

Bab III

Metode Penelitian

A. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, non eksperimental yaitu suatu penelitian dimana variabelnya berupa kategori-kategori yang disusun menurut kuantitas dan nilainya dapat dinyatakan dengan angka dan tidak melakukan percobaan atau perlakuan terhadap variabel independennya dan tidak mengukur akibat percobaan tersebut pada variabel dependennya (Notoatmojo, 2010).

Penelitian ini meneliti Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Sikap dan Perilaku Merokok Remaja. Metode yang digunakan *analitik observasional* dengan rancangan *Cross Sectional* yaitu jenis penelitian yang menekankan waktu pengukuran/ observasi data variabel independen dan dependen hanya satu kali pada satu saat (Nursalam, 2013).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah remaja yang berusia 19 sampai 21 tahun di Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Angkatan 2012 & 2013 yang berjumlah 301 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011). Sedangkan menurut Nursalam (2013) sampel merupakan bagian populasi terjangkau yang dapat dipergunakan sebagai subyek penelitian melalui *sampling*.

Sampel terdiri dari populasi terjangkau yang dapat dipergunakan sebagai subjek penelitian melalui *sampling*. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *cluster sampling* adalah pengelompokan sampel berdasarkan wilayah atau lokasi populasi. Pengambilan *cluster sampling* akan diambil dari kelompok tutorial. Dari kelompok tutorial angkatan 2012 dan 2013 akan ada 8 *cluster* yang diambil. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 3 *cluster* dari angkatan 2012 dan 5 *cluster* dari angkatan 2013. (Nursalam, 2013).

Untuk menentukan besarnya sampel peneliti mengambil teori dari Arikunto (2006) yang mengatakan apabila jumlah populasi < 100 responden, maka semua dijadikan sampel dan apabila populasi > 100 responden maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi

tersebut. Maka dari itu sampel yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 75 mahasiswa (25 %) dari 301 mahasiswa.

Kriteria inklusi karakteristik umum subyek peneliti dari suatu populasi target yang terjangkau dan akan diteliti (Nursalam, 2013).

a) Kriteria Inklusi:

- 1) Bersedia menjadi responden.
- 2) Berusia 18 – 21 tahun.
- 3) Mahasiswa aktif angkatan 2012 & 2013.

b) Kriteria Eksklusi

- 1) Responden yang tidak lengkap mengisi kuisisioner.
- 2) Bukan mahasiswa angkatan 2012 & 2013.

Dalam penelitian ini untuk menentukan besarnya sampel menggunakan teori (Arikunto, 2006) yang mengatakan apabila jumlah populasi < 100 responden, maka semua dijadikan sampel dan apabila populasi > 100 responden maka dapat diambil 10-15 % atau 20-25 % dari jumlah populasi tersebut. Dari teori tersebut, peneliti akan mengambil sampel sebanyak 25 % dari 301 populasi yang tersedia. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 75 orang

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

b. Waktu

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Maret 2014.

D. Variabel Penelitian

- 1) Variabel bebas : Iklan Rokok
- 2) Variabel terikat : Sikap dan Perilaku Remaja Merokok

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi variabel secara operasional dan berdasarkan karakteristik yang diamati, memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena yang kemudian dapat diulangi oleh orang lain (Nursalam, 2013).

1. Variabel Iklan

Iklan rokok adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya (seperti produk rokok) yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengiriman langsung), reklame luar ruang

2. Variabel Sikap

Sikap adalah respon tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan (senang-tidak senang, setuju-tidak setuju, baik-tidak baik, dan sebagainya) (Notoatmojo, 2007).

3. Variabel Perilaku

Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme atau makhluk hidup yang bersangkutan (Notoatmojo, 2010).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengevaluasi iklan rokok, sikap dan perilaku.

a. Instrumen iklan

Kuesioner untuk mengukur pengaruh iklan rokok terhadap remaja tentang merokok dibuat sendiri. Dalam kuesioner ini terdapat 13 pertanyaan tertutup dengan empat pilihan yaitu “sangat setuju”, ”setuju”. “tidak setuju” dan “sangat tidak setuju”. Pada pernyataan favorable, skor 4 diberikan pada jawaban sangat setuju (SS), skor 3 diberikan untuk jawaban setuju (S), skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS), skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju (STS). Sedangkan untuk pertanyaan unfavorable penentuan skor adalah sebaliknya. Dalam analisis

total dari iklan dibagi menjadi 3 tinggi bila skor 75%-100%, sedang bila skor 60%-74% dan rendah bila skor < 60%.

Tabel 1. Kisi-kisi kuisisioner iklan

Aspek-aspek sikap	Distribusi pertanyaan		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
1. Endoserment iklan	1, 2, 5	3, 4, 6, 7, 8	8
2. Pesan kesehatan dalam iklan	9, 11	10, 12, 13	5
Jumlah	5	8	13

b. Instrumen sikap

Kuesioner untuk mengukur sikap remaja tentang merokok dengan skala ordinal, instrumen ini disusun berdasarkan literatur dan dikombinasikan dengan instrumen Gustiana (2007). Dalam kuesioner ini terdapat 20 pertanyaan tertutup dengan empat pilihan yaitu "sangat setuju", "setuju", "tidak setuju" dan "sangat tidak setuju". Pada pernyataan favorable, skor 4 diberikan pada jawaban sangat setuju (SS), skor 3 diberikan untuk jawaban setuju (S), skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS), dan skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju (STS). Sedangkan untuk pernyataan unfavorable penentuan skor adalah sebaliknya. Dalam analisis total dari sikap dibagi menjadi 3 kategori yaitu: (1) baik (76%-100%), (2) cukup (60%-74%) dan (3) kurang (<60%)

Tabel 2. Kisi-kisi kuisioner sikap

Aspek-aspek sikap	Distribusi pertanyaan		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
1. Komponen rokok	1, 2, 3	-	3
2. Faktor-faktor kepribadian dalam merokok	6, 7, 8	4, 5	5
3. Faktor keluarga dalam penggunaan rokok	9	10	2
4. Faktor teman dalam merokok	13, 14	11, 12	4
5. Efek rokok terhadap kesehatan perokok	15, 17	16	3
6. Larangan merokok	19	18, 20	3
Jumlah	12	8	20

c. Instrumen perilaku

Kuesioner untuk mengukur perilaku remaja tentang merokok dengan skala ordinal, instrumen ini disusun berdasarkan literatur dan dikombinasikan dengan instrumen Martinneke (2010). Dalam kuesioner ini terdapat 18 pertanyaan tertutup dengan empat pilihan yaitu "sangat setuju", "setuju", "tidak setuju" dan "sangat tidak setuju". Pada pernyataan favorable, skor 3 diberikan pada jawaban sangat setuju (SS), skor 3 diberikan untuk jawaban setuju (S), skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS) dan skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju (STS). Sedangkan untuk pernyataan unfavorable, skor adalah sebaliknya. Dalam analisis

total dari perilaku dibagi menjadi 3 kategori yaitu: (1) baik (75%-100%), (2) cukup (60%-74%) dan (3) kurang (<60%).

Tabel 3. Kisi-kisi kuisioner perilaku

Aspek-aspek perilaku	Distribusi pertanyaan		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
1. Proses merokok	1, 2, 15, 16	12, 13, 14	7
2. Komponen rokok	-	3	1
3. Faktor-faktor kepribadian dalam merokok	6, 7, 8, 17	4, 5, 18	7
4. Faktor keluarga dalam penggunaan rokok	-	9	1
5. Faktor yang mempengaruhi merokok	-	10, 11	2
Jumlah	8	10	18

B. Cara Mengumpulkan Data

Data dikumpul oleh peneliti pada bulan Maret 2014, subjek penelitian adalah remaja di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Kedokteran Program Studi Ilmu Keperawatan dan memenuhi kriteria yang ditentukan dalam kriteria inklusi. Dalam pengambilan data ada beberapa langkah yang peneliti lakukan. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dalam pengambilan sampel. Dalam hal pemilihan sampel peneliti menggunakan metode *Cluster Sampling* yaitu dengan mengelompokkan responden. Pengelompokan responden dalam *Cluster Sampling* ini dibantu

dengan adanya kelompok tutorial di Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pada angkatan 2012 terdapat 14 *cluster* sedangkan angkatan 2013 terdapat 12 *cluster*. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 3 *cluster* dari angkatan 2012 dan 5 *cluster* dari angkatan 2013.

Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dibantu oleh satu orang asisten dengan kriteria : asisten adalah remaja Program Studi Ilmu Keperawatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, bersedia menjadi asisten dalam penyebaran angket. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi identitas remaja serta skala pengukuran tingkat pengetahuan dengan sikap dan perilaku tentang merokok kepada subjek penelitian. Sebelum menyebarkan kuesioner dilakukan pendekatan kepada subjek penelitian untuk menjelaskan tujuan dan tata cara pengisian kuesioner oleh responden pada saat itu juga.

C. Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang di ukur untuk menunjukkan akurasi instrument yang digunakan (Elva, 2010).

Uji validitas instrument kuisoner menggunakan *Winstep* dengan hasil apabila signifikasi > 0.05 maka dinyatakan valid (Arikunto, 2006)

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *Winstep* dan SPSS. Kriteria instrument penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai $p > 0.05$. Dalam penelitian ini terdapat 13 kuisisioner iklan yang di uji validitasnya. Hasil dari uji validitas yang dilakukan oleh peneliti dari 13 kuisisioner iklan didapatkan hasil yang signifikan yaitu nilai $p > 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi responden dalam merespon instrumen. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas, hanya item yang valid saja yang dilibatkan dalam uji reliabilitas. Uji reliabilitas yang digunakan adalah *Alpha Cronbach* (Notoatmojo, 2002).

Dalam penelitian ini terdapat 13 kuisisioner tentang iklan rokok. Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini didapatkan hasil uji reliabilitas 0,889.

D. Pengolahan Dan Metode Analisis Data

Uji korelasi *Chi-Square* adalah uji statistik yang digunakan bila data penelitian berupa frekuensi-frekuensi dalam bentuk kategori baik nominal atau ordinal. Data ordinal merupakan himpunan yang beranggotakan pangkat, jabatan, atau *order*. Pada pengukuran ini, peneliti tidak hanya mengkategorikan pada persamaan, tapi bisa menyatakan lebih besar dari atau lebih kecil dari. Skor yang sering digunakan untuk mempermudah dalam mengkategorikan jenjang/tingkat dalam penelitian biasanya dituliskan

dalam persentase, dikatakan baik apabila 76 - 100 %, cukup apabila 56 - 75 %, dan kurang apabila < 56 % (Nursalam, 2003).

Maka dari itu untuk mengetahui uji hipotesis pengaruh paparan iklan rokok dengan sikap dan perilaku remaja tentang merokok peneliti menggunakan uji korelasi *Chi-Square* karena variabel bebas dan variabel terikat merupakan data ordinal (Nursalam, 2003). Jika hasil yang diperoleh $p < 0,05$ maka berarti terdapat hubungan antara variabel yang diuji dan jika $p > 0,05$ berarti tidak terdapat hubungan antara variabel yang diuji (Dahlan, 2004).

Data-data hasil jawaban kuesioner diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. *Editing*

Memeriksa data, memeriksa jawaban, memperjelas, serta melakukan pengecekan terhadap data yang telah dikumpulkan.

b. *Transferring*

Memindahkan jawaban atau kode dalam master data.

c. Menjumlahkan data yang benar selanjutnya dimasukkan dalam rumus:

$$P = \frac{x}{n} \times 100 \%$$

Dimana: P : persentase (%)

x : jumlah jawaban yang benar

n : jumlah nilai maksimal

Kemudian hasilnya dimasukkan kedalam kategori kualitatif. Penilaian kategori kualitatif menurut Arikunto (2006) adalah baik bila persentasenya 76 – 100 %, cukup bila persentasenya 60 – 75 %, dan kurang bila persentasenya ≤ 60 %.

E. Etika Penelitian

Nursalam (2011) menyebutkan bahwa secara umum prinsip etika penelitian dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu prinsip manfaat, prinsip menghargai hak-hak subjek, dan prinsip keadilan.

- a. Prinsip manfaat (bebas dari penderitaan, bebas dari eksploitasi dan mempertimbangkan resiko).
- b. Prinsip menghargai hak-hak subjek (hak untuk ikut/ tidak menjadi responden, hak untuk mendapat jaminan perlakuan, dan informed consent).
- c. Prinsip keadilan (hak mendapat kesempatan untuk mengisi kuisioner yang