

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan dengan hasil-hasil data berupa angka-angka yang membutuhkan analisis statistik. Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metoda statistika (Azwar, 2010: 5).

Penelitian korelasi merupakan penelitian yang bertujuan menyelidiki sejauh mana variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi. Penelitian ini sangat cocok bila variabel-variabel yang terlibat sangat kompleks, pengukuran terhadap beberapa variabel dan saling-hubungan di antara variabel-variabel tersebut dapat dilakukan serentak dalam kondisi yang realistis (Azwar, 2010: 8).

Korelasi digunakan untuk menghubungkan antar variabel, sesuai digunakan pada variabel yang belum diketahui hubungan antar kedua variabel yang terlibat. Karena itu, untuk mengetahui hubungan Literasi Media dengan Sikap terhadap Penyebaran *Hoax* pada pengguna media sosial digunakan korelasi.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang angkatan tahun 2015, yang berjumlah 2646 mahasiswa. Mahasiswa

angkatan 2015 lebih banyak dijangkau oleh peneliti, sebagai mahasiswa yang mendekati tingkat akhir, tentunya mahasiswa angkatan 2015 lebih aktif dan terbiasa bergaul di lingkungan UIN Imam Bonjol Padang maupun media sosial Instagram. Hingga saat ini data pemilik Instagram belum ada secara resmi dari KOMINFO Sumatera Barat. Sehingga untuk memudahkan pendataan dan representatif tentunya, maka peneliti perlu memperkecil jumlah sampel dengan kriteria sebagai berikut: 1) Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang angkatan 2015, 2) Aktif menggunakan Instagram minimal 2 kali membuka akun dalam sehari, 3) Memiliki akun media sosial lain seperti *Whatsapp, facebook, Line*, dsb.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannyapun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus perhitungan sederhana (Sugiyono, 2011: 87) yaitu:

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

$$n = \frac{2000}{1 + 2000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2000}{1 + 20} \quad n = \frac{2000}{21} \quad n = 95$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Jumlah populasi

α = Presentase kelonggaran ketelitian dengan ketentuan (0,1 untuk populasi dalam jumlah besar, dan 0,2 untuk populasi dalam jumlah kecil)

Berdasarkan penjumlahan dari rumus Slovin, ditemukan bahwa jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 95 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, karena pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata (kelompok) yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2010: 82).

Pengambilan jumlah sampel dari tiap kelompok disesuaikan dengan besarnya populasi dalam kelompok tersebut. Dengan demikian jumlah sampel yang diambil pada tiap fakultas tentu berbeda, karena jumlah populasi tiap fakultas yang berbeda. Besaran jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{\text{Jumlah anggota}}{\text{Populasi}} \times \text{total sampel}$$

Penyajian data sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Sampel Penelitian

No.	Jurusan	Sampel	Jumlah Sampel
1	Fakultas Adab dan Humaniora	$n = \frac{329}{2646} \times 95$	12
2	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	$n = \frac{888}{2646} \times 95$	32
3	Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama	$n = \frac{246}{2646} \times 95$	9
4	Fakultas Syari'ah	$n = \frac{355}{2646} \times 95$	13
5	Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	$n = \frac{392}{2646} \times 95$	14
6	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	$n = \frac{436}{2646} \times 95$	15
Total			95

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi dalam bentuk kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar, sehingga pengumpulan data menjadi efisien (Sugiyono, 2010: 142).

Peneliti menggunakan kuesioner karena jumlah responden cukup banyak, atau mencapai ribuan. Selain itu dalam pengukuran variabel psikologi juga diperlukan adanya skala. Kuesioner juga dibutuhkan untuk mengumpulkan data pada penelitian kuantitatif agar mudah mengangkakan suatu data.

Penyebaran angket dilakukan secara random (acak), dengan mempertimbangkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Setiap responden ditanyai berdasarkan kriteria, jika memenuhi kriteria maka responden dapat dipilih. Karena mengingat belum efektifnya data pengguna Instagram di UIN Imam Bonjol.

D. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

1. Literasi Media

Literasi media adalah sejauh mana pemahaman seseorang terhadap segala hal yang ada pada media sosial, disertai dengan kemampuan dan kemauan menganalisisnya. Kemampuan tersebut di antaranya:

- a. *Play* adalah sejauh mana kemampuan seseorang dalam menggunakan media, mengetahui cara pemanfaatannya sesuai kehendak dan pengetahuannya.
- b. *Performance* yaitu sejauh mana seseorang mampu memosisikan diri sebagai orang lain dalam memahami masing-masing peran sosialnya di media.
- c. *Simulation* yaitu sejauh mana seseorang mampu menerapkan pengetahuannya secara nyata di media maupun di kehidupan sosial.
- d. *Appropriation* adalah sejauh mana seseorang mampu memaknai dan menggabungkan pesan-pesan di media sosial.
- e. *Multitasking* adalah sejauh mana seseorang mampu melakukan beberapa pekerjaan sekaligus namun tetap fokus pada informasi utama.
- f. *Distributed Cognition* yaitu sejauh mana seseorang mampu memahami interaksi kelompok dalam mengembangkan penyelesaian masalah yang ada di group chat media.
- g. *Collective Intelligence* yaitu sejauh mana seseorang mampu menyesuaikan pengetahuannya dengan anggota group media untuk tujuan bersama.
- h. *Judgement* yaitu sejauh mana seseorang mampu mengevaluasi suatu berita sesuai dengan reliabilitas dan kredibilitasnya.
- i. *Transmedia Navigation* yaitu sejauh mana seseorang mampu memahami informasi antar media dalam berbagai bentuk.

- j. *Networking* adalah sejauh mana seseorang mampu mencari, mengelompokkan dan menyebarkan informasi sesuai fungsi sosialnya.
- k. *Negotiation* adalah sejauh mana seseorang mampu menerima berbagai perspektif dan mengikuti Norma yang berlaku dalam suatu komunitas media.
- l. *Visualization* yaitu seberapa besar kemampuan seseorang dalam mengekspresikan ide-ide melalui identifikasi informasi visual.

2. Sikap Terhadap Penyebaran *Hoax*

Sikap adalah keyakinan seseorang terhadap suatu objek atau perilaku yang direspon secara positif maupun negatif dalam bentuk kognitif, afektif, dan konatif. Maka sikap terhadap penyebaran *hoax* adalah keyakinan seseorang terhadap informasi atau perilaku penyebaran *hoax* yang direspon secara positif maupun negatif dan diwujudkan dalam bentuk kognitif, afektif dan konatif. Berdasarkan definisi di atas, maka sikap terhadap penyebaran *hoax* dibentuk dalam tiga komponen:

- a. Komponen kognitif, yaitu sejauh mana seseorang menggunakan pikirannya untuk mengevaluasi suatu informasi atau peristiwa yang diterimanya.
- b. Komponen afektif, yaitu sejauh mana perasaan seseorang terhadap penyebaran *hoax* yang ada di sekitarnya.
- c. Komponen konatif, yaitu seberapa besar kecenderungan tingkah laku seseorang dalam merespon penyebaran *hoax* di sekitarnya.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2010) instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Beberapa instrumen sudah ada yang dibakukan, namun jika variabel yang digunakan masih baru atau belum memiliki instrumen baku, peneliti harus membuatnya sendiri.

1. Jenis Instrumen

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus memiliki skala. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Dengan skala pengukuran ini maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2010).

Jenis skala yang digunakan adalah skala *likert*, yaitu jenis skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item berupa pernyataan (Sugiyono, 2010: 93). Skala *likert* terdiri dari empat respon jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

2. Prosedur Penyusunan

Terdapat dua skala yang disusun sendiri dalam penelitian ini, yaitu:

a. Skala Literasi Media

Disusun berdasarkan teori Jenkins (2006) dengan dua belas (12) aspek yang kemudian diturunkan menjadi dua puluh (20) indikator.

Konstruk skala literasi media dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Konstruk Skala Literasi Media

No.	Aspek	Indikator
1	<i>Play</i>	1. Menggunakan media sesuai pengetahuan dan manfaatnya
2	<i>Performance</i>	1. Memperhatikan peran sosial masing-masing pengguna lain dalam penyebaran suatu informasi
3	<i>Simulation</i>	1. Melakukan aktivitas media secara sadar dan sesuai kebutuhan 2. Menerapkan pengetahuan di media dengan kehidupan sosial
4	<i>Appropriation</i>	1. Membedakan berbagai kepentingan dan tujuan setiap informasi. 2. Mengetahui maksud suatu informasi yang melibatkan budaya asing.
5	<i>Multitasking</i>	1. Melakukan pekerjaan yang bervariasi dalam satu waktu, namun tetap berfokus pada tujuan utama
6	<i>Distributed Cognition</i>	1. Melibatkan pikiran dalam berinteraksi dengan pengguna lain di media sosial. 2. Aktif dalam penyelesaian masalah pengguna lain di media sosial
7	<i>Collective Intelligence</i>	1. Menerima dan menyesuaikan pendapat orang lain di media dengan pemikiran pribadi
8	<i>Judgement</i>	1. Memeriksa ketepatan suatu informasi (sumber dan waktu) 2. Mengevaluasi informasi
9	<i>Transmedia Navigation</i>	1. Tidak membatasi jenis informasi yang ingin diketahui 2. Berusaha memahami setiap informasi dalam bentuk apapun
10	<i>Networking</i>	1. Mencari informasi sesuai kebutuhan 2. Mengelompokkan informasi sesuai fungsinya 3. Membagikan informasi sesuai fungsi sosial
11	<i>Negotiation</i>	1. Menerima berbagai pandangan atau perspektif dari teman lain di media. 2. Mengikuti norma yang ada dalam kelompok di media
12	<i>Visualization</i>	1. Menyampaikan ide yang muncul di media sosial

Setiap indikator diturunkan berdasarkan defenisi operasional, yaitu poin penting yang dimaksud dalam setiap kemampuan literasi media. Sehingga item yang dibuat hanya berfokus pada perilaku yang dimaksud dalam kemampuan tersebut.

Tabel 3.3
Blueprint Skala Literasi Media

No	Aspek	Nomor Item		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Play</i>	1, 2, 3	4, 5	5
2	<i>Performance</i>	6, 7, 8	9, 10	5
3	<i>Simulation</i>	11, 14, 15	12, 13	5
4	<i>Appropriation</i>	16, 17, 18, 19, 20, 21	22	7
5	<i>Multitasking</i>	23, 24, 25	26, 27	5
6	<i>Distributed Cognition</i>	28, 29, 30, 31	32	5
7	<i>Collective Intelligence</i>	33, 34, 35	36, 37	5
8	<i>Judgement</i>	38, 39, 40, 41	42	5
9	<i>Transmedia Navigation</i>	43, 44, 46, 47	45	5
10	<i>Networking</i>	48, 49, 51, 52, 53	50, 54	7
11	<i>Negotiation</i>	55, 56, 58	57, 59	5
12	<i>Visualization</i>	60, 61, 62	63	4
	Jumlah	44	19	63

b. Skala Sikap Terhadap Penyebaran *Hoax*

Pada perancangan skala sikap terdapat dua hal penting yang harus menjadi perhatian, pertama adalah penentuan dan pembatasan konsep sikap yang akan digunakan dan yang ke dua adalah penentuan dan pembatasan objek sikap yang hendak diukur (Azwar, 2016). Dalam perancangan skala sikap, berbeda pembentukannya dengan skala yang lain. Karena komponen sikap sudah ditentukan secara baku, lalu peneliti menentukan komponen objek sikap sebagai batasan pembuatan item.

**Tabel 3.4 Spesifikasi (*blue-print*)
Perancangan Skala Sikap Terhadap Penyebaran *Hoax***

Komponen Objek Sikap	Komponen Sikap			Total (%)
	Kognitif	Afektif	Konatif	
Aspek Penerimaan Informasi	10	10	5	25
Aspek Pengiriman Informasi	10	5	10	25
Aspek Pembuatan Informasi	10	5	10	25
Aspek Pencarian Informasi	5	5	5	15
Aspek Penilaian Informasi	5	5	-	10
Total (%)	40	30	30	100%

Dalam komponen objek sikap, terdapat lima aspek yang dibuat untuk membatasi item berdasarkan komponen sikap. Item yang direncanakan sebanyak 40, hasil dari setiap nilai yang direncanakan dikalikan dengan 40. Maka itu adalah jumlah item yang akan dibuat pada setiap aspek. Misalnya pada aspek pertama komponen afektif, 10% dari 40 adalah 4 maka item yang harus dibuat pada aspek tersebut adalah empat buah item. Maka untuk item dengan nilai 5% adalah sebanyak 2 item.

Tabel 3.5
Sebaran Item Skala Sikap Terhadap Penyebaran Hoax

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	F	UF	
Kognitif	1, 2, 5, 6, 9, 10, 13, 15	3, 4, 7, 8, 11, 12, 14, 16	16
Afektif	17, 18, 21, 23, 25, 27	19, 20, 22, 24, 26, 28	12
Konatif	29, 31, 32, 35, 36, 39	30, 33, 34, 37, 38, 40	12
Jumlah	20	20	40

3. Ujicoba Instrumen

a. Skala Literasi Media

Uji coba skala literasi media dilaksanakan bersamaan dengan skala sikap, dimulai pada 3 April 2018 dan berakhir pada 7 April 2018. Disebar kepada 30 mahasiswa pengguna instagram yang aktif menggunakan media sosial lainnya. Setelah seluruh data terkumpul, proses selanjutnya dalam mengolah data, yaitu melakukan penyeleksian terhadap item-item.

1) Validitas

Untuk mengetahui sejauh mana skala mampu menghasilkan data yang akurat sesuai tujuan ukurnya, maka diperlukan adanya uji validitas terhadap skala. Validitas skala adalah sejauh mana suatu skala mampu mengukur apa yang menjadi tujuan ukurnya. Dalam hal ini, jika skala literasi media mampu mengukur kemampuan literasi mahasiswa, maka skala ini dapat dikatakan valid.

Untuk menyatakan validitas suatu skala, dapat dilakukan dengan menggunakan analisis penghitungan koefisien korelasi masing-masing aitem dengan menggunakan aplikasi *SPSS 17.0 for windows*. Dari hasil uji tersebut, 30 item dinyatakan lolos. Sisanya atau sebanyak 33 item tidak lolos, karena daya beda yang digunakan dalam uji validitas ini adalah 0,25. Menurut Azwar, daya beda dengan nilai antara 0,2-0,3 dapat dinyatakan cukup (sedang).

Tabel 3.6
Sebaran Item Skala Literasi Media Setelah Uji Coba

No	Aspek	Nomor Item		Jumlah
		F	UF	
1	<i>Play</i>	1, 2, 3	4, 5	5
2	<i>Performance</i>	6, 7, 8	9, 10	5
3	<i>Simulation</i>	11, 14, 15	12, 13	5
4	<i>Appropriation</i>	16, 17, 18, 19, 20, 21	22	7
5	<i>Multitasking</i>	23, 24, 25	26, 27	5
6	<i>Distributed Cognition</i>	28, 29, 30, 31	32	5
7	<i>Collective Intelligence</i>	33, 34, 35	36, 37	5
8	<i>Judgement</i>	38, 39, 40, 41	42	5
9	<i>Transmedia Navigation</i>	43, 44, 46, 47	45	5
10	<i>Networking</i>	48, 49, 51, 52, 53	50, 54	7
11	<i>Negotiation</i>	55, 56, 58	57, 59	5
12	<i>Visualization</i>	60, 61, 62	63	4
	Jumlah	44	19	63

Ket: Yang ditebalkan adalah item yang gugur

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana alat ukur tertentu mampu mengukur kembali objek yang sama secara konsisten dari waktu ke waktu. Menurut Azwar (2013) Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung makna kecermatan pengukuran. Reliabilitas suatu alat ukur dapat ditentukan melalui *Alpha Cronbach* yang diperoleh melalui analisis program *SPSS 17.0 for windows*. Nilai *Alpha Cronbach* pada skala literasi media adalah 0,859, tidak ada penetapan secara khusus namun semakin tinggi nilai *alpha cronbach* semakin baik tingkat reliabilitasnya

b. Skala Sikap Terhadap Penyebaran *Hoax*

Uji coba skala sikap juga dilaksanakan pada tanggal 3 sampai 7 April 2018 di kampus UIN Imam Bonjol Padang. Responden pada uji coba adalah mahasiswa pengguna Instagram yang diambil secara acak sebanyak 30 orang. Setelah uji coba, proses pertama yang dilakukan adalah memeriksa item-item apakah telah sesuai dengan aspek-aspek perilaku yang ingin diungkap. Dengan menggunakan analisis *SPSS 17.0 for windows* dapat disortir item-item mana saja yang layak maupun tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

1) Validitas

Uji validitas dilakukan bersamaan dengan skala literasi media. Sehingga hasil dari uji tersebut sebanyak 12 item tidak lolos, dan 28 item lolos.

Tabel 3.7 Sebaran Item Skala Sikap Setelah Uji Coba

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	F	UF	
Kognitif	1, 2, 5, 6, 9, 10, 13, 15	3, 4, 7, 8, 11, 12, 14, 16	16
Afektif	17, 18, 21, 23, 25, 27	19, 20, 22, 24, 26, 28	12
Konatif	29, 31, 32, 35, 36, 39	30, 33, 34, 37, 38, 40	12
Jumlah	20	20	40

Ket: yang ditebalkan adalah item yang gugur

2) Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan analisis dengan menggunakan *SPSS 17.0 for windows*, nilai *Alpha Cronbach* pada skala sikap terhadap penyebaran *hoax* adalah 0,895.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan pertimbangan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2011).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama (Sugiyono, 2014).

Pengujiannya dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* melalui analisis *SPSS versi 17.0 for windows*. Untuk menguji hipotesis atau adakah hubungan antara kedua variabel dapat pula dilihat melalui perbandingan r hitung dan r tabel (Sugiyono, 2014).