

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Metode pendekatan penelitian kuantitatif lebih menekankan pada penggunaan angka dan data yang berbentuk statistik. Di mana asumsi tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Bungin (2017, hlm. 130) yang menyatakan bahwa data penelitian kuantitatif biasanya dapat dijelaskan dengan angka-angka. Selain itu pula, penelitian kuantitatif ini digunakan sebagai porses dalam membuktikan pengetahuan atau sebuah teori dengan memanfaatkan data yang telah diperoleh sebagai perantara yang digunakan peneliti terkait dengan apa yang ingin diketahui oleh peneliti (Darmawan 2013, hlm. 37)

Lebih lanjut metode penelitian korelasional sendiri digunakan untuk menjelaskan suatu permasalahan atau gejala yang lebih khusus dalam penjelasan antara dua objek penelitian yang berbeda. Sehingga penelitian korelasi ini bertujuan untuk memperoleh serta menemukan apakah terdapat atau tidaknya hubungan ataupun pengaruh antara dua objek yang berbeda tersebut, serta seberapa besar dan eratnya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel tersebut (Rakhmat, 2007, hlm. 31).

Penelitian yang akan dilakukan terhadap pengaruh kampanye Literasi Digital Nasional terhadap minat literasi digital pada remaja di Jawa Barat ini dipilih menggunakan metode korelasional kuantitatif dikarenakan penelitian tersebut dimaksudkan untuk mencari ada atau tidaknya pengaruh antar variabel tersebut serta mengentahui besaran pengaruhnya, Sehingga metode penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif ini merupakan desain pendekatan serta metode penelitian yang cocok untuk digunakan dalam penelitian ini.

#### **3.2 Partisipan**

Mengenai partisipan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah remaja di Jawa Barat. Remaja yang dimaksud yakni yang memiliki usia antara 10-19 tahun (WHO, 2014) yang saat ini tercatat ada sebanyak 8.125.416 juta jiwa penduduk remaja di Jawa Barat dalam rentang usia tersebut (Badan Pusat Statistik Jawa Barat,

2020). Terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi pemilihan remaja di Jawa Barat sebagai partisipan penelitian ini, yaitu;

1. Pemilihan partisipan telah disesuaikan dalam subjek penelitian ini, di mana subjek pada penelitian ini yakni remaja di Jawa Barat.
2. Peneliti memilih remaja di Jawa Barat yang dinilai paling sesuai dengan kriteria responden dalam penelitian mengenai “Pengaruh Kampanye Literasi Digital Nasional Terhadap Minat Literasi Digital (Studi Korelasi pada Remaja di Jawa Barat)” yang sesuai dengan permasalahan dan data yang ada.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 80) populasi penelitian yang terdiri dari beberapa orang untuk dijadikan sampel penelitian karena sudah dapat dianggap mewakili keseluruhan jumlah objek dalam penelitian. Berdasarkan pernyataan tersebut, dalam lingkup penelitian ini telah ditetapkan bahwa populasinya adalah remaja dengan rentang usia 10-19 tahun di Jawa Barat menurut usia remaja WHO (2014). Hingga pada data terakhir yang diperbaharui yakni pada tahun 2020, tercatat ada sebanyak 8.125.416 penduduk remaja di Jawa Barat yang berusia antara 10-19 tahun (Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2020).

Setelah menentukan populasi penelitian, selanjutnya peneliti menarik beberapa sampel dari populasi yang telah ditentukan tersebut. Pengambilan sampel ini bertujuan untuk menghasilkan data yang bersifat representatif atau dapat mewakili total populasi secara pengujian statistik sehingga memungkinkan untuk dilakukan generalisasi temuan pada populasi dan sampel penelitian tersebut (Darmawan, 2013, hlm. 142). Oleh karena itu pula, diperlukan pemilihan dan pengambilan sampel yang harus mempertimbangkan serta memperhatikan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan menggunakan teknik *probability sampling* dalam mengambil sampel dari populasi remaja di Jawa Barat. Teknik tersebut digunakan karena semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sebagai sampel, sehingga dalam proses penarikannya dilakukan secara acak (*random*) dengan tetap memperhatikan pada kriteria yang ada. Adapun kriteria responden yang dapat terlibat serta dijadikan sebagai sampel

dalam penelitian ini yakni responden yang dapat memenuhi kriteria di bawah ini sesuai dengan tujuan utama penelitian, yaitu;

- 1) Remaja yang berusia 10-19 tahun
- 2) Berdomisili di Jawa Barat
- 3) Mengetahui/pernah mendengar/pernah melihat mengenai Kampanye Literasi Digital Nasional

Setelah menentukan kriteria responden, maka tahap selanjutnya yakni menentukan jumlah besaran sampel. Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel yang mewakili populasi yakni menggunakan rumus Slovin. Rumus penentuan jumlah sampel tersebut dipilih didasarkan pada jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak pasti jumlahnya. Meskipun diketahui jumlah total populasi sebesar 8.125.416 remaja di Jawa Barat, akan tetapi tidak diketahui secara pasti berapa banyak total remaja di Jawa Barat yang mengetahui, pernah mendengar, atau pernah melihat mengenai Kampanye Literasi Digital Nasional. Hal tersebut selaras dengan fungsi dari rumus Slovin yang dapat digunakan apa bila tidak memiliki informasi yang cukup mengenai perilaku populasi (Hotjar, tanpa tahun).

Rumus slovin ini akan menggunakan presisi atau *margin of error* sebesar 10%, hal tersebut didasarkan atas pertimbangan tidak diketahuinya jumlah pasti dari remaja di Jawa Barat yang mengetahui atau pernah mendengar dan melihat mengenai kampanye Literasi Digital Nasional, sehingga memiliki kemungkinan bahwa jumlah populasi sebenarnya memiliki jumlah populasi yang lebih kecil dari total populasi remaja di Jawa Barat. Adapun perhitungan tersebut akan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel penelitian

$N$  = Jumlah keseluruhan populasi

$e$  = Presisi (10%  $\approx$  0,1)

Dengan merujuk pada informasi yang ada, penelitian ini membutuhkan sejumlah sampel penelitian sebanyak;

$$n = \frac{8.125.416}{1 + 8.125.416 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{8.125.416}{81.255,16}$$

$$n = 99,99 \approx 100$$

Maka total sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yakni sebanyak 100 responden untuk mewakili keseluruhan populasi yang ada. Sebanyak 100 sampel atau responden yang terlibat dalam penelitian ini yakni memiliki kondisi atau karakteristik yang berbeda dalam beberapa aspek, seperti jenis kelamin, usia, hingga pada domilisi. Adapun penjelasan lebih detail mengenai karakteristik tersebut akan digambarkan dalam sub-subbab berikut ini.

### 3.3.1 Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Subjek penelitian ini tidak dikhususkan untuk satu jenis kelamin atau gender. Sehingga karakteristik berdasarkan jenis kelamin ini terdapat dua, yakni laki-laki dan perempuan. Adapun hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden ini menghasilkan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yakni responden laki-laki berjumlah 50% dan begitu pula halnya dengan jumlah responden perempuan sebesar 50%. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin seimbang, di man antara jumlah responden laki-laki jumlah responden perempuan sama-sama memiliki porsi berjumlah 50 responden.

**Tabel 3.1 Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin (n=100)**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	50	50%
Perempuan	50	50%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

### 3.3.2 Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia

Karakteristik subjek selanjutnya yakni melihat subjek berdasarkan usianya. Pada bagian ini, karakteristik usia dibagi menjadi lima kelompok, yakni 10-11 tahun, 12-13 tahun, 14-15 tahun, 16-17 tahun, dan 18-19 tahun. Rentang usia yang ambil merupakan rentang usia remaja menurut WHO, yakni dari usia 10 hingga 19 tahun merupakan usia remaja (WHO, 2014). Data karakteristik subjek yang digolongkan berdasarkan usia berusaha untuk menjelaskan bahwa seluruh remaja sebagai responden memiliki peluang dan kesempatan yang sama dalam mendapatkan kampanye Literasi Digital Nasional.

Hasil sebaran data menunjukkan subjek penelitian atau responden yang terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok rentang usia 18-19 tahun dengan jumlah presentasi sebesar 68% yakni sejumlah 68 responden dari total 100 responden. Artinya angka tersebut melebihi dari jumlah setengah sampel yang diteliti. Kedua, kelompok dengan rentang usia 16-17 tahun menempati posisi kedua sebesar 14% yang terdiri atas 14 responden. Selanjutnya posisi ketiga yakni kelompok rentang usia 14-15 tahun dengan jumlah persentase 12% yang berasal dari 12 responden pada kelompok usia tersebut. Untuk kelompok rentang usia 12-13 tahun hanya terdapat 6% responden saja, sedangkan untuk kelompok usia 10-11 tahun tidak ditemukan dari data responden sehingga untuk kelompok rentang usia 10-11 tahun tidak terlibat dalam penelitian ini.

**Tabel 3.2 Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia (n=100)**

Rentang Usia	Jumlah	Presentase
10-11 tahun	0	0%
12-13 tahun	6	6%
14-15 tahun	12	12%
16-17 tahun	14	14%
18-19 tahun	68	68%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Berdasarkan pada data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh remaja dengan kelompok usia 18-19 tahun. Di mana

apabila dengan memperkirakan tingkat pendidikan maka remaja dengan kelompok usia 18 tahun diperkirakan sedang menempuh tingkat pendidikan akhir di Sekolah Menengah Atas (SMA/ sederajat). Sedangkan untuk tingkat usia 19 tahun baru saja lulus dari pendidikan SMA/ sederajat. Oleh karena itu, data tersebut menjadi relevan, mengingat bahwa kampanye ini lebih digencarkan pada generasi Z dan sekolah menengah atas. Selain itu pula, seperti yang telah dipaparkan pada bagian latar belakang, bahwa remaja lulusan SMA ini memiliki minat literasi digital yang lebih rendah. Sehingga data penelitian ini menjadi relevan mengingat data menunjukkan dan mewakili kelompok usia yang dimaksud.

### **3.3.3 Karakteristik Subjek Berdasarkan Domisili**

Karakteristik subjek terakhir yakni karakteristik dengan melihat berdasarkan pada domisili masing-masing subjek atau responden penelitian. Karakteristik ini berguna untuk memberikan gambaran sebaran tempat tinggal atau domisili dari responden. Hal tersebut dikarenakan cakupan subjek dalam penelitian ini cukup luas, yakni Jawa Barat, sehingga memerlukan data yang dapat menggambarkan kondisi sebaran data domisili responden.

Diketahui bahwa subjek penelitian ini didominasi oleh responden yang berasal dari Kota Bandung sebanyak 57 responden dengan jumlah persentasenya sebesar 57%, di mana angka tersebut mencapai setengah dari total responden yang ada. Selanjutnya perbedaan angka yang sangat besar terlihat antara responden yang berdomisili di Kota Bandung dengan daerah lainnya. Di mana posisi kedua yakni berasal dari responden Kota Bekasi dengan jumlah 16 responden dengan persentase 16%. Selanjutnya yakni responden dari Kabupaten Bandung ada sebanyak 10 orang dengan presentase 10%. Kemudian antara responden Kota Bogor dan Kota Depok hanya selisih satu saja, di mana total responden yang berasal dari Kota Bogor sebanyak 5 responden dengan persentase 5% dan responden dari Kota Depok terdapat 4 responden dengan persentase 4%.

Adapun 8% lainnya dari 8 responden yang ada berasal dari masing-masing daerah di Jawa Barat yang berbeda. Daerah tersebut mulai dari Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi, Kabupaten Ciamis, Kabupaten Sukabumi, Kota Cirebon,

Kota Tasikmalaya, Kabupaten Sumedang, dan Kabupaten Majalengka dengan masing-masing hanya terdapat 1 responden saja.

**Tabel 3.3 Karakteristik Subjek Berdasarkan Domisili (n=100)**

<b>Domisili</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Kota Bandung	57	57%
Kota Bekasi	16	16%
Kabupaten Bandung	10	10%
Kota Bogor	5	5%
Kota Depok	4	4%
Lainnya	8	8%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

### 3.4 Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang akan diterapkan yakni menggunakan teknik komunikasi tidak langsung yang merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan dalam bentuk tulisan kepada para responden dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai alatnya (Haryono, dalam Juliastuti, dkk. 2021, hlm. 3). Oleh karena itu, instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh jawaban responden yakni kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berbentuk rincian daftar pertanyaan maupun pernyataan, sehingga kuesioner seringkali diartikan sebagai alat mencari jawaban atas apa yang dipahami oleh responden (Arikunto, 2013, hlm. 151). Oleh karena itu, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada para remaja yang berada di Jawa Barat yang berusia 10-19 tahun serta mengetahui/pernah mendengar/pernah melihat mengenai kampanye Literasi Digital Nasional.

Penyebaran kuesioner dilakukan demi mendapatkan jawaban responden sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengetahui terdapat atau tidaknya hubungan pengaruh antara Kampanye Literasi Digital Nasional sebagai variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap minat literasi digital sebagai variabel dependen atau variabel terikat (Y). Penyebaran kuesioner ini

akan dilakukan melalui platform daring, termasuk media sosial. Selain itu, lamanya durasi penyebaran kuesioner ini akan dilakukan dalam waktu yang tidak ditentukan hingga kebutuhan responden dalam penelitian ini terpenuhi. Adapun sejumlah pernyataan yang dibagikan kepada responden yakni seperti dalam tabel berikut.

**Tabel 3.4 Instrumen Penelitian**

<b>Varibel Penelitian</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skala</b>
Variabel Independen (X): <b>Kampanye</b>	<b>Isi Pesan</b> (Venus, 2019, hlm. 71)	Visualisasi pesan	1. Pesan yang disampaikan disertai visualisasi yang menarik.	Likert
		Materi pendukung	2. Pesan kampanye yang disampaikan kredibel.	Likert
		Isi pesan negatif atau positif	3. Pesan yang disampaikan menginformasikan pentingnya literasi digital bagi remaja.	Likert
		Pendekatan emosional	4. Pesan kampanye dikemas dengan menarik sehingga membangkitkan minat literasi digital saya. 5. Kampanye Literasi Digital Nasional membuat saya menyadari akan pentingnya literasi digital.	Likert

		Pendekatan rasa takut	6. Pesan kampanye tidak disampaikan secara berlebihan. 7. Pesan kampanye membuat saya merasa khawatir jika tidak menerapkan literasi digital saat menggunakan berbagai media digital.	Likert
		Pendekatan kelompok rujukan	8. Kampanye Literasi Digital Nasional menampilkan tokoh atau komunikator yang dapat dipercaya. 9. Tokoh yang dipilih sesuai dengan target sasaran kelompok remaja.	Likert
		Kreativitas dan humor	10. Pesan kampanye yang disampaikan dikemas secara ringan dan mudah dipahami 11. Penyampaian pesan diselingi dengan sedikit humor 12. Cara penyampaian pesan kampanye telah sesuai dengan target sarannya.	Likert

<p><b>Struktur Pesan</b> (Venus, 2019, hlm. 72)</p>	Sisi pesan	<p>13. Pesan kampanye yang disampaikan membuat saya paham akan pentingnya menerapkan literasi digital dalam setiap aktivitas yang berhubungan dengan media digital.</p> <p>14. Tidak menerapkan literasi digital akan menimbulkan dampak negatif bagi saya.</p>	Likert
	Susunan penyajian	<p>15. Pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan kampanye.</p> <p>16. Pesan yang disampaikan dikemas dengan menarik dan mudah dipahami</p>	Likert
	Pernyataan kesimpulan	<p>17. Pesan kampanye Literasi Digital Nasional memiliki kesimpulan yang jelas akan apa literasi digital serta kepentingannya untuk diterapkan.</p> <p>18. Kesimpulan pesan yang disampaikan memiliki kemenarikan</p>	Likert

			untuk diperbincangkan	
Variabel Dependen (Y): <b>Minat</b>	Kognitif (Hurlock, 2010, hlm. 116)	Pengetahuan	19. Saya lebih memahami mengenai ruang lingkup literasi digital. 20. Saya mengetahui pentingnya literasi digital 21. Saya mengetahui dampak positif dari menerapkan literasi digital 22. Saya mengetahui dampak negatif jika tidak menerapkan literasi digital.	Likert
	Afektif (Hurlock, 2010, hlm. 116)	Perasaan emosional	23. Saya menyukai penyampaian pesan Kampanye Literasi Digital Nasional 24. Saya merasa senang dengan cara penyampaian pesan oleh komunikator. 25. Memahami pentingnya literasi digital membuat minat akan literasi digital saya menjadi lebih meningkat.	Likert

	Psikomotor (Hurlock, 2010, hlm. 116)	Kecenderungan untuk menerapkan	26. Saya tertarik untuk menerapkan literasi digital dalam setiap aktivitas yang berhubungan dengan media digital. 27. Saya akan melakukan literasi digital tanpa adanya rasa paksaan. 28. Saya terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai literasi digital.	Likert
--	---	--------------------------------------	--	--------

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Peneliti akan menggunakan skala pengukuran yang diterapkan pada tanggapan yang diberikan oleh responden dalam kuesioner. Jenis skala yang akan digunakan adalah skala Likert. Pemilihan skala pengukuran Likert ini dilakukan karena skala ini efektif untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2017, hlm. 93). Adapun skala dan kriteria yang akan digunakan untuk menilai jawaban responden terdapat dalam tabel 3.3.

**Tabel 3.5 Skala Pengukuran Likert**

Option	Nilai Skala
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Ali, 2014

### 3.4.1 Pengujian Instrumen

#### 3.4.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas memiliki peran untuk mengetahui tingkat konsistensi pengukuran jika pengukuran tersebut mengalami repetisi beberapa kali. Sehingga jika hasil uji validitas menunjukkan bahwa suatu instrumen sah, maka instrumen

penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur situasi aktual lapangan (Sugiyono, 2017, hlm. 121). Oleh karena itu, uji validitas perlu untuk dilakukan dalam upaya mengetahui keabsahan atau valid tidaknya instrumen penelitian yang akan dilakukan.

Selain menggunakan uji validitas *product moment correlation*, dalam penelitian ini juga menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 dengan tingkat kepercayaan sebesar 90%. Hal tersebut didasarkan mengingat pada penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian ilmu humaniora atau ilmu sosial yang bersifat dinamis. Selain itu, didukung pula oleh pernyataan McCall (1970) yang mengatakan bahwa penggunaan dan pemilihan taraf signifikansi 0,05 (5%) merupakan kesepakatan yang sudah menjadi kebiasaan di dalam kalangan ilmuwan sosial tanpa ada dasar yang jelas. Sehingga merujuk pada pernyataan tersebut, nilai *sig-(2 tailed)* haruslah lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 agar item pernyataan tersebut bersifat valid.

**Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Soal	Pearson Correlation (r-butir)	Sig- (2 tailed)	Pengujian	Keterangan
Kampanye (X)	1	0,495	0,005	sig < 0,05	Valid
	2	0,300	0,107	sig < 0,05	Tidak Valid
	3	0,280	0,134	sig > 0,05	Tidak Valid
	4	0,399	0,029	sig < 0,05	Valid
	5	0,358	0,052	sig > 0,05	Tidak Valid
	6	0,080	0,676	sig > 0,05	Tidak Valid
	7	0,698	0,001	sig < 0,05	Valid
	8	0,618	0,001	sig < 0,05	Valid
	9	0,470	0,009	sig < 0,05	Valid
	10	0,593	0,001	sig < 0,05	Valid
	11	0,405	0,026	sig < 0,05	Valid
	12	0,577	0,001	sig < 0,05	Valid
	13	0,554	0,001	sig < 0,05	Valid
	14	0,584	0,001	sig < 0,05	Valid
	15	0,553	0,002	sig < 0,05	Valid
	16	0,453	0,012	sig < 0,05	Valid
	17	0,293	0,117	sig > 0,05	Tidak Valid
	18	0,529	0,003	sig < 0,05	Valid

	19	0,638	0,001	sig < 0,05	Valid
	20	0,564	0,001	sig < 0,05	Valid
	21	0,567	0,001	sig < 0,05	Valid
	22	0,510	0,004	sig < 0,05	Valid
	23	0,368	0,045	sig < 0,05	Valid
Minat (Y)	24	0,509	0,004	sig < 0,05	Valid
	25	0,473	0,008	sig < 0,05	Valid
	26	0,540	0,002	sig < 0,05	Valid
	27	0,493	0,006	sig < 0,05	Valid
	28	0,471	0,009	sig < 0,05	Valid
	29	0,551	0,002	sig < 0,05	Valid
	30	0,617	0,001	sig < 0,05	Valid
	31	0,489	0,006	sig < 0,05	Valid
	32	0,558	0,001	sig < 0,05	Valid
	33	0,596	0,001	sig < 0,05	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2023)

Berdasarkan pada tabel 3.3 di atas, maka dapat diketahui bahwa dari total 33 item soal atau pernyataan yang telah diuji validitasnya ditemukan ada sebanyak 5 item soal yang dinyatakan tidak valid. Adapun item yang tidak valid tersebut berasal dari item soal mengenai variabel X (kampanye) yakni dalam nomor 2, 3, 5, 6, dan 17. Kelima item soal tersebut dinyatakan tidak valid dikarenakan memilikianilai *sig-(2 tailed)* yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid sedangkan 29 item lainnya dinyatakan valid.

Langkah selanjutnya yang diambil terhadap item yang dinyatakan tidak valid tersebut yakni dengan membuang seluruh item yang dinyatakan tidak valid. Sehingga saat di lapangan nantinya hanya akan menggunakan sebanyak 29 item yang dinyatakan telah valid saja. Hal tersebut diambil dengan pertimbangan bahwa item soal yang dibuang atau di-*drop* tersebut tidak akan mempengaruhi hasil penelitian, dikarenakan item tersebut sudah terwakili oleh item lainnya yang berasal pada indikator yang sama.

#### 3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dapat dimaknai sebagai kesesuaian antara instrumen penelitian dengan apa yang ingin diukur oleh peneliti, sehingga menghasilkan sebuah instrumen penelitian yang dapat diandalkan dan dipercaya (Bungin, 2017,

hlm. 108). Keandalan yang dimaksud yakni keandalan instrumen dalam menghasilkan jawaban yang konsisten (Indrawan dan Yaniawati, 2016, hlm. 106). Hal tersebut dikarenakan suatu instrumen atau kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban instrumen tersebut konsisten dari waktu ke waktu (Ghazali, 2016, hlm. 32).

Untuk itu, uji reliabilitas diperlukan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian ketika mengukur realitas yang seharusnya diukur sesuai dengan permasalahan penelitian yang diangkat (Sugiyono, 2017, hlm. 130). Sehingga instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut menunjukkan hasil yang konsisten selama diuji. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan uji reliabilitas *Cronbach Alpha*. Hal tersebut dikarenakan pengujian *Cronbach Alpha* biasanya dilakukan pada instrumen yang memiliki lebih dari satu jawaban yang tepat (Adamson dan Prion, 2013, hlm. 179). Di mana hal tersebut sesuai dengan alat ukur yang akan diterapkan dalam penelitian ini yang tidak memiliki satu jawaban tunggal benar, karena instrumen yang digunakan adalah kuesioner.

Tingkat keandalan instrumen *Cronbach Alpha* yang akan menjadi tolak ukur reliabilitas instrumen penelitian ini yaitu menggunakan tingkat keandalan menurut DeVellis yang diklasifikasikan ke dalam tingkatan lima seperti yang terdapat pada tabel 3.5 berikut ini.

**Tabel 3.7 Tingkat Keandalan Instrumen Cronbach Alpha**

Hasil Uji Cronbach Alpha	Derajat Keandalan
<0,60	Tidak dapat diterima
0,60 – 0,65	Dipertanyakan
0,65 – 0,70	Diterima secara minimum
0,70 – 0,80	Dapat diterima/bagus
0,80 – 0,90	Sangat bagus

Sumber: De Vellis, 2017

Hasil pengujian reliabilitas terhadap instrumen atau item soal variabel X yakni Kampanye ditemukan hasil *Cronbach Alpha* sebesar 0,816 yang merujuk pada pedoman tingkat keandalan *Cronbach Alpha* menurut DeVellis (2017) maka

instrumen penelitian pada variabel X termasuk dalam kategori sangat bagus dengan tingkat keandalan antara 0,80 – 0,90. Hal yang serupa pun ditemukan pada hasil pengujian instrumen atau item soal pada variabel Y, yakni minat. Di mana uji reliabilitas ditemukan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,726 yang menurut kategori tingkat keandalan *Cronbach Alpha* menurut DeVellis tersebut, maka instrumen dinyatakan dapat diterima atau dalam kategori bagus dengan tingkat keandalan antara 0,70 – 0,80.

**Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Tingkat Keandalan	Hasil Reliabilitas
Kampanye (X)	0,816	0,80 – 0,90	Sangat bagus
Minat Literasi Digital (Y)	0,726	0,70 – 0,80	Dapat diterima/bagus

Sumber: Hasil Olah data Peneliti, 2023

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh instrumen penelitian termasuk variabel X dan Y. memiliki tingkat penerimaan atau kualitas yang baik. Oleh karena itu, dari dua variabel tersebut yakni variabel kampanye (X) dan variabel minat (Y) telah diuji dengan baik secara validitas serta reliabilitasnya dan telah terbukti valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan pada penelitian di lapangan. Seluruh instrumen yang telah dinyatakan valid dan reliabel ini maka selanjutnya dapat digunakan untuk menyebarkan kuesioner dengan tujuan untuk memperoleh data (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016, hlm. 98).

### 3.5 Prosedur Penelitian

Dalam proses melakukan sebuah penelitian, maka perlu juga untuk menyusun tahapan-tahapan pada sebuah penelitian atau prosedur penelitian. Prosedur penelitian dapat didefinisikan sebagai seperangkat langkah yang perlu untuk dilakukan ketika merancang sebuah penelitian, baik ketika pra-penelitian hingga pasca pelaksanaan penelitian (Arikunto, 2013, hlm. 61). Sehingga berdasarkan hal tersebut, ada beberapa langkah prosedur pada penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti mulai mengidentifikasi dan pemilihan masalah.
2. Peneliti mulai mencari data dan informasi mengenai masalah penelitian yang dilakukan melalui jurnal, buku, artikel, penelitian terdahulu, serta

- sumber lainnya dalam menyusun serta memperkuat latar belakang penelitian.
3. Peneliti mulai merumuskan pertanyaan penelitian, tujuan, manfaat, serta struktur penelitian.
  4. Peneliti mulai menyusun literatur-literatur yang telah didapatkan ke dalam sebuah kajian pustaka
  5. Peneliti mulai memetakan kerangka berpikir dari penelitian ini
  6. Peneliti mulai merumuskan hipotesis terhadap permasalahan yang akan diteliti.
  7. Peneliti menentukan pendekatan serta metode penelitian yang akan digunakan.
  8. Peneliti menentukan populasi, sampel penelitian, serta kriteria responden
  9. Penelitian menentukan dan menggagas instrumen penelitian.
  10. Peneliti mulai mencari sumber data, kajian, serta referensi lainnya hingga menentukan variabel penelitian.
  11. Peneliti menyusun operasional variabel.
  12. Peneliti menguji instrumen penelitian sebelum dilakukan pengambilan data dengan menyebarkan pada beberapa sampel kemudian dianalisis secara validitas dan reliabilitasnya.
  13. Peneliti menganalisis instrumen penelitian dan mengeliminasi beberapa pernyataan yang dinyatakan tidak valid dan tidak reliabel.
  14. Peneliti memulai tahap lapangan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden yang memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan hingga mencapai jumlah responden sesuai dengan target sebelumnya.
  15. Setelah data yang diperlukan terkumpul, peneliti memulai proses analisis dan melakukan serangkaian pengujian pada dataset tersebut.
  16. Peneliti mendeskripsikan hasil penelitian yang telah diperoleh.
  17. Peneliti membuat kesimpulan berdasarkan hasil yang telah diperoleh.
  18. Peneliti menulis dan merampungkan laporan penelitian atau skripsi ini.

### 3.6 Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Statistika Deskriptif

Analisis statistika deskriptif perlu dilakukan agar hasil penelitian dapat memberikan penjelasan mengenai pentingnya objek yang menjadi perhatian dalam penelitian ini (Darmawan, 2013, hlm. 49). Selain itu, analisis statistika deskriptif ini pun dilakukan dengan maksud utama untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang dirumuskan dalam permasalahan. Hal ini penting mengingat tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak kampanye literasi digital nasional terhadap minat literasi digital. Oleh karena itu, teknik analisis data yang akan digunakan mencakup penentuan kriteria kategorisasi, perhitungan nilai statistik deskriptif, dan penjelasan mendalam tentang variabel yang diteliti (Kusnendi, 2029, hal. 11). Dalam konteks ini, kriteria kategorisasi yang diterapkan adalah sebagai berikut:

$$X > (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Tinggi}$$

$$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Moderat/Sedang}$$

$$X < (\mu - 1,0\sigma) \quad : \text{Rendah}$$

Keterangan:

$X$  = Skor empiris

$\mu$  = Rata-rata teoritis = (skor maks + skor min)/2

$\sigma$  = Simpangan baku teoritis = (skor maks - skor min)/6

##### 3.6.1.1 Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi dilakukan dengan tujuan untuk mengubah data variabel menjadi bentuk data ordinal (Kusnendi, 2017, hlm. 6). Adapun kategori distribusi frekuensi yakni sebagai berikut:

**Tabel 3.9 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi**

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat/Sedang	2
Rendah	1

Sumber: Kusnendi, 2017

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur pengujian dalam statistik parametrik yang bertujuan untuk mengevaluasi apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal. Alasan di balik langkah ini adalah karena dalam statistik parametrik, uji normalitas menjadi suatu prasyarat yang harus dipenuhi, di antaranya adalah asumsi bahwa data harus memiliki distribusi normal (Sugiyono, 2015, hlm. 172). Uji normalitas memiliki signifikansi yang besar karena ketika data dianggap berdistribusi normal atau mendekati normal, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut merepresentasikan populasi secara efektif. Dalam konteks ini, uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria tertentu menurut Sugiyono (2017, hlm. 150) sebagai berikut:

- Jika nilai probabilitas (*asymptotic 2-tailed*)  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal
- Jika nilai probabilitas (*asymptotic 2-tailed*)  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

#### 3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah salah satu uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi variabel independen atau variabel penyebab terhadap hubungan yang kuat antara variabel-variabel tersebut (Kusnendi, 2017, hlm. 51). Dalam konteks penelitian ini, tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menjadi alat yang dapat mengindikasikan apakah terdapat keterkaitan yang sangat erat antara kampanye Literasi Digital Nasional terhadap minat literasi digital. Adapun cara untuk menentukan keberadaan multikolinearitas dapat ditentukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF sesuai dengan kriteria berikut:

- Jika nilai VIF  $> 10$ , dan nilai *Tolerance*  $< 0,1$ , maka terjadi multikolinearitas
- Jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,1$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang berfokus pada deteksi adanya variasi yang tidak merata dalam residual model regresi antar pengamatan

(Ghozali, 2013, hlm. 19). Dalam penelitian ini, model regresi yang diterapkan adalah untuk melakukan analisis terhadap pola regresi pada kampanye Literasi Digital Nasional terhadap minat literasi digital. Adapun uji heteroskedastisitas yang akan dilakukan pada penelitian ini akan digambarkan dengan grafik *scatterplot* dan menggunakan metode Spearman Rho dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai *sig 2-tailed* < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas
- Jika nilai *asympt sig 2-tailed* > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas

### 3.6.3 Uji Hipotesis

#### 3.6.3.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif variabel penelitian merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti. Kemudian apabila ditemukan adanya hubungan antar variabel tersebut, maka akan diukur pula keeratan antar hubungan variabel tersebut. Hasil dari pengukuran tingkat keeratan ini dapat melihat apakah hubungan tersebut berarti atau tidaknya (Arikunto, 2013, hlm. 313).

Adapun pengujian korelasi yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan *Pearson's Product Moments* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r$  = Nilai korelasi pearson

$\sum X$  = Jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$  = Jumlah pengamatan variabel Y

$\sum XY$  = Jumlah total dari pengamatan terhadap variabel X dan Y

$\sum X^2$  = Jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel X

$\sum Y^2$  = Jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel Y

Uji korelasi yang telah dilakukan nantinya akan membentuk angka koefisien korelasi yang berkisar mulai dari 0,00 hingga 1,00. Untuk membantu menafsirkan hasil uji korelasi ini terdapat sebuah pedoman interpretasi yang dapat

membantu untuk melihat terkait dengan hubungan positif antar dua variabel. Pedoman tersebut berbentuk dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3.10 Kategori Tingkat Hubungan**

<b>Interval Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00	Tidak ada korelasi
0,00 – 0,25	Korelasi lemah
0,25 – 0,50	Korelasi cukup kuat
0,50 – 0,75	Korelasi kuat
0,75 – 0,99	Korelasi sangat kuat
1,00	Korelasi sempurna

Sumber: Sarwono, 2015

### 3.6.3.2 Uji Regresi Linear Berganda (ARM)

Uji regresi linear berganda atau juga disebut dengan ARM (Analisis Regresi Multiple) merupakan salah satu jenis teknik statistika yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen (Hair, dkk., 2019, hlm. 265). Sehingga metode statistika ini berusaha untuk memprediksi atau membuat eksplanasi nilai variabel dependen berdasarkan pada nilai independen yang diketahui (Kusnendi, 2022, hlm. 9). Dalam menganalisis ARM, program *SPSS* akan menjadi alat bantu penelitian ini dengan menggunakan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Persamaan Regresi Tidak Terstandar (*Unstandardized*)

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Sikap kepercayaan

B<sub>0</sub> = Konstanta regresi

B<sub>1</sub> = Koefisien regresi X

X<sub>1</sub> = Isi pesan

X<sub>2</sub> = Struktur pesan

e = Standar error

(Kusnendi, 2022, hlm. 11)

### 3.6.3.3 Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan secara keseluruhan dengan melibatkan keseluruhan dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan menghasilkan pemahaman tentang sejauh mana dampak yang dihasilkan (Kusnendi, 2020, hlm. 23). Oleh karena itu, uji ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara kolektif (simultan) dengan tujuan mengevaluasi pengaruh semua variabel independen secara Bersama-sama terhadap variabel dependen. Rumus yang diterapkan dalam pengujian ini adalah;

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- $R^2$  = Koefisien determinasi  
 $k$  = Jumlah variabel independen (bebas)  
 $n$  = Jumlah anggota data atau kasus

Adapun cara yang dapat dilakukan untuk menguji signifikansi secara simultan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, menurut Ghozali (2013, hlm. 98) dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Mengambil keputusan untuk membandingkan nilai signifikansi dengan kriteria;
  - Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Mengambil keputusan untuk membandingkan nilai F tabel dengan F hitung dengan kriteria;
  - Jika nilai F hitung  $> F$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - Jika nilai F hitung  $< F$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.6.3.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis atau yang sering disebut juga sebagai uji t merupakan pengujian parsial merupakan salah satu prosedur pengujian hipotesis, di mana hasil sampel dapat digunakan untuk memverifikasi kebenaran dan kesalahan dari sebuah hipotesis nol ( $H_0$ ) (Rohmana, 2010, hlm. 48). Pengujian hipotesis dengan uji t

dalam menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak yakni dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$  (Ghozali, 2013, hlm. 98). Adapun tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05% dengan taraf signifikansi 95%. Secara sederhana, uji  $t$  dengan cara membandingkan antara  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$  dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = t\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = 5% = 0,05%

$n$  = Jumlah sampel

$k$  = Jumlah variabel yang sedang diuji

Dengan keputusan atau kriteria penerimaan atau penolakan  $H_0$  sebagai berikut:

- Jika nilai  $t_{\text{hitung}} >$  nilai  $t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel itu signifikan.
- Jika nilai  $t_{\text{hitung}} <$  nilai  $t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel itu tidak signifikan.

### 3.6.3.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Adjusted $R^2$

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  digunakan untuk mengukur kemampuan model variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen atau variabel terikat. Jika diperoleh hasil nilai  $R^2$  yang mendekati nol (0) atau rendah maka dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen sangat terbatas. Begitu pula sebaliknya, jika nilai  $R^2$  yang diperoleh tinggi atau mendekati satu (1) bermakna bahwa model atau variabel independen memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin efektif pula variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen (Ghozali, 2013, hlm. 95).