



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

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan ada dua yang sesuai dengan judulnya yaitu “Pengaruh Konten Media Sosial YouTube Terhadap Citra BTP”. Maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan bersifat eksplanatif. Menurut Sugiyono (2013, p.13) kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang digunakan jika penelitian tersebut terdapat populasi dan sampel yang ditentukan, dengan pengambilan sampel dilakukan secara acak dan bertujuan untuk mencari hipotesis penelitian tersebut.

Menurut Bungin (2014, p. 46) penelitian eksplanatif bertujuan untuk mencari tahu hubungan, atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Maka, dalam penelitian ini, peneliti akan mencari tahu hubungan dan pengaruh antara variabel konten media sosial YouTube (X1) terhadap citra BTP.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (survei). Menurut Kerlinger (dalam Sugiyono, 2013, p. 80) survei adalah suatu pencarian data dengan besar atau kecil populasinya dengan dipilih sampel dari populasinya berdasarkan kesamaan yang muncul berdasarkan ketidaksengajaan, distribusi, dan interelasi dari sosial dan psikologi variabel.

Sedangkan menurut Lawrance (dalam Sugiyono, 2013, p. 80) survei adalah penelitian kuantitatif, dengan cara menanyakan kepada beberapa orang atau

responden tentang suatu keyakinan, pendapat, karakteristik dari suatu objek dan perilaku yang telah terjadi pada masa lalu ataupun masa sekarang.

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang ditentukan adalah pengikut (*followers*) Instagram Basuki Tjahaja Purnama @BasukiBTP. Menurut Sugiyono (2013, p. 148) populasi adalah sebuah wilayah atau daerah yang memiliki objek ataupun subjek yang memiliki suatu gambaran yang sesuai dengan peneliti yang berfungsi untuk diteliti untuk didapatkan hasilnya.

Populasi tersebut berjumlah 3,7 juta pengikut hingga 24 Mei 2019. Peneliti memilih populasi tersebut dikarenakan peneliti tidak dapat mendapatkan data pengikut pada YouTube, tetapi video YouTube BTP juga diunggah pada akun Instagram BTP tersebut.

Menurut Sugiyono (2013, p. 149) sampel adalah suatu kelompok dari bagian populasi yang memiliki kesamaan karakteristik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling yang artinya dalam pemilihan sampel tersebut dibatasi oleh suatu unsur dan setiap anggota dari populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel tersebut.

Roscoe dalam (Taniredja, 2011, p. 38) memberikan saran dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian seperti:

1. Jumlah sampel penelitian yang layak berjumlah antara 30 hingga 500 responden.
2. Jika sampel dibagi per kategori, minimal jumlah sampel per kategori adalah 30 responden.

3. Penelitian dengan korelasi atau regresi ganda, jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Seperti dalam penelitian ini memiliki tiga variabel yang diteliti (dua variabel bebas dan satu variabel terikat) maka jumlah sampel minimal 30 responden.

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin diatas didapatkan jumlah sampel minimal sebesar 100 orang dari jumlah pengikut Instagram @BasukiBTP. Batas nilai toleransi kesalahan diatas dinilai dengan presentase, peneliti menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 10% dengan nilai akurasi sebesar 90%.

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel penyebab terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu konten media sosial YouTube. Dimana konten media sosial YouTube sebagai X.

3.4.2 Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang memiliki efek atau hasil dari variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat yaitu citra yang sebagai Y.

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

3.4.3 Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel Bebas

Variabel X.1 Konten YouTube		
Dimensi (YouTube.com, 2019)	Indikator	Pernyataan
Judul	Menarik Relevan Mudah dimengerti	Judul konten YouTube BTP menarik. Judul konten YouTube BTP relevan. Judul konten YouTube BTP mudah dimengerti.
<i>Description</i>	Menarik Relevan Mudah dimengerti Informasi lengkap	<i>Description</i> konten YouTube BTP menarik. <i>Description</i> konten YouTube BTP relevan. <i>Description</i> konten YouTube BTP mudah dimengerti. <i>Description</i> konten YouTube BTP memiliki informasi lengkap.
Video	Kualitas gambar <i>Angle</i>	Video konten YouTube BTP memiliki kualitas gambar yang baik. Video konten YouTube BTP memiliki pengambilan <i>angle</i> yang baik.
Suara	<i>Noise</i> Enak didengar	Suara konten YouTube BTP tidak memiliki <i>noise</i> (gangguan).

		Suara konten YouTube BTP enak didengar.
Dimensi (Hunter dalam Perdana, 2017, p. 4)	Indikator	Pernyataan
<i>Appearance</i>	Rapi Menarik Sesuai	BTP berpenampilan rapi di konten YouTube BTP. BTP berpenampilan menarik di konten YouTube BTP. BTP berpenampilan sesuai di konten YouTube BTP.
<i>Manner</i>	Sopan Tegas Beribawa Menarik	BTP memiliki tutur kata yang sopan di konten YouTube BTP. BTP memiliki tutur kata yang tegas di konten YouTube BTP. BTP memiliki tutur kata yang beribawa di konten YouTube BTP. BTP memiliki tutur kata yang menarik di konten YouTube BTP.
<i>Setting</i>	Menarik Bersih Rapi Relevan <i>Lighting</i>	Konten YouTube BTP memiliki latar yang menarik. Konten YouTube BTP memiliki latar yang bersih. Konten YouTube BTP memiliki latar yang rapi. Konten YouTube BTP memiliki latar yang relevan. Konten YouTube BTP memiliki pencahayaan yang baik.

Pakaian	Rapi Sesuai	BTP berpakaian rapi di Konten YouTube BTP. BTP berpakaian sesuai dengan isi konten YouTube BTP.
Sikap/ Perilaku	Sopan Baik	BTP berperilaku sopan di Konten YouTube BTP. BTP berperilaku baik di Konten YouTube BTP.
Bahasa Tubuh	Baik Sesuai	BTP memiliki bahasa tubuh yang baik di Konten YouTube BTP. BTP memiliki bahasa tubuh yang sesuai dengan isi konten YouTube BTP.
Mimik Wajah	Baik Sesuai	BTP memiliki mimik wajah yang baik di Konten YouTube BTP. BTP memiliki mimik wajah yang sesuai dengan isi konten YouTube BTP.
Isi Pesan	Menarik Relevan Mudah dimengerti Informasi lengkap Kredibel	Isi pesan Konten YouTube BTP menarik. Isi pesan Konten YouTube BTP relevan. Isi pesan Konten YouTube BTP mudah dimengerti. Isi pesan Konten YouTube BTP lengkap. Isi pesan Konten YouTube BTP kredibel.
Gaya Bahasa	Sopan Baik	Gaya bahasa konten YouTube BTP sopan.

		Gaya bahasa Konten YouTube BTP baik.
--	--	--------------------------------------

Sumber: data olahan pribadi

Tabel 3.2 Operasional Variabel Terikat

Variabel Y		
Citra		
Dimensi (Tjiptono dalam Mufariq, 2018, p.36)	Indikator	Pernyataan
<i>Brand Identity</i>	Mudah diingat Pelayanan Gubernur DKI Jakarta Gubernur Belitung	BTP mudah diingat, BTP melayani masyarakat dengan baik. BTP mantan Gubernur DKI Jakarta yang baik. BTP mantan Gubernur Belitung yang baik.
<i>Brand Personality</i>	Jujur Tegas Beribawa Ceplos-ceplos Berani Anti korupsi	BTP jujur BTP tegas. BTP beribawa. BTP ceplos-ceplos. BTP berani. BTP anti korupsi.
<i>Brand Association</i>	Wiraswasta Politisi Kepala keluarga Ayah Suami	BTP wiraswasta yang baik. BTP kepala keluarga yang baik. BTP ayah yang baik. BTP Suami yang baik

		BTP politisi yang baik.
--	--	-------------------------

Sumber: data olahan pribadi

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data sangat berpengaruh dalam keabsahan penelitian ini. Pengumpulan data berguna untuk mendapatkan informasi yang valid untuk diolah, dianalisis, dan menjadi hasil untuk tujuan penelitian ini.

a. Data Primer

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik kuesioner untuk mengumpulkan data primer. Menurut Creswell (dalam Sugiyono, 2013, p. 230) kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden dari populasi tersebut untuk diisi dan dikembalikan kembali kepada peneliti untuk dianalisa.

Menurut Sekaran (dalam Sugiyono, 2013, p. 231) terdapat beberapa prinsip penulisan kuesioner yang harus diperhatikan diantaranya isi dan tujuan pertanyaan harus berbentuk pengukuran, bahasa yang digunakan dalam penulisan kuesioner harus disesuaikan dengan kemampuan bahasa responden, pertanyaan dalam kuesioner tidak mendua, tidak menanyakan hal yang tidak diingat responden, pertanyaan dalam kuesioner tidak menggiring ke jawaban yang baik saja atau yang tidak baik saja, pertanyaan dalam kuesioner tidak terlalu panjang, urutan pertanyaan kuesioner dimulai dari hal umum menuju yang spesifik dan penampilan bentuk fisik kuesioner mempengaruhi responden terhadap keseriusan dalam mengisi kuesioner.

Dalam Penelitian ini, kuesioner diberikan kepada pengikut (*followers*) Instagram Basuki Tjahaja Purnama @BasukiBTP sebanyak 100 orang untuk mengetahui pandangan responden tentang pengaruh konten media sosial YouTube terhadap Citra BTP.

Pengukuran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2013, p. 168) skala Likert digunakan ketika peneliti akan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap seseorang kelompok tentang keadaan sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat poin skala Likert karena peneliti menghilangkan poin “netral” yang berada di tengah-tengah. Alasan peneliti menghilangkan poin netral bertujuan agar responden dari populasi tersebut dapat memberikan sikap kesetujuan dan ketidaksetujuan secara benar. Menurut Neuman (2016, p. 256) mengatakan poin “netral” mengisyaratkan arti ganjil, karena memiliki arti keraguan dan tidak ada jawaban atas pertanyaan yang diberikan.

Empat poin skala Likert yang digunakan adalah:

- Poin 1: Sangat Tidak Setuju (STS)
- Poin 2: Tidak Setuju (TS)
- Poin 3: Setuju (S)
- Poin 4: Sangat Setuju (ST)

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi pustaka seperti jurnal ilmiah, buku-buku, penelitian terdahulu, ataupun artikel yang

terdapat dalam perpustakaan. Peneliti juga melakukan pencarian informasi yang kredibel secara *online* untuk mengumpulkan data sekunder.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Dalam mencari kebenaran dengan keadaan sebenarnya dalam suatu hasil penelitian, peneliti melakukan uji validitas. Menurut Sarwono (2012, p. 84) dalam menentukan skala pengukuran, data dikatakan valid jika hasil inferensi mendekati kebenaran. Uji validitas ini dilakukan juga untuk mencari setiap dimensi yang digunakan valid. Dalam uji validitas peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25 *for windows*. Uji validitas ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 40 responden sesuai dengan populasi yang ditentukan. Setelah mendapatkan 40 responden, data tersebut diolah kedalam SPSS dengan nilai toleransi kesalahan sebanyak 10% dengan acuan tabel nilai kritis Pearson. Dengan ini kuesioner dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar (0,263).

3.6.1.1 Uji Validitas *Pre-test*

Setelah menyebarkan kuesioner melalui *direct message* Instagram sebanyak 40 responden. Peneliti menguji validitas yang menggunakan aplikasi SPSS 25 *for windows*. Dengan n (jumlah responden) = 40 dan $r_{tabel} = 0,263$ dengan nilai toleransi 10%, dengan demikian r_{hitung} harus lebih besar dari 0,263.

a. Variabel X (Konten Media Sosial YouTube)

Dalam variabel ini terdapat 38 indikator yang diukur validitasnya dengan persyaratan nilai r hitung harus lebih besar daripada r tabel. Dapat dilihat dari tabel 3.1 dibawah ini dari 38 indikator pernyataan semua dinyatakan valid dikarenakan seluruh indikator memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel. Oleh sebab itu pertanyaan kuesioner dari variabel X (Konten Media Sosial YouTube) tetap berjumlah 38 pertanyaan.

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X

No.	Dimensi	Indikator	r Hitung	r Tabel	Uji Validitas
Variabel X.1 Konten Media Sosial YouTube					
1.	Judul	Menarik	0.670	0.263	Valid
2.	Judul	Relevan	0.446	0.263	Valid
3.	Judul	Mudah Dimengerti	0.540	0.263	Valid
4.	Description	Menarik	0.582	0.263	Valid
5.	Description	Relevan	0.692	0.263	Valid
6.	Description	Mudah Dimengerti	0.424	0.263	Valid
7.	Description	Lengkap	0.587	0.263	Valid
8.	Video	Kualitas Gambar	0.679	0.263	Valid
9.	Video	Angle	0.594	0.263	Valid
10.	Suara	Noise	0.537	0.263	Valid
11.	Suara	Enak Didengar	0.476	0.263	Valid
12.	Appearance	Rapi	0.500	0.263	Valid
13.	Appearance	Menarik	0.426	0.263	Valid
14.	Appearance	Sesuai	0.565	0.263	Valid
15.	Manner	Sopan	0.437	0.263	Valid
16.	Manner	Tegas	0.650	0.263	Valid

17.	Manner	Beribawa	0.709	0.263	Valid
18.	Manner	Menarik	0.681	0.263	Valid
19.	Setting	Menarik	0.707	0.263	Valid
20.	Setting	Bersih	0.797	0.263	Valid
21.	Setting	Rapi	0.644	0.263	Valid
22.	Setting	Relevan	0.752	0.263	Valid
23.	Setting	Lighting	0.367	0.263	Valid
24.	Pakaian	Rapi	0.814	0.263	Valid
25.	Pakaian	Sesuai	0.772	0.263	Valid
26.	Perilaku	Sopan	0.774	0.263	Valid
27.	Perilaku	Baik	0.766	0.263	Valid
28.	Bahasa	Baik	0.685	0.263	Valid
29.	Mimik	Baik	0.693	0.263	Valid
30.	Mimik	Sesuai	0.738	0.263	Valid
31.	Bahasa	Sesuai	0.788	0.263	Valid
32.	Isi Pesan	Menarik	0.781	0.263	Valid
33.	Isi Pesan	Relevan	0.850	0.263	Valid
34.	Isi Pesan	Mudah Dimengerti	0.772	0.263	Valid
35.	Isi Pesan	Informasi Lengkap	0.763	0.263	Valid
36.	Isi Pesan	Kredibel	0.836	0.263	Valid
37.	Gaya Bahasa	Sopan	0.717	0.263	Valid
38.	Gaya Bahasa	Baik	0.841	0.263	Valid

Sumber: olahan peneliti dari SPSS for windows 25

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y

No.	Dimensi	Indikator	r Hitung	r Tabel	Uji Validitas
Variabel Y Citra					
1.	Brand Identiy	Mudah Diingat	0.421	0.263	Valid
2.	Brand Identity	Pelayanan	0.405	0.263	Valid
3.	Brand Identity	Gubernur DKI Jakarta	0.425	0.263	Valid
4	Brand Identity	Gubernur Belitung	0.382	0.263	Valid

5.	Brand Personality	Jujur	0.327	0.263	Valid
6.	Brand Personality	Tegas	0.425	0.263	Valid
7.	Brand Personality	Beribawa	0.504	0.263	Valid
8.	Brand Personality	Ceplas-Ceplos	0.227	0.263	Tidak Valid
9.	Brand Personality	Berani	0.490	0.263	Valid
10.	Brand Personality	Anti Korupsi	0.429	0.263	Valid
11.	Brand Association	Wiraswasta	0.570	0.263	Valid
12.	Brand Association	Politisi	0.655	0.263	Valid
13.	Brand Association	Kepala Keluarga	0.420	0.263	Valid
14.	Brand Association	Ayah	0.443	0.263	Valid
15.	Brand Association	Suami	0.452	0.263	Valid

Sumber: olahan peneliti dari SPSS *for windows 25*

b. Variabel Y (Citra)

Dalam variabel Y terdapat 15 indikator yang diukur validitasnya dengan persyaratan nilai r hitung harus lebih besar daripada r tabel. Dalam variabel ini terdapat 1 indikator yang dinyatakan tidak valid yaitu *brand personality* BTP yang ceplas-ceplos dengan jumlah r hitung 0,227 lebih kecil daripada r tabel yaitu 0,263 yang dapat dilihat dari tabel 3.2 dibawah ini. Oleh karena itu dari 15 indikator pernyataan harus dihilangkan indikator *brand personality* ceplas-ceplos dengan tersisa 14 pernyataan dari variabel Y (citra).

3.6.2 Uji Reabilitas *Pre-Test*

Dalam uji reabilitas penelitian ini, peneliti juga menggunakan aplikasi SPSS *25 for windows*. Menurut Sarwono (2012, p. 85) reabilitas

berguna untuk menunjukkan bahwa data memiliki konsistensi dan stabilitas nilai pada hasil pengukuran. Pada uji reabilitas penelitian ini mengacu kepada nilai *Alpha Cronbach's*. Kumpulan pernyataan dinyatakan sangat realibel dengan syarat nilainya mendekati angka 1.

Tabel 3.5 Tabel Nilai Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Realibilitas
0,00-0,20	Kurang Realiabel
0.20-0,40	Agak Realiabel
0,40-0,60	Cukup Realiabel
0,60-0,80	Realiabel
0,80-1.00	Sangat Realiabel

Sumber: Triton, 2006, p.248

Menurut Sarwono (2012,p. 86) nilai yang dihasilkan pada SPSS untuk melihat reabilitas harus positif dan tidak boleh negatif. Penelitian ini menggunakan acuan *Cronbach's Alpha* dalam pengujian reabilitas. Pengujian ini dinilai dengan melihat nilai *alpha* hitung harus lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,60 sehingga dinyatakan realibel.

Tabel 3.6 Uji Reabilitas Variabel X1 Konten YouTube

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	11

Sumber: hasil olahan peneliti dari SPSS 25 for windows

Berdasarkan tabel 3.6 *reliability statistics* untuk variabel X (konten media sosial YouTube) dapat dilihat nilai untuk *Cronbach's Alpha* sebesar 0.875, yang berarti data variabel X sangat reliabel.

Tabel 3.8 Uji Reabilitas Variabel Y Citra

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.968	27

Sumber: hasil olahan peneliti dari SPSS 25 for windows

Berdasarkan tabel 3.8 *reliability statistics* untuk variabel Y (Citra) dapat dilihat nilai untuk *Cronbach's Alpha* sebesar 0.968, yang berarti data variabel Y sangat reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah mendapatkan data primer dan sekunder dan melakukan uji validitas dan realibilitas, peneliti ini akan melanjutkan penelitian ini pada analisis data agar keabsahan penelitian lebih kuat. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis multivariat. Peneliti ingin mengetahui adanya hubungan antara variabel X dan Y. Dalam penelitian ini variabel *independent* (bebas) yaitu konten media sosial YouTube sebagai X, sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu citra. Tahapan analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

3.7.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas merupakan salah satu tahap yang diuji terlebih dahulu. Menurut Ghazali (2018, p. 154) dalam

melakukan analisis penelitian variabel, uji normalitas tidak selalu dibutuhkan tetapi hasil uji statistik akan jauh lebih baik jika semua variabel yang telah didistribusi memiliki hasil terdistribusi secara normal. Menurut Sarwono (2012, p. 96) data harus berbentuk seperti bel pada kurva baru dinyatakan normal, kurva bel sendiri memiliki ciri kurva harus berada di tengah dan menurun disisi kiri dan kanannya, selanjutnya kurva yang berbentuk bel tersebut harus simetris.

Langkah awal dalam menentukan normalitas harus dilihat pada uji hipotetesis dengan dilihat jika $\text{Sig.} < 0.05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, sedangkan jika $\text{Sig.} > 0.05$ H_0 diterima, H_1 ditolak.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis grafik pada SPSS 25 *for windows* untuk menguji normalitas, yaitu dengan melihat grafik *P-Plot*, grafik histogram dan Kolmogorov-Smirnov.

3.7.2 Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sarwono (2012, p. 120) uji korelasi merupakan suatu acuan teknik dalam pengukuran hubungan suatu variabel. Uji korelasi ini berguna untuk kekuatan dan arah hubungan antar variabel penelitian. Ketentuan hubungan ini ditentukan dengan melihat nilai yang dihasilkan, yaitu jika hubungan variabel mendekati nilai 1, dapat disimpulkan hubungan tersebut semakin kuat, sedangkan jika hubungan variabel mendekati nilai 0, dapat disimpulkan hubungan tersebut semakin lemah.

Dalam penelitian ini uji koefisien korelasi dilakukan untuk mendapatkan hubungan antara variabel. Uji koefisien korelasi ini untuk

mengetahui hubungan antara variabel bebas “konten media sosial YouTube” dengan variabel terikat “citra” BTP.

3.7.3 Uji Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini selanjutnya peneliti melakukan uji regresi sederhana. Menurut Ghozali (2018, p. 94) uji regresi sederhana tidak hanya dilakukan untuk menguji keadaan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), tetapi uji regresi juga dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Menurut Sarwono (2012, p. 206) dalam melakukan uji regresi, kita sebelumnya akan menguji kelayakan model regresi tersebut, dengan melihat tabel ANOVA yang dihasilkan pada SPSS dengan syarat nilai dari Sig. pada model regresi tersebut harus lebih kecil dari 0.05.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji regresi sederhana dikarenakan penelitian ini memiliki satu variabel bebas (X) yaitu konten media sosial YouTube dan satu variabel terikat (Y) yaitu citra. Uji regresi sederhana pada penelitian ini untuk melihat pengaruh dari “konten media sosial YouTube terhadap citra BTP”, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a_0 + b_1X_1$$

Keterangan:

Y : variabel terikat (citra)

a_0 : variabel bebas (konten media sosial YouTube)

b_1X_1 : konstanta regresi

Tahapan diatas dihitung dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 *for windows*. Sebelum dianalisis, peneliti sudah terlebih dahulu menyebarkan kuesioner kepada kurang lebih 100 responden. Setelah dihitung dan data tersebut keluar dari SPSS 25 *for windows*, data tersebut berguna untuk mengetahui pengaruh konten media sosial YouTube terhadap citra BTP dan dapat mengetahui variabel bebas X (konten media sosial YouTube) berpengaruh terhadap variabel terikat Y (citra BTP).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA