



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Sifat Penelitian

Paradigma penelitian ini yaitu kuantitatif-positivistik yaitu gagasan-gagasan positivisme dianggap sebagai akar paradigma tersebut. Pandangan positivisme ini begitu kuat mengklaim bahwa ilmu (sains) adalah ilmu pengetahuan yang nyata dan positivistik, sehingga ilmu yang tidak positivistik bukanlah ilmu (sains) (Bungin, 2011:39-40).

Paradigma positivistik ini dapat dilihat ketika terdapat suatu kondisi di lapangan yang ideal serta terdapat teori dan konsep mengenai pengaruh penggunaan media intranet *TheNest* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan pada kantor pusat PT Nestlé Indonesia, yang kemudian peneliti ingin membuktikan kebenaran akan teori tersebut dengan kondisi yang ada dalam perusahaan.

Penelitian ini bersifat eksplanatif, bermaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain (Bungin, 2011:46).

Pendekatan penelitian ini yaitu menjelaskan penyebab fenomena sosial melalui pengukuran objektif dan analisis numerikal.

Menurut desainnya, metode kuantitatif berciri-ciri spesifik, jelas, rinci; ditentukan secara mantap sejak awal; dan menjadi pegangan langkah demi langkah (Prastowo, 2011:51).

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, dan politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Prastowo, 2011:208).

Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis (Prasetyo dan Jannah, 2005:143).

Metode survei merupakan salah satu cara penelitian kuantitatif untuk meneliti orang atau bukan orang dengan membagikan kuisioner kepada responden, yang kemudian dari hasil data kuisioner tersebut dijadikan sebagai bahan penelitian penulis.

Survei bersifat menerangkan atau menjelaskan yakni mempelajari fenomena sosial dengan meneliti hubungan variabel penelitian (Singarimbun dan Effendi, 1983: 3).

Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur kepada karyawan PT Nestlé Indonesia. Pada penelitian ini penulis ingin menjelaskan hubungan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain, yaitu variabel penggunaan media intranet dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi karyawan pada PT Nestlé Indonesia.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti (Prasetyo dan Jannah, 2005:119). Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes atau peristiwa penelitian (Hadari, 2002:41).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah individu karyawan PT Nestlé Indonesia yang bekerja di kantor pusat Jakarta yang berjumlah 620 orang, dengan sebaran populasi seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Pembagian Populasi

No.	Divisi	Jumlah Karyawan
1.	Corporate HR	35 orang
2.	Finance & Control	99 orang

3.	Globe	25 orang
4.	Sales Management	95 orang
5.	Corporate Risk & Security	7 orang
6.	Confectionery	14 orang
7.	NBC	11 orang
8.	Petfood	12 orang
9.	Supply Chain	63 orang
10.	Technicals	56 orang
11.	Nestlé Nutrition	46 orang
12.	Legal & Corporate Public Affairs	20 orang
13.	Nestlé Professional	21 orang
14.	C & B	18 orang
15.	Beverages	12 orang
16.	RTD BU	15 orang
17.	Dairy	40 orang
18.	Marketing Services	31 orang
	<b>Jumlah</b>	<b>620 orang</b>

Populasi karyawan pada kantor pusat PT Nestlé Indonesia memiliki sifat heterogen dengan berbagai tingkat jabatan dan usia. Heterogen yaitu karakteristik populasi yang kita miliki bervariasi (Prasetyo dan Jannah, 2005:130).

### 3.3.2 Sampel

Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah pada bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif* (2005:119), mengutip penjelasan Bailey bahwa sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri. Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah karyawan sebagai pengguna media intranet *TheNest*.

Populasi yang dimiliki oleh peneliti memiliki sifat heterogen, oleh karena itu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel pada penelitian ini yaitu *stratified random sampling* (teknik acak terlapis).

Terdapat cara untuk menarik sampel yaitu dengan menggunakan cara-cara perhitungan dengan rumus dan tingkat ketepatan, kepercayaan dan keanekaragaman yang berbeda-beda, yaitu (Sarwono, 2012:24):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ukuran sampel

N = populasi

e = tingkat ketepatan (presisi) 5% (0,05)

Ada dua jenis *stratified random sampling*, yaitu proporsional – sampel sebanding dengan jumlah populasi – dan nonproporsional – sampel tidak sebanding dengan jumlah populasi. Pembulatan dilakukan mengingat jumlah orang memiliki variabel diskret (Prasetyo dan Jannah, 2005:130).

$$\text{Sampel}_1 = \frac{\text{Populasi}_1}{\text{Total Populasi}} \times \text{Total Sampel}$$

Dengan menggunakan rumus diatas, penulis dapat menentukan distribusi sampel pada penelitian ini seperti pada tabel berikut.

**Tabel 3.2 Distribusi Sampel**

No.	Divisi	Jumlah Karyawan	Sampel
1.	Corporate HR	35 orang	14
2.	Finance & Control	99 orang	39
3.	Globe	25 orang	10
4.	Sales Management	95 orang	37
5.	Corporate Risk & Security	7 orang	3
6.	Confectionery	14 orang	5
7.	NBC	11 orang	4
8.	Petfood	12 orang	5
9.	Supply Chain	63 orang	25

10.	Technicals	56 orang	22
11.	Nestlé Nutrition	46 orang	18
12.	Legal & Corporate Public Affairs	20 orang	8
13.	Nestlé Professional	21 orang	8
14.	C & B	18 orang	6
15.	Beverages	12 orang	5
16.	RTD BU	15 orang	6
17.	Dairy	40 orang	16
18.	Marketing Services	31 orang	12
	<b>Jumlah</b>	<b>620 orang</b>	<b>243</b>

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi merupakan penggambaran prosedur untuk memasukkan unit-unit ke dalam kategori-kategori. Definisi operasional merupakan gambaran teliti mengenai prosedur yang diperlukan untuk memasukkan unit-unit analisis ke dalam kategori-kategori tertentu dari tiap-tiap variabel (Prasetyo dan Jannah, 2005:90-91).

Variabel merupakan konsep yang mempunyai variasi nilai/ intensitas/ jumlah. Biasanya variasi nilai/ intensitas/ jumlah ini disebut dengan kategori, yang menggambarkan atribut dari variabel tersebut (Prasetyo dan Jannah, 2005:58).

Operasionalisasi konsep adalah menjabarkan konsep-konsep yang berupa kerangka dengan kata-kata yang menggambarkan



perilaku atau gejala-gejala yang diamati, diukur, diuji, dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain (Rakhmat, 2002:27).

Penelitian ini ditujukan untuk melihat suatu hubungan antara variabel. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Intranet *TheNest* dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan pada Kantor Pusat PT Nestlé Indonesia”. Dengan begitu, terdapat dua variabel yang akan diteliti oleh penulis:



UMMN

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan Media Intranet (X)	1. Jumlah waktu	• Lama waktu penggunaan intranet	Likert
		• Lama waktu/durasi mencari informasi	Likert
		• Frekuensi mencari informasi	Likert
		• Frekuensi untuk berkomunikasi	Likert
	2. Jenis isi media	• Konten /isi fitur	Likert
		• Jenis fitur	Likert
	3. Hubungan	• Hubungan antarkaryawan • Pengembangan karir	Likert
	4. Ketelitian	• Informasi yang akurat	Likert
5. Ketepatan waktu	• Pengiriman informasi tepat waktu	Likert	
6. Kelengkapan	• Informasi yang lengkap	Likert	
7. Keringkasan	• Informasi yang singkat dan jelas	Likert	
8. Kesesuaian	• Informasi sesuai dengan tujuan	Likert	
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan (Y)	1. Kebutuhan pengetahuan	• Informasi perusahaan • Perluasan wawasan	Likert Likert
	2. Kebutuhan kegunaan	• Integrasi sosial • Hiburan	Likert Likert

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Andi Prastowo pada bukunya yang berjudul Memahami Metode-Metode Penelitian (2011:34) mengutip penjelasan Sugiyono bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian kuantitatif terdiri dari angket, kuesioner, observasi, dan wawancara terstruktur.

Peneliti menggunakan kuesioner dalam melakukan pengumpulan data. Pada setiap jawaban dari setiap pertanyaan kuesioner tersebut, peneliti menggunakan skala Likert 5, yang berfungsi untuk mendapatkan suatu informasi dari responden mengenai tingkat penggunaan media intranet *TheNest* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan pada kantor pusat PT Nestlé Indonesia.

Tabel 3.4. Skala Likert

Penilaian	Bobot (+)	Bobot (-)
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-Ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

(Sumber: Sugiyono, 2004)

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan oleh penulis yaitu dengan SPSS yang berkepanjangan dari *Statistical Program for Social Science*. SPSS merupakan suatu perangkat lunak yang berguna untuk mengolah data penelitian kuantitatif pada ilmu sosial.

#### 3.6.1 Uji Reliabilitas

Menurut Singarimbun dan Sofian (1989) sebelum menganalisis data penelitian, peneliti akan melakukan pengujian terhadap apa yang akan ditanyakan dan apa yang akan diukur dalam penelitian. Reliabilitas merupakan syarat penting dalam penelitian ilmiah. Reliabilitas mengandung makna sifat dapat dipercaya. Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih.

Untuk mencapai reliabilitas, peneliti menggunakan kuesioner yang pertanyaan-pertanyaannya akan dites sebelum penggunaan sebenarnya. Kuesioner yang terdiri dari 22 pertanyaan seputar intranet akan disebarakan kepada 243 responden karyawan PT Nestlé Indonesia.

Dalam penelitian ini, penulis memiliki dua variabel yang akan menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup

reliabilitas diukur yaitu Penggunaan Media Intranet (variabel X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan (variabel Y).

Pengukuran realibilitas menggunakan *alpa cronbach* akan menghasilkan nilai alpha dalam skala 0-1, yang dapat dikelompokkan dalam 5 kelas. Nilai masing-masing kelas dan tingkat realibilitasnya seperti terlihat pada tabel 3.6 berikut (Nugroho, 2011:27).

**Tabel 3.5. Tabel Pengukuran Tingkat Realibilitas**

Alpha	Tingkat Realibilitas
0,00 – 0,20	Kurang reliabel
0,201 – 0,40	Agak reliabel
0,41 – 0,60	Cukup reliabel
0,601 – 0,80	Reliabel
0,801 – 1,00	Sangat reliabel

*Sumber: Yohanes Anton Nugroho. 2011. Its Easy Olah Data dengan SPSS. Yogyakarta: Sripa Media Creative.*

**Tabel 3.6. Reliability Statistics Variabel X**

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	15

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel X penulis sebesar 0.844. Hal tersebut menjelaskan bahwa pertanyaan dari setiap item pada variabel X sangat reliabel.

**Tabel 3.7. Reliability Statistics Variabel Y**

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	6

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel X penulis sebesar 0.780. Hal tersebut menjelaskan bahwa pertanyaan dari setiap item pada variabel Y reliabel.

### 3.6.2 Uji Validitas

Menurut Arikunto, validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pada penelitian uji validitas menggunakan analisis *Corrected Item Total Correlations* dengan menggunakan batas minimal korelasi 0,30. Semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memuaskan (Priyanto, 2008:17).

**Tabel 3.8. Item-Total Statistics Variabel X**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	50.40	38.117	.379	.840
X2	50.84	34.496	.464	.836
X3	50.95	34.460	.517	.832
X4	51.19	34.019	.508	.833
X5	50.68	35.771	.619	.829
X6	50.72	35.591	.527	.832
X7	50.78	35.675	.407	.839
X8	50.67	34.865	.546	.830
X9	50.92	36.428	.352	.842
X10	51.14	36.264	.389	.840
X11	51.14	35.669	.491	.834
X12	50.87	35.842	.516	.833
X13	50.81	35.441	.605	.828
X14	50.71	36.034	.514	.833
X15	50.67	36.718	.372	.840

Pada tabel diatas telah dibuktikan bahawa angka *Corrected item-Total Correlations* diatas standar 0.30. hal tersebut membuktikan bahawa item pertanyaan pada variabel X valid.

**Tabel 3.9. Item-Total Statistics Variabel Y**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	19.30	6.262	.560	.738
Y2	19.07	6.214	.724	.702
Y3	19.14	6.779	.473	.760
Y4	19.54	6.142	.572	.735
Y5	19.60	7.207	.316	.798
Y6	19.46	6.547	.558	.740

Pada tabel diatas telah dibuktikan bahawa angka *Corrected item-Total Correlations* diatas standar 0.30. hal tersebut membuktikan bahwa item pertanyaan pada variabel Y valid.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Andi Prastowo pada bukunya yang berjudul Memahami Metode-Metode Penelitian (2011:35) mengutip penjelasan Sugiyono bahwa dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yakni diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

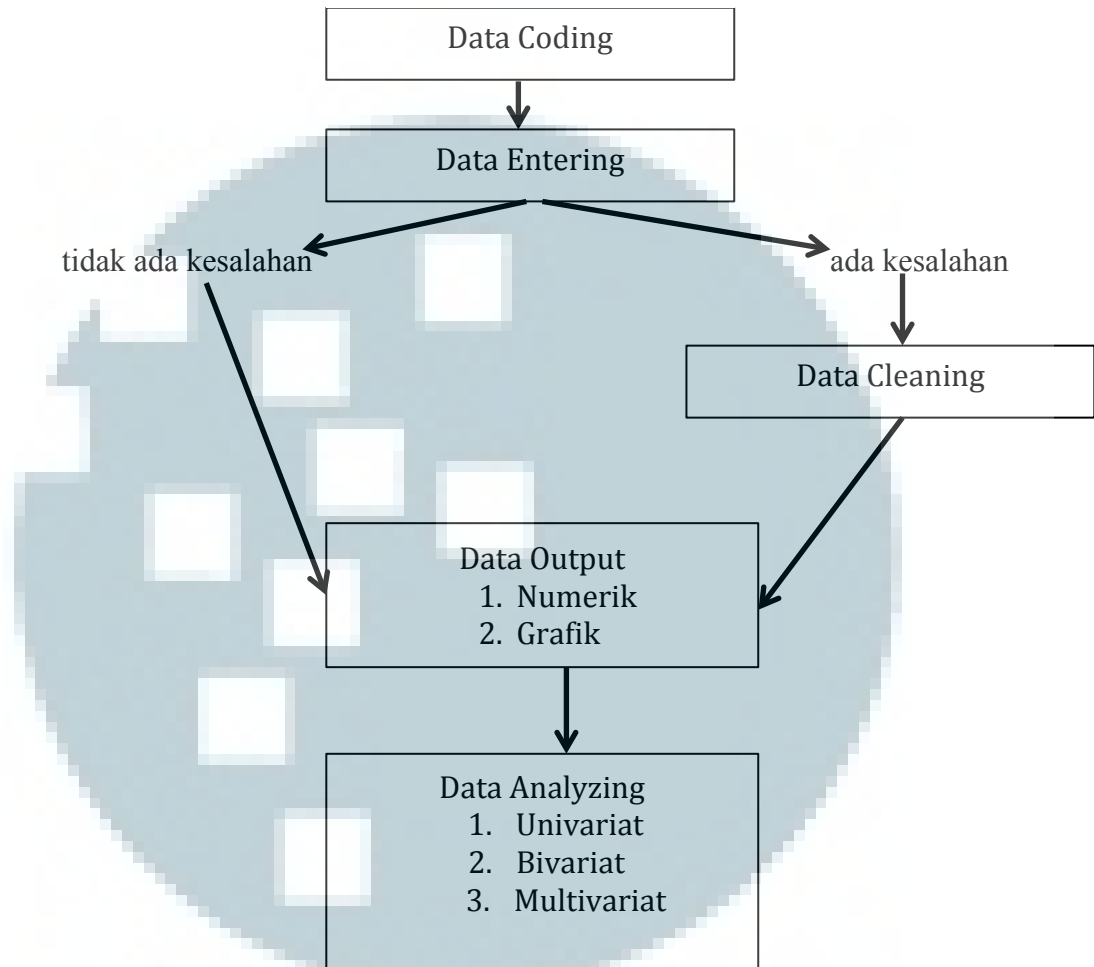
Penganalisan data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.

Untuk mempermudah, tahap analisis data kuantitatif dapat digambarkan pada gambar berikut (Prasetyo dan Jannah, 2005:170).

UMMN



Gambar 3.10 Tahap Analisis Data



*Data coding* (pengkodean data) merupakan suatu proses penyusunan secara sistematis data mentah (yang ada dalam kuesioner) ke dalam bentuk yang mudah dibaca oleh mesin pengolah data seperti komputer. Huruf-huruf yang ada pada pertanyaan diubah menjadi kode angka.

*Data cleaning* adalah memastikan bahwa seluruh data yang telah dimasukkan ke dalam mesin pengolah data sudah sesuai

dengan yang sebenarnya. *Data output* (Penyajian Data) adalah hasil pengolahan data.

Analisis univariat dilakukan pada tahap awal dengan menggunakan analisis deskriptif frekuensi terhadap variabel-variabel yang berkaitan dengan karakteristik responden. Hal ini untuk mendapatkan gambaran umum tentang variabel-variabel yang diteliti.

Analisis bivariat dilakukan oleh peneliti untuk menguji ada tidaknya hubungan dan pengaruh yang terjadi diantara variabel independen (bebas) dengan dependen (terikat). Dalam penelitian ini, uji statistik bivariat menggunakan metode analisis korelasi Pearson dan metode analisis regresi linear sederhana.

UMMN