



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 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan melihat hubungan antar variabel (Creswell, 2014, p. 82). Secara umum, penelitian kuantitatif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Kriyantono, 2012, p. 55):

1. Hubungan riset dengan subjek adalah jauh. Periset menganggap bahwa realitas terpisah dan ada di luar dirinya. Maka dari itu, perlu adanya jarak agar penelitian ini bersifat objektif. Keobjektifannya alat ukur juga harus dijaga.
2. Riset bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis, mendukung atau menolak teori. Jika dalam analisis ditemukan penolakan terhadap hipotesis atau teori, biasanya periset akan meneliti terlebih dahulu apakah ada kesalahan dalam teknik samplingnya atau definisi konsepnya kurang operasional, sehingga menghasilkan instrumen (kuesioner) yang kurang valid.

3. Riset harus dapat digeneralisasikan karena menuntut sampel yang representatif dari seluruh populasi, operasionalisasi konsep serta alat ukur yang valid dan reliabel.
4. Prosedur riset rasional-empiris. Riset berangkat dari konsep-konsep atau teori-teori yang melandasinya. Konsep atau teori ini kemudian akan dibuktikan dengan data yang dikumpulkan di lapangan.

Penelitian ini bersifat eksplanatif yang artinya peneliti mencoba menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti (Kriyantono, 2012, p. 69). Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu fitur-fitur Instagram untuk mengukur kampanye “Komuter Pintar Peduli Sekitar” sebagai variabel independen dan sikap melawan pelecehan seksual di KRL Commuter Line sebagai variabel dependen. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjelaskan mengenai adanya hubungan timbal balik atau interaktif antar variabel yang akan diteliti dan sejauh mana hubungan tersebut saling mempengaruhi.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Metode survey berkembang dengan menggunakan paradigma positivis, sehingga metode ini menganggap suatu realitas sosial terdiri dari fakta-fakta objektif yang stabil (Neuman, 2014, p. 192). Salah satu instrumen dari metode survey adalah kuesioner atau angket. Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Kuesioner yang dibuat berisikan pernyataan-

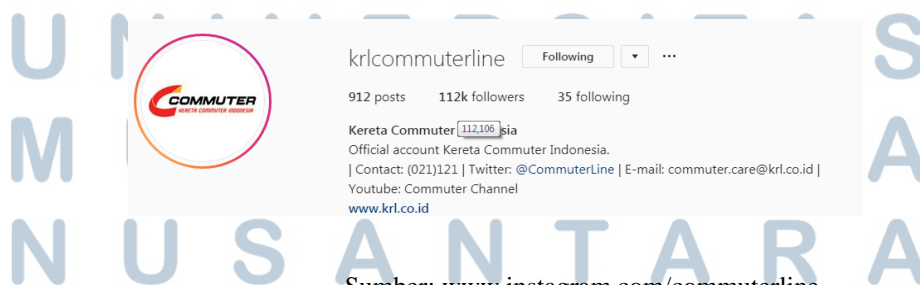
pernyataan terkait dimensi dan indikator penelitian yang terstruktur. Setelah kuesioner terisi, selanjutnya akan diolah melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25 sehingga peneliti dapat mengetahui dan menganalisis hasil akhir penelitian. Peneliti memilih metode survey untuk penelitian ini karena metode ini dianggap objektif dalam mendapatkan data dan juga data tersebut tidak dapat dikontrol oleh pihak manapun. Sehingga, data yang dihasilkan dapat mewakili fenomena sosial yang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Populasi bisa berupa, orang, organisasi, kata-kata, dan kalimat, simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio, televisi, iklan dan lainnya (Kriyantono, 2012, p. 153). Berdasarkan data yang ada, jumlah populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengikut akun Instagram @commuterline yang berjumlah 112.106 pengikut.

Gambar 3.1 Jumlah *followers* akun Instagram @commuterline



Sumber: www.instagram.com/commuterline

3.3.2 Sampel

Penelitian kuantitatif menggunakan pengambilan sampel dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif dari kumpulan kasus atau unit yang dipilih (Neuman, 2014, p. 166). Sampel yang representatif bisa diartikan bahwa sampel tersebut mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proporsional atau memberikan kesempatan yang sama pada semua unsur populasi untuk dipilih sehingga dapat mewakili keberadaan sebenarnya dalam keseluruhan populasi.

Teknik *sampling* dikelompokkan menjadi dua yaitu probabilitas dan nonprobabilitas. Teknik *sampling* probabilitas yaitu teknik random atau acak. Sedangkan, teknik *sampling* nonprobabilitas yaitu sampel tidak melalui teknik random (acak) (Kriyantono, 2012, p. 154).

Teknik *sampling* nonprobabilitas dibagi menjadi beberapa jenis yaitu *purposive sampling*, *quota sampling*, *available sampling/convenience sampling*, *accidental sampling*, dan *sampling snowball* (Kriyantono, 2012, p. 158-160).

Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah nonprobabilitas dengan jenis *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat berdasarkan tujuan dari penelitian. Sedangkan, orang yang tidak masuk dalam kriteria tersebut, tidak dimasukkan ke dalam sampel (Kriyantono, 2012, p. 158). Kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah telah

menonton 3 video kampanye 'Komuter Pintar Peduli Sekitar' pada akun Instagram @commuterline.

Dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan rumus Slovin, karena peneliti sudah mengetahui ukuran populasinya. Rumusnya adalah (Kriyantono, 2012, p. 162):

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Berdasarkan rumus di atas, maka sampel yang dibutuhkan adalah:

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

$$n = \frac{112.106}{1+112.106(0,05^2)}$$

$$n = 398$$

Dari perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 398 responden atau dibulatkan menjadi 400 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Variabel bebas atau independen adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya. Sedangkan, variabel terikat atau dependen adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Kriyantono, 2012, p. 21).

Pada penelitian ini, fitur-fitur Instagram sebagai variabel bebas (independen) dan sikap sebagai variabel terikat (dependen). Variabel tersebut kemudian dijabarkan seperti tabel ini berikut ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Pesan Kampanye	Isi pesan	1. Visualisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Ilustrasi yang digunakan dalam video menarik perhatian - Ilustrasi yang digunakan dalam video mudah diingat - Video menggunakan pemilihan warna yang menarik - Penggunaan warna konsisten - Penulisan nama lembaga atau organisasi terlihat jelas 	Likert
		2. Pendekatan Emosional	<ul style="list-style-type: none"> - Ketertarikan untuk mengikuti pesan dari kampanye “Komuter Pintar Peduli Sekitar” - Ketertarikan untuk 	Likert

			membagikan isi pesan dari kampanye “Komuter Pintar Peduli Sekitar”	
Sikap melawan pelecehan seksual (Y)	Kognitif	1. Kampanye Pelecehan Seksual	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye Komuter Pintar Peduli Sekitar merupakan kampanye untuk melawan pelecehan seksual di KRL - Kampanye Komuter Pintar Peduli Sekitar bekerja sama dengan lembaga Perempuan - Kampanye Komuter Pintar Peduli Sekitar diadakan untuk memperingari hari Perempuan Internasional - Kampanye diadakan pada saat maraknya kasus pelecehan seksual di KRL - Kampanye diadakan untuk memperingati hari perempuan sedunia 	Likert
	Afektif	1. Penilaian terhadap kampanye	<ul style="list-style-type: none"> - Kampanye “Komuter Pintar Peduli Sekitar” bermanfaat - Kampanye “Komuter Pintar Peduli Sekitar” perlu untuk diketahui seluruh pengguna KRL - Menyukai kampanye “Komuter Pintar Peduli Sekitar” 	Likert
	Konatif	2. Hal-hal yang bisa dilakukan	<ul style="list-style-type: none"> - Melipat tangan di depan dada saat 	Likert

		untuk melawan pelecehan seksual	bertransportasi menggunakan KRL - Mengeluarkan HP saat ada orang yang mencurigakan seolah-olah mengambil fotonya - Menatap orang yang mencurigakan - Menegur langsung orang yang mencurigakan - Menyerang fisik pelaku pelecehan seksual - Menginjak kaki pelaku	
		1. Cara meminta bantuan	- Berteriak sekencang-kencangnya bila terjadi pelecehan seksual - Bercerita ke orang disebelah saya bila terjadi pelecehan seksual - Melapor kepada petugas untuk meminta bantuan bila terjadi pelecehan seksual	Likert

Sumber: Olah data peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau usaha yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk keberhasilan penelitiannya. Keberhasilan penelitian, sangat bergantung pada metode dan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama di lapangan (Bungin, 2013, p. 128). Kuesioner merupakan instrumen yang dipilih pada penelitian ini karena menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen melakukan survey. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden tanpa bantuan periset. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Ada dua jenis angket atau kuesioner yaitu terbuka dan tertutup. Penelitian ini menggunakan angket tertutup yaitu responden telah diberikan alternatif jawaban oleh periset. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya (Kriyantono, 2012, p. 98-99).

Peneliti menyebarkan kuesioner yang sudah berbentuk *online* (bit.ly) melalui *direct message* (DM) Instagram kepada *followers* atau pengikut akun @commuterline. *Link* kuesioner peneliti juga sudah langsung tersambung saat mengirimkan *direct message* (DM), sehingga memudahkan responden untuk membuka *link* kuesioner dalam satu kali klik.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Bungin, 2013, p. 128). Data sekunder pada penelitian ini

adalah menggunakan studi pustaka berupa buku, jurnal atau sumber lainnya dari internet dan beberapa referensi terkait penelitian.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Setelah peneliti menyebarkan kuesioner dan data sudah terkumpul, peneliti akan mengolah data tersebut menjadi angka melalui program aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.0 for Windows.

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk mengukur hasil yang didapati. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator, variabel dan kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan (Kriyantono, 2012, p. 138).

Skala *Likert* digunakan untuk menyediakan tingkatan ordinal pada sikap seseorang. Skala *Likert* biasanya menunjukkan apakah responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan. Skala *Likert* membutuhkan minimal dua kategori, seperti “Setuju” dan “Tidak Setuju”. Biasanya lebih baik, menggunakan empat hingga delapan kategori (Neuman, 2014, p. 155). Penelitian ini menggunakan empat kategori yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dan meniadakan pilihan ragu-ragu (*undecided*) atau netral (N). Hal ini dilakukan karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban. Adanya kategori ragu-ragu juga mengakibatkan responden cenderung memilih jawaban di tengah-

tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Jawaban di tengah-tengah (ragu-ragu) akan menghilangkan banyak data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang (Kriyantono, 2016, p. 139). Setiap *item* instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai bobot nilai sebagai berikut:

Tabel 3.2 Nilai Skala *Likert*

Skala	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Sumber: Kriyantono, 2016, p. 138

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan sebuah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Maka dari itu, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan dengan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2014, p. 455).

3.6.1.1 Uji Instrumen Validitas Data *Pre-test*

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ (Ghozali, 2018, p. 53). Dalam melakukan *pre-test*, peneliti menyebarkan kuesioner secara *online* kepada lebih dari 35 *followers* akun @commuterline. Peneliti menggunakan 35 data responden dengan tingkat toleransi

kesalahan adalah 5% untuk melakukan *pre-test*. Pada r tabel, nilai r untuk df sebesar 33 orang dengan tingkat toleransi kesalahan 5% adalah 0,3338. Jadi pernyataan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada 0,3338.

Tabel 3.3 Uji Validitas Data *Pre-test* Variabel X

PERNYATAAN	NILAI PEARSON CORRELATION (R HITUNG)	R TABEL	SIMPULAN
X1	0,882	0,3338	VALID
X2	0,930	0,3338	VALID
X3	0,874	0,3338	VALID
X4	0,913	0,3338	VALID
X5	0,905	0,3338	VALID
X6	0,765	0,3338	VALID
X7	0,707	0,3338	VALID

Sumber : Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan pada variabel X memiliki nilai *Pearson Corellation* lebih besar daripada R tabel maka dari itu semua pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3.4 Uji Validitas Data *Pre-test* Variabel Y

PERNYATAAN	NILAI PEARSON CORELLATION (R HITUNG)	R TABEL	SIMPULAN
Y1	0,780	0,3338	VALID
Y2	0,817	0,3338	VALID

Y3	0,822	0,3338	VALID
Y4	0,554	0,3338	VALID
Y5	0,575	0,3338	VALID
Y6	0,792	0,3338	VALID
Y7	0,880	0,3338	VALID
Y8	0,624	0,3338	VALID
Y9	0,720	0,3338	VALID
Y10	0,801	0,3338	VALID
Y11	0,697	0,3338	VALID
Y12	0,750	0,3338	VALID
Y13	0,645	0,3338	VALID
Y14	0,804	0,3338	VALID
Y15	0,804	0,3338	VALID
Y16	0,337	0,3338	VALID

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan pada variabel Y memiliki nilai *Pearson Corellation* lebih besar daripada R tabel maka dari itu semua pernyataan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, diperlukan juga uji reliabilitas untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang

terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018, p. 45).

Dalam mengolah data uji reliabilitas, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada nilai R tabel maka data tersebut dikatakan reliabel dan sebaliknya dikatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil daripada nilai R tabel. (Sandjojo, 2011, p. 152-153) Menurut Sugiyono (2014) menjelaskan kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2014, p. 183):

1. Antara 0,800 sampai dengan 1,000, reliabilitas dikatakan sangat tinggi
2. Antara 0,600 sampai dengan 0,800, reliabilitas dikatakan tinggi
3. Antara 0,400 sampai dengan 0,600, reliabilitas dikatakan cukup tinggi
4. Antara 0,200 sampai dengan 0,400, reliabilitas dikatakan rendah
5. Antara 0,000 sampai dengan 0,200, reliabilitas dikatakan sangat rendah

3.6.2.1 Uji Instrumen Reliabilitas Data *Pre-test*

Peneliti menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* sebagai metode dalam melakukan uji reliabilitas. Pernyataan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ r tabel maka, pernyataan tersebut dinyatakan reliabel (Sandjojo, 2011, p. 152-153). Uji reliabilitas *pre-test* dilakukan dengan mengumpulkan data dari

responden secara *online*. Peneliti mengirimkan kuesioner melalui fitur *direct message* (DM) Instagram kepada 35 *followers* akun @commuterline. Setelah data terkumpul peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk mengolah data. Peneliti melakukan uji reliabilitas per indikator atau sub-dimensi, agar data yang dihasilkan menjadi lebih detail.

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Data *Pre-test*

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel	Jumlah Indikator
1	Fitur Instagram (X)	0,939	0,3338	7
2.	Sikap melawan pelecehan seksual (Y)	0,929		16

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai lebih besar daripada R tabel (0,3338) yang artinya kuesioner reliabel atau layak.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah peneliti mengumpulkan data dari seluruh responden dan dinyatakan cukup maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data. Menganalisis data merupakan suatu cara untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dipahami. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi untuk menganalisis data.

3.7.1 Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan bagaimana arah hubungan serta seberapa besar hubungan tersebut. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi, Sugiyono (2014) menafsirkan sebagai berikut:

Tabel 3.6 Nilai Koefisien Korelasi

Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali
0,20 – 0,39	Hubungan rendah tapi pasti
0,40 – 0,70	Hubungan yang cukup berarti
0,71 – 0,90	Hubungan yang tinggi dan kuat
Lebih dari 0,90	Hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan.

Sumber: Sugiyono (2014, p.184)

Penelitian ini menggunakan SPSS 25 untuk melakukan pengukuran hubungan melalui analisa korelasi Pearson Product Moment.

3.7.2 Uji Regresi

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh dari kampanye ‘Komuter Pintar Peduli Sekitar’ terhadap sikap melawan pelecehan seksual, digunakan analisis regresi linear sederhana karena hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Persamaan yang dihasilkan oleh regresi linear adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstantan regresi

b = Koefisien regresi

Setelah menyebarkan kuesioner dan mendapatkan jumlah data sebanyak jumlah sampel yang diinginkan, maka peneliti akan menganalisis data untuk menguji regresi dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Data yang dihasilkan kemudian menjadi representasi mengenai apakah terdapat pengaruh kampanye 'Komuter Pintar Peduli Sekitar' terhadap sikap melawan pelecehan seksual di KRL Commuterline.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA