

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian atau faktor- faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti (Machfoedz, 2010). Oleh karena itu, peneliti telah menetapkan dua variabel dalam penelitian ini. Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (Independent) : Intensitas Iklan (X)
2. Variabel Terikat (Dependent) : Perilaku merokok (Y)

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian bertujuan untuk mengarahkan variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian agar sesuai dengan metode pengukuran yang telah disiapkan. Menurut Azwar (2013) definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Adapun definisi operasional untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Intensitas Iklan

Keadaan, tingkatan dan ukuran intensnya tentang suatu barang atau produk yang ditujukan kepada orang banyak dengan tujuan agar mau menggunakan

barang atau produk yang dijual tersebut. Adapun aspeknya adalah (1) Perhatian, (2) Penghayatan, (3) Durasi, (4) Frekuensi.

Tingkat intensitas iklan dilihat dari besarnya skor yang diperoleh dari skala. Adapun skala yang digunakan adalah skala model *likert* yang telah dimodifikasi peneliti. Semakin tinggi skor total yang diperoleh, semakin tinggi pula intensitas iklannya. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh, menunjukkan semakin rendah pula intensitas iklannya.

2. Perilaku Merokok

Perilaku merokok adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang tampak membakar rokok kemudian menghisapnya dan menghembuskannya kembali dan dapat menimbulkan asap yang dapat terhisap oleh orang-orang di sekitarnya. Adapun aspeknya adalah (1) Fungsi merokok dalam kehidupan sehari-hari, (2) Intensitas merokok, (3) Tempat merokok, (4) Waktu merokok.

Tingkat perilaku merokok dilihat dari besarnya skor yang diperoleh dari skala. Adapun skala yang digunakan adalah skala model *likert* yang telah dimodifikasi peneliti. Semakin tinggi skor total yang diperoleh, semakin tinggi pula perilaku merokoknya. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh, menunjukkan semakin rendah pula perilaku merokoknya.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi & Sampel

Menurut Machfoedz (2010) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Subjek berupa penduduk. Semua penduduk yang memiliki sifat atau ciri, adalah

subjek yang bisa diteliti. Dari populasi ini akan diambil sampel yang diharapkan mewakili populasi. Adapun untuk menentukan sampel terlebih dahulu, menentukan sifat- sifat populasi serta memberi batas- batas yang tegas. (azwar, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan siswa kelas XI SMK-TR Prayatna 2 Medan. Populasi diperoleh dari 2 jurusan dengan perincian: Jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) = 132 orang dan Jurusan Teknik Audio Video (TAV) = 28 orang. Total populasi sebanyak 160 orang.

Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Siswa kelas XI SMK-TR Prayatna 2 dengan dua jurusan tahun ajaran 2015- 2016.
2. Masih aktif dalam proses belajar,
3. Hadir dalam waktu belajar

Mengingat keterbatasan peneliti untuk menjangkau keseluruhan populasi, maka peneliti hanya meneliti sebagian dari keseluruhan populasi yang dijadikan subjek penelitian atau yang disebut sampel. Sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi (Hadi, 2000). Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2006).

2. Jumlah Sampel dan Teknik pengambilan Sampel

Menurut Machfoedz (2010) teknik sampling adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengambil sampel. Sampel yang diambil dari populasi harus betul- betul representatif (Sugiyono, 2009). Sampel dikatakan representatif dari populasi bila subjek yang terpilih mempunyai karakter yang mencerminkan semua karakter yang dimiliki oleh populasi (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini,

peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *total sampling*. *Total sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2009)

D. Metode Pengumpulan Data

Menurut Suryabrata (2013), kualitas data ditentukan oleh kualitas pengambilan data atau alat ukurnya. Jika alat pengambilan datanya cukup reliabel dan valid, maka datanya juga akan cukup reliabel dan valid.

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan dalam penelitian ini adalah skala. Menurut Azwar (2013) skala merupakan perangkat pertanyaan yang disusun untuk mengungkap atribut tertentu melalui respon terhadap pertanyaan tersebut.

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert yang dimodifikasi peneliti untuk mengungkap intensitas iklan dan Skala Likert yang dimodifikasi peneliti untuk mengungkap perilaku merokok.

1. Intensitas Iklan

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala intensitas iklan yang disusun berdasarkan empat aspek yaitu: (1) Perhatian, (2) Penghayatan, (3) Durasi, (4) Frekuensi

Model skala yang digunakan adalah penskalaan model *likert* dengan menggunakan empat pilihan jawaban yaitu: Selalu (SL), Sering (SR), Kadang-kadang (KD), Tidak pernah (TP). Untuk item mendukung (*favorable*), pilihan SL akan mendapat skor empat, pilihan S akan mendapat skor tiga, pilihan KD akan

mendapat skor dua, pilihan TP akan mendapat skor satu. Sedangkan untuk item yang tidak mendukung (*unfavorable*), pilihan SL akan mendapat skor satu, pilihan SR akan mendapat skor dua, pilihan KD akan mendapat skor tiga, pilihan TP akan mendapat skor empat. Skor ini menunjukkan semakin tinggi skor jawaban maka semakin tinggi intensitas iklan.

2. Skala Perilaku Merokok

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku merokok yang disusun berdasarkan indikator yaitu: (1) Fungsi merokok dalam kehidupan sehari-hari, (2) Intensitas merokok, (3) Tempat merokok, (4) Waktu merokok.

Model skala yang digunakan adalah penskalaan model *likert* dengan menggunakan empat pilihan jawaban yaitu: Selalu (SL), Sering (SR), Kadang-kadang (KD), Tidak pernah (TP). Untuk item mendukung (*favorable*), pilihan SL akan mendapat skor empat, pilihan S akan mendapat skor tiga, pilihan KD akan mendapat skor dua, pilihan TP akan mendapat skor satu. Sedangkan untuk item yang tidak mendukung (*unfavorable*), pilihan SL akan mendapat skor satu, pilihan SR akan mendapat skor dua, pilihan KD akan mendapat skor tiga, pilihan TP akan mendapat skor empat. Skor ini menunjukkan semakin tinggi skor jawaban maka semakin tinggi perilaku merokok.

E. Validitas, Reliabilitas, dan Indeks Daya Beda

Sebelum sampai pada pengelolaan data, data yang akan diolah nanti haruslah berasal dari alat ukur yang mencerminkan fenomena apa yang diukur. Untuk itu perlu dilakukan analisis butir validitas, reliabilitas, dan indeks daya beda.

1. Validitas Alat Ukur

Validitas adalah sejauhmana tes mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur. Suatu alat ukur yang tinggi validitasnya akan menghasilkan error pengukuran yang kecil, artinya skor setiap subjek yang diperoleh oleh alat ukur tersebut tidak jauh berbeda dari skor yang sesungguhnya (Azwar, 2010). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2009).

Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi. Validitas isi mencerminkan sejauhmana isi tes mencerminkan atribut yang hendak diukur. Validitas isi dapat diestimasi melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau *professional judgement* (Azwar, 2010). *Professional judgement* dilakukan oleh dosen pembimbing dalam penelitian ini.

2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas alat ukur menunjukkan pada sejauh mana konsistensi hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hal ini ditunjukkan oleh taraf keajegan (konsistensi) skor yang diperoleh dari para subjek yang diukur dengan

alat yang sama atau diukur dengan alat yang sama pada kondisi berbeda (Suryabrata, 2013).

Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien *Alpha Cronbach* yang akan menghasilkan reliabilitas dari skala intensitas iklan dan perilaku merokok. Untuk mengetahui reliabilitas alat ukur maka digunakan rumus koefisien alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana: r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir/item

σ_t^2 = varian total

Jumlah varian dicari terlebih dahulu dengan cara mencari nilai varian tiap butir dengan persamaan sebagai berikut:

$$S = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

S = varian

X = nilai skor yang dipilih

n = jumlah sampel

Jika nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika alpha > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Pada

umumnya reliabilitas telah dianggap memuaskan bila koefisiennya mencapai minimal $r_{xx} = 0,900$ (Azwar, 2012). Pengolahan data tersebut dapat juga diperoleh dengan menggunakan program *SPSS version 16.0 for windows*. Interpretasi reliabilitas didasarkan pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Interpretasi Reliabilitas

Besarnya Linier r	Interpretasi
0,800 – 1,000	Tinggi
0,600 – 0,800	Cukup
0,400 – 0,600	Agak Rendah
0,200 – 0,400	Rendah
0,000 – 0,200	Sangat Rendah

Sumber : Arikunto, 2006

3. Uji Daya Beda

Uji daya beda merupakan koefisien yang menunjukkan bahwa fungsi item selaras dengan fungsi tes. Item yang memiliki indeks daya beda baik merupakan item yang konsisten karena mampu menunjukkan perbedaan antar subjek pada aspek yang diukur oleh tes yang bersangkutan (Azwar, 2012).

Uji daya beda item merupakan indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi item dengan fungsi skala keseluruhan yang dikenal dengan istilah konsistensi item-total. Pengujian daya beda item dilakukan dengan cara menghitung koefisien antara distribusi skor item dengan distribusi skor skala itu

sendiri (Azwar, 2013). Item dinyatakan lolos seleksi bila memiliki koefisien daya beda (*Corrected Item-Total Correlation*) $\geq 0,30$.

Teknik yang digunakan untuk menghitung koefisien korelasi item-total adalah teknik korelasi *product moment* dari Carl Pearson (Arikunto, 2010), dengan formula sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy}	=	Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
$\sum XY$	=	Jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y.
$\sum X$	=	Jumlah skor keseluruhan subjek setiap item.
$\sum Y$	=	Jumlah skor keseluruhan item pada subjek.
$\sum X^2$	=	Jumlah kuadrat skor X.
$\sum Y^2$	=	Jumlah kuadrat skor Y.
N	=	Jumlah subjek.
$(\sum x)^2$	=	Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan
$(\sum y)^2$	=	Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

F. Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara intensitas iklan dengan perilaku merokok pada remaja, maka analisa data yang digunakan adalah dengan korelasi *Pearson product moment*. Alasan peneliti menggunakan analisa ini adalah korelasi *Pearson product moment* digunakan untuk melukiskan hubungan antara dua gejala dengan skala interval atau rasio (Sugiyono, 2009).

Adapun rumus korelasi *Pearson product moment* yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

r_{xy}	=	Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
ΣXY	=	Jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y.
ΣX	=	Jumlah skor keseluruhan subjek setiap item.
ΣY	=	Jumlah skor keseluruhan item pada subjek.
ΣX^2	=	Jumlah kwadrat skor X.
ΣY^2	=	Jumlah kwadrat skor Y.
N	=	Jumlah subjek.
$(\Sigma x)^2$	=	Jumlah nilai X kemudian dikwadratkan
$(\Sigma y)^2$	=	Jumlah nilai Y kemudian dikwadratkan

Keseluruhan analisa data juga dapat dilakukan dengan menggunakan fasilitas komputerisasi SPSS *version 16.0 for windows*.

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap sdata penelitian yang meliputi yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian setiap masing-masing variabel telah menyebar secara normal.

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *one sample kolmogorof-smirnov*. Data dikatakan terdistribusi jika harga $p > 0,05$.

2. Uji Linieritas

Uji Linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel X (intensitas iklan) dan variabel Y (perilaku merokok) memiliki hubungan linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan uji F (Anova) dengan bantuan SPSS *version 16.0 for windows*. Data dapat

dikatakan linier apabila nilai $p < 0.05$ dan jika $p > 0.05$ maka data dikatakan tidak linier.

