

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis & Sifat Penelitian**

Guna menjawab fenomena yang sedang dikaji, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Kuantitatif (Sugiyono, 2022:15) merupakan penelitian dengan landasan positivisme yang bertujuan meneliti populasi atau sampel tertentu. Analisis data pada kuantitatif bersifat statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Penelitian ini juga memanfaatkan eksplanatif sebagai sifat penelitian eksplanatif. Eksplanatif bertujuan untuk menguji hubungan antara beberapa variabel yang diteliti, yaitu antara variabel bebas (dan variabel lainnya) dengan variabel terikat (Purba & Simanjuntak, 2012). Dengan sifat eksplanatif, peneliti berusaha untuk menjelaskan korelasi pesan persuasif (variabel X) melalui perilaku pemilih (variabel Z) terhadap popularitas politik (variabel Y).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei sendiri menurut Sugiyono (2022:36) merupakan metode yang digunakan dalam penelitian sebagai alat untuk mengumpulkan data yang telah terjadi di masa lalu atau sekarang mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji berbagai hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis berdasarkan sampel yang diambil dari posisi tertentu.

Teknik survei akan dilakukan dengan pembagian kuesioner sebagai sumber data utama dalam pengumpulan data. Hasil respon dari kuesioner yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis dengan

menggunakan aplikasi SPSS versi 26 untuk dilakukan pengujian analisis jalur dan korelasi.

### 3.3 Populasi & Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan bahwa populasi yang menjadi target adalah *followers* Ganjar Pranowo di Instagram dengan jumlah 4.7 juta (per 7 Mei 2022).

#### 3.3.2 Sampel

Penelitian dengan populasi yang besar terkadang dapat menyulitkan apabila meneliti keseluruhan populasi, apalagi sebarannya dilihat dari geografisnya yang berbeda jauh dengan yang lainnya. Bahkan dengan populasi yang besar, tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhan populasi, misal karena keterbatasan tenaga, waktu, dan data. Dengan demikian, peneliti perlu menentukan sampel dengan menggunakan teknik *sampling* yang tepat (Sinambela, 2021:160).

Menurut Sugiyono (2022:131), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022:134), teknik *purposive sampling* adalah teknik dengan melakukan penentuan kriteria tertentu pada sampel.

Tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan jumlah responden yang akan dijadikan sampel penelitian. Untuk

menentukan jumlahnya, maka peneliti menghitung dengan mengacu pada rumus Taro Yamane (Imran, 2017), yaitu:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian

Jumlah populasi (N) yang merupakan jumlah *followers* Ganjar Pranowo di Instagram adalah 4.7 juta, dan tingkat kesalahan penetapan sampel 10%, maka dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{4.700.000}{1 + (4.700.000 \times 0,1^2)} = \frac{4.700.000}{47.001} = 99,997 \rightarrow 100 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak minimal 100 responden.

Syarat dari responden penelitian ini adalah:

1. Aktif menggunakan Instagram
2. Pengikut atau *followers* Instagram Ganjar Pranowo
3. Generasi Z rentang kelahiran 1995 - 2007
4. Warga Negara Indonesia dan termasuk sebagai pemilih sah

### 3.4 Operasional Variabel/Konsep

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Konsep	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Pesan Persuasif (X) (Aristoteles)	<i>Ethos</i>	Kredibilitas pembicara.	- Kredibilitas yang digambarkan melalui kinerja Ganjar melalui	1 - 4 Likert

			<p>media sosial Instagram Ganjar Pranowo memengaruhi popularitas Ganjar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kredibilitas yang digambarkan melalui kemampuan Ganjar dalam berkomunikasi melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo memengaruhi popularitas Ganjar.</li> <li>- Kredibilitas yang digambarkan melalui berbagai program Ganjar dalam media sosial Instagram Ganjar Pranowo memengaruhi popularitas Ganjar.</li> <li>- Kredibilitas yang digambarkan melalui keberhasilan Ganjar menangani suatu isu melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo memengaruhi</li> </ul>	
--	--	--	---	--

			popularitas Ganjar.	
	<i>Logos</i>	Argumentasi logis pembicara.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Argumen Ganjar melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo sesuai dengan realitas yang terjadi.</li> <li>- Argumen Ganjar melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo sesuai dengan data-data yang terjadi di lapangan.</li> <li>- Tanggapan Ganjar melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo terbukti logis.</li> <li>- Tanggapan Ganjar melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo dapat dianggap rasional.</li> </ul>	1 - 4 Likert
	<i>Pathos</i>	Penyampaian yang mendorong emosi pendengar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foto yang ditampilkan melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo memberikan</li> </ul>	1 - 4 Likert

			<p>dorongan empati.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Video yang ditampilkan melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo memberikan dorongan empati.</li> <li>- Takarir (<i>caption</i>) terkait kinerja Ganjar Pranowo yang diunggah melalui media sosial Instagram memberikan dorongan empati.</li> <li>- Gaya bicara yang ditampilkan melalui media sosial Instagram Ganjar Pranowo memberikan dorongan empati.</li> </ul>	
Popularitas Politik (Y) (Cillessen & Marks, 2010)	<i>Acceptance</i>	Faktor penerimaan terhadap seseorang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Latar belakang saya menjadi faktor penerimaan terhadap Ganjar Pranowo.</li> <li>- Penilaian emosional saya menjadi faktor penerimaan terhadap Ganjar Pranowo.</li> </ul>	1 - 4 Likert
	<i>Preference</i>	Faktor preferensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Latar belakang saya menjadi</li> </ul>	1 - 4 Likert

		atau pilihan terhadap seseorang.	faktor pilihan terhadap Ganjar Pranowo. - Penilaian emosional saya menjadi faktor pilihan terhadap Ganjar Pranowo.	
	<i>Likeability</i>	Faktor kesukaan terhadap seseorang.	- Latar belakang saya menjadi faktor kesukaan terhadap Ganjar Pranowo. - Penilaian emosional saya menjadi faktor kesukaan terhadap Ganjar Pranowo.	1 - 4 Likert
Perilaku Pemilih (Z) (Haryanto, 2014)	Pendekatan Sosiologis	Pengaruh antara nilai-nilai sosiologis dengan individu yang memengaruhi perilaku seseorang dalam politik.	- Agama bagi saya menjadi pertimbangan untuk memilih Ganjar Pranowo. - Pendidikan bagi saya menjadi pertimbangan untuk memilih Ganjar Pranowo. - Identitas gender bagi saya menjadi pertimbangan untuk memilih Ganjar Pranowo. - Asal usul daerah bagi saya menjadi	1 - 4 Likert

			pertimbangan untuk memilih Ganjar Pranowo.	
Pendekatan Psikologis	Keterikatan/dorongan psikologis yang membentuk orientasi politik seseorang.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partai politik yang mengusung Ganjar menjadi pertimbangan saya untuk memilih Ganjar Pranowo.</li> <li>- Peran Ganjar dalam dunia politik menjadi pertimbangan saya untuk memilih Ganjar Pranowo.</li> <li>- Peran Ganjar dalam menyelesaikan fenomena menjadi pertimbangan saya untuk memilih Ganjar Pranowo.</li> </ul>	1 - 4 Likert
Pendekatan Rasional	Berorientasi kepada hasil yang dicapai oleh partai atau kandidat tertentu dalam politik.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jejak rekam Ganjar selama ini menjadi pertimbangan saya untuk memilih Ganjar Pranowo.</li> <li>- Manfaat dari program yang dicanangkan</li> </ul>	1 - 4 Likert

				Ganjar menjadi pertimbangan saya untuk memilih Ganjar Pranowo.	
--	--	--	--	--	--

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua teknik pengumpulan data, data primer dan sekunder. Data primer merupakan data utama, asli, atau langsung diperoleh peneliti melalui instrumen yang telah dipersiapkan untuk menjawab masalah penelitian yang diajukan. Sedangkan data sekunder adalah data tambahan atau data eksternal (Sinambela, 2021:185-187).

Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk memperoleh data primer adalah dengan memanfaatkan survei. Dalam survei, data diperoleh dari responden dan dikumpulkan melalui daftar pertanyaan atau kuesioner terstruktur. Peneliti menggunakan *Google Forms* sebagai media pengumpulan data yang disebarakan atau didistribusikan kepada responden secara *online*. Sedangkan sumber untuk memperoleh data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari beragam buku, jurnal, dan internet.

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Penelitian merupakan aktivitas pengukuran, dan pengukuran menjadi kegiatan penting dalam melakukan analisis statistika (Kadir dalam Sinambela, 2021:221). Pengukuran dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk memecahkan permasalahan yang dirumuskan. Pengukuran juga dilakukan agar mampu menerangkan realitas yang terjadi, mengingat pengukuran merupakan upaya menghubungkan konsep dan realitas (Sinambela, 2021:222).

Diantara berbagai teknik pengukuran: Skala *Likert*, Skala *Guttman*, *Rating Scale*, *Semantic Differensial*, Skala *Thurstone*, dan Skala *Bogardus*

(Sugiyono, 2022:152), maka peneliti akan menggunakan skala *Likert* dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner. *Likert* merupakan sebuah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala sosial (Sugiyono, 2022:152).

Jawaban setiap item instrumen yang memanfaatkan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif.

No.	Kategori Jawaban		
	Persetujuan	Kuantitas	Kesukaan
1	Sangat Setuju	Selalu	Sangat Suka
2	Setuju	Sering	Suka
3	Tidak Setuju	Jarang	Tidak Suka
4	Sangat Tidak Setuju	Tidak Pernah	Sangat Tidak Suka

Tabel 3.2 Kategori Skala Likert  
(Sumber: Sugiyono, 2022:153)

Menurut Hadi (dalam Hertanto, 2017) modifikasi terhadap Skala *Likert* dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang terkandung oleh skala lima tingkat. Alasan peneliti meniadakan kategori jawaban yang ditengah karena adanya kategori *undecided respond* yang diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban (netral). Alasan kedua adalah dapat menimbulkan kecenderungan jawaban ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu.

### 3.6.1 Uji Validitas

Suatu instrumen yang dirancang peneliti tidak dapat langsung digunakan, tetapi perlu dilakukan pengujian kembali terlebih dahulu untuk melihat validitasnya. Validitas menjadi syarat

penelitian kuantitatif agar bisa dibuktikan dengan kejujuran, pendalaman, dan cakupan data yang dicapai, pendekatan partisipan, memperpanjang triangulasi, dan kenetralan atau objektivitas peneliti (Sinambela, 2021:266). Pengujian validitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 26 dan teknik *Kaiser-Meyer Olkin Measure (KMO) & Bartlett's Test* sebagai metode yang dipilih peneliti untuk mengukur validitas data.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.691
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	59.024
	df	3
	Sig.	.000

*Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas  
(Sumber: Hasil Output SPSS, 2022)*

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa pada uji validitas data melalui perhitungan *KMO & Bartlett's Test* memperoleh angka 0,691. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian dinyatakan valid karena nilai melebihi 0,5 sebagai indikator validitas (Ghozali, 2021:72).

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif secara esensial dapat disinonimkan dengan kata diandalkan, konsistensi, dan replikabilitas dari waktu ke waktu, atas suatu instrumen dan kelompok responden. Untuk penelitian yang reliabel harus didemonstrasikan jika itu harus dilakukan pada kelompok responden yang serupa dan konteks yang serupa pula (Sinambela, 2021:281). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini, peneliti

menggunakan aplikasi SPSS versi 26 dan *Cronbach's Alpha* sebagai indikator tetap dalam pengujian ini.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.821	.819	27

*Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas  
(Sumber: Hasil Output SPSS, 2022)*

Untuk memaknai dan memberikan kesimpulan dari hasil perhitungan reliabilitas, maka berikut adalah tabel indikator tingkat reliabilitas.

Interval r tabel	Tingkat Reliabilitas
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
0,21 - 0,40	Agak Reliabel
0,41 - 0,60	Cukup Reliabel
0,61 - 0,80	Reliabel
0,81 - 1,00	Sangat Reliabel

*Tabel 3.5 Indikator Tingkat Reliabilitas  
(Sumber: Sinambela, 2021:428)*

Data dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60. Dari hasil pengujian reliabilitas berdasarkan 27 item variabel didapatkan nilai cronbach's alpha sebesar 0.821.

Karena nilai *Cronbach's Alpha*  $0.821 > 0.60$ , maka dapat dikatakan bahwa data sangat reliabel.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan metode pengukuran dengan tujuan untuk menghitung kekuatan asosiasi atau hubungan linear antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2021:145). Untuk penelitian ini, teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*.

Sugiyono (2022) memberikan nilai pedoman atau indikator yang dapat digunakan untuk menginterpretasikan suatu hubungan antar variabel memiliki tingkat korelasi yang tinggi ataupun rendah. Nilai indikator tersebut adalah sebagai berikut:

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

*Tabel 3.6 Indikator Tingkat Hubungan  
(Sumber: Sugiyono, 2022:274)*

### 3.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan teknik pengujian guna mengetahui kenormalan distribusi data. Pengujian ini dilakukan karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal (Sinambela, 2021:429).

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas memiliki kriteria uji sebagai berikut:

1. Jika  $Sig > 0,05$  maka data berdistribusi normal

2. Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menguji normalitas sebuah data, peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban tidak mutlak atau bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis perlu melalui pengujian untuk diuji dan dibuktikan kebenarannya berdasarkan data yang telah diperoleh dari sampel penelitian (Sugiyono, 2022:242).

Analisis jalur merupakan metode yang digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur bukanlah metode untuk menentukan hubungan sebab akibat. Yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner (Ghozali, 2021:277).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Diduga variabel pesan persuasif Instagram @Ganjar\_Pranowo berpengaruh terhadap tingkat popularitas Ganjar di kalangan Generasi Z.

H2: Diduga variabel pesan persuasif Instagram @Ganjar\_Pranowo berpengaruh terhadap variabel perilaku pemilih.

H3: Diduga variabel perilaku pemilih berpengaruh terhadap tingkat popularitas Ganjar di kalangan Generasi Z.