

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Ketika melakukan sebuah riset atau penelitian di lapangan, mendesain rancangan penelitian adalah sesuatu hal yang penting untuk dilakukan oleh peneliti. Yang mana pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Darmawan (2013, hlm. 37), riset kuantitatif adalah sebuah proses dalam membuktikan pengetahuan dengan memanfaatkan data dalam bentuk angka sebagai perantara yang peneliti gunakan terkait dengan apa yang ingin peneliti ketahui. Selanjutnya, Kriyantoro (2010, hlm. 56) pun menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif harus bersifat objektif dan tidak hasil analisis ataupun interpretasi yang bersifat subjektif menurut peneliti. Adapun metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Dimana metode deskriptif diperlukan peneliti guna mendeskripsikan dan menafsirkan suatu fenomena seperti kondisi, sebuah proses, hubungan dan sebuah akibat dari efek yang tengah terjadi.

Selanjutnya, studi yang digunakan oleh peneliti adalah studi korelasional (*Correlative Research*). Pada hakikatnya studi korelasional berperan untuk mengetahui apakah dalam sebuah penelitian terdapat atau tidak terdapat hubungan antara kedua variabel atau lebih, kemudian akan diketahui pula apakah hubungan antara variabel tersebut positif ataupun negatif (Kriyantono, 2010, hlm. 56). Sebagai penerapannya dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan studi korelasional guna melihat dan mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara ‘Kampanye’ #*SafeTravelCampaign* (X) terhadap sikap percaya menggunakan transportasi udara domestik era *new normal* (Y) dengan menggunakan studi korelasi.

3.2 Partisipan

Adapun partisipan yang peneliti gunakan pada penelitian ini ialah pengikut akun Instagram @Angkasapura2. Terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi peneliti menjadikan pengikutnya sebagai sasaran penelitian: pertama, pemilihan partisipan disesuaikan dengan subjek dalam penelitian ini. Yang mana subjek pada penelitian ini ialah akun Instagram @Angkasapura2 sebagaimana sudah dijelaskan pada bagian latar belakang penelitian. Kedua, alasan peneliti memilih pengikut Instagram @Angkasapura2 dikarenakan pengikutnya ialah yang dinilai paling sesuai dengan kriteria responden peneliti. Dimana, dengan mengikuti akun Instagram @Angkasapura2, pengikut setidaknya sudah mengakses dan terkena paparan konten *#SafeTravelCampaign* melalui *feeds, Instastory dan IGTV*.

3.3 Populasi & Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi pada sebuah penelitian merupakan sebuah wilayah yang ingin dipilih oleh peneliti. Menurut pernyataan Sugiyono (2016, hlm. 80), populasi merupakan sejumlah orang yang ditetapkan peneliti sebagai objek penelitian, dan kemudian digunakan sebagai dasar peneliti untuk mengambil sampel penelitian yang dianggap sudah mewakili objek dalam penelitian ini. Berdasarkan pernyataan sebelumnya, maka dapat ditetapkan bahwa populasi dalam penelitian ini ialah pengikut akun Instagram @Angkasapura2 yang berjumlah 164.000 per tanggal 24 November 2020.

3.3.2 Sampel

Setelah menentukan populasi, tentunya peneliti menarik beberapa sampel dari populasi yang telah ditentukan pada populasi sebelumnya. Tujuan dari adanya pengambilan sampel pada penelitian dengan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menghasilkan data yang bersifat representatif secara pengujian statistik dan memungkinkan generalisasi temuan pada populasi dan sampel target (Darmawan, 2013, hlm. 142).

Berdasarkan pernyataan Sugiyono (2016, hlm. 84) sampel merupakan sebuah bagian dari populasi yang ada. Sehingga, pemilihan dan pengambilan sampel harus ditetapkan menggunakan cara yang didasarkan pada beberapa pertimbangan dan kriteria sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini berkaitan dengan populasi penelitian yang terbilang homogen dan besar, maka dapat dikatakan bahwa semakin besar peluang penarikan sampel yang digunakan dalam jumlah yang relatif lebih kecil (Bungin, 2014, hlm. 114). Karena populasi penelitian ini sudah jelas yaitu pengikut akun Instagram @Angkasapura2, maka peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 57) menyatakan bahwa teknik *simple random sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel dari seluruh anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata pada sebuah populasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, ketika melakukan sebuah penelitian sampel dipilih sesuai dengan kebutuhan utama peneliti dan tujuan utama penelitian. Maka dari itu, dapat dijelaskan bahwa responden yang dapat dijadikan sampel pada penelitian ini diantaranya adalah :

- a) Pengguna aktif media sosial Instagram.
- b) Pengikut akun Instagram @Angkasapura2.
- c) Pernah melihat, membaca dan menonton konten *#SafeTravelCampaign* dalam bentuk *Feeds*, *Instastory*, ataupun *IGTV*.

Setelah menentukan syarat secara umum, untuk menentukan sampel yang telah diketahui jumlahnya pada populasi sebelumnya peneliti menggunakan Rumus Slovin (Kriyantono, 2006, hlm. 162). Selanjutnya, setelah peneliti menentukan sampel penelitian maka ditentukanlah jumlah sampel tersebut menggunakan rumus slovin dengan taraf kepercayaan 10%. Demikian, penghitungan jumlah sampel ditentukan berdasarkan hitungan formula berikut :

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

(Kriyantono, 2006, hlm. 162)

Keterangan :

n = Jumlah sampel penelitian

N = Jumlah populasi penelitian

e = Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir (10%)

Maka dari itu, penghitungan jumlah sampel dapat dijabarkan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{164.000}{(1 + 164.000(0,1^2))}$$

$$n = 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan penjabaran perhitungan sampel menggunakan rumus slovin, maka sampel penelitian ini sebesar 99,99 atau dapat dibulatkan menjadi 100 orang pengikut akun Instagram @Angkasapura2.

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau dapat disebut pula angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang menggunakan rincian daftar pernyataan ataupun pertanyaan yang sudah digagas oleh peneliti. Kemudian setelah pertanyaan tersebut selesai digagas, kuesioner dapat disebarkan untuk diisi guna mendapatkan informasi dari responden atau dapat diartikan pula sebagai alat mencari jawaban atas apa yang responden pahami secara pribadi (Arikunto, 2006, hlm. 151). Adapun Sudjana & Ibrahim (2007, hlm. 102) memperkuat bahwa kuesioner dapat digunakan sebagai alat untuk mendapatkan beragam informasi yang berkaitan dengan aspirasi, pemikiran ataupun pendapat, persepsi, harapan, keinginan, keyakinan dan lainnya yang ingin peneliti gali dari responden dengan cara menyusun serangkaian pertanyaan kepada responden penelitian.

Berdasarkan definisi sebelumnya, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pengikut akun Instagram @Angkasapura2 sebagai tolak ukur untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel 'Kampanye #SafeTravelCampaign' (X) terhadap 'Sikap Percaya Menggunakan Transportasi Udara Domestik Era

New Normal' (Y). Penyebaran kuesioner dilakukan selama responden yang dibutuhkan peneliti belum terpenuhi, hingga masuk kedalam tahap pengolahan data guna menjawab hipotesis dan rumusan masalah penelitian yang sudah dirumuskan.

3.4.2 Studi Kepustakaan

Selama proses melaksanakan penelitian, tentunya isi daripada penelitian ini selalu didukung dan diperkuat melalui beragam sumber terpercaya baik itu buku, jurnal, serta konsep yang tentunya berkaitan dengan masalah yang tengah diteliti. Maka dari itu, peneliti menggunakan metode studi pustaka untuk memperkuat sumber dan rujukan penelitian. Dalam studi kepustakaan, peneliti patut untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan untuk dikaji, dikumpulkan, dibaca, dicatat dan kemudian dimanfaatkan untuk mendukung penelitian (Sugiyono, 2016, hlm. 76). Maka dari itu, guna mendapatkan beragam informasi dan kajian yang dibutuhkan, penting bagi peneliti untuk mengetahui beragam sumber informasi yang dapat berupa buku, jurnal terindeks, artikel, internet, ataupun sumber lainnya yang dapat dipercaya dan berkaitan dengan topik penelitian. Dengan cara demikian, peneliti akan dengan mudah memperoleh beragam informasi dan sumber yang dibutuhkan secara singkat.

3.4.3 Skala Pengukuran

Skala yang peneliti gunakan dalam angket kemudian akan disebar adalah skala Likert. Apabila megacu pada pengertian Darmawan, (2013, hlm. 169) skala Likert dapat digunakan dalam mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terkait sebuah fenomena yang terjadi pada sebuah lingkup sosial di lapangan. Yang mana, dapat diketahui pula bahwa fenomena sosial dalam penelitian ini telah ditetapkan sebagai variabel pada penelitian. Adapun terdapat skala dan kriteria untuk menilai jawaban responden pada skala Likert, untuk pernyataan positif ke negatif dalam dinegasikan kepada skala berikut:

Tabel 3.1
Bobot Nilai Pernyataan

Option	Nilai Skala Positif	Nilai Skala Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-Ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : (Darmawan, 2013, hlm. 264)

3.5 Prosedur Penelitian

Ketika melakukan sebuah penelitian, penting kiranya menyusun tahapan-tahapan pada sebuah penelitian. Maka dalam konteks ini, prosedur penelitian merupakan seperangkat ‘langkah’ yang perlu dilaksanakan ketika merancang sebuah penelitian, baik dimulai dari pra hingga pasca pelaksanaan penelitian. Apabila mengacu pada Arikunto (2013, hlm. 61) terdapat beberapa langkah penelitian yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Peneliti mulai mengidentifikasi dan memilih masalah penelitian
2. Peneliti melaksanakan studi pendahuluan yang dimulai dengan melakukan pencarian data ataupun informasi terkait penelitian yang tengah dilakukan (Misalnya jurnal, buku, ataupun penelitian terdahulu)
3. Peneliti mulai memasuki tahapan perumusan masalah pada penelitian yang akan dilakukan
4. Peneliti mulai merancang dan merumuskan hipotesis terhadap masalah yang akan diteliti.
5. Peneliti memilih pendekatan penelitian yang akan digunakan.
6. Peneliti mulai mencari sumber data, kajian serta referensi lainnya hingga menentukan variabel penelitian
7. Peneliti menentukan dan mengagas instrumen penelitian

8. Peneliti mulai mengumpulkan data ke lapangan (*collecting data*), contohnya kepada pengikut Instagram @Angkasapura2.
9. Setelah data berhasil dikumpulkan, maka peneliti menganalisis data penelitian dengan menggunakan aplikasi *SPSS for Windows*.
10. Peneliti mulai untuk menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan
11. Peneliti menulis dan merampungkan penelitian

Apabila kita tinjau beberapa poin tersebut, maka dapat dijabarkan bahwa poin ke-1 hingga ke-6 merupakan serangkaian tahapan dalam merancang penelitian yang akan dilakukan. Kemudian pada poin ke-7 sampai dengan poin ke-10 telah memaski tahap pelaksanaan penelitian dengan cara mengumpulkan data ke lapangan (*collecting data*), kemudian langkah terakhir adalah tahapan perampungan ataupun penyelesaian penelitian.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Ketika akan menyusun sebuah instrumen, operasionalisasi variabel merupakan salah satu bagian penting dari serangkaian prosedural penelitian yang sangat dibutuhkan guna menguraikan variabel penelitian hingga berubah menjadi bentuk dimensi, indikator hingga pernyataan yang akan digunakan dalam menyusun sebuah instrumen penelitian. Adapun, tujuan lain dari digagasnya operasionalisasi variabel yakni untuk memudahkan definisi dan menghindari mispersepsi pada sebuah variabel penelitian. Pada pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Selaras dengan pendapat Sugiyono (2016, hlm. 53) yang mengatakan bahwa variabel bebas (X) merupakan sebuah variabel yang diprediksi selaku pemicu atau pendahulu dari variabel yang lain. Ada pula variabel bebas (X) dalam riset ini ialah ‘Kampanye’ *#SafeTravelCampaign* yang terdiri dari 2 elemen pengukuran, yakni **isi pesan** (yang dapat diukur menggunakan indikator visualiasasi pesan, materi pendukung, isi negatif pesan, pendekatan emosional, pendekatan rasa takut, kreativitas dan humor, serta pendekatan kelompok rujukan) dan **struktur pesan** (yang dapat diukur menggunakan indikator sisi pesan (*message sidedness*), susunan penyajian (*order of presentation*), dan pernyataan kesimpulan (*drawing conclusion*)) (Venus, 2018,

hlm. 71). Ada pula yang diartikan dengan variabel terikat (Y) ataupun variabel tidak bebas merupakan variabel akibat ataupun variabel yang bisa dipengaruhi oleh variabel bebas. Apabila bersumber pada pernyataan Sugiono tersebut, sudah telah jelas kiranya bahwa variabel terikat merupakan variabel yang bisa dipengaruhi oleh variabel bebas, dimana dalam riset ini ada variabel ‘sikap’ selaku variabel Y dalam penelitian. Yang terdiri dari tiga elemen pengukuran, yakni **Kognitif, Afektif dan Konatif** (Azwar, 2016, hlm. 35). Demikian pemaparan secara lebih luas mengenai variabel penelitian akan dijabarkan dan disajikan dalam pemaparan operasionalisasi variabel yang telah peneliti paparkan dalam tabel berikut.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Perntanyaan	Skala
Variabel Independen (X): Kampanye (Venus, 2018)	Definisi: Dalam pelaksanaan kampanye, pesan merupakan inti dari sebuah pelaksanaan kampanye. Dan pada akhirnya pesan tersebut akan dikemas sedemikian rupa dan nantinya akan disampaikan kepada khalayak luas. Kemudian khalayak akan memberikan persepsi, menanggapi, dan memutuskan apakah ia menerima atau bahkan menolak pesan tersebut (Venus, 2018, hlm. 71-74). Terdapat dua elemen inti guna mengukur keberhasilan sebuah kampanye yakni isi pesan dan struktur pesan. Dimensi isi pesan terdiri dari materi pendukung, visualiasasi pesan, isi negatif/positif pesan, pendekatan emosional, pendekatan rasa takut, kreativitas dan humor, serta pendekatan kelompok rujukan. Kemudian pada dimensi struktur pesan terdiri dari sisi pesan, susunanan penyajian, dan pernyataan kesimpulan.			
	Isi Pesan Isi pesan merupakan bahan ataupun materi yang dipilih dan ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan	Materi Pendukung Menampilkan objek penting yang berpengaruh dalam suatu pesan kampanye.	1. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram disampaikan dengan kredibel. 2. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram diiringi data pendukung terkait	Likert

	maksud dan tujuan kampanyenya.		pentingnya menerapkan protokol kesehatan di bandara ataupun pesawat. 3. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram selalu konsisten menampilkan sumber pada setiap unggahannya.	
		Visualisasi pesan Terdapat gambar ataupun ilustrasi yang menarik guna mendukung isi pesan kampanye.	4. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram selalu menampilkan infografis yang menarik. 5. Visualisasi infografis pada konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram semakin memperjelas isi pesan kampanye. 6. Visualisasi infografis <i>#SafeTravelCampaign</i> tidak mendukung penyampaian isi pesan kampanye.	Likert
		Isi Negatif/Positif pesan. Pesan kampanye bernilai positif atau bahkan negatif	7. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram menginformasikan semakin membaiknya penerapan standar protokol kesehatan di bandara ataupun pesawat.	Likert

			<p>8. Kampanye <i>#SafeTravelCampaign</i> selalu menampilkan konten yang informatif dan edukatif sehingga menambah pengetahuan saya.</p>	
		<p>Pendekatan Emosional</p> <p>Pesan kampanye dapat dikemas secara emosional.</p>	<p>9. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram dikemas menarik sehingga memotivasi saya untuk menerapkan standar kesehatan yang tepat selama perjalanan udara.</p> <p>10. Kampanye <i>#SafeTravelCampaign</i> membuat saya khawatir tertular virus jika tidak menerapkan standar kesehatan yang tepat selama perjalanan udara.</p>	Likert
		<p>Pendekatan Rasa Takut.</p> <p>Pesan kampanye yang disampaikan tidak berlebihan dan dalam batas yang masuk akal.</p>	<p>11. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram tidak disampaikan secara berlebihan.</p> <p>12. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> membuat saya mengetahui risiko dan dampak negatif ketika tidak menerapkan</p>	Likert

			protokol kesehatan di bandara ataupun pesawat.	
		<p>Kreativitas dan Humor</p> <p>Pesan kampanye dapat dikemas secara ringan dan mudah diterima untuk disenangi khalayak.</p>	<p>13. Pesan berupa visual, lisan, dan tulisan pada konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram dikemas secara ringan dan mudah dipahami.</p> <p>14. Pesan berupa visual, lisan, dan tulisan pada konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram disampaikan secara kreatif dan tidak membosankan.</p> <p>15. Keselarasan antara pesan visual, lisan, maupun tulisan pada konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram memperjelas informasi yang disampaikan.</p> <p>16. Konten kampanye <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram dinilai tidak kreatif dan membosankan.</p>	Likert
		<p>Pendekatan Kelompok Rujukan</p> <p>Pelaksana kampanye menggunakan</p>	<p>17. Kampanye <i>#SafeTravelCampaign</i> menampilkan tokoh atau komunikator yang dapat dipercaya.</p> <p>18. Seluruh tokoh atau komunikator pada konten</p>	Likert

		kelompok acuan sebagai rujukan.	<i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram menyampaikan pesan yang kredibel berdasarkan data.	
	Struktur Pesan Istilah struktur pesan merujuk apa dan bagaimana unsur-unsur pesan diorganisasikan.	Sisi pesan Pesan pada sebuah kampanye mengajak individu untuk berpikir.	19. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> membuat saya paham pentingnya menerapkan protokol kesehatan yang baik selama perjalanan udara. 20. Tidak menerapkan protokol kesehatan yang baik selama perjalanan udara akan membahayakan saya.	Likert
		Susunan penyajian Urutan setiap pesan yang disampaikan menarik.	21. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram disajikan dengan menampilkan pesan visual, lisan, ataupun tulisan yang menarik. 22. Pesan visual, lisan ataupun tulisan yang menarik pada konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram membuat saya memahami pesan yang disampaikan.	Likert

		<p>Pernyataan kesimpulan</p> <p>Kesimpulan dari pesan kampanye menarik untuk diperbincangkan.</p>	<p>23. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram memiliki kesimpulan yang jelas mengenai pentingnya penerapan protokol kesehatan di bandara ataupun pesawat.</p> <p>24. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram memiliki kesimpulan yang menarik untuk diperbincangkan.</p>	Likert
Variabel Dependen (Y)	<p>Azwar (2016, hlm. 34) pun menjelaskan bahwa sikap merupakan suatu predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) individu dan kemudian dapat diukur melalui tiga komponen seperti kognitif, afektif, dan konatif. 1). Pertama, komponen kognitif merupakan sebuah aspek yang berkaitan dengan pengetahuan atau pikiran berlandaskan informasi yang berkaitan dengan objek. 2). Kedua, komponen afektif berkaitan dengan aspek emosional yang berkaitan dengan perasaan-perasaan. Contohnya meliputi rasa percaya, rasa takut, rasa simpati, rasa antipati dan lainnya yang ditujukan pada objek tertentu. 3). Ketiga, terdapat pula komponen konatif yang berkaitan erat dengan kecenderungan manusia untuk berperilaku.</p>			
Sikap	Kognitif	Pengetahuan	<p>25. Saya mengetahui penerapan standar kesehatan yang tepat di bandara ataupun pesawat pada era <i>new normal</i>.</p> <p>26. Saya mengetahui kebijakan terbaru yang diambil pemerintah terkait penerapan standar</p>	Likert

			<p>kesehatan yang tepat di bandara ataupun pesawat.</p> <p>27. Saya mengetahui bahwa dengan menerapkan protokol kesehatan yang tepat di bandara ataupun pesawat dapat mencegah penularan virus selama perjalanan udara.</p> <p>28. Saya mengetahui bahwa penyebaran virus di bandara atau pesawat terjadi ketika tidak menerapkan protokol kesehatan yang tepat.</p> <p>29. Konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram memiliki informan atau komunikator yang kredibel dan menambah pengetahuan saya.</p>	
	Afektif	Perasaan Emosional	<p>30. Saya menyukai penyampaian pesan pada konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram.</p> <p>31. Saya senang dengan penyampaian pesan oleh informan ataupun komunikator pada setiap konten</p>	Likert

			<p><i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram.</p> <p>32. Penerapan standar protokol kesehatan yang tepat pada kampanye <i>#SafeTravelCampaign</i> membuat saya tidak takut tertular virus selama perjalanan udara.</p> <p>33. Saya tidak menyukai penyampaian pesan oleh informan atau komunikator pada kampanye <i>#SafeTravelCampaign</i></p>	
	Konatif	Kecenderungan untuk menerapkan atau melakukan	<p>34. Saya tertarik mengikuti perkembangan terbaru terkait kebijakan protokol kesehatan di bandara ataupun pesawat.</p> <p>35. Saya terdorong menggali lebih banyak informasi dari berbagai sumber terkait membaiknya penerapan protokol kesehatan di bandara ataupun pesawat pada era <i>new normal</i></p> <p>36. Saya mulai percaya terhadap usaha PT. Angkasa Pura II dalam menerapkan protokol</p>	Likert

			<p>kesehatan yang tepat di bandara ataupun pesawat.</p> <p>37. Saya mulai percaya menggunakan layanan penerbangan domestik di era <i>new normal</i> dengan syarat menerapkan standar protokol kesehatan yang tepat.</p> <p>38. Saya menjadikan konten <i>#SafeTravelCampaign</i> di Instagram sebagai rujukan informasi penerapan protokol kesehatan yang baik pada pelayanan bandara dan penerbangan domestik era <i>new normal</i>.</p> <p>39. Saya tertarik menggunakan transportasi udara domestik di era <i>new normal</i>.</p>	
--	--	--	--	--

Sumber : Olahan Peneliti, 2021.

3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

Setelah menyusun dan menjabarkan instrumen penelitian, peneliti patut untuk menilai dan menguji kelayakan sebuah instrumen penelitian. Maka dari itu, operasionalisasi variabel patut untuk diuji melalui uji validitas dan uji reabilitas. kedua pengujian tersebut berfungsi guna mengetahui bahwa instrumen dapat digunakan dan tidak diragukan lagi validitas dan reabilitas pertanyaannya apabila disebarkan kepada responden.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah ‘gerbang’ sebelum dilaksanakannya *collecting data* dan digunakan untuk mengukur keabsahan valid atau tidaknya sebuah instrumen penelitian. Uji Validitas berperan besar untuk mengetahui sejauh apa tingkat konsistensi pengukuran jika pengukuran tersebut mengalami repetisi beberapa kali. Dalam artian, instrumen penelitian yang dikatakan valid maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan layak untuk dilanjutkan pada tahapan *collecting data* di lapangan. Adapun pernyataan tersebut selaras dengan Sugiyono (2016, hlm. 121) yang berpendapat bahwa ketika instrumen yang telah diujikan valid, maka instrumen penelitian yang telah dibuat bisa digunakan untuk mengukur apa yang sepatutnya diukur dalam penelitian yang tengah digarap.

Secara lebih lanjut, Hikmat (2011, hlm. 85) mengatakan bahwa validitas merupakan sebuah tujuan dan bukan hasil akhir penelitian. Maka dari itu, guna mencapai derajat yang dapat dipercaya dan memiliki manfaat, peneliti tak perlu untuk menunjukkan sebuah kebenaran objektif, namun yang diutamakan adalah menampilkan buktinya. Maka dari itu instrumen yang akan diuji keabsahannya harus valid secara keseluruhan, dikarenakan instrumen inilah yang akan menjadi alat ukur untuk guna mendapatkan hasil penelitian yang sama validnya sesuai dengan apa yang telah dicantumkan pada rumusan masalah peneliti.

Pertanyaan instrumen penelitian dalam uji validitas akan dinyatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf dan nilai signifikansi tertentu. Namun sebaliknya, ketika item pertanyaan instrumen dapat dikatakan tidak valid ketika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dalam taraf dan nilai signifikansi tertentu. Pada pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan, nilai signifikansi yang akan peneliti gunakan sebesar 5%.

Berikut ini adalah formula yang dapat peneliti gunakan untuk melakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*.

$$r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2][n(\Sigma y^2) - (\Sigma y)^2]}}$$

Keterangan :

$r = r$ hitung

ΣX = total skor pada item

Σ = skor total

N = total individu pada sampel penelitian.

Berikut ini nilai hasil uji validitas yang dilakukan peneliti terhadap 30 orang responden penelitian. Pada penelitian ini, uji validitas menguji dua variabel utama dengan rincian 24 item pertanyaan ‘Kampanye #SafeTravelCampaign’ (sebagai variabel X) dan 15 item pertanyaan ‘Sikap Percaya Menggunakan Transportasi Udara Domestik Era New Normal’ (sebagai variabel Y).

Tabel 3.3
Hasil Validitas Variabel X (Kampanye)

No. Item	Koefisien Korelasi (r)	Nilai r_{kritis}	Kesimpulan
1	0,389	0,361	Valid
2	0,449	0,361	Valid
3	0,548	0,361	Valid
4	0,453	0,361	Valid
5	0,406	0,361	Valid
6	0,607	0,361	Valid
7	0,531	0,361	Valid
8	0,764	0,361	Valid
9	0,511	0,361	Valid
10	0,428	0,361	Valid
11	0,423	0,361	Valid
12	0,447	0,361	Valid
13	0,369	0,361	Valid
14	0,439	0,361	Valid
15	0,479	0,361	Valid
16	0,412	0,361	Valid
17	0,449	0,361	Valid

18	0,539	0,361	Valid
19	0,539	0,361	Valid
20	0,411	0,361	Valid
21	0,494	0,361	Valid
22	0,498	0,361	Valid
23	0,489	0,361	Valid
24	0,588	0,361	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa secara keseluruhan ítem pada variabel X (Kampanye) dihasilkan nilai $r_{hitung} > 0,361$. Atas pengujian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 24 ítem pada Variabel X (Kampanye) dinyatakan valid.

Selanjutnya, hasil nilai korelasi untuk pengujian validitas variabel Y (Sikap) yang diukur dengan 15 ítem kuesioner yang dapat ditinjau pada ulasan tabel berikut.

Tabel 3.4

Hasil Validitas Variabel Y (Sikap)

No. Item	Koefisien Korelasi (r)	Nilai r_{kritis}	Kesimpulan
25	0,546	0,361	Valid
26	0,598	0,361	Valid
27	0,472	0,361	Valid
28	0,649	0,361	Valid
29	0,466	0,361	Valid
30	0,440	0,361	Valid
31	0,423	0,361	Valid
32	0,416	0,361	Valid
33	0,466	0,361	Valid
34	0,489	0,361	Valid
35	0,378	0,361	Valid
36	0,531	0,361	Valid
37	0,739	0,361	Valid

38	0,732	0,361	Valid
39	0,709	0,361	Valid

Sumber : Olahan Peneliti

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa secara keseluruhan ítem pada variabel Y (sikap) dihasilkan nilai $r_{hitung} > 0,361$. Atas pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa 15 ítem pertanyaan pada variabel Y (Sikap) dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reabilitas

Pada dasarnya, kuesioner yang tengah disusun bisa saja dijadikan peneliti sebagai instrumen guna untuk mengukur penelitian. Namun nyatanya, instrumen penelitian yang telah digagas perlu untuk diuji terlebih dahulu nilai reliabilitasnya. Apabila mengacu pada Azwar (2015, hlm. 99) reliabilitas memiliki makna keterpercayaan, yang mana keterpercayaan tersebut dapat bersifat relatif maka dari itu koefisien reliabilitas pun dapat bersifat relatif. Bergantung pada pengguna tes, apakah koefisien reliabilitas skor yang telah diperoleh sudah memenuhi keperluannya atau bahkan tidak memenuhi.

Uji reliabilitas merupakan sebuah tingkat seberapa konsistenkah instrumen penelitian ketika mengukur yang seharusnya diukur sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2016, 130). Uji reliabilitas sama halnya dengan uji validitas, dimana kereliablesan sebuah instrumen pun perlu untuk diuji melalui sebuah perhitungan statistik. Instrumen penelitian akan dikatakan reliabel ketika instrumen dapat menunjukkan hasil yang konsisten dan tetap. Pada sisi lain pula, uji reliabilitas dapat diartikan sebagai sebuah pengukuran yang dapat menunjukkan nilai uji mana yang akan bebas dari kesalahan pengukuran (Ghazali, 2016, hlm. 149). Menurut Riduwan (2012) dalam mengambil nilai reliabilitas, sebuah instrumen akan dianggap cukup reliabel apabila nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60.

Guna menemukan nilai reliabilitas internal, digunakanlah analisis alat ukur penelitian guna melihat reliabilitas suatu instrumen. Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach untuk mengukurnya (Riduwan, 2012, hlm. 125).

$$R_{11} = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

R_{11} : Koefisien reabilitas *alpha cronbach*

k : banyaknya butir pertanyaan yang diuji (total item)

σ_i^2 : Jumlah varian butir (varian item i)

σ_x^2 : varian total

Tabel 3.5
Nilai Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0.0 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

Sumber : Hair et al. (2010, hlm. 125)

Sebuah variabel penelitian dapat disebut reliabel ketika hasil $\alpha = > 0,60$ dan apabila hasil $\alpha < 0,60$ maka sebuah instrumen dapat dikatakan tidak reliabel. Apabila berkaca pada pengujian reliabilitas menggunakan metode *alpha-cronbach's* maka dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas instrumen pada masing-masing variabel dapat ditinjau sebagai berikut.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kampanye)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	24

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan pengujian reliabilitas pada instrumen kuesioner variabel Kampanye (X) seperti yang dapat ditinjau pada sajian tabel berikut menyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,856 yang mana nilai reliabilitas instrumen penelitian lebih besar daripada nilai kritis 0.60. Jika ditinjau dari penjelasan sebelumnya maka hasil pengujian reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang akan peneliti gunakan untuk mengukur variabel kampanye (X) sudah memberikan hasil yang konsisten (Reliabel).

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Sikap)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.820	15

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan pengujian reliabilitas pada instrumen kuesioner variabel Sikap (Y) sebagaimana yang telah tergambar pada tabel diatas menyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,820. Yang mana nilai reliabilitas instrumen penelitian ini lebih besar daripada nilai kritis kritis 0.60. Jika ditinjau dari penjelasan sebelumnya maka hasil pengujian reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang akan peneliti gunakan untuk mengukur variabel sikap (Y) sudah memberikan hasil yang konsisten (Reliabel).

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Metode Analisis Data Deskriptif

Ketika memasuki proses menganalisis ataupun menggambarkan sebuah hasil penelitian, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif. Dalam penelitian ini, untuk mempermudah pemahaman pembahasan maka data penelitian akan disajikan dan diseskripsikan secara komprehensif melalui beragam bentuk seperti tabel persen, tabel distribusi frekuensi, diagram, grafik dan bagan (Ali, 2014, hlm. 453). Analisis deskriptif dapat dilakukan pada beragam data yang telah didapat dari responden dan dapat disusun sesuai dengan kriteria penilaian yang telah peneliti

tetapkan. Maka dari itu, kriteria penilaian untuk setiap indikator pertanyaan akan peneliti susun berdasarkan beberapa langkah berikut :

1. Peneliti menentukan nilai kumulatif, yang mana nilai tersebut merupakan jumlah dari setiap pernyataan yang dihasilkan berdasarkan tanggapan dari responden.
2. Selanjutnya, peneliti menentukan persentase capaian responden dengan menggunakan perhitungan nilai kumulatif item pertanyaan yang dibagi dengan nilai frekuensinya. kemudian dikalikan dengan 100%. Kemudian terdapat beberapa nilai yang perlu diperhatikan peneliti dalam menentuka persentase capaian responden sebagaimana tercantum dalam beberapa point berikut : a). Jumlah kumulatif terbesar (skor ideal), b) Jumlah kumulatif terkecil, c) Nilai persentase terbesar, d) nilai perentase terkecil, dan e) nilai rentang.
3. Langkah selanjutnya, peneliti membuat kategorisasi berdasarkan nilai rentang atau interval persentase dengan menggunakan rumus

$$\text{Rentang Kategori} = \frac{\text{Presentase Maksimum} - \text{Presentase Minimum}}{\text{jumlah kategori}}$$

3.9 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian untuk menganalisa sebuah hipotesis, maka peneliti patut untuk melakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan empat buah rumus uji, seperti : 1) uji normalitas, 2) uji multikolinieritas, 3) uji heteroskedastistas dan 4) uji autokorelasi sebagai berikut :

3.9.1 Uji Normalitas

Sebuah penelitian kuantitatif perlu untuk menggunakan uji normalitas data, dan merupakan syarat penting yang perlu digunakan dalam sebuah analisis parametris. Dalam hal ini statistik parametris perlu dilakukan untuk memenuhi berbagai asumsi, yang mana asumsi utama adalah data yang dianalisis harus terdistribusi secara normal (Sugiyono, 2016, hlm. 150). Pada pelaksanaannya, analisis parametris sama seperti analisis perbandingan dua rata-rata, variansi satu arah, regresi, korelasi dan sebagainya yang mana sangat perlu untuk dilakukan

pengujian normalitas terlebih dahulu. Yang mana pengujian normalitas ini sangat penting guna mencari tahu apakah data tersebut dapat berdistribusi secara normal atau bahkan tidak.

Pada penelitian ini, digunakan metode Kolmogorov-Smirnoff dalam mengetahui apakah nilai residual dapat berdistribusi secara normal atau tidak. Adapun ketentuan pada pengujian normalitas ini, jika signifikansi bernilai lebih besar dibandingkan 5% maka dapat disimpulkan pula bahwa nilai residual terdistribusi secara normal. Namun jika sajian data mengatakan sebaliknya, maka nilai residual tidak terdistribusi secara normal (Basuki, 2016, hlm. 60).

- Apabila nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $< 0,05$ maka data dapat dikatakan berdistribusi secara tidak normal
- Apabila nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $> 0,05$ maka data dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pada sebuah penelitian kuantitatif, uji normalitas sebuah data sangat penting untuk dilakukan. Dikarenakan dengan adanya data yang berdistribusi normal atau bahkan mendekati normal, data tersebut dapat dianggap mewakili suatu populasi penelitian.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas sangat berperan besar guna mengetahui lebih jauh apakah ada atau tidaknya suatu korelasi pada variabel independen dalam sebuah model regresi. Maka dari itu, menurut Ghazali (2016, hlm. 105) model regresi yang baik dapat dinyatakan apabila tidak mengandung nilai multikolinieritas. Dalam hal ini, pengujian multikolinieritas dapat ditinjau dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan toleransi yang digunakan untuk menilai dan mengukur variabel independen yang sudah terpilih oleh variabel independen lainnya. Untuk menguji suatu nilai multikolinieritas, peneliti dapat menggunakan aplikasi SPSS. Nilai uji multikolinieritas dapat dikatakan baik apabila: nilai toleransi $> 0,01$ atau dapat diartikan pula dengan VIF < 10 .

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas berperan dalam mengukur apakah pada sebuah model regresi terjadi kesamaan sebuah varian dalam model yang tak sama. Menurut Ghozali (2012, hlm. 139) dalam uji heteroskedastisitas, sebuah model regresi dapat dikatakan baik ketika tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, dapat dikatakan tak terjadi heteroskedastisitas jika tidak terdapat bauran pola yang jelas, yang mana titik-titik menyebar diatas atau bagian bawah angka 0 pada sebuah sumbu Y.

Penerapan pada penelitian ini, model regresi yang akan digunakan yaitu berupa pengujian terhadap model regresi pada ‘Kampanye #SafeTravelCampaign’ dan ‘Sikap Percaya Menggunakan Transportasi Udara Domestik Era *New Normal*’. Selanjutnya kedua model regresi ini akan peneliti gunakan ketika menunjukkan sebuah bentuk model yang terjadi diantara variabel bebas dan variabel terikat.

3.9.4 Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi berperan ketika menilai apakah pada sebuah model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode t dengan kesalahan pengganggu dalam periode t_1 atau pada periode sebelumnya. Menurut Ghazali (2016, hlm. 110) apabila terjadi korelasi, maka dapat dikatakan terdapat sebuah masalah pada uji autokorelasi. Adapun pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji autokorelasi Durbin-Watson dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila $0 < d < d_L$, maka terjadi autokorelasi positif.
2. Apabila $d_L < d < d_U$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
3. Apabila $d - d_L < d < 4$, maka terjadi autokorelasi negatif.
4. Apabila $4 - d_U < d < 4 - d_L$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
5. Apabila $d_U < d < 4 - d_U$, maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Korelasi

Apabila data pada penelitian sudah terhimpun dengan lengkap, maka langkah berikutnya adalah mengolah dan menginterpretasikan data yang telah direkap dengan menggunakan uji korelasi. Jika mengacu pada pengertian Arikunto (2013, hlm. 313) uji korelasi berperan besar guna menentukan apakah pada setiap variabel terdapat hubungan atau tidak, kemudian berperan dalam menghitung seberapa eratkah hubungan antarvariabel dan juga seberapa berartinya atau tidak berartinya hubungan antara kedua variabel tersebut. Pada intinya, apa yang dilakukan pada koefisien korelasi bertujuan untuk meninjau apakah skor tinggi dalam satu variabel dapat dikaitkan dengan skor tinggi pada variabel lainnya. Maka dari itu, untuk menganalisis korelasi peneliti menggunakan rumus korelasi *Pearson's Product Moment* sebagaimana yang dapat ditampilkan pada gambar berikut :

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

Keterangan

r_{xy} : Korelasi *Pearson's Product Moment*

n : Besaran populasi penelitian

Σx : Besaran skor dalam distribusi X

Σy : Besaran skor dalam distribusi Y

Σx^2 : Besaran kuadrat dalam skor distribusi Y

Σy^2 : Besaran kuadrat dalam skor distribusi X

Σxy : Besaran perkalian butir X dan Y

Setelah data dianalisis, maka peneliti dapat melihat hubungan positif antar dua variabel yang dapat ditinjau dengan merujuk pada pedoman interpretasi tabel berikut.

Tabel 3.8

Tabel Pearson's Product Moment

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2016, hlm. 184)

3.10.2 Uji T (Pengujian secara parsial)

Apabila peneliti mengambil pengertian uji T berdasarkan ahli, peneliti menemukan satu definisi yang pas. Jika mengacu pada pengertian Rohmana (2010, hlm. 48) uji T pada penelitian merupakan salah satu prosedur dimana hasil sampel pada penelitian dapat peneliti gunakan dalam melakukan pengujian kebenaran dan kesalahan hipotesis (H_0). Dalam penelitian ini, azas pengambilan keputusan untuk uji T didasarkan pengujian stastitika berdasarkan sajian data yang telah dihimpun sebelumnya. Maka dari itu, peranan uji T adalah untuk mengetahui dan menguji nilai signifikansi pada variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang dilakukan secara parsial (Siregar, 2013, hlm. 304).

Ketika akan melaksanakan uji F pada penelitian ini, digunakanlah *software* SPSS dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau sama halnya dengan 0,05 dengan taraf signifikansi sebesar 95%. Selain itu ada pula rumus ‘manual’ yang dapat digunakan untuk mencari nilai uji T sebagaimana yang ditampilkan pada rumus berikut ini:

$$Tbk = \frac{b_k}{\sqrt{(RJK_{Res}) C_{ii}C}}$$

(Kusnendi, 2017, hlm. 4)

Selain itu terdapat pula ketentuan untuk menolak atau bahkan menerima H_0 yang dapat ditinjau pada poin berikut ini :

- Apabila nilai t hitung $>$ nilai t kritis, maka H_0 ditolak atau menerima H_a artinya variabel tersebut signifikan
- Apabila nilai t hitung $<$ nilai t kritis, maka H_0 diterima atau menerima H_a artinya variabel tersebut tidak signifikan.

3.10.3 Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan atau uji F, berperan penting guna menguji sebuah hipotesis yang mencakup seluruh variabel pada penelitian secara simultan. Melakukan pengujian hipotesis secara simultan (keseluruhan) merupakan suatu penggabungan dalam menganalisis dan menghitung variabel bebas terhadap variabel terikat, yang selanjutnya akan diketahui seberapa besarkah pengaruh yang akan dihasilkan (Kusnendi, 2017, hlm. 4).

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa uji F adalah sebuah penggabungan dari pengujian semua hipotesis penelitian, yakni menggabungkan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan ketika melihat seberapa besar pengaruhnya. Demikian, terdapat beberapa langkah untuk menghitung uji f yaitu :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$H_1 : \text{minimal ada sebuah } b \neq 0$$

$$F = \frac{RJK_{reg}}{RJK_{res}}$$

(Kusnendi, 2017, hlm. 4)

Selanjutnya untuk menentukan apakah H_0 diterima ataupun ditolak maka akan digunakan asumsi sebagaimana pada poin berikut :

1. Ketika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 dapat diterima
2. Ketika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak

3.10.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi berperan guna mengetahui persentasi dalam kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Atas beberapa latar belakang tersebut, guna mengetahui seberapa besarkah pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat maka dapat dianalisis menggunakan rumus koefisien korelasi. Adapun rumus yang dapat digunakan dalam menguji koefisien determinasi dapat dijabarkan sebagaimana pada rumus dibawah ini :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Nilai koefisien determinan

R^2 : Nilai koefisien korelasi.

3.10.5 Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis data menggunakan regresi linier berganda. Pengujian regresi linier berganda perlu dilakukan guna menganalisis apakah terdapat hubungan sebab akibat antara kedua variabel atau lebih (Riduwan, 2012, hlm. 283). Kemudian pada penelitian ini jenis data yang sudah terkumpul merupakan data interval. Untuk mengujinya, peneliti menggunakan aplikasi SPSS dengan model persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i}$$

Keterangan:

Y : Sikap

β_0 : Konstanta regresi

β_1 : Konstanta regresi X

X_{1i} : Isi Pesan

X_{2i} : Struktur Pesan |