



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

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanatif. Jenis penelitian eksplanatif adalah jenis penelitian yang menjelaskan hubungan atau sebab akibat antar dua variabel atau lebih (Kriyantono, 2010, h.36). Dibutuhkan definisi sebuah konsep dan perlu untuk melakukan kegiatan berteori dengan tujuan menghasilkan dugaan sementara antar variabel. Variabel adalah konsep yang dapat diukur. Penelitian eksplanatif mencari penjelasan fenomena yang diamati, masalah atau perilaku. Penelitian eksplanatif juga merupakan tipe penelitian yang memberikan sebuah penjelasan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan kondisi subyek ataupun obyek penelitian dengan menjelaskan kedudukan serta hubungan antara variabel-variabel berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Sifat penelitian eksplanatif digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh terpaan iklan kampanye politik Jokowi-Amin terhadap tingkat partisipasi politik pemilih pemula dalam Pemilu 2019

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pertimbangan bahwa penelitian kuantitatif lebih tepat digunakan dalam penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan hasil berbasis angka-angka dalam menjelaskan suatu fenomena. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang analisisnya lebih fokus

pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika. Pada umumnya penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian sampel besar, karena pada pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial yaitu dalam rangka pengujian hipotesis dan menyandarkan kesimpulan pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan menggunakan pendekatan ini, maka akan diperoleh signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015, h.14), merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Kriyantono (2010, h.55), pendekatan kuantitatif adalah sebuah riset yang menggambarkan ataupun menjelaskan suatu masalah yang nanti hasilnya dapat digeneralisasikan. Pendekatan kuantitatif tidak mementingkan kedalaman data dan analisis. Pendekatan kuantitatif lebih kepada mengutamakan aspek atau keluasan data, sehingga data yang didapatkan dari hasil riset dapat dianggap representasi dari seluruh populasi.

Menurut Kriyantono (2010, h.56), berikut ciri-ciri pendekatan kuantitatif.

- a. Hubungan riset dan subjek yang jauh. Periset harus menganggap bahwa realitas terpisah dan lingkungan untuk meneliti berada di luarnya. Untuk

mendapatkan hasil yang maksimal harus ada jarak supaya objektif. Alat pengukuran juga harus tetap dijaga objektivitasnya.

- b. Tujuan dari riset adalah menguji teori atau hipotesis yang sudah ada dan mendukung atau menolak teori. Data hanya merupakan sarana untuk mengkonfirmasi teori.
- c. Operasionalisasi variabel atau konsep dan alat ukur harus reliabel dan valid.
- d. Prosedur riset rasional-empiris, yang artinya sebuah riset dimulai dari konsep atau teori yang melandasinya.

Dalam melihat sebuah penelitian, dibutuhkan sebuah pandangan atau paradigma penelitian untuk membantu periset dalam memecahkan suatu permasalahan. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma positivistik. Dengan pandangan atau paradigma ini, peneliti melakukan pengumpulan fakta dan gejala secara terencana dan sistematis, serta juga mengikuti asas angka yang terukur, dapat dilihat atau observasi, dan dapat diverifikasi. Dalam proses pengumpulan data, peneliti harus bersifat secara objektif. Setelah data didapatkan, penelitian ini nantinya akan dianalisis dengan statistika (Kriyantono, 2010, h.50).

3.2. Metode Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, metode yang digunakan adalah metode survei. Metode ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada pemilih pemula *followers* Instagram Jokowi-Amin. Penyebaran kuesioner

dilakukan secara langsung ke lapangan dan juga penyebaran kuisisioner secara online, nantinya akan dianalisa menggunakan SPSS. Dalam penelitian ini *survey* yang dilakukan adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara iklan kampanye politik dengan tingkat partisipasi pemilih pemula.

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011, h.6), bahwa metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. Sedangkan menurut Kriyantono (2010, h.59), survei adalah sebuah metode riset yang menggunakan kuisisioner sebagai instrumen untuk pengumpulan datanya. Tujuannya adalah untuk memperoleh sebuah informasi tentang sejumlah responden terpilih yang dianggap dapat mewakili populasi secara spesifik.

Pada dasarnya, metode survei dibagi menjadi 2 jenis yaitu deskriptif dan eksplanatif. Pembagian ini didasarkan pada cara atau tataran periset dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan dan banyaknya jumlah variabel yang diteliti. Metode survei yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah survei eksplanatif (Kriyantono, 2010, h.59).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *survey* yang difokuskan pada pengaruh iklan kampanye politik Jokowi-Amin dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula. Penelitian ini mempelajari bagaimana sebuah iklan kampanye politik dapat mengajak pemilih pemula untuk ikut aktif dan berpartisipasi dalam pesta demokrasi.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dan sampel sebagai keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2010, h.55). Sedangkan menurut Eriyanto (2011, h.109), populasi adalah semua anggota objek yang akan diteliti dan diselidiki isinya. Pada penelitian ini populasinya adalah pemilih pemula *followers* Instagram @jokowi.amin yang berjumlah 464.000.

Gambar 3.1. *Followers* Instagram Jokowi-Amin



Sumber: Hasil *screenshoot profile* Instagram Jokowi-Amin

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan juga karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang telah ditetapkan. Apa yang dipelajari dari sampel, kemudian kesimpulannya akan dapat diberlakukan kepada populasi. Oleh sebab itu, sampel yang nantinya akan diambil dari populasi harus dapat mewakili atau menjadi representasi dari populasi. Sampel terbagi menjadi dua, yaitu sampel acak (*probability sampling/random sampling*) dan sampel yang tidak acak (*non probability sampling/non*

random sampling). Pada sampel acak dikenal istilah *area sampling*, *systematic sampling*, *simple random sampling*, *cluster sampling*, dan *stratified random sampling* dan pada sampel tidak acak dikenal dengan istilah *purposive sampling*, *snowball sampling*, *quota sampling*, *accidental sampling*, dan *saturated sampling* (Sugiyono, 2011, h.81).

Sampel probabilitas berangkat dari suatu ide bahwa seluruh unit populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, sementara itu dalam sampel nonprobabilitas, tidak semua populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dapat menjadi sampel penelitian, hal ini dikarenakan sifat populasi heterogen sehingga harus ada perlakuan khusus (Bungin, 2013, h.112). Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016, h.85). Adapun alasan memilih *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, oleh karena itu peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang nanti digunakan dalam penelitian ini.

Adapun kriteria responden yang akan dijadikan sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Berusia 17 tahun sebelum April 2018 – 18 tahun.
- b. *Followers* akun Instagram Jokowi-Amin

- c. Pernah melihat iklan kampanye Jokowi-Amin versi “Goyang Jempol, Jokowi Gaspol”
- d. Pemilih pemula atau terdaftar dalam daftar pemilih tetap pemilhan umum 2019

Dari populasi 464.000 *followers* Instagram @Jokowi.Amin, responden yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 100 orang. Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Ruslan, 2013, h.150), sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\
 &= \frac{464.000}{1 + 464.000 \cdot (0,1)^2} \\
 &= \frac{464.000}{1 + 4.640} \\
 &= \frac{464.000}{4.641} \\
 &= 99.7 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Persentase Kelonggaran Ketidakteelitian 0,1 atau 10%

Hasil dari perhitungan di atas, diketahui jumlah sampel yang ditemukan dalam penelitian ini adalah 99.7 sampel dan dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2011, h.4), variabel penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas X (*independent*) dan variabel terikat Y (*dependent*). Variabel bebas yang biasa disebut sebagai stimulus atau prediktor, adalah variabel yang memberikan akibat atau pengaruh kepada variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel *output* atau kriteria yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang dimiliki adalah iklan kampanye politik, sedangkan variabel terikatnya adalah tingkat partisipasi politik pemilih pemula.

3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Terpaan Iklan Kampanye Jokowi-Amin (X)	Pesan Iklan	a. Pesan iklan mudah diingat b. Pesan iklan Jelas c. Pesan iklan mudah dipahami
	Tata Gambar	a. Penataan gambar menarik perhatian b. Urutan adegan runtut c. Urutan adegan jelas
	Tampilan	a. Gambar iklan menarik b. Pemeran/bintang iklan mudah dikenali c. Pemeran/bintang iklan sesuai dengan pesan iklan
	Slogan	a. Slogan “Jokowi Gaspol” menarik perhatian b. Slogan “Jokowi Gaspol” mudah untuk dikenali c. Slogan “Jokowi Gaspol” sesuai dengan target khalayak (pemilih pemula)

	Warna	<ul style="list-style-type: none"> a. Warna atau <i>grading</i> menarik untuk dilihat b. Warna atau <i>grading</i> mudah diingat
	Musik	<ul style="list-style-type: none"> a. Musik atau <i>jingle</i> menarik perhatian b. Musik atau <i>jingle</i> mudah diingat c. Musik atau <i>jingle</i> sesuai dengan adegan yang ditampilkan
Sikap Politik Pemilih Pemula	Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> a. Khalayak mengetahui isi pesan dalam iklan b. Khalayak mengetahui pemeran dalam iklan c. Khalayak mengetahui slogan “Jokowi Gaspol” d. Khalayak mengetahui musik atau <i>jingle</i> dalam iklan
	Afektif	<ul style="list-style-type: none"> a. Khalayak menyukai pesan iklan b. Khalayak menyukai pemeran dalam iklan c. Khalayak menyukai slogan “Jokowi Gaspol” d. Khalayak menyukai music atau <i>jingle</i> iklan
	Konatif	<ul style="list-style-type: none"> a. Pesan iklan membuat khalayak memilih Jokowi-Amin b. Pemeran/bintang iklan membuat khalayak memilih Jokowi-Amin c. Slogan “Jokowi Gaspol” membuat khalayak memilih Jokowi-Amin d. Musik atau <i>jingle</i> dalam iklan membuat khalayak memilih Jokowi-Amin

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuisisioner atau penyebaran angket. Menurut Kriyantono (2010, h.65), kuisisioner atau penyebaran angket adalah penyebaran daftar pertanyaan yang sudah

dibuat untuk diisi oleh responden terpilih. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup. Pertanyaan sudah dalam bentuk pilihan ganda, sehingga responden tidak mempunyai kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

Dalam memperoleh data, penulis menggunakan data primer dan data sekunder.

3.5.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Menurut Maholtra (2009, h.120) data primer dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara lengkap dari responden melalui daftar pertanyaan yang diajukan penulis melalui kuisisioner.

Pengukuran kuisisioner ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert, dalam bentuk kuisisioner guna memperoleh preferensi atau derajat persetujuan responden dengan suatu atau sejumlah pernyataan. Dalam uraian Dane Bertram, skala Likert adalah teknik skala nonkomparatif dan undimensional atau hanya mengukur satu karakter. Responden diminta mengindikasikan level persetujuan mereka dengan pernyataan yang diajukan dalam bentuk skala ordinal. Skor jawaban diberikan menggunakan empat poin skala Likert sebagai berikut.

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

Tabel 3.2. Nilai Skala *Likert*

No	Skala	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat Setuju	4

Dengan menggunakan skala likert sebagai alat ukur, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi variabel dimensi, dari variabel dimensi dijabarkan lagi menjadi indikator, lalu dari indikator menjadi sub-indikator yang dapat diukur. Sub-indikator dijadikan sebagai tolak ukur dalam membuat sebuah pernyataan atau pertanyaan yang nantinya perlu dijawab oleh responden (Siregar, 2013, h.25).

3.5.2. Data Sekunder

Menurut Maholtra (2009 , h.121), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud menyelesaikan suatu masalah penelitian yang sedang dihadapi, data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal. Data sekunder dapat diperoleh dan ditemukan dari buku-buku, jurnal, dan sumber bacaan lain yang memiliki relevansi dengan objek yang diteliti. Data sekunder yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan studi kepustakaan, literatur pada berbadai perpustakaan di dalam dan di luar kampus maupun toko buku dan website.

3.6. Teknik Pengukuran Data

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan pengujian menggunakan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2013, h.52). Sedangkan menurut Pramesti (2014, h.39), Uji validitas digunakan untuk mengukur kesesuaian dengan alat ukur yang yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengukur validitas kuisisioner penelitian, sehingga melalui kuisisioner yang nantinya diisi oleh responden tersebut dapat mengungkapkan jawaban responden melalui angka skala *Likert*. Menurut Ghozali (2013, h.53), uji validitas dapat dilihat dari beberapa kriteria yang ada sebagai berikut.

- a. Apabila $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$ indikator valid
- b. Apabila $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$ indikator tidak valid
- c. Apabila signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan valid
- d. Apabila signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan tidak valid

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antar masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk menggunakan program SPSS Statistics versi 23.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas dari alat Reliabilitas. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2013, h.47). Kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma s^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Reliabilitas

n = Jumlah varian pertanyaan

$\sum \sigma s^2$ = Varian skor

σt^2 = Varian total

Jika nilai reliabilitas lebih kecil dari 0,60 maka dianggap tidak reliabel, sedangkan jika nilai reliabilitas lebih besar dari 0,60 maka dianggap reliabel (Siregal, 2013, h.57).

Dalam penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara mengukur korelasi antar pertanyaan dan jawaban. SPSS 23 memberikan fasilitas yang dapat mengukur reliabilitas dengan suatu uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Tabel 3.3 Reliabilitas Konten Iklan Kampanye Digital

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	19

Tampilan pada hasil dari SPSS 23 yang terdapat pada tabel di atas, menunjukkan bahwa konstruk iklan kampanye memberikan nilai *Cronbach Alpha* 90.3%, yang menurut Siregal masuk ke dalam kriteria nilai yang reliabel.

Tabel 3.4. Reliabilitas Sikap Politik Pemilih Pemula

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	12

Tampilan pada hasil dari SPSS 23 yang terdapat pada tabel di atas, menunjukkan bahwa konstruk tingkat partisipasi politik memberikan nilai *Cronbach Alpha* 84.9%, yang menurut Siregal masuk ke dalam kriteria nilai yang reliabel.

3.7. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengujian validitas dan reliabilitas, peneliti meneruskannya untuk mencari pengaruh dari variabel X (Iklan Kampanye Politik Jokowi-Amin) dan variabel Y (Tingkat Partisipasi Politik Pemilih Pemula). Analisis data dalam penelitian ini adalah uji regresi. Uji regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh dari variabel bebas dan variabel terikat. Uji regresi yang digunakan adalah regresi sederhana, ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Analisis regresi linear sederhana mempunyai rumus sebagai berikut.

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

- Y = Nilai yang diprediksikan
- a = Konstanta atau bilangan harga X
- b = Koefisien regresi
- X = Nilai variabel independen

Dalam penelitian ini, uji regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan program statistik yaitu *SPSS for windows 23* dengan pertimbangan dapat menghemat waktu seefisien mungkin. Namun sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana, diperlukan uji normalitas dan uji linearitas.

3.7.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk sebuah syarat sebelum data diolah menggunakan model penelitian yang digunakan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah data populasi berdistribusi normal atau tidak. Data dapat dinyatakan normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sebaliknya data dinyatakan tidak normal bila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Siregar, 2013, h.249).

3.7.2. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk menguji hubungan antar kedua variabel yang ada linear atau tidak, artinya data tersebut mengikuti garis linear korelasi atau tidak dan apakah korelasi/hubungan itu negatif atau positif. Jika hasil $p < 0,05$ maka dinyatakan data linear sedangkan jika $p > 0,05$ maka data tidak linear (Siregar, 2013, h.249).

3.7.3. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis ini bertujuan untuk mencari tahu apakah diantara variabel independen dan dependen terdapat hubungan yang signifikan atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat korelasi yang signifikan dan jikalau nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat kolreasi yang signifikan. Uji koefisien korelasi dilakukan dengan analisis *Pearson Correlation*. Hasil yang diperoleh nanti akan diinterpretasi menggunakan tabel berikut.

Tabel 3.5. Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: (Siregar, 2013, h. 251)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA