

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan *survey* kepada para masyarakat usia kerja di Kota Tangerang Selatan yang memiliki Instagram yang telah *follow* akun Instagram @ojkindonesia secara *online* dan melihat unggahan *public relations campaign* #AwasPinjolIlegal tentang informasi kewaspadaan pinjaman *online* ilegal. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* dengan menggunakan Google Formulir dan menyebarkan melalui *Direct Message* Instagram. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2022 dan diperkirakan berakhir pada bulan Juli 2022.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Cresswell (2014:4) pendekatan penelitian kuantitatif, “Merupakan pendekatan yang menguji teori-teori objektif dengan memeriksakan hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini, pada saatnya, dapat diukur, biasanya pada instrumennya, sehingga data berangka dapat dianalisis menggunakan tahapan statistik”.

Berdasarkan penjelasan di atas pendekatan penelitian kuantitatif yaitu penelitian kuantitatif yang pendekatannya menguji teori objektif dan memeriksa hubungan antar variabel-variabel yang bersangkutan, yang akan diukur menggunakan instrumen yang digunakan, sehingga dapat dianalisis dalam statistik. Pendekatan penelitian kuantitatif sesuai untuk membuktikan hasil hipotesis penelitian ini.

#### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *survey*. Menurut Sugiyono (2017:6) “Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian ini melakukan perlakuan dalam pengumpulan data dengan,

mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen)”.

Berdasarkan penjelasan diatas metode *survey* adalah penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuisisioner atau angket sebagai instrument pengumpulan data. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan data, baik dalam bentuk tabel maupun grafik, mencari rata-rata (mean), nilai tengah (median), standar deviasi dan lainnya.

### **3.4 Definisi Variabel dan Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Definisi Variabel**

Menurut Sugiyono (2017:38) “Variabel adalah segala yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan”. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017:39) “Variabel bebas (X) adalah yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen”. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah pesan *campaign public relations*.

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39) “Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan informasi.

### 3.4.2 Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel X (Pesan *Public Relations Campaign*)**

No	Varibel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
1	<b>Pesan <i>Public Relations Campaign</i></b>  Hutagalung (2015:115)	Kredibel	Pesan yang diunggah @ojkindonesia harus dapat dipercaya dengan bukti yang meyakinkan serta sesuai dengan fakta yang ada.	<p>Akun Instagram @ojkindonesia terverifikasi.</p> <p>Akun Instagram @ojkindonesia dapat dipercaya.</p> <p>Isi pesan unggahan di Instagram @ojkinonesia <i>campaign public relations</i> #AwasPinjolIllegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal berkualitas sehingga dapat menakutkan <i>followers</i>.</p> <p>Unggahan di Instagram @ojkindonesia tentang daftar nama perusahaan pinjaman <i>online</i> legal yang terdaftar di OJK memiliki bukti yang ada.</p> <p>Setelah melihat unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menimbulkan rasa kepercayaan bagi <i>followers</i>.</p>

No	Varibel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
		Relevan	Pesan yang diunggah @ojkindonesia harus relevan dengan situasi yang sedang terjadi.	<p data-bbox="1090 338 1353 712">Unggahan di Instagram @ojkindonesia <i>campaign public relations</i> #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal <i>up to date</i> dengan situasi yang sedang terjadi.</p> <p data-bbox="1090 719 1353 1227">Gambar/foto dan <i>caption</i> yang diunggah Instagram @ojkindonesia <i>campaign public relations</i> #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal memiliki pesan yang berhubungan dengan kasus pinjaman <i>online</i> ilegal yang sedang terjadi.</p> <p data-bbox="1090 1234 1353 1729">Video dan <i>caption</i> yang diunggah Instagram @ojkindonesia <i>campaign public relations</i> #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal memiliki pesan yang berhubungan dengan kasus pinjaman <i>online</i> ilegal yang sedang terjadi.</p>

No	Varibel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
		Mudah dipahami	@ojkindonesia harus merancang pesan yang mudah dipahami oleh audiensi sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik dan tujuan dari pesan tersebut terpenuhi.	<p>Unggahan di Instagram @ojkindonesia <i>campaign public relations</i> #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal sangat menarik.</p> <p>Unggahan di Instagram @ojkindonesia <i>campaign public relations</i> #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal ditulis dengan kalimat yang jelas.</p> <p>Unggahan di Instagram @ojkindonesia <i>campaign public relations</i> #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal menggunakan kalimat yang mudah dipahami oleh <i>followers</i>.</p> <p>Unggahan di Instagram @ojkindonesia <i>campaign public relations</i> #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal memiliki tujuan pesan yang dapat diterima dengan baik oleh <i>followers</i>.</p>

**Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)**

No	Varibel Y	Dimensi	Indikator	Pernyataan
2	<b>Pemenuhan Kebutuhan Informasi</b>  Guha (2018:357)	<i>Current need approach</i>	Pendekatan terhadap pengguna media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan.	<p>Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang ciri-ciri pinjaman <i>online</i> ilegal.</p> <p>Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang nama-nama perusahaan pinjaman <i>online</i> legal yang terdaftar di OJK.</p> <p>Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang hal-hal yang harus dilakukan sebelum meminjam pinjaman <i>online</i>.</p> <p>Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang langkah-langkah untuk melaporkan perusahaan pinjaman <i>online</i> ilegal kepada pihak yang berwajib.</p>

No	Varibel Y	Dimensi	Indikator	Pernyataan
		<i>Everyday need approach</i>	Pendekatan terhadap pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik dan rutin.	Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi secara rutin pada setiap harinya.
				Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan tulisan yang spesifik.
				Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan tulisan kalimat yang baik.
				Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan audio visual yang spesifik.
				Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan audio visual menggunakan kalimat yang baik.

No	Varibel Y	Dimensi	Indikator	Pernyataan
		<i>Exhaust need approach</i>	Pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukan	<p data-bbox="1093 360 1355 696">Unggahan di Instagram @ojkindonesia memiliki pesan tulisan yang dapat memberikan keyakinan terhadap informasi waspada pinjaman <i>online</i> ilegal.</p> <p data-bbox="1093 707 1355 1043">Unggahan di Instagram @ojkindonesia memiliki pesan audio visual yang dapat memberikan keyakinan terhadap informasi waspada pinjaman <i>online</i> ilegal.</p> <p data-bbox="1093 1055 1355 1346">Unggahan di Instagram @ojkindonesia pesan gambar/foto yang dapat memberikan keyakinan terhadap informasi waspada pinjaman <i>online</i> ilegal.</p> <p data-bbox="1093 1357 1355 1626"><i>Followers</i> dapat bergantung pada setiap informasi tentang kewaspadaan pinjaman <i>online</i> ilegal yang diunggah Instagram @ojkindonesia.</p>



No	Varibel Y	Dimensi	Indikator	Pernyataan
		<i>Catching-up need approach</i>	Pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhan.	<p>Mencari informasi terbaru tentang waspada pinjaman <i>online</i> ilegal dengan mengetik akun Instagram @ojkindonesia dikolom pencaharian.</p> <p>Mencari informasi terbaru tentang waspada pinjaman <i>online</i> ilegal dengan membuka <i>story</i> akun Instagram @ojkindonesia.</p> <p>Mencari informasi terbaru tentang waspada terhadap pinjaman <i>online</i> ilegal dengan memperhatikan <i>feeds</i> akun Instagram @ojkindonesia.</p> <p>Informasi tentang waspada pinjaman <i>online</i> ilegal yang berada pada <i>story</i> akun Instagram @ojkindonesia memenuhi kebutuhan yang <i>followers</i> cari.</p> <p>Informasi tentang waspada pinjaman <i>online</i> ilegal yang berada pada <i>feeds</i> akun Instagram @ojkindonesia memenuhi kebutuhan yang <i>followers</i> cari.</p>

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi Menurut Sugiyono (2017:80) “Adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dari penelitian ini adalah *followers* Instagram @ojkindonesia dengan karakteristik populasi yang sesuai, yaitu para masyarakat usia kerja yang menjadi *followers* pada akun @ojkindonesia yang pernah melakukan interaksi berupa menyukai unggahan, memberikan komentar pada unggahan, dan mengetahui unggahan tentang pesan *public relations campaign* #AwasiPinjolIlegal yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Jumlah *followers* Instagram @ojkindonesia yang sesuai dengan karakteristik populasi tersebut adalah 2.295 orang.

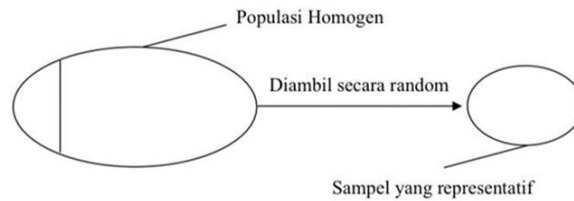
#### 3.5.2 Sampel

Menurut Sukardi (2016:54) “Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang dipilih untuk sumber data. Memang salah satu syarat yang harus dipenuhi diantaranya adalah bahwa sampel harus diambil dari bagian populasi”.

Jenis teknik sampling dari penelitian ini adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Menurut Sugiyono dalam Yusuf Zainal (2015:278) “*Simple random sampling* adalah metode pemilihan ukuran sampel dari suatu populasi, yang setiap anggota populasinya mempunyai peluang yang sama dan semua kemungkinan penggabungannya yang diseleksi sebagai sampel mempunyai peluang yang sama”.

Berikut merupakan gambaran dari teknik *simple random sampling*:

**Gambar 3.1 Teknik *Simple Random Sampling***



Sumber : Wiersma dan Stephen dalam Yusuf Zainal (2015:279)

Penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane sebagai dasar penarikan sampel terhadap populasi yang dituju, yakni *followers* akun Instagram @ojkindonesia dengan taraf kepercayaan sampel terhadap populasi sebesar 90% dan taraf kesalahan sebesar 10%, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang akan diambil

N = Jumlah populasi sebesar 2.295

d = Level signifikansi yang diinginkan sebesar 10% = 0,1

Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{2.295}{2.295(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{2.295}{2.295 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{2.295}{23,95}$$

$$n = 95,824$$

n = 96 responden (dibulatkan)

Berdasarkan hasil perhitungan rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditentukan sebanyak 96 responden.

Kemudian, untuk mendapatkan partisipan sebanyak 96 orang sebagai responden penelitian ini, menggunakan metode *simple random sampling* dengan cara menyebutkan kriteria responden dan meminta kesediaan partisipan untuk menjawab pernyataan kuesioner penelitian ini. Setelah partisipan merasa sesuai dengan kriteria dan bersedia untuk menjawab kuesioner penelitian ini. Maka, data nama-nama partisipan yang sudah dikumpulkan kemudian diacak memakai *tools online* dan didapatkan partisipan sebanyak 96 orang sebagai responden untuk menjawab pernyataan kuesioner penelitian ini.

### 3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Widoyoko (2016:104) Penggunaan Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan model empat pilihan (skala empat). Skala disusun dalam bentuk pernyataan dan diikuti oleh respon yang menunjukkan tingkatan. Jawaban setiap item komponen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif dan jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Skala Likert**

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2017:224) merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:225) “Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Responden pada penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @ojkindonesia.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:225) “Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melewati orang lain atau lewat dokumen”. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian seperti buku-buku tentang *public relations*, pesan *public relations campaign*, dan pemenuhan kebutuhan informasi, penelitian sebelumnya berupa skripsi, jurnal dan hasil laporan yang berhubungan dengan penelitian, serta data yang diperoleh dari *website* resmi.

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi digunakan untuk menguji hubungan pengaruh kedua variabel, yaitu antara variabel X (independen) dan variabel Y (dependen). Pengujian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel X yaitu pesan *public relations campaign* berhubungan dengan variabel Y yaitu pemenuhan kebutuhan informasi. Uji regresi linear sederhana memiliki rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Pemenuhan Kebutuhan Informasi

a = Nilai intercept (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Sebagai nilai Pesan *Public Relations Campaign*.

### 3.8.2 Uji Korelasi Regresi

Dalam Penelitian ini uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen) yang diuji pada tingkatan 0,1. Jika *probability t* lebih kecil dari 0,1 maka variabel X (independen) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (dependen).

Rumus :

Jika sig dari  $F_{hitung} < 0,01$  atau 0,05 atau 0,1 maka  $H_0$  ditolak

Jika sig dari  $F_{hitung} > 0,01$  atau 0,05 atau 0,1 maka  $H_0$  diterima

### 3.8.3 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel X (independen) pesan *public relations campaign* memiliki hubungan atau pengaruh signifikan dengan variabel Y (dependen) pemenuhan kebutuhan informasi. pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (memiliki pengaruh)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak memiliki pengaruh)

### 3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.9.1 Uji Validitas

Menurut Hamadi dan Baharudin (2015:66) “Uji validitas adalah skala dimana kesimpulan yang dibuat dengan berdasarkan skor menurut angka menjadi sesuai, bermakna dan berguna. Validitas adalah konsep situasi-situasi khusus, validitas dinilai berdasarkan pada tujuan, populasi dan karakteristik lingkungan dimana pengukuran dilakukan.”

Menurut Sugiyono (2017:121) “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid”.

Berdasarkan penjelasan di atas maka, uji validitas adalah suatu alat ukur valid atau tidak validnya suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu menghasilkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan pernyataan melalui kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Menurut Sugiyono (2017:125) “Untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner sebagai instrumen penelitian, maka digunakan sekitar 30 orang responden melalui teknis uji statistik dengan program berbasis SPSS (*Statistic Program for Social Science*). Pengujian validitas menggunakan angka r hasil dari korelasi *Pearson* yang dihasilkan melalui menu *correlate* pada pilihan *Bivariaten*”.

Untuk mendapatkan  $r_{tabel}$ , dapat menggunakan rumus  $df = n - 2$  atau  $df = 30 - 2 = 28$ . Sehingga hasil perhitungan  $r_{xy}$  (*r product moment*) pada taraf signifikansi 10% diperoleh angka  $r_{tabel}$  adalah 0,306. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,306 maka item tersebut dapat dikatakan valid.

Kriteria pengujian validitas ialah sebagai berikut:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Siyoto dan Sodik (2015:91), “Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* artinya percaya dan *reliable* yang artinya dapat dipercaya.”

Sedangkan menurut Azwar (2015:91), “Reliabilitas sebagai konsistensi pengamatan yang diperoleh dari pencatatan berulang baik pada satu subjek maupun sejumlah subjek.”

Berdasarkan pemaparan para ahli di atas, reliabilitas adalah sesuatu yang dapat dipercaya sehingga berhubungan dengan akurasi instrumen dan konsistensi pengamatan dalam sebuah penelitian. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, reliabilitas digunakan dalam penelitian menguji akurasi instrumen dan konsistensi dalam sebuah proses penelitian mengenai pengaruh pesan *public relations campaign* #AwasPinjolIllegal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kewaspadaan pinjaman *online* ilegal para masyarakat usia kerja di Kota Tangerang Selatan.

Untuk mengukur keandalan kuesioner, digunakan uji reliabilitas dengan metode *cronbach's alpha*. Standar yang digunakan dalam untuk mengetahui suatu instrumen penelitian reliabel atau tidaknya, umumnya



menggunakan perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dalam penelitian ini taraf kepercayaan 90% atau tingkat signifikansi 10%. Dalam pengujian reliabilitas dengan metode *cronbach's alpha* nilai  $r$  diwakilkan oleh nilai alpha. Jika alpha hitung lebih besar daripada  $r_{tabel}$  dan alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrumen dapat dikatakan reliabel.

Tingkat reliabilitas dengan metode *cronbach's alpha* diukur berdasarkan skala alpha 0 sampai dengan 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasi seperti tabel berikut:

**Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas**

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
>0.20 – 0,40	Agak Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

### 3.10 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada 30 orang responden dari *followers* akun Instagram @ojkindonesia yang berjumlah 2.295. Hasil uji ini untuk membuktikan setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden valid atau tidak valid. Uji validitas dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dalam penelitian ini, nilai  $df$  (*degree of freedom*) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar 10%, maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,306. Hasil pengujian validitas dapat dilihat sebagai berikut:

a. **Uji Validitas Variabel X (Pesan *Public Relations Campaign*)**

Hasil uji variabel X (Pesan *Public Relations Campaign*) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel X**

<b>Pernyataan</b>	<b>R<sub>tabel</sub></b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,306	0,630	VALID
X2	0,306	0,720	VALID
X3	0,306	0,638	VALID
X4	0,306	0,738	VALID
X5	0,306	0,625	VALID
X6	0,306	0,728	VALID
X7	0,306	0,679	VALID
X8	0,306	0,778	VALID
X9	0,306	0,684	VALID
X10	0,306	0,853	VALID
X11	0,306	0,715	VALID
X12	0,306	0,746	VALID

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 12 pernyataan pada variabel X (Pesan *Public Relations Campaign*) dapat dikatakan **Valid** karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,306 ( $r_{tabel}$ ).

**b. Uji Validitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)**

Hasil uji validitas variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

<b>Pernyataan</b>	<b>R<sub>tabel</sub></b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,306	0,665	VALID
Y2	0,306	0,745	VALID
Y3	0,306	0,658	VALID
Y4	0,306	0,642	VALID
Y5	0,306	0,722	VALID
Y6	0,306	0,745	VALID
Y7	0,306	0,691	VALID
Y8	0,306	0,855	VALID
Y9	0,306	0,818	VALID
Y10	0,306	0,753	VALID
Y11	0,306	0,842	VALID
Y12	0,306	0,800	VALID
Y13	0,306	0,621	VALID
Y14	0,306	0,759	VALID
Y15	0,306	0,627	VALID
Y16	0,306	0,782	VALID
Y17	0,306	0,798	VALID
Y18	0,361	0,626	VALID

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 18 pernyataan pada variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) dapat dikatakan **Valid** karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,306 ( $r_{tabel}$ ).

### 3.11 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

#### a. Uji Reliabilitas Variabel X (Pesan *Public Relations Campaign*)

**Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X**  
*Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.909	12

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach' Alpha* dari Variabel X (Pesan *Public Relations Campaign*) sebesar 0,909. Berdasarkan ukuran ketetapan *Cronbach' Alpha* dapat dikatakan bahwa 12 pernyataan dari Variabel X (Pesan *Public Relations Campaign*) adalah **Sangat Reliabel**.

#### b. Uji Reliabilitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)

**Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**  
*Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.946	18

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach' Alpha* dari Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar 0,946. Berdasarkan ukuran ketetapan *Cronbach' Alpha* dapat dikatakan bahwa 18 pernyataan dari Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) adalah **Sangat Reliabel**.