



### **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

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Bungin (2010, h. 31), dalam paradigma kuantitatif, gagasan-gagasan positivisme dianggap sebagai akar paradigma tersebut. Paradigma positivisme ini melahirkan pendekatan-pendekatan paradigma kuantitatif dalam penelitian sosial di mana objek penelitian dilihat memiliki keberaturan yang naturalistik, empiris, dan behavioristik yang berarti semua objek penelitian harus dapat direduksi menjadi fakta yang dapat diamati, serta serba bebas nilai atau objektif dengan menentang keras sikap-sikap subjektif.

Penelitian ini bersifat eksplanatif yang bermaksud menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya (Bungin, 2010, h. 38). Selain itu, penelitian eksplanatif juga menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain yang dalam penelitian ini adalah variabel pengaruh penggunaan Microsoft Teams terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan. Penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis yang diuji menggunakan statistik inferensial.

#### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Kriyantono (2009), metode survei adalah metode riset yang menggunakan angket atau

kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dengan tujuan memperoleh informasi mengenai sejumlah responden yang merupakan representasi dari suatu populasi tertentu.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Dalam suatu penelitian, populasi merupakan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran dan sumber data penelitian (Bungin, 2010, h. 99). Populasi memenuhi seperangkat kriteria tertentu sesuai dengan yang ditentukan peneliti (Dantes, 2012, h. 37). Populasi pada penelitian ini adalah karyawan PT. Bizzy Commerce Indonesia yang sudah bekerja minimal satu tahun lamanya. Menurut data yang didapat dari divisi People Operations di PT. Bizzy Commerce Indonesia, jumlah populasi adalah sebanyak 132 karyawan. Populasi tersebut bersifat homogen, yaitu keseluruhan individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat-sifat yang relatif sama satu dengan lainnya. Dalam populasi yang homogen, penarikan sampel untuk menunjuk sampel yang representatif tidak sesulit pada populasi yang bersifat heterogen. Menurut Bugin (2010, h. 100), apabila keadaan populasi homogen, maka besar kecil sampel tidaklah merupakan masalah.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling* atau sensus. Teknik ini dipilih berdasarkan pertimbangan kondisi populasi yang berjumlah tidak banyak dan homogen. Dengan ini, survei dilakukan terhadap seluruh populasi, yaitu 132 karyawan PT. Bizzy Commerce Indonesia yang sudah bekerja minimal selama satu tahun.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Dalam penelitian ini, dikumpulkan data primer dan data sekunder.

#### **3.4.1 Data Primer**

Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan metode angket atau kuesioner. Metode kuesioner terdiri dari serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk diisi oleh responden (Bungin, 2010, h. 123). Untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden, kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah dibutirkan dalam bentuk pernyataan-pernyataan dalam kuesioner sesuai dengan indikator dalam operasionalisasi variabel di penelitian ini. Kuesioner ini bersifat langsung tertutup, di mana alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam kuesioner tersebut (Bungin, 2010, h. 123).

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai pendukung sebelum dan saat penelitian dilakukan. Pengumpulan data sekunder didapatkan melalui kegiatan membaca dan memahami literatur, artikel, buku-buku dan jurnal penelitian mengenai penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi.

### **3.5 Operasionalisasi Konsep dan Variabel**

Perumusan definisi variabel menyangkut perumusan definisi konsep variabel dan perumusan operasional variabel. Perumusan definisi konsep variabel (konstruk) harus konsisten dengan simpulan teori yang mendasari penelitian variabel bersangkutan, biasanya menyangkut masalah pengertian variabel tersebut secara definitif, dimensi, dan indikator yang melingkupinya (Dantes, 2012, h. 166).

Agar variabel dapat diukur, variabel harus dijelaskan ke dalam konsep operasionalisasi variabel. Definisi operasional variabel sangat menentukan bagaimana suatu instrumen variabel dirancang dan bagaimana rancangan data tersebut dikumpulkan. Bungin (2010, h. 60) mengatakan bahwa operasionalisasi konsep, variabel, indikator variabel, skala pengukuran, dan operasionalnya diharapkan tidak menyimpang jauh dari teori dan konsep yang menjadi variabel.

Penelitian ini memiliki dua variabel. Pertama, variabel independen (X), yaitu penggunaan Microsoft Teams. Kedua, variabel dependen (Y), yaitu pemenuhan kebutuhan informasi karyawan.

#### **3.5.1 Penggunaan Microsoft Teams**

Penggunaan Microsoft Teams sebagai variabel independen (X) dioperasionalkan berdasarkan konsep dari Rosengren dan Shore (1974 dikutip dalam Rakhmat, 2012, h. 66). Operasionalisasi yang sama juga digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu dan Agung

(2015), yaitu mencakup empat dimensi penggunaan media: frekuensi, durasi, isi, dan atensi. Setiap indikator untuk masing-masing dimensi mengacu pada penelitian terdahulu tersebut. Tetapi, beberapa indikator ditambahkan dan dimodifikasi agar sesuai dengan konteks organisasi, yang dalam penelitian ini merupakan penggunaan media internal suatu perusahaan. Definisi dan indikator untuk masing-masing dimensi adalah sebagai berikut.

a. Frekuensi

Didefinisikan sebagai seberapa sering suatu media dikonsumsi. Memiliki dua indikator, yaitu frekuensi mengakses Microsoft Teams dan frekuensi membaca informasi di dalamnya.

b. Durasi

Didefinisikan sebagai jumlah waktu yang digunakan dalam mengonsumsi media. Memiliki satu indikator, yaitu membaca informasi baru di Microsoft Teams hingga selesai.

c. Isi

Didefinisikan sebagai jenis isi media yang dikonsumsi. Dimensi isi mencakup dua indikator yang menyatakan bahwa Microsoft Teams memuat informasi yang lengkap dan yang terkini/terbaru.

d. Atensi

Didefinisikan sebagai perhatian yang diberikan individu dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Dimensi atensi mencakup empat indikator, yaitu menyediakan waktu khusus

untuk membaca informasi di Microsoft Teams, memerhatikan dengan detail informasi yang dimuat, tidak melakukan aktivitas lain ketika membaca informasi, serta membaca informasi karena berkaitan dengan pekerjaan.

### **3.5.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

Pemenuhan kebutuhan informasi sebagai variabel dependen (Y) dioperasionalkan berdasarkan teori dari Katz, Gurevitch dan Haas (dikutip dalam Yusup, 2009, h. 338-339) yang menyatakan ada lima dimensi kebutuhan informasi (kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, berkhayal/pelepasan). Penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmanitasya, Romli, dan Subekti (2012), serta Anggraeni, Prijana, dan Yanto (2017) juga menggunakan acuan teori yang sama untuk mengoperasionalkan variabel pemenuhan kebutuhan informasi.

Penelitian ini hanya menggunakan tiga dari lima dimensi pemenuhan kebutuhan informasi dari Katz, Gurevitch, dan Haas, yaitu dimensi kebutuhan kognitif, kebutuhan integrasi personal, dan kebutuhan integrasi sosial. Dimensi dan indikator-indikator yang dipilih dan dirumuskan disesuaikan dengan konteks kebutuhan informasi yang mendukung aktivitas dan produktivitas kerja di dalam suatu organisasi.

Definisi dan indikator untuk masing-masing dimensi adalah sebagai berikut.

a. Kebutuhan kognitif

Merupakan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Terdiri dari enam indikator, yakni informasi di Microsoft Teams menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai kebijakan terbaru perusahaan, perkembangan perusahaan, program terbaru perusahaan, prestasi dan pencapaian perusahaan, kegiatan karyawan, serta hasil kerja karyawan.

b. Kebutuhan integrasi personal

Merupakan kebutuhan untuk memperkuat kredibilitas, kepercayaan diri, stabilitas, dan status individu. Mencakup tujuh indikator yang terdiri dari pernyataan bahwa informasi di Microsoft Teams meningkatkan pengembangan diri, membuat semakin kredibel dan semakin percaya diri dalam bekerja, serta meningkatkan *sense of belonging* terhadap perusahaan, performa bekerja dalam tim, meningkatkan karir secara keseluruhan, dan memberikan perasaan bangga terhadap diri sendiri, orang lain, dan perusahaan.

c. Kebutuhan integrasi sosial

Merupakan kebutuhan untuk memperkuat hubungan dengan sesama publik internal perusahaan dan perusahaan secara menyeluruh. Memiliki empat indikator, yaitu informasi di Microsoft Teams relevan dengan pekerjaan, diterapkan dalam pekerjaan, membantu dalam penyelesaian pekerjaan, serta memperkuat hubungan dengan karyawan lain dalam menyelesaikan pekerjaan.



Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Penggunaan Microsoft Teams (X)  Rosengren dan Shore (dikutip dalam Rakhmat, 2012, h. 66)	Frekuensi	Frekuensi mengakses MsTeams	Semantik diferensial
		Frekuensi membaca informasi di MsTeams	
	Durasi	Membaca informasi baru hingga selesai	
	Isi	Informasi lengkap	
		Informasi <i>updated</i> /terkini/terbaru	
	Atensi	Menyediakan waktu khusus untuk membaca informasi	
		Memerhatikan dengan detail informasi yang dimuat	
		Tidak melakukan aktivitas lain ketika membaca informasi	
Membaca informasi karena berkaitan dengan pekerjaan			
Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)  Katz, Gurevitch, dan Haas (dikutip dalam Yusup, 2009, h. 338-339)	Kebutuhan kognitif	Informasi menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai kebijakan terbaru perusahaan	Semantik diferensial
		Informasi menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai perkembangan perusahaan	
		Informasi menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai program terbaru perusahaan	
		Informasi menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai prestasi dan pencapaian perusahaan	
		Informasi menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai kegiatan karyawan	
		Informasi menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai hasil kerja karyawan	
	Kebutuhan integrasi personal	Informasi meningkatkan pengembangan diri dalam bekerja	
		Informasi membuat semakin kredibel dalam bekerja	
		Informasi membuat semakin percaya diri dalam bekerja	
		Informasi meningkatkan <i>sense of belonging</i> terhadap perusahaan	
		Informasi meningkatkan performa bekerja dalam tim	
		Informasi memberikan perasaan bangga terhadap diri sendiri/orang lain/perusahaan	

		Informasi meningkatkan karir saya secara keseluruhan
	Kebutuhan integrasi sosial	Informasi relevan dengan pekerjaan saya
		Informasi diterapkan dalam pekerjaan saya
		Informasi membantu saya dalam penyelesaian pekerjaan
		Informasi memperkuat hubungan dengan karyawan lain dalam menyelesaikan pekerjaan

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian ini, data akan diukur melalui uji validitas dan reliabilitas dengan tujuan memastikan bahwa alat ukur yang digunakan akurat untuk penelitian ilmiah (Rakhmat, 2012). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 30 karyawan PT. Bizzy Commerce Indonesia dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) yang berguna untuk mengolah data penelitian kuantitatif pada ilmu sosial. Setelah instrumen pengukuran dinyatakan akurat, kuesioner resmi akan disebarakan kepada seluruh populasi di dalam penelitian ini, yaitu 132 karyawan PT. Bizzy Commerce Indonesia yang sudah bekerja minimal selama satu tahun.

Setiap butir pernyataan dalam kuesioner, skala semantik diferensial digunakan untuk mengukur setiap indikator dalam masing-masing variabel. Skala semantik diferensial merupakan penyempurnaan dari skala Likert yang tidak mampu menjangkau respon yang bersifat multidimensi. Berbeda dengan skala Likert, skala semantik diferensial tidak memaksa responden untuk setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu, tetapi responden disuguhkan dengan dua deskriptor dan skala satu sampai lima sebagai pilihan. Hal ini dilakukan dengan asumsi bahwa pemahaman responden terhadap setiap

pernyataan atau pertanyaan berbeda-beda, sehingga responden bisa menjawab menurut pemahamannya sendiri (Fieldboom, n.d.).

### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran (Dantes, 2012, h. 86). Uji validitas menunjukkan bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur suatu konsep memang mengukur konsep yang dimaksud (Sekaran dan Bougie, 2016, h. 220). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan analisis faktor *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)* dan *Bartlett's Test* untuk memastikan variabel yang digunakan berada di dimensinya. Dalam keadaan yang ideal, indikator-indikator dari suatu dimensi akan mengelompok dalam suatu faktor.

Dalam KMO, nilai tinggi (mendekati 1,0) umumnya menunjukkan bahwa analisis faktor berguna untuk data yang dimiliki. Jika nilainya kurang dari 0,50, hasil analisis faktor mungkin tidak berguna untuk data yang dimiliki. Dalam *Bartlett's Test*, nilai-nilai kecil (kurang dari 0,05) dari tingkat signifikansi menunjukkan bahwa analisis faktor berguna dengan data yang dimiliki (IBM, n.d.).

Dengan demikian, indikator-indikator di dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak di faktor-analisiskan jika nilai  $KMO \geq 0,50$  dengan nilai signifikansi  $\leq 0,05$  dalam *Bartlett's Test*.

Tabel 3.2  
 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Penggunaan Microsoft Teams

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.781
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	119.131
	df	36
	Sig.	.000

Hasil uji validitas dengan faktor analisis menunjukkan nilai KMO sebesar 0.781 (lebih besar dari 0,50) dan hasil *Bartlett's Test* dengan signifikansi sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0,50). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam variabel independen yang diuji di dalam penelitian ini, yaitu variabel penggunaan Microsoft Teams, valid dan layak difaktor-analisiskan.

Tabel 3.3  
 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.762
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	377.144
	df	136
	Sig.	.000

Hasil uji validitas dengan faktor analisis menunjukkan nilai KMO sebesar 0.762 (lebih besar dari 0,50) dan hasil *Bartlett's Test* dengan signifikansi sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0,50). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam variabel dependen yang diuji di dalam penelitian ini, yaitu variabel pemenuhan kebutuhan informasi, valid dan layak difaktor-analisiskan.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti memiliki sifat yang dapat dipercaya. Menurut Forcese dan Richer (dalam Rakhmat, 2012), sebuah instrumen pengukuran dinyatakan reliabel ketika dipergunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau peneliti lain tetap memberikan hasil yang sama di waktu yang berbeda. Dengan ini, reliabel berarti stabil (tidak berubah-ubah), konsisten (ajeg), dan dependabel (dapat diandalkan) (Rakhmat, 2012).

Dalam penelitian ini, 26 pernyataan di dalam kuesioner pre-tes yang telah disebarkan kepada 30 responden akan diuji reliabilitasnya melalui perhitungan uji statistik *cronbach's alpha*. 26 pernyataan tersebut merupakan turunan dari dua variabel penelitian, yaitu variabel penggunaan Microsoft Teams (X) yang terdiri dari 9 item dan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan (Y) yang terdiri dari 17 item. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 25.

Data dinyatakan reliabel apabila nilai dari *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,70. Dasar pengambilan keputusan ini mengacu pada Sekaran dan Bougie (2016, h. 290) yang menyatakan bahwa secara umum, reliabilitas kurang dari 0,60 berarti item kurang atau tidak reliabel, yang berada di kisaran 0,70 berarti item dapat diterima, dan yang di atas 0,80 berarti item baik dan reliabel.

Tabel 3.4  
Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel Penggunaan Microsoft Teams

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	9

Hasil uji reliabilitas untuk indikator-indikator dalam variabel independen, yaitu variabel penggunaan Microsoft Teams (X) menunjukkan bahwa 9 item pernyataan dari variabel tersebut reliabel. Hal ini dinyatakan berdasarkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,836, yaitu lebih besar dari angka 0,70.

Tabel 3.5  
Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.926	17

Hasil uji reliabilitas untuk indikator-indikator dalam variabel dependen, yaitu variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menunjukkan bahwa 17 item pernyataan dari variabel tersebut reliabel. Hal ini dinyatakan berdasarkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,926, yaitu lebih besar dari angka 0,70.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data telah diperoleh, analisis data akan dilakukan. Tahapan analisis data di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Data deskriptif di dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi memperlihatkan persebaran jawaban untuk setiap indikator di dalam variabel-variabel penelitian.

### 3.7.2 Analisis Inferensial

Untuk menguji hipotesis dan menganalisis data inferensial di dalam penelitian ini, uji regresi linier sederhana digunakan. Analisis regresi adalah analisis persamaan garis yang diperoleh berdasarkan perhitungan-perhitungan statistika, umumnya disebut model, untuk mengetahui bagaimana sebuah variabel memengaruhi variabel lain (Bungin, 2010, h. 221). Persamaan umum regresi linier adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

**Keterangan:**

Y = variabel dependen  
a = angka konstan  
b = koefisien regresi  
X = variabel independen

Sebelum melakukan analisis terhadap suatu data, pengukuran terhadap normalitas harus dilakukan (Ghozali, 2018, h. 27). Normalitas mengacu pada bentuk distribusi data dalam penelitian. Dalam suatu penelitian, asumsi normalitas harus terpenuhi karena penyimpangan normalitas yang terlalu besar dalam sebuah penelitian akan mengakibatkan seluruh uji statistik menjadi tidak valid (Ghozali, 2018, h. 27).

Hipotesis penelitian yang akan diuji di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh antara penggunaan Microsoft Teams sebagai media komunikasi internal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Bizzy Commerce Indonesia.

H<sub>a</sub>: Ada pengaruh antara penggunaan Microsoft Teams sebagai media komunikasi internal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Bizzy Commerce Indonesia.

Sedangkan, hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut.

$$H_0: r = 0$$

$$H_a: r \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusan pada uji regresi linier sederhana di dalam penelitian ini yang adalah sebagai berikut.

- a. Jika nilai Sig.  $\leq 0,05$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.  
Jika nilai Sig.  $> 0,05$ , maka H<sub>a</sub> ditolak dan H<sub>0</sub> diterima.
- b. Jika nilai R<sup>2</sup>  $> 0,5$ , maka model penelitian mampu menjelaskan variasi variabel dependen.
- c. Persamaan regresi linier memberikan prediksi nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A