test*. *Independent t-test* digunakan jika peneliti meneliti dua kelompok berbeda (dua *mean*) dengan partisipan yang berbeda pula antar kelompok. Kata '*independent*' dalam uji ini merujuk pada perbedaan kelompok partisipan yang digunakan (Field & Hole, 2003, p. 111).

Jika nantinya hasil uji homogenitas dan normalitas menunjukkan bahwa ternyata data penelitian ini memiliki distribusi yang tidak normal, maka data-data tersebut akan dianalisis menggunakan teknik uji nonparametrik. Teknik uji

nonparametrik yang memiliki kesamaan atau setara dengan *independent t-test* adalah uji *Mann-Whitney Test* (Field & Hole, 2003, p. 155).

Dalam uji parametrik *independent t-test*, ada dua syarat uji yang harus dilakukan lebih dulu. Uji tersebut adalah uji homogenitas dan uji normalitas. Uji homogenitas atau disebut pula sebagai *homogeneity of variance* adalah sebuah uji yang dilakukan untuk melihat adanya unsur persamaan atau homogen dalam dua atau lebih kelompok eksperimen. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah antara satu kelompok eksperimen dengan kelompok lainnya berasal dari populasi yang sama dan punya kesamaan karakteristik. Uji ini diperlukan karena dalam penelitian data parametrik, seorang peneliti menguji perbedaan *mean* dari kelompok yang berbeda sehingga dibutuhkan data sampel yang akurat. Hal ini menjadi bagian dari *testing assumption* atau pengujian asumsi tentang adanya perbedaan *mean* dari setiap grup atau kelompok eksperimen yang berbeda (Field & Hole, 2003, p. 109).

Dalam uji homogenitas, dihasilkan nilai p atau *p-value*. Akurat atau tidaknya kelompok-kelompok dalam suatu eksperimen dinilai dari batas (*threshold*) *margin of error*. Nilai *margin of error* atau toleransi kesalahan dalam penelitian ini adalah 5%. Menurut Fisher, *margin of error* memiliki arti adanya sejumlah variabel atau hal tak terduga yang terjadi selama proses eksperimen atau penelitian. Hal-hal ini memiliki kemungkinan untuk menimbulkan perbedaan dalam hasil penelitian. Angka 5% melambangkan besarnya kesalahan atau variabel tak terduga yang dapat ditoleransi agar hasil penelitian tetap bisa dianggap valid. Dengan kata lain, seorang peneliti memiliki kepercayaan diri bahwa 95% hasil penelitiannya valid. *Margin of error* juga menentukan seberapa besar hasil eksperimen mewakili populasi secara keseluruhan (Field & Hole, 2003, pp. 97-98). Angka 5% ini merupakan standar *margin of error* yang banyak digunakan dalam penelitian sosial (Taherdoost, 2017, p. 237).

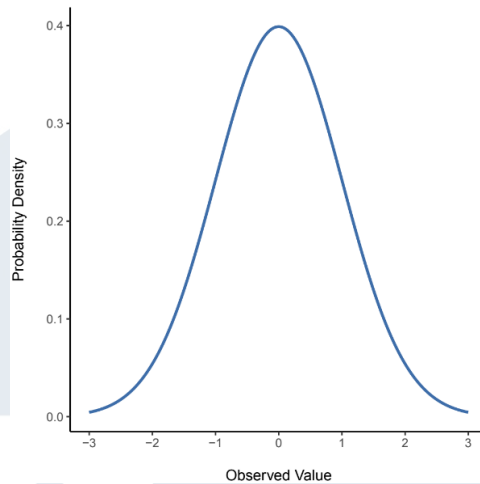
Angka 5% pada *margin of error* dapat dikonversikan dalam nilai angka 0.05. Jika suatu *p-value* dalam uji homogenitas menggunakan rumus *Levene's test*

memiliki nilai di atas atau lebih besar dari 0.05 maka penelitian dianggap *null hypothesis* atau tidak memiliki perbedaan signifikan antara varian populasi dengan sampel yang dijadikan partisipan dalam penelitian. Sebaliknya, jika nilai p berada di bawah 0.05 maka artinya terdapat perbedaan dalam varian populasi dan sampel. Oleh sebab itu, suatu data harus memiliki hasil uji homogenitas yang berada di atas 0.05 untuk bisa dianalisis menggunakan teknik uji parametrik (Field & Hole, 2003, p. 112).

Selain itu, ada juga uji normalitas. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah data yang telah dikumpulkan dari suatu sampel dan populasi memiliki distribusi yang normal. Distribusi normal menjadi salah satu syarat agar data tersebut dapat dikatakan berjenis parametrik. Ada dua cara untuk menguji normalitas pada data. Pertama adalah melalui bentuk histogram. Jika histogram data tersebut memiliki bentuk kurva cembung ke atas dengan satu puncak yang jelas, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Sayangnya, cara ini kurang dianggap valid untuk menguji data yang memiliki sampel kecil, seperti kelompok eksperimen dengan anggota 30 orang. Oleh sebab itu, akan digunakan cara kedua yaitu menguji data melalui teknik *Shapiro-Wilk Test*. Jenis tes ini membandingkan skor dari data set tadi dengan skor normal yang seharusnya dihasilkan dari data set tersebut dengan menggunakan *mean* dan *standard deviation* yang sama. Jika hasil perbandingannya lebih besar dari 0.05, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal (Field & Hole, 2003, p. 109).

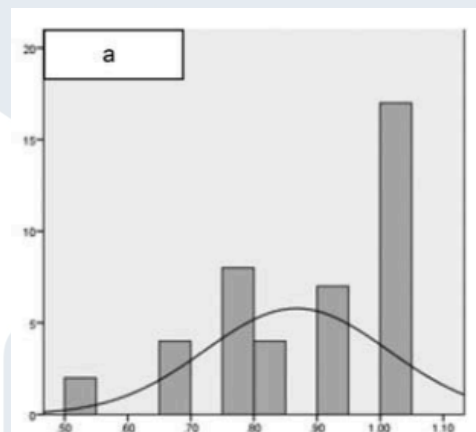
Gambar 3.2 Contoh Grafik Histogram pada Data Berdistribusi Normal

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(Sumber: Navarro & Foxcroft, 2019, p. 146)

Gambar 3.3 Contoh Grafik Histogram pada Data Berdistribusi Tidak Normal



(Sumber: El Haj, 2017, p. 360)

Dalam uji *independent t-test*, nilai yang dicari atau dicari disebut sebagai t . Nilai ini merujuk pada selisih pada *mean* masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, t merujuk pada selisih *mean* efek afektif antara kelompok yang menerima *treatment talk show* dan kelompok *treatment feature*. Nilai t tersebut kemudian dibagi dengan angka estimasi *standard of error* yang merepresentasikan kemungkinan eror di pemilihan sampel dalam populasi. Semakin kecil angka *standard of error* atau mendekati nol, maka hasil penelitian yang didapatkan semakin baik (Field & Hole, 2003, p. 111).

Melalui proses analisis lewat aplikasi Jamovi, nantinya data dari kedua kelompok partisipan yang telah diuji akan hadir dalam bentuk dua tabel. Tabel ini menunjukkan angka atau nilai *mean* dari masing-masing kelompok serta nilai *standard of error*. Penulis akan menerapkan hal ini ketika menghitung efek afektif dari masing-masing kelompok partisipan serta selisih mean keduanya. Berdasarkan angka tersebut, rumus untuk menghitung nilai efek dari *treatment talk show* serta *feature* adalah sebagai berikut (Field & Hole, 2003, p. 113).

Gambar 3.4 Rumus *Independent T-test*

$$r = \sqrt{\frac{t^2}{t^2 + df}}$$

(Sumber: Field, & Hole, 2003, p. 113)

Huruf r melambangkan nilai seberapa besar efek atau hasil dari *treatment* yang diberikan. Sementara itu, angka atau nominal dari t dan df didapatkan melalui tabel *independent samples test* yang telah diujikan melalui *software* sebelumnya. Jika hasil dari r memiliki nilai di bawah 0.5, maka *treatment* yang diberikan memiliki efek yang signifikan (Field & Hole, 2003, p. 113). Nilai r yang berada pada rentang 0.1 hingga 0.3 dianggap memiliki efek yang kecil, 0.3 hingga 0.5 dianggap memiliki efek yang sedang, dan 0.5 hingga 1.0 dianggap memiliki efek yang besar (Field & Hole, 2003, p. 105).

Selain *independent t-test*, penulis juga akan menganalisis data penelitian menggunakan *dependent t-test* atau disebut juga sebagai *paired-sample t-test*. Uji analisis ini sebenarnya memiliki teknik yang sama dengan *independent t-test*. Namun, *dependent t-test* secara khusus digunakan untuk menguji data dari dua kelompok yang diisi oleh partisipan yang sama. Kata '*dependent*' dalam uji analisis ini merujuk pada adanya persamaan partisipan yang diuji sebanyak dua kali (Field & Hole, 2003, 114). Uji ini akan digunakan oleh penulis untuk membandingkan *mean difference* antara kelompok *pre-test* dan *post-test talk show* serta *pre-test* dan *post-test feature*.

Nantinya perbedaan nilai *level of significance* dan *mean difference* pada masing-masing kelompok partisipan akan menjawab hipotesis tentang ada atau tidak adanya perbedaan tingkat perubahan sikap, nilai-nilai, dan ketertarikan yang dihasilkan oleh kemasan berita *talk show* dan *feature* terhadap generasi Z (Field & Hole, 2003, pp. 112-114).



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA