

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Arus Kegiatan Penelitian

Peneliti menyusun langkah-langkah penelitian yang dimulai dengan memilih masalah yang akan diteliti dan diakhiri dengan menarik kesimpulan penelitian. “Alur penelitian, apapun jenis penelitiannya selalu dimulai dari adanya permasalahan atau ganjalan, yang merupakan suatu kesenjangan yang dirasakan oleh peneliti” (Arikunto, 2013, hlm. 13).

1. Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah memilih masalah. Peneliti memilih topik mengenai Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour* karena di dalamnya terdapat kesenjangan antara apa yang diharapkan dan apa yang terjadi di lapangan. Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour* diselenggarakan agar publik menerapkan gaya hidup hemat energi listrik, tetapi pada kenyataannya beban listrik pada saat *Earth Hour* 2016 tidak turun.
2. Langkah kedua peneliti melakukan studi pendahuluan dengan cara mencari informasi yang diperlukan dari *paper*, dokumen, buku-buku, berita *online*, laporan penelitian, penelitian sebelumnya yang terkait, menelusuri jejaring sosial *Earth Hour* Bandung, melakukan wawancara dengan pihak *Earth Hour* Bandung, serta berkonsultasi dengan dosen pembimbing. Studi pendahuluan dilakukan agar masalah dalam penelitian ini lebih jelas kedudukannya.
3. Langkah tiga adalah merumuskan masalah. Perumusan masalah dalam penelitian ini fokus kepada dimensi pesan dalam Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour* dan sikap hemat energi listrik.
4. Langkah empat adalah merumuskan anggapan dasar. Pada tahap ini peneliti melakukan kajian pustaka untuk mengumpulkan teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian dari berbagai buku dan jurnal sehingga ada dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang sedang diteliti. Merumuskan anggapan dasar juga bertujuan untuk mempertegas variabel yang menjadi pusat perhatian dan untuk

menentukan hipotesis. Setelah merumuskan anggapan dasar atau landasan teoretis peneliti dapat merumuskan hipotesis.

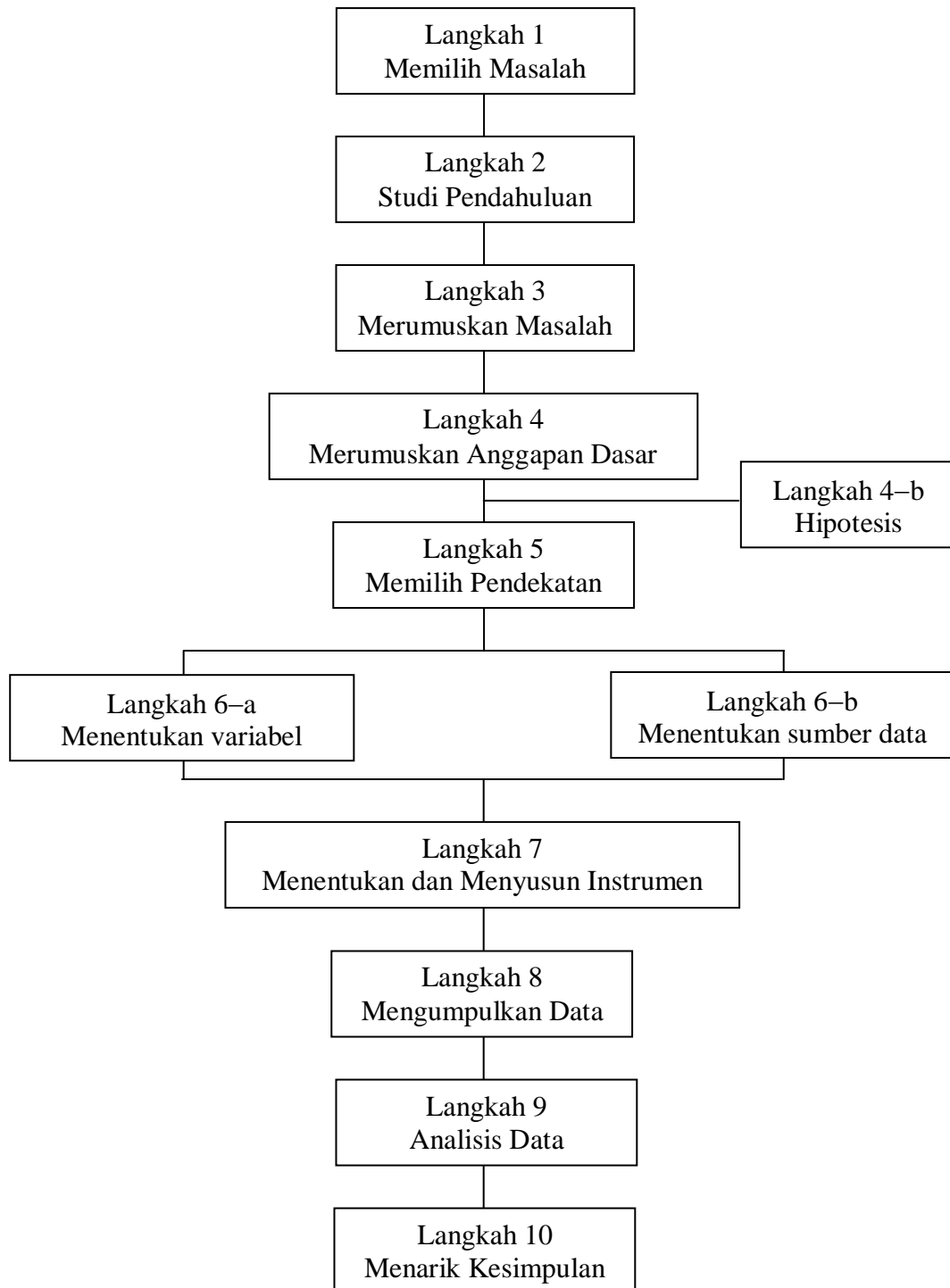
5. Langkah lima adalah memilih pendekatan. Peneliti memilih pendekatan pendekatan Ilmu Komunikasi positivisme dengan metodologi kuantitatif.
6. Langkah enam adalah menentukan variabel dan sumber data. Konsep yang dioperasionalisasikan dalam penelitian ini adalah dimensi pesan dan sikap, sedangkan sumber data penelitian adalah responden.
7. Langkah tujuh adalah menentukan dan menyusun instrumen penelitian.
8. Langkah delapan adalah mengumpulkan data dari responden.
9. Langkah sembilan adalah menganalisis data yang telah diperoleh dari responden.
10. Terakhir, menarik kesimpulan penelitian.

Berdasarkan pedoman alur penelitian menurut Arikunto (2013), maka langkah-langkah atau arus kegiatan penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.

3.2 Objek Penelitian

Fokus perhatian dalam penelitian ini adalah pesan yang disampaikan oleh *Earth Hour* Bandung ketika menyelenggarakan Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour*. Arikunto (2013, hlm. 161) mengemukakan bahwa “Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.”

Maka objek dalam penelitian ini adalah dimensi pesan Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour* sebagai variabel independen (X) dan sikap hemat energi listrik di kalangan pelajar SMA Kota Bandung sebagai variabel dependen (Y). Variabel independen dimensi pesan terdiri dari tiga subvariabel, yaitu struktur pesan (X_1), konten pesan (X_2), dan bahasa (X_3). Peneliti akan menguji pengaruh dimensi pesan yang terdiri dari tiga subvariabel tersebut terhadap sikap hemat energi listrik di kalangan pelajar SMA Kota Bandung.



Gambar 3.1

Arus Kegiatan Penelitian

Sumber: Arikunto (2013)

3.3 Pendekatan dan Metodologi Penelitian

Penelitian ini bersandar pada pendekatan Ilmu Komunikasi positivisme dengan metodologi kuantitatif. “Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan” (Kriyantono, 2010, hlm. 55). Oleh karena itu peneliti tidak mementingkan kedalaman data penelitian. Namun, lebih mementingkan keluasan data, sehingga hasil penelitian ini menggambarkan seluruh populasi.

3.4 Metode Penelitian

Pada bagian metode penelitian, peneliti akan menjelaskan metode dan jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi konsep, sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik penarikan sampel yang digunakan, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji coba instrumen penelitian yang mencakup uji validitas instrumen penelitian dan uji reliabilitas konsistensi internal.

3.4.1 Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu survei deskriptif dan survei eksplanatif dengan sifat asosiatif. Menurut (Kriyantono, 2010, hlm. 59) “survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.” Berdasarkan tataran atau cara peneliti menganalisis data, jenis metode survei deskriptif dilakukan untuk

1. mendeskripsikan karakteristik responden; dan
2. mendeskripsikan tanggapan responden terhadap seluruh aitem dalam instrumen penelitian yang mencerminkan dimensi pesan sebagai variabel independen dan sikap sebagai variabel dependen.

Jenis metode survei eksplanatif dengan sifat asosiatif dilakukan untuk menghubungkan atau mencari sebab-akibat antara dua atau lebih konsep yang diteliti. Peneliti akan mencari sebab-akibat antara faktor-faktor pesan yang terdiri dari tiga subvariabel (struktur pesan, konten pesan, dan bahasa) sebagai variabel independen dengan variabel sikap sebagai variabel dependen. Kriyantono (2010,

hlm. 69) mengemukakan bahwa “periset menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Periset membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual, dan kerangka teori. Periset perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu dengan lainnya.”

Berdasarkan manfaat penelitian, penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian terapan atau praktis. Kriyantono (2010, hlm. 6) mengemukakan bahwa “riset yang dilakukan bermanfaat untuk konsumsi praktisi komunikasi. Biasanya riset ini sejak awal bermaksud memberikan rekomendasi bagi para praktisi komunikasi, baik di bidang jurnalistik, hubungan masyarakat (*public relations*), periklanan (*advertising*), komunikasi pemasaran (*marketing communications*), dan lain sebagainya.” Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada *Earth Hour* Bandung tentang bagaimana merancang pesan kampanye yang efektif untuk membentuk sikap hemat energi listrik di kalangan pelajar, khususnya pelajar SMA Kota Bandung.

Berdasarkan pengembangan penelitian, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *cross-sectional*. “Penelitian *cross-sectional* mengumpulkan data dalam satu waktu dari kelompok individu yang berbeda dalam hal usia dan tingkat pengembangan” (Busk, 2005, hlm. 453). Menurut jenis pendekatan *cross-sectional*, peneliti memperoleh data yang lebih lengkap yang dilakukan dengan cepat, karena hanya satu kali pengumpulan data pada suatu saat terhadap beberapa kelompok pelajar yang dikenai Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour*.

3.4.2 Operasionalisasi Konsep

“Operasionalisasi konsep adalah tahap mengubah konsep agar menjadi variabel yang dapat diukur” (Kriyantono, 2010, hlm. 85). Dimensi pesan sebagai variabel independen dijabarkan dengan menggunakan teori pesan dari Perloff (2010) tentang pesan. Sementara itu, dalam menjabarkan sikap sebagai variabel dependen peneliti menggunakan teori sikap dari Olson & Kendrick (2012) tentang teori pembentukan dan perubahan sikap.

3.4.3 Sumber Data Penelitian

Dikenal beberapa jenis data dalam penelitian dengan metodologi kuantitatif. Berdasarkan sumber datanya, data penelitian dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Kriyantono (2010, hlm. 41) mengemukakan bahwa

“Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset, dari asil pengisian keusioner, wawancara, observasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.”

Data primer dalam penelitian ini berasal dari responden melalui pengisian instrumen penelitian daftar cek dan pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada sejumlah kalangan anak muda. Data primer pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. data karakteristik responden;
2. data tanggapan responden terhadap seluruh aitem dimensi pesan (instrumen penelitian daftar cek);
3. data tanggapan responden terhadap seluruh aitem sikap (instrumen penelitian daftar cek); dan
4. pemakaian listrik di kalangan anak muda (pra-penelitian).

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber seperti dari pihak *Earth Hour* Bandung, berita di situs berita *online*. Yang termasuk ke dalam data primer pada penelitian ini adalah

1. informasi kegiatan *roadshow Earth Hour* Bandung dari pihak *Earth Hour* Bandung;
2. pemberitaan kegiatan *Earth Hour* 2016 di Bandung dari situs berita online bandung.bisnis.com dan bandung.merdeka.com, dan complain terhadap kegiatan *Earth Hour* di situs carbon-sense.com/category/earth-hour/;
3. pemberitaan pemakaian listrik saat *Earth Hour* 2016 dan beban puncak listrik dari situs berita online bandung.bisnis.com, m.tempo.co, dan megapolitan.kompas.com;
4. pemberitaan krisis listrik dari situs berita online finance.detik.com dan economy.okezone.com; dan

5. statistik ketenagalistrikan 2014, dan profil pengguna internet Indonesia 2014 (APJII).

3.4.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini diharuskan pelajar SMA Kota Bandung. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 80)

“Dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”

Sampel harus memenuhi unsur representatif, maka peneliti menetapkan kriteria-kriteria tertentu bagi sebagian populasi yang akan ditarik menjadi sampel. Kriteria populasi untuk penelitian ini adalah pelajar SMA Kota Bandung yang dikenai Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour*.

Berdasarkan informasi dari pihak *Earth Hour* Bandung, *Earth Hour* Bandung telah menyelenggarakan *roadshow* dalam rangka mengkampanyekan *Earth Hour* di tingkat SMA ke dua sekolah, yaitu ke SMA Negeri 25 Bandung dan SMA Laboratorium Percontohan UPI Bandung. Namun, tidak semua pelajar SMA Negeri 25 Bandung dan SMA Laboratorium Percontohan UPI Bandung dapat dikategorikan sebagai populasi, karena tidak semua pelajar dari kedua sekolah tersebut menjadi audiens Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour*. Menurut informasi langsung dari kedua pihak sekolah, jumlah pelajar yang menjadi audiens Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour* dari SMA Negeri 25 Bandung berjumlah 51 orang, sedangkan dari SMA Laboratorium Percontohan UPI Bandung berjumlah 26 orang, sehingga total pelajar yang menjadi audiens Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour* dari kedua sekolah tersebut adalah 77 orang. Jumlah ini merupakan jumlah populasi dalam penelitian.

3.4.5 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah teknik sampling *nonprobability sampling* dan jenis teknik sampling *nonprobability sampling* yang digunakan adalah sampling jenuh. Menurut (Sugiyono, 2015, hlm. 85) sampling

jenuh adalah “teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.”

Oleh karena itu sampel dalam penelitian ini adalah semua anggota populasi yang berjumlah 77 orang. Peneliti menggunakan teknik sampling ini karena jumlah populasinya relatif kecil dan terjangkau oleh peneliti.

3.4.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan *interview* atau wawancara, kuesioner atau angket berbentuk daftar cek, studi literatur, dan observasi.

1. *Interview*

Peneliti melakukan *interview* atau wawancara kepada tiga orang dari pihak *Earth Hour* Bandung, yaitu Osha Roshalia sebagai Koordinator *Earth Hour* Bandung, Sani Firmansyah sebagai Koordinator Dokumentasi *Earth Hour* Bandung, dan Sarah Shabrina sebagai Sekretaris *Earth Hour* Bandung.

2. Kuesioner

Peneliti menyebarkan kuesioner atau angket kepada 77 orang responden (sampel penelitian). Di dalam kuesioner terdapat pertanyaan mengenai data pribadi (pada bagian profil responden) dan sejumlah pernyataan mengenai dimensi pesan dan sikap yang harus diisi oleh responden. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk daftar cek.

3. Studi Literatur

Peneliti melakukan studi literatur kepada sejumlah buku dan jurnal yang dapat memberikan informasi seputar teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoretis dalam melaksanakan penelitian.

4. Observasi

Peneliti melakukan observasi kepada kebiasaan remaja dalam menggunakan listrik serta kegiatan *roadshow Earth Hour* Bandung.

3.4.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket berbentuk daftar cek. Prosedur pengadaan instrumen yang baik menurut Arikunto (2013, hlm. 209) yang disesuaikan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Perencanaan, meliputi perumusan tujuan, menentukan variabel, kategorisasi variabel.
2. Penulisan butir soal, atau item kuesioner, penyusunan skala.
3. Penyuntingan
4. Uji coba instrument
5. Penganalisaan hasil, analisis item.
6. Mengadakan revisi terhadap item-item yang dirasa kurang baik, dan mendasarkan diri pada data yang diperoleh sewaktu uji coba.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert berjenis ordinal, dengan lima alternatif jawaban (sangat setuju, setuju, ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju).

Bobot Nilai Pernyataan Positif			Bobot Nilai Pernyataan Negatif		
5	←	Sangat setuju	→	1	
4	←	Setuju	→	2	
3	←	Netral	→	3	
2	←	Tidak setuju	→	4	
1	←	Sangat tidak setuju	→	5	

Peneliti menggunakan skala likert karena yang akan diukur dalam penelitian ini adalah persepsi responden terhadap dimensi pesan dalam Kampanye Inisiasi Publik *Earth Hour* dan sikap responden terhadap sikap hemat energi listrik.

3.4.8 Pengujian Instrumen Penelitian

Tujuannya uji coba instrumen penelitian adalah untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

3.4.8.1 Validitas Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan analisis korelasi aitem-total untuk mengukur validitas instrumen penelitian. Aitem yang tidak memiliki kualitas baik akan dibuang dan hanya aitem yang memperlihatkan keselaran fungsi aitem dengan fungsi tes lah yang akan digunakan oleh peneliti. Azwar (2015, hlm. 8) mengemukakan bahwa

“Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur seperti dikehendaki oleh tujuan pengukuran tersebut. Akurat dalam hal ini berarti tepat dan cermat sehingga apabila tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran maka dikatakan sebagai pengukuran yang memiliki validitas rendah.”

Pada umumnya dalam estimasi validitas tidak dapat dituntut koefisien yang tinggi seperti dalam estimasi reliabilitas. Tinggi koefisien validitas yang dianggap memuaskan dalam penelitian ini, yaitu 0.30. “Kriteria pemilihan aitem berdasar korelasi aitem-total, biasanya digunakan batasan koefisien ≥ 0.30 . Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0.30 daya pembedanya dinyatakan memenuhi syarat psikometrik sebagai bagian dari tes” (Azwar, 2015, hlm. 164).

Formula untuk menghitung koefisien korelasi aitem-total *product-moment Pearson* dapat dilihat pada formula di bawah ini.

$$R_{ix} = \frac{(\sum iX - (\sum i)(\sum X) / n)}{\sqrt{(\sum i^2 - (\sum i)^2 / n) (\sum X^2 - (\sum X)^2 / n)}} \quad (\text{Azwar, 2015, hlm. 154})$$

Keterangan

i = skor item

X = skor tes

n = banyaknya subjek

Jumlah aitem masing-masing variabel dalam penelitian ini berjumlah kurang dari 30 aitem (variabel dimensi pesan 27 aitem dan variabel sikap 27 item), sehingga dikhawatirkan terjadi overestimasi terhadap korelasi yang sebenarnya (efek *spurious overlap*). Azwar (2015, hlm. 158) mengemukakan

bahwa “bila jumlah aitem dalam tes lebih dari 30 buah maka umumnya efek *spurious overlap* tidak begitu besar dan karenanya dapat diabaikan sedangkan bila jumlah aitem dalam tes kurang dari 30 buah maka pengaruhnya menjadi substansial sehingga perlu diperhitungkan.” Oleh karena itu agar validitas aitem lebih akurat peneliti mengkoreksi aitem yang telah dihitung koefisien korelasi aitem-totalnya dengan korelasi aitem-total terkoreksi (*corrected item-total correlation coefficient*). Formula untuk menghitung korelasi aitem-total terkoreksi adalah sebagai berikut.

$$R_{i(x-i)} = \frac{(R_{ix}S_x - S_i)}{\sqrt{(S_x^2 + S_i^2 - 2R_{ix}S_iS_x)}} \quad (\text{Azwar, 2015, hlm. 158})$$

Peneliti menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 16.0 untuk mengkoreksi efek *spurious overlap*. Hasil uji validitas analisis korelasi aitem-total terkoreksi dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3
Hasil Analisis Korelasi Aitem-Total Terkoreksi

No	Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
1	Gerakan <i>Earth Hour</i> menyampaikan argumen tentang pentingnya kegiatan <i>Earth Hour</i> .	.523	Valid
2	Gerakan <i>Earth Hour</i> dapat dipercaya ketika menyampaikan pesan.	.713	Valid
3	Gerakan <i>Earth Hour</i> menyampaikan argumen dari penentang kegiatan <i>Earth Hour</i> .	.444	Valid
4	Informasi dari Gerakan <i>Earth Hour</i> jelas.	.421	Valid
5	Informasi dari Gerakan <i>Earth Hour</i> tidak membingungkan.	.400	Valid
6	Akibat buruk tidak hemat energi listrik benar-benar terjadi dalam kehidupan sehari-hari.	.742	Valid

7	Informasi dari Gerakan <i>Earth Hour</i> disertai data.	.427	Valid
8	Informasi dari Gerakan <i>Earth Hour</i> sumbernya terpercaya.	.519	Valid
9	Kesan-kesan dari kegiatan <i>Earth Hour</i> menarik.	.742	Valid
10	Informasi dari Gerakan <i>Earth Hour</i> membangkitkan imajinasi.	.385	Valid
11	Informasi dari Gerakan <i>Earth Hour</i> membuat saya khawatir jika tidak hemat energi listrik.	.708	Valid
12	Jika saya tidak hemat energi listrik akan terjadi akibat buruk.	.635	Valid
13	Boros listrik akan membahayakan hidup saya.	.718	Valid
14	Saya merasa bersalah jika tidak hemat energi listrik.	.373	Valid
15	Saya akan hemat energi listrik.	.536	Valid
16	Gerakan <i>Earth Hour</i> menyampaikan informasi dengan cepat.	.384	Valid
17	Gerakan <i>Earth Hour</i> menyampaikan informasi dengan cakap.	.577	Valid
18	Gerakan <i>Earth Hour</i> menyampaikan informasi penting.	.642	Valid
19	Gerakan <i>Earth Hour</i> menyampaikan informasi dengan jelas.	.708	Valid
20	Informasi dari Gerakan <i>Earth Hour</i> mudah dimengerti.	.617	Valid
21	Mematikan lampu yang tidak digunakan dapat mencegah pemanasan global.	.738	Valid
22	Mematikan lampu yang tidak digunakan dapat menghemat konsumsi energi.	.824	Valid
23	Mematikan televisi yang tidak ditonton	.518	Valid

	dapat mencegah pemanasan global.		
24	Mematikan televisi yang tidak ditonton dapat menghemat konsumsi energi.	.629	Valid
25	Mematikan komputer atau laptop yang tidak digunakan dapat mencegah pemanasan global.	.545	Valid
26	Mematikan komputer atau laptop yang tidak digunakan dapat menghemat konsumsi energi.	.764	Valid
27	Tidak menggunakan gadget saat mengisi baterai dapat mencegah pemanasan global.	.524	Valid
28	Mematikan peralatan elektronik tidak digunakan dapat mencegah pemanasan global.	.514	Valid
29	Mematikan peralatan elektronik tidak digunakan dapat menghemat konsumsi energi.	.593	Valid
30	Saya suka mematikan lampu yang tidak digunakan.	.690	Valid
31	Saya tidak suka ketika mematikan lampu yang tidak digunakan.	.310	Valid
32	Saya suka mematikan televisi yang tidak ditonton.	.683	Valid
33	Saya suka mematikan komputer atau laptop yang tidak digunakan.	.741	Valid
34	Saya tidak suka ketika mematikan komputer atau laptop yang tidak digunakan.	.293	Valid
35	Dengan senang hati saya tidak menggunakan gadget saat mengisi baterai.	.313	Valid
36	Saya suka mematikan peralatan elektronik tidak digunakan.	.688	Valid
37	Saya akan menggunakan lampu hemat	.448	Valid

energi.

38	Saya akan mematikan lampu yang tidak digunakan.	.752	Valid
39	Saya akan mematikan televisi yang tidak ditonton.	.597	Valid
40	Saya akan mematikan komputer atau laptop yang tidak digunakan.	.641	Valid
41	Saya akan mematikan peralatan elektronik tidak digunakan.	.820	Valid

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa seluruh aitem dinyatakan valid. Aitem-aitem yang mencerminkan dimensi pesan sebagai variabel independen dan sikap sebagai variabel dependen memenuhi syarat psikometrik sebagai bagian dari tes karena nilai *corrected item-total correlation* berada di atas 0.30. Karena mencapai koefisien korelasi minimal 0.30 daya pembedanya dan dinyatakan memenuhi syarat psikometrik sebagai bagian dari tes maka seluruh aitem disertakan dalam uji reliabilitas.

3.4.8.2 Reliabilitas Konsistensi Internal

Azwar (2015, hlm. 7) mengemukakan bahwa gagasan pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya. Dia mengemukakan bahwa “walaupun istilah reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti konsistensi, keterandalan, keterpercayaan, kestabilan, keajegan, dan sebagainya, namun gagasan pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya.”

Peneliti mengacu pada pendapat Wells dan Wollack untuk menentukan kriteria tinggi koefisien reliabilitas yang memuaskan dalam penelitian ini. Wells dan Wollack (dalam Azwar, 2015, hlm. 98) mengemukakan bahwa

“Tes standar yang taruhannya tinggi (*high-stakes*) serta disusun secara profesional harus memiliki koefisien konsistensi internal minimal 0.90. Tes yang tidak begitu tinggi taruhannya, tetap harus memperlihatkan

konsistensi internal setidaknya 0.80 atau 0.85. Sedangkan untuk tes dikelas oleh para guru hendaknya paling tidak memiliki koefisien reliabilitas 0.70 atau lebih.”

Berdasarkan pendapat tersebut tinggi koefisien reliabilitas yang memuaskan dalam penelitian ini mengacu pada tinggi konsistensi internal sebesar 0.80. Formula estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah formula alpha. “Koefisien α merupakan formula dasar dalam pendekatan konsistensi internal dan merupakan estimasi yang baik terhadap reliabilitas pada banyak situasi pengukuran dikarenakan sumber utama eror pengukuran dalam hal ini adalah masalah kelayakan sampel isi tes” Nunnally (dalam Azwar, 2015, hlm. 95).

Formula alpha untuk mengukur reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut.

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_{b_t}^2} \right) \quad (\text{Arikunto, 2013, hlm. 239})$$

Keterangan

R_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir aitem
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians aitem
 $\sigma_{b_t}^2$ = varians total

Aitem yang telah melalui uji koefisien korelasi aitem-total terkoreksi dan dinyatakan memenuhi syarat psikometrik sebagai bagian dari tes disertakan dalam estimasi reliabilitas. Hasil uji reliabilitas konsistensi internal dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4
Hasil Analisis Reliabilitas Konsistensi Internal

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item
1	Dimensi Pesan	0.905	20
2	Sikap	0.920	21

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 3.4 diketahui bahwa seluruh aitem baik dalam dimensi pesan maupun sikap dinyatakan reliabel.

3.5 Analisis Data

Berdasarkan banyaknya variabel yang akan dianalisis, jenis analisis data dibagi ke dalam tiga jenis, yaitu analisis univariat, bivariat, dan multivariat. Kriyantono (2010, hlm. 168) mengemukakan bahwa

“Pada riset kuantitatif, dikenal beberapa jenis analisis. Perbedaan ini tergantung pada banyaknya variabel yang akan dianalisis. Berdasarkan banyaknya variabel yang akan dianalisis, jenis analisis data terdiri dari tiga jenis, yaitu analisis data univariat, analisis data bivariat, dan analisis data multivariat.”

Analisis univariat adalah jenis analisis untuk satu variabel. Analisis bivariat adalah jenis analisis untuk dua variabel. Analisis multivariat adalah jenis analisis untuk banyak variabel. Dalam penelitian ini, jenis analisis data yang digunakan adalah analisis univariat dan multivariat.

3.6 Rancangan Analisis Data Univariat

Peneliti menggunakan statistik deskriptif pada rancangan analisis data univariat. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 147) “statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Dalam penelitian ini statistik deskriptif digunakan secara lebih spesifik untuk

- a. mengetahui distribusi frekuensi karakteristik responden; dan
- b. mengetahui kategorisasi tanggapan responden terhadap seluruh aitem dalam daftar cek.

Prosedur yang dilakukan untuk menganalisis data dengan statistik deskriptif yaitu sebagai berikut.

1. Memeriksa daftar cek yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan jawaban responden dan menentukan layak atau tidaknya daftar cek diolah lebih lanjut.

2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala *likert* berjenis ordinal dengan lima alternatif jawaban.

Aitem nomor 40, 42, 44, 46, dan 48 dalam daftar cek merupakan aitem dengan pernyataan negatif atau *unfavorable*.

3. Menentukan interpretasi skor mean per aitem dengan kategorisasi berdasar model distribusi normal yang dikemukakan oleh Azwar (2012). Menurut Azwar (2012, hlm. 147) “tujuan kategorisasi ini adalah menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur.” Penelitian ini menggunakan skala *likert* berjenis ordinal, sehingga kategorisasi yang digunakan adalah kategorisasi jenjang (ordinal) dengan tiga kategori diagnosis (tinggi, sedang, rendah). Perhitungan kategorisasi ini berpedoman kepada rumus kategorisasi menurut Azwar (2012, hlm. 149).

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah aitem pernyataan} &= \\
 \text{Rentang minimum} &= \text{Jumlah aitem pernyataan} \times \text{skor terendah} \\
 \text{Rentang maksimum} &= \text{Jumlah aitem pernyataan} \times \text{skor tertinggi} \\
 \text{Luas jarak sebaran} &= \text{Rentang maksimum} - \text{rentang minimum} \\
 \text{Besar satuan deviasi standar } (\sigma) &= \text{Luas jarak sebaran} / 6 \\
 \text{Mean teoretik } (\mu) &= \text{Jumlah aitem pernyataan} \times \text{mean}
 \end{aligned}$$

Pengelompokan tiga kategori diagnosis (tinggi, sedang, rendah) menurut Azwar (2012, hlm. 149) adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 X < (\mu - 1.0\sigma) &= \text{Kategori Rendah} \\
 (\mu - 1.0\sigma) \leq X < (\mu + 1.0\sigma) &= \text{Kategori Sedang} \\
 (\mu + 1.0\sigma) \leq X &= \text{Kategori Tinggi}
 \end{aligned}$$

Kategori Rendah	Kategori Sedang	Kategori Tinggi
-----------------	-----------------	-----------------

Gambar 3.2

Garis Kontinum Kategori Diagnosis

Sumber: Azwar (2012, hlm. 149-150)

4. Mencari skor aitem, mean, dan standar deviasi tanggapan responden terhadap setiap aitem.

5. Merekapitulasi tanggapan responden terhadap seluruh aitem dimensi pesan (X) yang terdiri dari struktur pesan (X_1), konten pesan (X_2), dan bahasa (X_3) dan juga merekapitulasi tanggapan responden terhadap seluruh aitem sikap (Y). Lalu menyatakan kedudukan hasil rekapitulasi tersebut dalam garis kontinum masih dengan berpedoman kepada rumus kategorisasi menurut Azwar (2012, hlm. 149).
6. Menguji ada atau tidaknya hubungan antar variabel dengan uji korelasi *Pearson Product Momen* (PPM). Menurut Riduwan & Sunarto (2013, hlm. 80) rumus korelasi PPM manual adalah sebagai berikut.

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

Interpretasi nilai koefisien korelasi (R) PPM menurut Riduwan & Sunarto (2013, hlm. 81) adalah sebagai berikut.

0.80 – 1.00	→	Sangat kuat
0.60 – 0.79	→	Kuat
0.40 – 0.59	→	Cukup kuat
0.20 – 0.39	→	Rendah
0.00 – 0.19	→	Sangat rendah

3.7 Rancangan Analisis Data Multivariat

Peneliti menggunakan dengan statistik inferensial untuk rancangan analisis data multivariat. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 148) “statistik inferensial, (sering juga disebut statistik induktif atau statistik probabilitas), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.”

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menghubungkan satu variabel dengan variabel lainnya. Peneliti bermaksud untuk menghubungkan dimensi pesan yang terdiri dari struktur pesan, konten pesan, dan bahasa sebagai variabel independen dengan sikap sebagai variabel dependen. Oleh karena itu teknik statistik inferensial yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Riduwan & Sunarto (2013, hlm. 8) mengemukakan bahwa

“Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3), ..., (X_n) dengan satu variabel terikat.”

Peneliti menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 16.0. Prosedur kerja teknik analisis regresi linier berganda akan dijelaskan dalam sub sub-bab 3.7 di bawah ini.

3.7.1 Transformasi Data Ordinal ke Interval

Data harus berskala interval atau rasio dalam teknik analisis regresi berganda. Penelitian ini menggunakan skala *likert* berjenis ordinal, oleh karena itu sebelum melakukan prosedur kerja teknik analisis regresi linier berganda, peneliti terlebih dahulu mentransformasikan data ordinal menjadi data interval, seperti yang dikemukakan oleh Asdar & Badrullah (2016). Keduanya mengemukakan bahwa “model analisis terpilih (regresi) umumnya digunakan ketika skala pengukuran adalah skala interval atau rasio.”

Peneliti menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) pada *microsoft excel* untuk mentransformasikan data. Langkah-langkah mentransformasikan data ordinal menjadi data interval dengan MSI adalah sebagai berikut.

1. Menghitung frekuensi setiap bobot nilai dalam daftar cek.
2. Mengkalikan frekuensi setiap bobot nilai dengan bobot nilai yang digunakan 1, 2, 3, 4, dan 5.
3. Menghitung proporsi (P) dengan cara setiap frekuensi dibagi banyaknya responden.
4. Menentukan proporsi kumulatif (PK) yaitu menjumlahkan proporsi yang diperoleh secara berurutan perkolom skor.
5. Menghitung nilai Z yang diperoleh untuk setiap proporsi kumulatif.
6. Menentukan nilai batas Z (nilai fungsi padat probabilitas pada absis Z) untuk setiap kategori.
7. Hitung *scale value* (interval rata-rata) dengan rumus sebagai berikut.

$$Scale = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas bawah}}$$

8. Hitung *score* (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui rumus sebagai berikut.

$$Score = scaleValue + |scaleValue_{min}| + 1$$

Langkah-langkah MSI yang dilakukan pada data dari 77 responden dalam penelitian ini, menghasilkan skala interval sebagai berikut.

1	: Skala Ordinal	→	1.00	: Skala Interval
2	: Skala Ordinal	→	1.68	: Skala Interval
3	: Skala Ordinal	→	2.36	: Skala Interval
4	: Skala Ordinal	→	3.45	: Skala Interval
5	: Skala Ordinal	→	4.77	: Skala Interval

3.7.2 Pengujian Asumsi Klasik

Teknik analisis regresi dalam penelitian ini berbasis *ordinary least square* (OLS) yang berarti ada variabel independen (dimensi pesan yang terdiri dari struktur pesan, konten pesan, dan bahasa) sebagai variabel penjelas dan ada variabel dependen (sikap) sebagai variabel yang dijelaskan dalam persamaan linier. Teknik analisis regresi yang berbasis OLS harus memenuhi persyaratan statistik. Persyaratan statistik ini disebut juga dengan uji asumsi klasik.

”Tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross sectional*” (Basuki & Prawoto, 2016, hlm. 103). Hanya tiga uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu uji normalitas; uji multikolinearitas; dan uji heteroskedastisitas.

3.7.2.1 Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat nilai residual apakah terdistribusi normal atau tidak. Dalam melihat nilai residual, peneliti melihatnya secara visual melalui *normal p-p plot*, ketentuannya yaitu apabila titik-titik masih berada di sekitar garis diagonal maka residual terdistribusi normal. Selain melihatnya secara visual melalui *normal p-p plot*, peneliti juga melakukan uji *kolomogorov smirnov* untuk melihat nilai residual apakah terdistribusi normal

atau tidak. Menurut Basuki & Prawoto (2016, hlm. 60) ketentuannya adalah “jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.”

3.7.2.2 Pengujian Multikolinearitas

“Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda” Basuki & Prawoto (2016, hlm. 108). Peneliti mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Menurut Basuki & Prawoto (2016, hlm. 62). “Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen, dan sebaliknya, pada tabel ditunjukkan nilai VIF seluruhnya > 10 , sehingga asumsi model tersebut mengandung multikolinearitas.”

3.7.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Pengertian heteroskedastisitas menurut Basuki & Prawoto (2016, hlm. 63) adalah “heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi.” Peneliti mendeteksi heteroskedastisitas dengan metode *scatter plot*, ketentuannya jika tidak ada pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah menyempit kemudian melebar atau sebaliknya maka tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya data penelitian merupakan model yang baik karena ragam residual bersifat homogen (homoskedastisitas).

3.7.3 Pengujian Regresi Linier Berganda

Dari pengujian dengan teknik analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 16.0, maka akan diperoleh hasil-hasil perhitungan berikut ini.

1. Koefisien korelasi dan koefisien determinasi;
2. koefisien regresi simultan;
3. koefisien regresi parsial; dan
4. model persamaan regresi linier berganda.

3.7.3.1 Pengujian Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengukur derajat keeratan antar variabel, sedangkan pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh bersama atau serempak seperangkat dimensi pesan terhadap satu variabel sikap hemat energi listrik. “Besarnya koefisien determinasi, dapat diketahui dengan perhitungan berikut ini.

$$R^2 = 1 - \frac{\sum \hat{e}_i^2}{\sum (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2} \quad (\text{Basuki \& Prawoto, 2016, hlm. 16})$$

Berdasarkan rumus R^2 di atas, timbul persoalan jika koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam analisis regresi linier berganda. Basuki & Prawoto (2016, hlm. 51) mengemukakan bahwa “ R^2 pada persamaan regresi rentan terhadap penambahan variabel independen, dimana semakin banyak variabel independen yang terlibat, maka nilai R^2 akan semakin besar, karena itulah digunakan R^2 *adjusted* pada analisis regresi linier berganda, dan digunakan R^2 pada analisis regresi sederhana.” Rumus R^2 *adjusted* adalah sebagai berikut.

$$R^2 = 1 - \frac{\sum \hat{e}_i^2 / (n - k)}{\sum (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2 / (n - 1)} \quad (\text{Basuki \& Prawoto, 2016, hlm. 39})$$

dengan keterangan sebagai berikut.

k = Jumlah parameter; dan

n = Jumlah observasi/amatan

Karena menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 16.0, maka nilai koefisien korelasi dan nilai koefisien determinasi *adjusted* dapat dilihat pada output SPSS 16.0 tabel **Model Summary**.

3.7.3.2 Pengujian Koefisien Regresi Simultan dalam Uji F

Uji kebermaknaan koefisien determinasi juga dapat dilakukan dengan statistik uji F, dengan rumus sebagai berikut.

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{\dots} \quad (\text{Basuki \& Prawoto, 2016, hlm. 36})$$

$$1 - R^2 / (n - k)$$

Karena menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 16.0, maka nilai koefisien regresi simultan dalam uji F dapat dilihat pada output SPSS 16.0 tabel **ANNOVA**.

3.7.3.3 Pengujian Koefisien Regresi Parsial dalam Uji t

Uji t koefisien regresi parsial dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing dimensi pesan kepada variabel sikap hemat energi listrik (pengujian individual).

Rumus t hitung yaitu sebagai berikut.

$$t \text{ hitung} = \frac{\bar{X} - \mu_0}{s / \sqrt{n}} \quad (\text{Riduwan \& Sunarto, 2013, hlm. 116})$$

Keterangan

- X = rata-rata nilai yang diperoleh dari hasil pengumpulan data
- μ_0 = nilai yang dihipotesiskan
- σ = standar deviasi sampel yang dihitung
- n = jumlah sampel penelitian

Karena menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 16.0, maka nilai koefisien koefisien regresi parsial dalam uji t dapat dilihat pada output SPSS 16.0 tabel **Model Summary Coefficients^a**.

3.7.3.4 Model Persamaan Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi linier berganda untuk X_1 , X_2 , dan X_3 atas Y pada penelitian ini diperoleh dari nilai *Standardized Coefficients Beta* atau koefisien regresi yang distandarkan. Koefisien regresi yang distandarkan yaitu “koefisien regresi yang dihitung dari basis data yang telah diset dalam angka baku. Artinya, semua unit pengukuran variabel penelitian disamakan dengan nilai rata-rata sama dengan nol dan simpangan baku sama dengan satu” (Kusnendi, 2008, hlm. 156). Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y_i = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan

\hat{Y} = sikap hemat energi listrik, X_1 = struktur pesan
 e = intersep, X_2 = konten pesan
 β = koefisien arah regresi, X_3 = bahasa

3.8 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menganalisis dua variabel utama yaitu dimensi pesan sebagai variabel independen (X) dan sikap sebagai variabel dependen (Y). Variabel independen yaitu dimensi pesan terdiri dari struktur pesan (X_1), konten pesan (X_2), dan bahasa (X_3). Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sikap hemat energi listrik paling tidak dipengaruhi oleh struktur pesan, konten pesan, dan/atau bahasa.

Sebagaimana hipotesis teoretis dalam bab landasan teoretis, rincian hipotesis adalah sebagai berikut.

1. Struktur pesan berpengaruh positif pada sikap hemat energi listrik, artinya semakin tinggi penilaian terhadap kejelasan pengemasan dan perancangan pesan yang digunakan, maka semakin tinggi evaluasi positif sikap hemat energi listrik.
2. Konten pesan berpengaruh positif pada sikap hemat energi listrik, artinya semakin tinggi penilaian terhadap kemenarikan daya tarik dan argumen pesan yang digunakan, maka semakin tinggi evaluasi positif sikap hemat energi listrik.
3. Bahasa berpengaruh positif pada sikap hemat energi listrik, artinya semakin tinggi penilaian terhadap kesederhanaan kata-kata dan simbol pesan yang digunakan, maka semakin tinggi evaluasi positif sikap hemat energi listrik.

Untuk menguji hipotesis pertama, peneliti mengujinya dengan uji F. Uji F berguna untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Langkah pertama, peneliti membuat hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut.

MIYANTI, 2016

PENGARUH DIMENSI PESAN KAMPANYE INISIASI PUBLIK EARTH HOUR TERHADAP SIKAP HEMAT ENERGI LISTRIK DI KALANGAN PELAJAR SMA KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

H_0	:	R	=	0,	artinya struktur pesan, konten pesan, dan bahasa tidak mempengaruhi sikap hemat energi listrik.
H_a	:	R	>	0,	artinya sekurang-kurangnya struktur pesan, konten pesan, dan bahasa mempengaruhi sikap hemat energi listrik.

Kemudian lihat nilai F hitung pada tabel **ANNOVA** dan nilai F tabel dari tabel distribusi F.

Langkah ketiga adalah memutuskan apakah menolak atau menerima H_0 . Menurut Basuki & Prawoto (2016, hlm. 37) keputusan menolak atau menerima H_0 yang dilakukan pada uji F adalah

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} \rightarrow$ menolak H_0 atau menerima H_a

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}} \rightarrow$ menerima H_0 atau menolak H_a

Menolak atau menerima H_0 juga dapat dilakukan dengan melihat signifikansi.

- Jika nilai signifikansi > 0.05 maka keputusannya adalah terima H_0 atau variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi < 0.05 maka keputusannya adalah tolak H_0 atau variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis secara individual, peneliti mengujinya dengan uji t. Uji t berguna untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing dimensi pesan terhadap variabel dependen (sikap hemat energi listrik).

“Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial...” (Basuki & Prawoto, 2016, hlm. 52).

Langkah pengujian hipotesis dengan uji t sama dengan langkah pertama pada pengujian hipotesis dengan uji F, yaitu peneliti membuat hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut.

Struktur Pesan

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya secara individual struktur pesan tidak berpengaruh

terhadap sikap hemat energi listrik.

$H_a : \beta_1 > 0$, artinya secara individual struktur pesan berpengaruh positif terhadap sikap hemat energi listrik.

Konten Pesan

$H_0 : \beta_2 = 0$, artinya secara individual konten pesan tidak berpengaruh terhadap sikap hemat energi listrik.

$H_a : \beta_2 > 0$, artinya secara individual konten pesan berpengaruh positif terhadap sikap hemat energi listrik.

Bahasa

$H_0 : \beta_3 = 0$, artinya secara individual bahasa tidak berpengaruh terhadap sikap hemat energi listrik.

$H_a : \beta_3 > 0$, artinya secara individual bahasa berpengaruh positif terhadap sikap hemat energi listrik.

Kemudian lihat nilai t hitung pada tabel **Coefficients^a** dan mencari nilai t tabel dari tabel distribusi t .

Langkah terakhir adalah membandingkan nilai t hitung untuk masing-masing estimator dengan nilai t tabel dari tabel. Menurut Basuki & Prawoto (2016, hlm. 35) keputusan menolak atau menerima H_0 yang dilakukan pada uji t adalah

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} \rightarrow$ menolak H_0 atau menerima H_a

Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel} \rightarrow$ menerima H_0 atau menolak H_a

Kusnendi (2008, hlm. 158) mengemukakan bahwa “kriteria pengujiannya adalah, hipotesis nol ditolak jika statistik t lebih besar atau sama dengan statistik t pada tingkat kesalahan (α) dan derajat kebebasan tertentu.”

Keputusan menolak atau menerima H_0 juga dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap signifikansi.

- a. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas signifikansi atau ($0.05 \leq \text{signifikansi}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

- b. Jika nilai probabilitas 0.05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas signifikansi atau ($0.05 \geq \text{signifikansi}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Apabila dalam pengujian hipotesis dengan uji t terdapat hasil yang tidak signifikan, maka peneliti melakukan pengujian ulang untuk memperbaiki model dengan metode *trimming*. Menurut Heise (dalam Kusnendi, 2008, hlm. 156) mengemukakan bahwa

Ada dua cara yang dapat ditempuh dalam melakukan *trimming*. Pertama, melepaskan atau mendrop jalur yang secara statistik tidak signifikan. Kedua, melepaskan atau mendrop jalur yang secara statistik signifikan, tetapi menurut pandangan peneliti pengaruhnya dipandang sangat lemah. Cara pertama biasanya ditempuh jika ukuran sampel penelitian relatif kecil, dan cara kedua jika ukuran sampel penelitian relatif besar.

Ukuran sampel dalam penelitian ini relatif kecil, yaitu kurang dari 100. Oleh karena itu peneliti menggunakan cara pertama jika dalam hasil pengujian hipotesis terdapat hasil yang tidak signifikan. Peneliti melakukan pengujian ulang dengan cara melepaskan atau mendrop jalur yang secara statistik signifikan.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Konsep Pesan

Variabel	Konsep Teoretis	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran	Nomor Aitem
Pesan (X)	<p><i>The message—what you say and how you say it—influences people. There are three types of message factors (Perloff, 2010).</i></p> <p><i>The first concerns the structure of the message—how it is prepared and organized.</i></p> <p><i>The second is the content of the communication—its appeals and arguments.</i></p> <p><i>The third factor is language—how communicators use words and symbols to persuade an audience.</i></p>	Struktur Pesan (X ₁)	<i>Message sidedness</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kejujuran komunikator dalam menyampaikan sisi pesan, baik dari sisi komunikator sendiri atau sisi oposisi.	Likert jenis ordinal (lima poin)	1 s.d 3
			<i>Conclusion drawing</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kejelasan cara komunikator menyimpulkan pesan, apakah pesan disimpulkan secara eksplisit atau implisit.	Likert jenis ordinal (lima poin)	4 s.d 5

Variabel	Konsep Teoretis	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran	Nomor Aitem
Pesan (X)	<p><i>The message—what you say and how you say it—influences people. There are three types of message factors (Perloff, 2010).</i></p> <p><i>The first concerns the structure of the message—how it is prepared and organized.</i></p> <p><i>The second is the content of the communication—its appeals and arguments.</i></p> <p><i>The third factor is language—how communicators use words and symbols to persuade an audience.</i></p>	Konten Pesan (X ₂)	<i>Evidence</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap adanya fakta dan data dalam pesan yang berasal dari sumber lain selain komunikator dan opini orang lain yang dapat dipercaya.	Likert jenis ordinal (lima poin)	6 s.d 8
			<i>Case histories</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap cerita yang berkaitan dengan pengalaman emosional individu atau testimonial yang berkesan bagi audiens.	Likert jenis ordinal (lima poin)	9 s.d 10
			<i>Fear appeals</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap imbauan pesan yang membangkitkan rasa takut audiens.	Likert jenis ordinal (lima poin)	11 s.d 13
			<i>Guilt appeals</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap imbauan pesan yang membangkitkan rasa bersalah audiens.	Likert jenis ordinal (lima poin)	14 s.d 15

Variabel	Konsep Teoretis	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran	Nomor Aitem
Pesan (X)	<i>The message—what you say and how you say it— influences people. There are three types of message factors (Perloff, 2010).</i> <i>The first concerns the structure of the message— how it is prepared and organized.</i> <i>The second is the content of the communication—its appeals and arguments.</i> <i>The third factor is language—how communicators use words and symbols to persuade an audience.</i>	Bahasa (X ₃)	<i>Speed of speech</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kecepatan berbicara komunikator.	Likert jenis ordinal (lima poin)	16
			<i>Powerless versus powerful</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kekuatan berbicara komunikator ketika menyampaikan pesan, apabila komunikator powerless maka dipersepsikan tidak percaya diri, apabila komunikator powerful maka dipersepsikan percaya diri.	Likert jenis ordinal (lima poin)	17
			<i>Intense language</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap keseriusan isu dalam pesan yang disampaikan oleh komunikator.	Likert jenis ordinal (lima poin)	18
			<i>Political language</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kesederhanaan dan kejelasan pesan yang disampaikan oleh komunikator.	Likert jenis ordinal (lima poin)	19 s.d 20

Sumber: Perloff (2010)

Tabel 3.2
Operasionalisasi Konsep Sikap

Variabel	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran	Nomor Aitem
Sikap (Y)	<i>Positive and negative evaluations of things, people, and concepts (Olson & Kendrick, 2012).</i> <i>A method of categorizing different attitude formation processes into affect (emotions), cognitions (beliefs), and information about attitude-related behavior.</i>	Kognitif	Tingkat kesetujuan terhadap keyakinan atau apa yang dipikirkan oleh penerima pesan tentang sikap hemat energi listrik yang mencakup penggunaan lampu, televisi, personal computer atau laptop, gadget, dan peralatan elektronik lainnya.	Likert jenis ordinal (lima poin)	21 s.d 29
		Afektif	Tingkat kesetujuan terhadap evaluasi positif atau negatif atau apa yang dirasakan oleh penerima pesan tentang sikap hemat energi listrik yang mencakup penggunaan lampu, televisi, personal computer atau laptop, gadget, dan peralatan elektronik lainnya.	Likert jenis ordinal (lima poin)	30 s.d 35
		Perilaku	Tingkat kesetujuan terhadap kecenderungan bertindak penerima pesan atas sikap hemat energi listrik yang mencakup penggunaan lampu, televisi, personal computer atau laptop, gadget, dan peralatan elektronik lainnya.	Likert jenis ordinal (lima poin)	36 s.d 41

Sumber: Olson & Kendrick (2012)

MIYANTI, 2016

PENGARUH DIMENSI PESAN KAMPANYE INISIASI PUBLIK EARTH HOUR TERHADAP SIKAP HEMAT ENERGI LISTRIK DI KALANGAN PELAJAR SMA KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu