

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian observasional analitik menggunakan pendekatan *cross sectional* yang berarti penelitian dilakukan sewaktu serta tidak perlu mempertahankan subjek penelitian dalam waktu yang lama (Hardani, 2020). Variabel independen dalam penelitian ini adalah paparan produk iklan rokok elektrik, variabel dependen penelitian ini adalah pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok. No uji etik dikeluarkan oleh Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur dengan NO.015/KEPK-UMKT/2023.

2.2 Populasi dan Sampel

2.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah semua subjek yang akan diteliti (Ngatno, 2015). Populasi pada penelitian ini remaja usia 16 – 18 tahun ialah siswa/i kelas 10 berjumlah 148 dan kelas 11 berjumlah 131 siswa SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda yang keseluruhnya sebanyak 279 siswa.

2.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang artinya tidak ada sampel jika tidak ada populasi (Ngatno, 2015). Sampel penelitian ini merupakan siswa/i kelas 10 dan kelas 11 SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda dengan jumlah sampel yang dihasilkan menggunakan rumus Isaac :

$$S = \frac{X^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + X^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

S = Jumlah Sampel

λ = Chi Kuadrat, nilainya tergantung derajat kebebasan (dk) dan tingkat kesalahan, dengan dk = 1, taraf

kesalahan 1% maka chi square kuadrat = 6,634, taraf

kesalahan 5% maka chi square kuadrat = 3,841, dan taraf

kesalahan 10% maka chi square kuadrat = 2,706

d = Derajat akurasi yang di ekspresikan sebagai proporsi (0,05)

P = Peluang Benar, proporsi populasi 0,5

Q = Peluang salah, proporsi populasi 0,5

$$\begin{aligned} S &= \frac{3,841^2 \cdot 279 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 (279-1) + 3,841^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} \\ &= \frac{14,753 \cdot 279 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025 \cdot 278 + 14,753 \cdot 0,5 \cdot 0,5} \\ &= \frac{1.029,02175}{0,695 + 3,6883} \\ &= 234 \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang didapat berdasarkan perhitungan di atas yaitu sebesar 234 siswa yang akan dijadikan responden penelitian.

2.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan adalah *stratified random sampling*. *Stratified random sampling* pengambilan sampel yang dilakukan dengan membagi populasi menjadi sub atau strata. Jumlah anggota sampel strata secara proportional random sampling dengan rumus alokasi proportional yakni

$$n_i = \frac{N_i}{N} n$$

Diketahui :

n_i = jumlah anggota sampel menurut stratum

N_i = jumlah anggota populasi menurut stratum

N = jumlah anggota populasi secara keseluruhan

n = jumlah anggota sampel secara keseluruhan

Tabel 2. 1 Klasifikasi Teknik Pengambilan Sampel

No.	Kelas	Jurusan	Jumlah	Jumlah Masing – Masing Siswa	Sampel
1.	X	Teknik Kendaraan Ringan Otomotif	22	234(22/279)	18
2.		Teknik Alat Berat 1	30	234(30/279)	25
3.		Teknik Alat Berat 2	31	234(31/279)	26
4.		Teknik Bisnis & Sepeda Motor	22	234(22/279)	18
5.		Teknik Komputer & Jaringan	14	234(14/279)	12
6.		Desain Komunikasi Visual	12	234(12/279)	10
7.		Asisten Keperawatan	17	234(17/279)	14
8.	XI	Teknik Kendaraan Ringan Otomotif	33	234(33/279)	28
9.		Teknik Alat Berat	29	234(29/279)	24
10.		Teknik Bisnis & Sepeda Motor	20	234(20/279)	17
11.		Teknik Komputer & Jaringan	18	234(18/279)	15
12.		Multimedia	16	234(16/279)	14
13.		Asisten Keperawatan	15	234(15/279)	13
TOTAL SAMPEL					234

2.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda yang dilaksanakan pada bulan April - Mei.

2.4 Definisi Operasional

Tabel 2. 2 Definisi Operasional

VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	CARA UKUR	HASIL UKUR	SKALA DATA
Variabel Independen :				
Paparan Iklan produk rokok elektrik	Sebuah keadaan di mana seseorang dapat mengetahui, melihat, dan mendengar adanya suatu iklan produk rokok elektrik yang disebarluaskan melalui berbagai media cetak, elektronik, dan social seperti televisi, papan reklame, poster, koran atau majalah, bioskop, radio, dinding public, dan internet (IG,FB, Tiktok dan Twitter).	Menggunakan Kuesioner skala guttman yang berisi 8 pertanyaan Dimana, jawaban - Ya = 1 - Tidak = 0	Dikatakan terpapar iklan jika jawaban ya. Dengan jumlah kategori : Tidak ada = 0 Rendah = 1-2 Sedang = 3-4 Tinggi = 5-8 (GATS 2009 - 2010)	Nominal
Variabel Dependen :				
Pengetahuan rokok elektrik	Kumpulan informasi yang dimiliki oleh remaja yang didapatkan secara langsung atau tidak mengenai pemahaman tentang rokok elektrik.	Menggunakan Kuesioner skala guttman yang berisi 10 pertanyaan Dimana, jawaban Benar = 1	Kriteria penilaian sebagai berikut : Pengetahuan responden mengenai rokok elektrik baik, jika total skor > 5. Pengetahuan responden mengenai rokok elektrik buruk, jika skor ≤ 5. (El Hasna 2017)	Nominal

		Salah = 0		
Sikap merokok	Kecenderungan yang meliputi perasaan atau pikiran penilain dan pendapat responden terhadap rokok elektrik baik positif maupun negative	Menggunakan Kuesioner skala guttman yang berisi 10 pertanyaan Dimana, jawaban Tidak Setuju = 1 Setuju = 0	Kriteria penilaian sebagai berikut : Sikap responden dikatakan positif jika skor > 5. Sikap responden dikatakan negative jika skor ≤ 5. (El Hasna 2017)	Nominal
Tindakan rokok elektrik	Perbuatan merokok elektrik yang dilakukan pada remaja	Menggunakan Kuesioner skala guttman yang berisi 2 pertanyaan Dimana, jawaban Tidak = 0 Ya = 1	Kriteria penilaian sebagai berikut : Tindakan responden dikatakan melakukan jika skor > 1. Tindakan responden dikatakan tidak melakukan jika skor ≤ 1. (El Hasna 2017)	Nominal

2.5 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk memudahkan pengumpulan data. Instrument dalam penelitian ini adalah alat yang digunakan untuk mengambil data dilapangan. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan kuesioner baku, kuesioner paparan iklan produk rokok elektrik dari kuesioner GATS 2009 – 2010 dan kuesioner pengetahuan, sikap, dan tindakan merokok elektrik dari kuesioner El Hasna tahun 2017. Instrument penelitian kuesioner ini meliputi :

1. Sub A berisi tentang karakteristik responden penelitian yang mencakup nama, jenis kelamin, usia, kelas dan jurusan responden.
2. Sub B berisi sebanyak 8 pertanyaan tentang terpaan iklan produk rokok elektrik. Skor penilaian yaitu : 0 = tidak dan 1 = ya.
3. Sub C berisi 10 pertanyaan tentang pengetahuan merokok, 10 pertanyaan tentang sikap merokok, dan 2 pertanyaan tentang tindakan merokok.

2.5.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017) menunjukkan adanya derajat ketepatan yang terjadi diantara data yang sesungguhnya pada objek dengan data yang telah dikumpulkan peneliti. Uji validitas pada kuesioner paparan iklan produk rokok dan pengetahuan, sikap, tindakan merokok akan diuji menggunakan metode *Expert Judgment*. *Expert Judgment* akan diukur berdasarkan penilaian ahli. Dalam penelitian ini, ahli yang diminta pertimbangan adalah dosen Kesehatan Masyarakat UMKT. Pada kuesioner paparan iklan produk rokok dalam bentuk bahasa inggris dan diterjemahkan melalui tahapan *double translate*.

2.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017) Uji reliabilitas merupakan suatu indeks yang menampilkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat dipercaya atau bisa diandalkan. Dalam suatu alat ukur yang digunakan dua kali untuk menghasilkan ukuran indikasi yang sama serta akan menghasilkan ukuran yang konsisten, maka alat tersebut dapat dikatakan reliable. Dalam Uji Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan, Sikap, Tindakan Merokok Elektrik dan Paparan Iklan Rokok akan dilakukan uji menggunakan *Cronbach's Alpha*. Reliabilitas kurang dari 0,6 bernilai kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Hasil analisis uji reliabilitas instrument penelitian menunjukkan bahwa kuesioner Pengetahuan, Sikap dan Tindakan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ dan kuesioner Paparan Iklan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,88. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut reliable $> 0,6$.

2.6 Prosedur Penelitian

2.6.1 Pengumpulan Data

a. Data Primer

Peneliti mendapatkan data primer secara langsung dari sumber data atau data primer dapat dikatakan sebagai data asli. Untuk mendapatkan data dalam

penelitian ini dengan menggunakan pertanyaan didalam kuesioner mengenai paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap dan tindakan apa saja yang dilihat sehingga berpengaruh terhadap penggunaan rokok oleh siswa/i kelas 10 dan kelas 11 SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui survei pendahuluan atau survei awal pada siswa/i kelas 10 dan kelas 11 SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda. Data sekunder untuk mendapat data jumlah siswa, kebiasaan merokok elektrik siswa pada waktu melakukan survey awal.

2.6.2 Analisis Data

Analisis data menurut (Sugiyono, 2018) merupakan proses mencari serta menyusun secara sistematis informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi dengan metode menjabarkan ke dalam sub-sub, memilah mana yang berarti serta hendak dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga gampang dimengerti oleh diri sendiri ataupun orang lain. Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah pengumpulan kuesioner dari responden. Setelah data terkumpul, data tersebut diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Editing ataupun pengecekan informasi merupakan upaya pengamat buat melaksanakan pengecekan Kembali informasi yang sudah dikumpulkan untuk mengenali serta memperhitungkan kesesuaian serta relevansi informasi yang dikumpulkan untuk dapat diproses lebih lanjut. Perihal yang perlu diperhatikan dalam editing ini merupakan kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, serta relevansi jawaban.

b. *Coding*

Coding merupakan pemberian kode pada tiap jawaban untuk setiap jawaban ke sekelompok tanggapan responden sesuai dengan jenisnya. *Coding* dilakukan pada informasi untuk memudahkan representasinya. Pengamat diberi kode sesuai dengan item dalam kuesioner, serta jawaban responden.

c. Skoring

Pada tahap ini, tanggapan dari responden yang sama secara hati-hati dan dikelompokkan menjadi satu, kemudian dihitung dan ditambahkan ke dalam tabel.

1) Analisis Univariat

Analisis univariat yakni tipe analisis yang dicoba pada satu variabel untuk mengenali gambaran distribusi frekuensi pada suatu riset (Widayanti & Kusumawati, 2021). Analisis univariat yang berupa variable nominal akan dilakukan analisis frekuensi untuk menghitung jumlah dan presentase frekuensi tiap kategori dalam masing - masing variable.

2) Analisis Bivariat

Analisis biavariat merupakan analisis yang dilakukan untuk menganalisis ikatan antar 2 variabel. Uji statistik dalam analisis bivariat di penelitian ini memakai komputerisasi dengan uji chi-square ($\alpha = 0,05$) ialah salah satu uji tipe uji komparatif non parametris yang dilakukan pada 2 variabel. Pada penelitian ini variabelnya yakni variable paparan iklan rokok elektrik dengan variable pengetahuan, sikap, tindakan merokok pada remaja di SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda. Dasar dari penggunaan uji ini adalah karena data yang diolah berisi unsur skala nominal pada kedua

variabel bebas dan terikat. Adapun kriteria interpretasi ujinya sebagai berikut:

- a) Apabila $p < 0,05$ = yang artinya ada “Ada hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, tindakan merokok pada remaja.”
- b) Apabila $p > 0,05$ = yang artinya “Tidak ada hubungan paparan iklan produk rokok elektrik dengan pengetahuan, sikap, tindakan merokok pada remaja.”

Apabila data gagal dalam melakukan analisis menggunakan uji Chi Square, maka peneliti mempunyai uji alternative dengan menggunakan Uji Korelasi Fisher. Uji Fisher ialah uji yang digunakan untuk melakukan analisis pada dua sampel independent yang jumlah sampelnya relative lebih sedikit.

2.6.3 Analisis Statistik

Analisis data penelitian ini diolah dan diperiksa menggunakan software uji statistik. Hubungan antara ukuran dan variabel berupa data skala. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah $< 0,05$. H1, artinya ada hubungan, diperbolehkan.