

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian eksplanasi. Menurut Sugiyono (dikutip Rahmanto, 2017) penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai suatu metode yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Mulyadi (2011) menjabarkan penelitian eksplanasi bertujuan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh antar variabel. Alasan peneliti menggunakan desain penelitian eksplanasi (*explanatory research*) karena tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan perbedaan antar variabel yang merupakan salah satu tujuan dari desain penelitian eksplanasi (*explanatory research*).

3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1. Identifikasi Variabel Penelitian

Ridha (2017) mendefinisikan bahwa variabel di dalam penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari sekelompok objek yang mempunyai banyak variasi tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari informasinya dan ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Tergantung: Gaya Komunikasi

2. Variabel Bebas: Perbedaan Generasi

3.2.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi didefinisikan sebagai cara seseorang individu berinteraksi yang digunakan dalam situasi tertentu, gaya komunikasi dapat bertipe verbal berupa kata-kata atau nonverbal berupa nada bicara, bahasa tubuh, serta penggunaan ruang dan jarak. Tiap jenis gaya komunikasi berisi aspek yang berbeda. Aspek-aspek tersebut dikelompokkan menjadi empat kelompok aspek jenis gaya komunikasi yaitu kecenderungan berbicara dengan lawan bicara, kecenderungan mendengarkan lawan bicara, kecenderungan dalam menghadapi pandangan orang lain, dan kecenderungan dalam menyampaikan pandangan/opini orang lain. Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan kategorisasi skor hipotetik.

2. Perbedaan Generasi

Generasi adalah individu yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan peristiwa historis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga kelompok generasi yaitu *baby boomers* yang lahir antara tahun 1946-1964, generasi X lahir pada tahun 1965-1980, dan generasi Y (milenial) yang lahir pada tahun 1981-1996. Kategorisasi generasi dapat dilihat dan diukur dari data diri subjek berupa tahun kelahiran yang akan dilampirkan bersamaan dengan skala gaya komunikasi.

3.3. Populasi dan Sampling

3.3.1. Populasi

Sugiyono (dikutip Rahmanto, 2017) mendefinisikan populasi adalah suatu kumpulan yang terdiri dari subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah tenaga kerja yang lahir antara tahun 1946-1964 (*baby boomers*), kemudian tahun 1965-1980 (generasi X) dan tahun 1981-1996 (generasi Y) dalam perusahaan.

3.3.2. Sampling

Sugiyono (dikutip Rahmanto, 2017) menyebutkan bahwa sampel merupakan bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono menambahkan teknik *purposive sampling* merupakan teknik menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang dipilih dalam pengambilan *sampling* yaitu tenaga kerja dalam organisasi yang lahir pada tahun 1946-1964 termasuk generasi *baby boomers*, lalu yang lahir pada tahun 1964-1980 termasuk dalam generasi X, dan individu yang lahir pada tahun 1981-1996 termasuk dalam generasi Y (milenial).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik angket (kuesioner) sebagai metode pengumpulan data. Angket sendiri merupakan kumpulan pertanyaan langsung terarah kepada informasi mengenai data yang hendak diungkap, data tersebut adalah data faktual yang dianggap fakta dan kebenaran yang diketahui oleh subjek (Azwar, 2020). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert sebagai alat ukur variabel tergantung skala gaya komunikasi.

Terdapat satu skala dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai alat ukur variabel tergantung yaitu gaya komunikasi. Skala gaya komunikasi yang akan digunakan oleh peneliti dibuat berdasarkan jenis dan aspek gaya komunikasi yang disampaikan oleh Azhari (2017), Hutapea (2016), dan Liliweri (2011) yang membagi tiga gaya komunikasi yaitu gaya asertif, non asertif, dan agresif. Skala ini terdiri dari 16 item, yang masing-masing ditentukan oleh serangkaian aspek pada gaya komunikasi. Aspek-aspek tersebut juga digunakan sebagai item pernyataan dari skala gaya komunikasi. Kategorisasi skor dalam penelitian ini menggunakan kategorisasi hipotetik.

Tabel 3. 1. Blueprint Skala Gaya Komunikasi

Kelompok Aspek Jenis Gaya Komunikasi	Aspek Jenis Gaya Komunikasi	Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Kecenderungan berbicara dengan lawan bicara	Langsung menyatakan perasaan dan keinginannya (Asertif)			
	Berbicara dengan ragu-ragu (Non Asertif)	2	2	4
	Sering menyela pembicaraan (Agresif)			
Kecenderungan mendengarkan lawan bicara	Aktif mendengarkan (Asertif)			
	Mendengarkan dengan pasif (Non Asertif)	2	2	4
	Sedikit mendengarkan (Agresif)			
Kecenderungan dalam menghadapi pandangan/opini orang lain	Peduli dengan perasaan orang lain (Asertif)			
	Mengikuti opini orang lain (Non Asertif)	2	2	4
	Sukar mendengar pandangan orang lain (Agresif)			
Kecenderungan dalam menyampaikan pandangan/opini	Tidak mengadili sepihak (Asertif)			
	Tidak pernah bicara lebih dahulu (Non Asertif)	2	2	4
	Tidak memberikan kesempatan kepada orang lain untuk berbicara (Agresif)			
Jumlah		8	8	16

Skala ini merupakan jenis Skala Likert. Bandur dan Budiastuti (2018) menerangkan bahwa Skala Likert ini terdiri atas beberapa

pernyataan yang diberikan kepada responden untuk mengutarakan apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Skala ini terdiri dari 5 pilihan jawaban yaitu, Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Peneliti memilih untuk menggunakan 5 pilihan jawaban tersebut dengan alasan jurnal yang dipaparkan oleh Mawardi (2019) menjelaskan bahwa ciri khas dari Skala Likert sendiri terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun skala tersebut memiliki penilaian item *favourable* sebagai berikut :

Sangat Sesuai (SS): 5
Sesuai(S): 4
Netral(N): 3
Tidak Sesuai(TS): 2
Sangat Tidak Sesuai (STS): 1

Sedangkan apabila dalam penilaian item *unfavourable* akan sebagai berikut :

Sangat Sesuai(SS): 1
Sesuai(S): 2
Netral(N): 3
Tidak Sesuai(TS): 4
Sangat Tidak Sesuai(STS): 5

3.4.2. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas Alat Ukur

Validitas dalam penelitian ini berhubungan dengan sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Golafshani (2003) validitas penelitian kuantitatif fokus

pada pengalaman yang terbukti kebenarannya, rasionalitas, fakta, nalar, dan data numerik. Validitas dalam penelitian ini termasuk dalam validitas isi (*content validity*). Azwar (2019) menerangkan bahwa validitas isi merupakan validitas yang menguji kelayakan isi tes melalui analisis rasional. Lalu, yang perlu dipertanyakan dalam validasi ini adalah “apakah masing-masing item dalam tes layak untuk mengungkap aspek yang diukur sesuai dengan indikator?” dan “apakah item-item dalam tes telah mencakup keseluruhan isi yang hendak diukur?”. Bandur dan Budiastuti (2018) menjelaskan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan aspek tiap jenis gaya komunikasi sehingga diharapkan agar item-item tersebut dapat mewakili landasan teoritis tentang topik penelitian.

Dalam penelitian ini, validitas diukur dengan *Pearson Correlation* atau korelasi *Product Moment* untuk menunjukkan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian sudah akurat atau belum. Alat pengujian dihitung dengan alat bantu dari komputer seperti software SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) Versi 24.

2. Reliabilitas Alat Ukur

Matondang (2009) memaparkan reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya jika telah dilakukan beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap

kelompok subyek yang sama, kemudian diperoleh hasil pengukuran juga harus relatif sama. Hal tersebut dengan pengecualian jika selama aspek yang diukur dalam diri subyek belum berubah. Untuk menentukan tingkat reliabilitas, cara yang digunakan adalah tes konsistensi internal yaitu *Alpha's Cronbach* atau disebut juga dengan *Alpha Coeficient*. Pengukuran dilakukan dengan SPSS (*Statistical Package for The Social Scieeces*) Versi 24.

3.4.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan tes Analisis Varian Satu Arah (*One-way Analysis of Variance/ANOVA*) untuk membandingkan antara generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y terhadap variabel gaya komunikasi. Bandur dan Budiastuti (2018) menjelaskan bahwa tes ANOVA digunakan untuk penelitian membandingkan rata-rata nilai skor dari dua atau lebih kelompok variabel. Tes ANOVA dalam penelitian ini menggunakan jenis tes ANOVA pengukuran antar kelompok sampel independen (*independent samples*). Jenis tes ini didefinisikan ketika peneliti membandingkan skor rata-rata kedua atau lebih kelompok sampel yang berbeda dalam waktu yang sama. Peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) Versi 24 guna memudahkan peneliti dalam pengolahan analisis data.

Selanjutnya, dilakukan uji statistik deskriptif untuk melihat hasil kecenderungan gaya komunikasi menggunakan *Microsoft Excel* 2019 dengan rumus mean ($=AVERAGE(TOTAL)$) dan rumus standar deviasi yaitu ($=STDEV(TOTAL)$). Kemudian, dilakukan uji *chi square* untuk

memperkuat hasil kecenderungan gaya komunikasi yang sudah dilakukan dengan uji statistik deskriptif. Peneliti juga menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) Versi 24.

