

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menerapkan desain penelitian yang dimana berfungsi sebagai acuan penelitian berdasarkan langkah-langkah ilmiah sehingga pada hasil akhir penelitian didapatkan data-data yang sesuai dengan rencana peneliti. Berdasarkan beberapa paparan sebelumnya mengenai tahapan penelitian, maka dengan ini peneliti menerapkan desain penelitian yang akan digunakan selama penelitian berlangsung. Hal yang paling utama dalam pelaksanaan penelitian adalah terletak pada penggunaan pendekatan penelitian. Peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif guna memperoleh hasil akhir berupa data dan angka. Dalam buku yang ditulis oleh Daniel Stockemer (2019) berjudul “*Quantitative Methods for the Social Sciences*” disebutkan bahwa penelitian dengan pendekatan kuantitatif selalu melibatkan data statistik yang berguna untuk memberikan gambaran atas permasalahan berupa data numerik dan juga membantu mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Adapun penggunaan metode dalam penelitian ditinjau dari pendekatan kuantitatif adalah dengan menggunakan metode korelasi yang mana metode ini digunakan untuk mencari keterkaitan antara masing masing variabel yang akan diukur. Diketahui variabel independen atau variabel X dalam penelitian ini adalah motivasi penggunaan media sosial dan juga variabel dependen atau variabel Y adalah kebutuhan informasi. Selain itu, dalam upaya penggalian data peneliti menggunakan tahapan survei dengan penyebaran kuesioner kepada responden terpilih. Teknik survei yang dipilih adalah teknik survei eksplanatori dimana teknik survei ini digunakan dengan menekankan pada hubungan sebab akibat dari kedua variabel sampai akhirnya dapat dideskripsikan dan ditarik kesimpulan.

### 3.2 Populasi dan Sampel

Penerapan populasi dalam penelitian ini adalah pengikut atau *subscriber* dari akun Youtube Gadget.in yaitu sebanyak 3.81 juta perbulan September 2022. Adapun para pengikut akun Gadgetin merupakan penduduk yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia, jadi peneliti berasumsi bahwa jika penelitian ini akan dilakukan seluas mungkin dengan jangkauan wilayah yang tidak ditentukan.

Berdasarkan pertimbangan populasi yang diterapkan dalam penelitian, maka peneliti menetapkan sampel penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling* diambil dari jenis sampel *nonprobability* karena sampel yang diambil tidak dapat memberikan peluang yang sama terhadap anggota populasi. Teknik *purposive sampling* dipilih karena peneliti menerapkan beberapa kriteria khusus dalam memilih responden agar data akhir yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan peneliti. Kriteria pemilihan responden tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengikuti atau men-*subscribe* akun Youtube GadgetIn
2. Berusia 17 - 35 tahun (Kategori usia dewasa awal menurut Departemen Kesehatan RI Tahun 2009)
3. Menonton video review gawai dari akun Youtube GadgetIn dalam setahun terakhir

Berdasarkan beberapa kriteria responden yang telah ditentukan pada poin-poin diatas, peneliti menargetkan jumlah responden yang akan mengisi kuesioner penelitian nantinya. Jumlah responden tersebut diharapkan akan merepresetasikan populasi penelitian yaitu remaja usia 17 hingga 35 tahun yang menonton video review gawai dan men-*subscribe* akun Youtube GadgetIn. Adapun penentuan jumlah sampe penelitian dituangkan ke dalam formula pencarian sampel "Slovin". Pemilihan formula sampling ini dikarenakan penerapan dalam penentuan banyaknya sampel penelitian dari populasi yang sangat besar. Formula slovin ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Maka diketahui dari formula tersebut bahwa nilai “*N*” merupakan jumlah total populasi yaitu 3.81 juta dan nilai “*e*” adalah batas toleransi kesalahan yang dipilih dengan nilai 10%, sehingga nilai *e* adalah 0.1. Maka penentuan sampel penelitian berdasarkan pada rumus slovin yaitu sebagai berikut.

$$n = \frac{3.810.000}{1 + (3.810.000 \times 0.1^2)} = 99.9973$$

Dari beberapa data yang didapatkan pada rumus diatas, diketahui bahwa terdapat 3.810.000 jumlah *subscriber* akun Youtube GadgetIn dan nilai signifikansi penelitian berpacu pada nilai signifikansi 10% atau setara dengan 0.1. Maka didapatkan jumlah sampel 99.99. Sampel penelitian tidak bisa menghasilkan angka yang desimal, sehingga dalam hal ini peneliti melakukan pembulatan pada jumlah sampel yaitu berjumlah 100. Maka diketahui jumlah sampel yang didapat dari formula slovin adalah berjumlah 100 responden.

### **3.3 Instrumen Penelitian**

Untuk menggali data di lapangan, peneliti membutuhkan alat atau pengukuran yang dapat menjadi media antara peneliti dengan informan. Maka dengan ini, peneliti menggunakan beberapa alat penelitian atau instrumen penelitian yang tercantum pada poin-poin di bawah ini.

#### **3.3.1 Kuesioner**

Berkaitan dengan pendekatan penelitian yang dipilih yaitu pendekatan kuantitatif, maka dengan ini peneliti memilih metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Pemilihan kuesioner sebagai cara pengumpulan data penelitian dipilih karena dirasa tepat jika dipadukan dengan pemilihan pendekatan penelitian. Selain itu, kuesioner

dapat memberikan jawaban atas permasalahan dalam penelitian berbentuk kecenderungan dari jawaban yang diberikan oleh responden penelitian.

Dalam hal ini, kuesioner yang dipilih adalah jenis kuesioner tertutup. Hal ini dikarenakan pada kuesioner tertutup menawarkan pilihan jawaban-jawaban yang telah ditetapkan oleh peneliti sehingga responden hanya mengisi sesuai dengan yang ada pada kolom. Jawaban tersebut adalah merupakan penyesuaian dengan pemilihan skala penelitian yaitu Skala *Likert*. Kuesioner tertutup memberikan kemudahan bagi peneliti untuk melihat jawaban secara numerik berupa data dan angka sehingga dengan ini peneliti dapat dengan mudah menyesuaikan jawaban dengan rumus pengujian yang ditentukan sehingga akhirnya ditetapkan kesimpulan.

### **3.3.2 Studi Kepustakaan**

Pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup dua jenis. Pertama adalah data primer. Data primer merupakan data yang dihasilkan dari proses penelitian misalnya dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder merupakan kumpulan kajian literatur tambahan yang digunakan guna memperkaya khazanah keilmuan dalam melakukan penelitian.

Adapun pemilihan literatur tambahan seperti misalnya buku, jurnal penelitian terdahulu yang sudah terakreditasi nasional ataupun internasional yaitu Sinta ataupun Scopus. Selain itu, peneliti juga menggunakan website resmi seperti website pemerintahan guna mendapatkan data statistik terbaru dan tentunya mendapatkan validasi dari pihak terkait.

### **3.3.3 Skala Pengukuran**

Sesuai dengan pemilihan pendekatan penelitian yaitu pendekatan kuantitatif dimana pada pendekatan ini membutuhkan pengukuran untuk melihat kecenderungan diantara jawaban-jawaban yang dipilih oleh responden. Peneliti memilih pengukuran penelitian dengan menggunakan besaran pada Skala *Likert*. Skala ini menyatakan bahwa angka-angka yang diterapkan dalam instrumen dapat dengan mudah menghasilkan kecenderungan jawaban seperti angka 1 untuk jawaban atas pernyataan sangat tidak

setuju, angka 2 untuk jawaban atas pernyataan tidak setuju, angka 3 untuk jawaban atas pernyataan setuju, dan angka 4 untuk jawaban atas pernyataan sangat setuju.

**Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Tabel**

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4
Tidak Setuju (TS)	2	3
Setuju (S)	3	2
Sangat Setuju (SS)	4	1

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini akan membahas mengenai hubungan antara dua variabel yang terdiri dari variabel bebas (X) yaitu Motivasi Penggunaan Media Sosial dan juga variabel terikat (Y) yaitu Kebutuhan Informasi.

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Variabel Bebas (X): Motivasi Penggunaan Media Sosial	Inspirasi dalam penelitian ini mendorong definisi yang diberikan oleh Rubin (2000) yang menyatakan bahwa inspirasi dalam memanfaatkan media dicirikan sebagai alasan-alasan yang mendorong seseorang untuk menggunakan suatu media. Kebutuhan seseorang yang dipengaruhi oleh kesehatan mental dan lingkungan sosialnya akan memotivasi atau mendorong mereka untuk menggunakan media.		
	Motivasi kognitif (X1)	Peneguhan informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi review gawai di akun Youtube Gadgetin disampaikan dengan jelas</li> <li>2. Gadgetin memberikan penjelasan spesifikasi gawai yang tidak meragukan</li> </ol>
		Pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Akun Youtube Gadgetin memberikan pemahaman seputar versi terbaru gawai</li> </ol>

			4. Gadgetin mendukung versi original dari gawai
		Pemahaman lingkungan	5. Informasi gawai akun Gadgetin disampaikan dengan gaya bahasa millennial 6. Gadgetin memberikan informasi gawai yang cocok digunakan pelajar
		Penyelidikan	7. Akun Youtube Gadgetin memberikan informasi yang sesuai dengan fakta 8. Informasi pada gawai diberikan dengan menampilkan spesifikasi yang tertera
	Motivasi afektif (X2)	Pengalaman estetis	9. Gawai yang ditampilkan pada akun Gadgetin menarik perhatian 10. Model gawai ditampilkan dengan versi warna yang berbeda-beda
		Pengalaman emosional	11. Informasi gawai disampaikan secara emosional 12. Gadgetin memberikan informasi sesuai dengan kondisi gawai
	Motivasi Identitas Personal (X3)	Penguatan kredibilitas	13. Informasi seputar gawai bersumber dari website resmi perusahaan produksi 14. Informasi gawai disampaikan sesuai dengan <i>update</i> gawai tersebut
		Status individual	15. Gawai yang ditampilkan akun Gadgetin menyesuaikan dengan kalangan remaja 16. Harga pada gawai diklasifikasikan dari yang termudah sampai termahal

	Motivasi Integrasi Sosial (X4)	Afiliasi sosial	17. Akun Youtube Gadgetin menjaga hubungan baik dengan kompetitor 18. Gadgetin menampilkan review gawai yang berbeda dengan akun lain
		Peneguhan hubungan dengan individu lain	19. Gawai yang direview merupakan saran dari pengikut akun Gadgetin 20. Gadgetin menerima kritik dan saran dari pengikut akunya
	Motivasi Hiburan (X5)	Menghindari tekanan	21. Review gawai tidak menekan pengikut untuk membeli produk gawai 22. Informasi gawai disampaikan secara santai
		Hasrat akan keanekaragaman	23. Gawai yang ditampilkan memiliki versi yang beragam 24. Model gawai yang ditampilkan memiliki berbagai spesifikasi
Variabel Terikat (Y): Kebutuhan Informasi	Kebutuhan informasi adalah situasi atau kondisi yang muncul dari kesadaran dimana seseorang percaya ada kekurangan informasi atau pengetahuan yang diperlukan untuk memahami suatu konsep atau menyelesaikan suatu masalah. Kebutuhan untuk memperoleh informasi baru, serta kebutuhan untuk menjelaskan dan memperkuat informasi, kepercayaan, dan nilai yang ada, semuanya adalah contoh dari kebutuhan informasi ini. Terlepas dari kenyataan bahwa (Trapanof et al. 2008,) kebutuhan individu individu dapat mempengaruhi faktor-faktor kebutuhan yang muncul.		
	<i>Current Need Approach</i>	Keterbaruan Informasi	25. Gawai yang direview menampilkan model terbaru 26. Spesifikasi gawai disesuaikan dengan kebutuhan pelajar
		Keragaman Informasi	27. Gadgetin memberikan informasi selain gawai 28. Review gawai tidak hanya tentang tampilan luar saja

	<i>Everyday Need Approach</i>	Kecepatan isi informasi	29. Durasi video review singkat namun detail 30. Informasi seputar gawai disampaikan dengan tersusun
		Kerutinan pencarian	31. Akses informasi Gadgetin dilakukan setiap hari 32. Informasi gawai Gadgetin bisa disaksikan kapan saja
	<i>Exhausted Need Approach</i>	Kelengkapan Informasi	33. Informasi seputar gawai disampaikan secara lengkap 34. Gadgetin memberikan informasi gawai yang tersusun
		Kedalaman isi informasi	35. Gadgetin memahami sebuah gawai secara mendalam 36. Review gawai dilakukan dengan melihat semua sisi pada gawai
	<i>Catching-up Need Approach</i>	Keringkasan penyajian informasi	37. Kepadatan informasi gawai dikemas dalam sajian bahasa yang mudah dipahami
			38. Informasi gawai berdurasi singkat namun padat.

(Sumber: Olahan Peneliti)

### 3.5 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner, peneliti melakukan pengujian instrumen terlebih dahulu guna melihat validitas atau kelayakan instrumen untuk disebarkan kepada responden. Dalam pengujian instrumen penelitian, peneliti menggunakan dua metode pengujian yaitu Uji Validitas dan juga Uji Reliabilitas yang dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan bantuan program statistika IBM SPSS Versi 24.

### 3.5.1 Uji Validitas

Pengujian pertama pada instrumen yang dilalui oleh peneliti sebelum menyebar kuisioner adalah uji validitas. Uji ini melihat sejauh mana keshahihan/ketepatan yang dimiliki oleh masing-masing item pertanyaan. Uji validitas membandingkan antara dua nilai yaitu ketentuan nilai yang disesuaikan dengan jumlah sampel dengan nilai yang diberikan dari hasil pengujian masing-masing item pertanyaan.

Pada uji validitas, pembandingan nilai yang akan menghasilkan validitas atau keshahihan data dilihat berdasarkan dua hal yaitu besaran  $r_{hitung}$  dan juga besaran  $r_{tabel}$ . Penggunaan dua nilai tersebut dikarenakan nilai  $r_{tabel}$  dibandingkan dengan nilai  $r_{hitung}$  atau *pearson correlation* setiap instrumennya akan berbeda nilainya. Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara melihat apakah  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka item pertanyaan dianggap valid. Namun jika nilai  $r_{tabel} > r_{hitung}$ , maka item pertanyaan dianggap tidak valid.

Di bawah ini merupakan hasil dari pengujian validitas atas instrumen penelitian diatas. Terdapat 38 pernyataan dengan pengujian dua variabel, yaitu variabel terikat (X) motivasi penggunaan media sosial dan variabel bebas (Y) kebutuhan informasi seputar gawai. Hasil uji validitas pada instrumen tercantum pada tabel di bawah.

**Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	<i>Corrected Item Correlation</i>	R tabel (n = 28) df-2 = 30-2	Keterangan
Motivasi Penggunaan Media Sosial (X)	1	0.618	0.306	VALID
	2	0.609	0.306	VALID
	3	0.685	0.306	VALID
	4	0.609	0.306	VALID
	5	0.695	0.306	VALID
	6	0.763	0.306	VALID
	7	0.521	0.306	VALID
	8	0.416	0.306	VALID
	9	0.650	0.306	VALID
	10	0.554	0.306	VALID
	11	0.549	0.306	VALID
	12	0.584	0.306	VALID

	13	0.669	0.306	VALID
--	----	-------	-------	-------

	14	0.489	0.306	VALID
	15	0.511	0.306	VALID
	16	0.498	0.306	VALID
	17	0.647	0.306	VALID
	18	0.480	0.306	VALID
	19	0.491	0.306	VALID
	20	0.446	0.306	VALID
	21	0.587	0.306	VALID
	22	0.685	0.306	VALID
	23	0.591	0.306	VALID
	24	0.699	0.306	VALID
Kebutuhan Informasi Seputar Gawai (Y)	25	0.401	0.306	VALID
	26	0.448	0.306	VALID
	27	0.587	0.306	VALID
	28	0.438	0.306	VALID
	29	0.727	0.306	VALID
	30	0.546	0.306	VALID
	31	0.405	0.306	VALID
	32	0.557	0.306	VALID
	33	0.563	0.306	VALID
	34	0.682	0.306	VALID
	35	0.747	0.306	VALID
	36	0.648	0.306	VALID
	37	0.713	0.306	VALID
	38	0.645	0.306	VALID

Dari data di atas, diketahui bahwa nilai derajat kebebasan (degree of freedom) adalah 28. Angka tersebut diambil dari jumlah sampel penelitian pada uji coba instrumen yaitu 30. Berhubungan dengan ketentuan dokumen rtabel yang didapat peneliti bahwa nilai rtabel didapatkan dari rumus  $dk = n - 2$  yaitu  $dk = 30 - 2$  dan didapatkan hasil 28. Dari nilai derajat kebebasan yang telah diketahui, didapatkan bahwa nilai rtabel dari  $dk = 28$  adalah 0.306. Nilai ini diambil dari signifikansi penelitian 90% atau 0.010. Untuk mendapatkan nilai validitas yang valid maka nilai pada rhitung lebih kecil (<) daripada rhitung, maka instrumen dikatakan tidak valid. Dari total 38 item pernyataan yang diuji coba oleh peneliti diketahui bahwa item yang valid adalah 38. Sehingga dari jumlah inilah seluruh item pernyataan akan disebar pada penelitian.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Pengujian lanjutan dari instrumen setelah dinyatakan valid adalah uji reliabilitas. Uji ini melihat bagaimana konsistensi respon yang diberikan oleh informan melalui instrumen. Pada uji reliabilitas, pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan dua nilai yaitu nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) dengan nilai ketentuan 0,70. Jika nilai  $\alpha > 0,70$  maka instrumen dinyatakan reliabel. Namun, jika nilai  $\alpha < 0,70$  maka instrumen dinyatakan tidak reliabel. Untuk mengetahui sejauh mana reliabilitas yang dimiliki oleh sebuah instrumen maka dibutuhkan *critical r*.

Acuan dari Taber (2018) menyatakan bahwa nilai konsistensi instrumen dapat dideskripsikan melalui nilai-nilai yang terdapat pada *Alpha Cronbach*, dimana nilai-nilai tersebut dibagi menjadi beberapa tingkatan, yakni sebagai berikut:

- Nilai *Alpha Cronbach* (0,10) bermakna sangat rendah dan tidak dapat diterima
- Nilai *Alpha Cronbach* (0,11-0,40) bermakna rendah dan tidak dapat diterima
- Nilai *Alpha Cronbach* (0,41-0,50) bermakna tidak memuaskan
- Nilai *Alpha Cronbach* (0,51-0,68) bermakna tidak diterima dan sedang
- Nilai *Alpha Cronbach* (0,69-0,71) bermakna diterima dan agak rendah
- Nilai *Alpha Cronbach* (0,72-0,87) bermakna wajar
- Nilai *Alpha Cronbach* (0,88-0,90) bermakna cukup tinggi dan kuat
- Nilai *Alpha Cronbach* (0,91-1,00) bermakna sangat kuat dan memuaskan

Di bawah ini adalah tabel uji reliabilitas yang dilakukan peneliti menggunakan alat bantu program statistika IBM SPSS versi 25.

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b><i>N of Items</i></b>	<b><i>Critical r</i></b>	<b>Keterangan</b>
Motivasi Penggunaan Media Sosial (X)	0.911	24	0.91 – 1.00	Sangat Kuat
Kebutuhan Informasi Seputar Gawai (Y)	0.831	14	0.72 – 0.87	Bagus

Dari data uji reliabilitas dapat diketahui nilai cronbach alpha yang didapat oleh kedua variabel yaitu variabel motivasi penggunaan media sosial (X) dan variabel kebutuhan informasi seputar gawai (Y) menyatakan bahwa kedua variabel memiliki nilai reliabilitas yang baik. Didapatkan hasil alpha dari variabel X adalah 0.911 yang berarti nilai alpha berada di rentang angka 0.91-1.00 sehingga didapatkan hasil yang sangat kuat. Sedangkan pada variabel Y didapatkan nilai alpha sebesar 0.831 yang berada pada rentang kategori 0.72-0.87 sehingga didapatkan kesimpulan hasil uji reliabilitas yang bagus. Dengan demikian, kedua variabel telah teruji dan dinyatakan reliabel sehingga instrumen penelitian dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

### **3.6 Prosedur Penelitian**

Dalam tahap ini, peneliti merumuskan berbagai langkah-langkah dalam melakukan penelitian. Langkah inilah yang menjadi pedoman peneliti dalam melakukan penelitian. Langkah yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan pencarian fenomena-fenomena sosial di bidang komunikasi dari berbagai sumber. Dalam hal ini melakukan pencarian melalui jurnal penelitian terdahulu dan juga data statistik dari website.
2. Peneliti merumuskan fenomena yang ada ke dalam sebuah masalah penelitian yang nantinya akan diteliti. Setelah masalah ditemukan, peneliti melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing untuk meminta saran dan masukan.

3. Setelah disetujui dosen pembimbing, peneliti menyusun rancangan penelitian mulai dari penyusunan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, konsep dan teori yang akan dijadikan acuan dalam penelitian, serta metodologi apa sajakah yang akan digunakan sebagai alat dalam melakukan penelitian.
4. Setelah tersusun segala rancangan, peneliti menyusun item pernyataan yang akan dijadikan instrumen penelitian untuk menggali data di lapangan berdasarkan variabel-variabel penelitian. Kemudian peneliti melakukan uji coba instrumen kepada 30 orang kemudian dilakukan pengolahan uji validitas dan reliabilitas.
5. Setelah instrumen dilakukan pengujian, peneliti melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing terkait dengan kelanjutan dan keabsahan instrumen.
6. Setelah dosen pembimbing menyetujui. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner ke lapangan kepada 100 sampel penelitian yaitu pengikut akun Youtube Gadgetin berusia 17-35 tahun.
7. Setelah data lapangan terkumpul, peneliti melakukan pengolahan data. Adapun pengolahan data diantaranya analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan juga uji hipotesis.
8. Setelah semua hasil pengujian dilakukan, peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang dihasilkan yang kemudian dikaitkan dengan teori penelitian sehingga akhirnya peneliti dapat menarik kesimpulan dalam penelitian yang akan dituangkan pada bagian simpulan.

### **3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis**

Setelah melakukan penggalan data di lapangan melalui instrumen, peneliti melakukan pengolahan data dengan tujuan untuk dapat mengambil kesimpulan diakhir pengolahan.

### 3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Teknik analisis yang pertama yaitu analisis data deskriptif dimana pada analisis ini bertujuan untuk mengklasifikasikan temuan penelitian di lapangan. Adapun pengklasifikasian yang dilakukan peneliti adalah melalui data deskriptif yang mendeskripsikan temuan penelitian mengenai motivasi penggunaan media sosial Youtube terhadap kebutuhan informasi seputar gawai pengikut akun Youtube Gadgetin. Adapun tahapan dalam melakukan analisis data deskriptif yaitu mengkategorisasikan kriteria tinggi, moderat, rendah, menghitung frekuensi distribusi, dan mendeskripsikan data hasil analisis.

- **Kriteria Kategorisasi**

Kategori	Rumus
Tinggi	$X > (\mu + 1\sigma)$
Moderat/Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$

(Sumber: Kusnendi, 2017)

Keterangan:

$X$  = Data Jumlah Skor Tanggapan Responden

$\mu$  = rata-rata nilai

$\sigma$  = simpangan baku nilai atau *St. Deviation*

- **Distribusi Frekuensi**

Setelah dilakukan perhitungan untuk mengklasifikasikan kriteria kategorisasi, hasil perhitungan dikategorikan ke dalam tiga tingkatan yaitu tinggi, moderat/sedang, dan rendah (Kusnendi, 2017). Pengelompokan data tersebut tercantum pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3. 4 Kriteria Kategorisasi**

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat/Sedang	2
Rendah	1

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Pengujian pertama dalam penelitian ini adalah pengujian asumsi klasik yang berguna untuk melihat konsistensi dari penelitian dan pengujian kedepannya.

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Berdasar pada buku yang ditulis oleh Nasrum (2018) berjudul “Uji Normalitas Data untuk Penelitian” yang menyatakan tentang pentingnya menggunakan uji asumsi klasik pertama sebelum melakukan pengujian statistika lain. Uji normalitas digunakan sebagai penentu uji statistika yang bisa dilakukan selanjutnya seperti uji statistika parametrik ataupun uji statistika non parametrik.

Dengan begitu, definisi dari uji normalitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk melihat persebaran data normal ataupun tidak normal. Syarat dari melakukan uji normalitas adalah dilaksanakan setelah penelitian dan data lapangan yang dihasilkan adalah data numerik. Pengujian ini dilakukan tentu dengan bantuan dari program IBM SPSS Versi 24 dengan istilah “*Normality Test*”. Selain itu, uji asumsi klasik normalitas dilakukan dengan data yang telah dihasilkan dari penelitian dua variabel maka tentunya hanya dapat dilakukan oleh penelitian dengan pendekatan kuantitatif.

Uji normalitas dalam statistika terbagi menjadi dua model yaitu “*Kolmogorov-smirnov*” dan juga “*Shapiro Wilk*”. *Kolmogorov-smirnov* dilakukan jika sampel penelitian berjumlah sebanyak lebih dari 50 responden. Sedangkan *Shapiro wilk* dilakukan jika sampel penelitian berjumlah sebanyak kurang dari 50 responden. Namun, penggunaan model uji normalitas dalam penelitian ini adalah dengan

menggunakan model *kolmogorov-smirnov*. Hal ini dikarenakan jumlah sampel penelitian adalah sebanyak lebih dari 50 yaitu 400 responden.

Maka didapatkan pengambilan keputusan dari uji normalitas bermodel *kolmogorov-smirnov* adalah jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka diputuskan bahwa data yang didapatkan adalah berdistribusi normal. Sedangkan jika hasil dari uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka diputuskan bahwa data yang didapatkan adalah berdistribusi tidak normal. Data yang berdistribusi normal harus dilanjutkan dengan uji statistika parametrik. Sedangkan data yang berdistribusi tidak normal dilanjutkan dengan uji statistika non parametrik.

### **3.8.2 Uji Multikolinearitas**

Setelah data dinyatakan berdistribusi normal yang ditunjukkan oleh uji normalitas, selanjutnya peneliti melakukan uji asumsi klasik yang kedua yaitu uji multikolinearitas. Uji Multikolinearitas ditujukan sebagai pengujian untuk melihat hubungan yang sempurna pada variabel konsumsi berita kredibel dan kepuasan membaca berita (Daoud, 2018). Adapun uji multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai *tolerance* dengan lebih dari 0.10. Selain itu, nilai VIF yang harus lebih kecil dengan 10.00. Pengambilan keputusan dapat diketahui jika nilai *tolerance* lebih dari 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dan juga nilai VIF yang harus lebih kecil dari 10.00 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### **3.8.3 Uji Heterokedastisitas**

Setelah melakukan uji asumsi klasik multikolinearitas, uji asumsi klasik selanjutnya adalah uji heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menentukan model regresi yang dapat atau tidak memprediksi variabel dependen secara konsisten di semua nilai variabel independen (Khaled et al., 2019). Pengambilan keputusan pada uji asumsi klasik uji heterokedastisitas dilakukan dengan melihat grafik yang dinamakan “Scatterplot” dan kemudian diidentifikasi berbagai syarat suatu penelitian tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Syarat itu adalah titik-titik data

menyebarkan di antara, di atas, atau di bawah angka 0. Selain itu, titik-titik data menyebar pada satu wilayah saja, titik data yang menyebar menjauhi titik kumpul disahkan asal tidak mendominasi data asli. Dan terakhir yaitu, titik-titik data tidak membentuk pola seperti pola gelembung, pola lingkaran, ataupun sejenisnya. Jika ketiga syarat itu dipenuhi, maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hal ini mengartikan bahwa penelitian dapat berlanjut pada uji hipotesis.

### **3.9 Uji Hipotesis**

Untuk dapat mengetahui sebuah hipotesis diterima atau tidaknya, maka peneliti melakukan uji hipotesis yang selain melihat hipotesis, tapi melihat bagaimana besaran pengaruh yang dimiliki antar variable.

#### **3.9.1 Uji F Simultan**

Selain dari melihat keterhubungan antara variabel  $X_n$  dengan variabel Y, maka peneliti harus melanjutkan pengujian dengan melihat keterhubungan antara variabel X utama dengan variabel Y. Tujuan dari dilakukannya analisis varians uji F simultan adalah dengan mengetahui keberadaan hubungan secara simultan atau bersamaan terhadap kedua variabel yaitu bebas dan terikat (Yusuf, 2017). Adapun dalam penelitian ini, cara melakukan pengujian analisis varians uji F simultan adalah dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Versi 24 dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai ketepatan penelitian secara umum yaitu 95% atau setara dengan 0,05. Maka dengan ini, cara melihat hubungan antara dua variabel dengan analisis varians uji F simultan adalah bila nilai Sig > 0,05 maka tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan bila nilai Sig < 0,05 maka terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Selain dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai ketepatan penelitian, peneliti juga melakukan perbandingan terhadap nilai  $f_{tabel}$  dengan nilai  $f_{hitung}$ . Adapun rumus dalam menentukan  $f_{hitung}$  adalah sebagai berikut.

$$f_{\text{tabel}} = f(k; n - k)$$

Nilai  $f_{\text{tabel}}$  adalah nilai yang didapatkan dengan cara melihat ketentuan nilai *degree of freedom*. Maka dari rumus diatas diketahui bahwa nilai  $n$  adalah jumlah sampel penelitian dan nilai  $k$  adalah jumlah variabel X. Maka jika sudah diketahui hasilnya akan didapatkan nilai  $f_{\text{hitung}}$  yang kemudian bisa dibandingkan dengan nilai  $f_{\text{tabel}}$ . Setelah dapat dibandingkan, pengambilan keputusan yang ditetapkan adalah berpacu pada perbandingan dua nilai F. Jika nilai  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$  maka hasilnya hipotesis diterima dan variabel yang diuji terdapat pengaruh. Namun, jika nilai  $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$  maka hipotesis ditolak dan variabel yang diuji tidak ada pengaruh.

### 3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah melakukan berbagai analisis pengujian asumsi klasik dan uji hipotesis, maka peneliti menganalisis pengaruh yang dimiliki oleh variabel konsumsi berita kredibel dan kepuasan membaca berita mengenai sifat hubungannya yang berpengaruh positif atau negatif (Daoud, 2018, hlm. 42). Melakukan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini memanfaatkan program statistika IBM SPSS Versi 25 agar data yang dihasilkan dapat sesuai dengan harapan peneliti. Adapun acuan dalam mengambil keputusan analisis regresi linear berganda berdasarkan Kusnendi (2017) dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6$$

Berdasarkan rumus tersebut diketahui bahwa  $\beta_0$  adalah besaran konstanta yang didapatkan. Sedangkan  $\beta_nX_n$  adalah nilai beta berdasarkan nilai masing-masing variabel. Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara melihat arah hubungan yang terjadi pada masing-masing variabel dependen. Arah hubungan positif memiliki arti jika pengaruh yang dimiliki antara variabel dependen dan independen searah. Namun jika arah hubungan yang terjadi adalah negatif maka pengaruh yang dimiliki antara variabel dependen dan independen adalah bertolak belakang.

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) dan Adjusted R<sup>2</sup>

Uji hipotesis yang dilakukan terakhir dalam penelitian ini adalah uji koefisien determinasi R<sup>2</sup>. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat efektivitas dan mengukur besaran pengaruh variabel-variabel dependen terhadap variabel independen (Huang & Che, 2008). Pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah dengan melihat besaran presentase yang dimiliki oleh variabel dependen. Jika semakin besar model yang dihasilkan oleh variabel-variabel dependen, maka semakin besar pula pengaruh yang dimiliki oleh variabel dependen terhadap variabel independen. Namun, ketika besaran presentase semakin kecil, maka pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen semakin kecil, dan pengaruh kepada variabel independen berpotensi bukan dipengaruhi oleh variabel dependen, tapi dipengaruhi oleh variabel lain.