



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, biasanya digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018, h. 15).

Penelitian ini bersifat deskriptif dimana penelitian ini digunakan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi dan situasi, maupun variabel objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi (Bungin, 2010, h. 36). Dalam penelitian kuantitatif deskriptif tidak diperlukan hipotesis, karena penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, tetapi sekedar mendeskripsikan data (Bungin, 2010, h. 84).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018, h. 1). Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2018, h. 36) metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari kejadian

masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, karakteristik, pendapat, perilaku, hubungan variabel, dan digunakan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu.

Survei pada penelitian kuantitatif dimulai dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner dibuat dengan pertanyaan terstruktur berdasarkan dimensi dan indikator dari variabel penelitian. Data didapatkan setelah menyebarkan kuesioner kepada *followers* @BaliMarathon di Facebook.

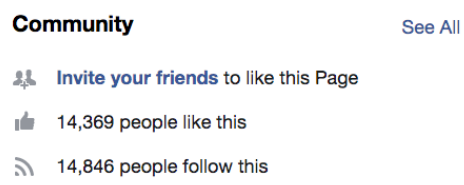
3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018, h. 130).

Populasi penelitian ini adalah seluruh *followers* Facebook @BaliMarathon dengan jumlah 14.846 per tanggal 11 April 2020.

Gambar 3. 1 *Followers* Facebook @BaliMarathon



(Sumber : facebook.com/BaliMarathon)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi harus benar-benar representatif atau mewakili dari populasi (Sugiyono, 2018, h. 131).

Menurut Sugiyono (2018, h. 133) teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik *sampling* dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster)* dan *sampling* menurut daerah. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, dan juga jenuh serta *snowball*.

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* dari kelompok *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Teknik ini

biasanya dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data daripada representatif yang dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2018, h. 158).

Kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel dari penelitian ini adalah *followers* akun Facebook @BaliMarathon. Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada ketentuan ukuran sampel yang dipaparkan oleh Malhotra (Malhotra dan Birks, 2017, h. 418).

Tabel 3. 1 Tabel Jumlah Minimum Sampel Malhotra

Type of study	Minimum size	Typical range
Problem identification	500	1,000–2,500 research (e.g. market potential)
Problem-solving research	200	300–500 (e.g. pricing)
Product tests	200	300–500
Test marketing studies	200	300–500
TV, radio, print or online advertising	150	200–300 (per advertisement tested)
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	6 groups	6–12 groups

(Sumber : Malhotra dan Birks, 2017, h. 418)

Berdasarkan tabel jumlah minimum sampel Malhotra, jumlah minimum responden yang harus diperoleh sebanyak 150 responden, menggunakan studi pada tipe TV, radio, *print or online advertising* karena Facebook termasuk salah satu media untuk mengiklankan produk dari suatu merek atau perusahaan, tetapi iklan disini dimaksudkan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak serta mempromosikan Maybank Marathon Bali.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan suatu atribut atau sifat serta nilai dari orang, objek, dan organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018, h. 57). Dalam penelitian ini terdapat variabel konten media sosial Facebook @BaliMarathon.

Dimensi yang digunakan pada konsep konten media sosial (Solis, 2010) yaitu *clear, concise, concrete, correct, coherent, complete, dan courteous*. Dari dimensi tersebut, akan diukur dengan indikator yang sesuai dengan variabel, yaitu:

- *Clear*
 - o Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara jelas
 - o Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara jelas
 - o Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara jelas
- *Concise*
 - o Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai

Maybank Marathon Bali secara ringkas sehingga mudah dipahami

- *Concrete*

- Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara konkrit sehingga tidak ambigu

- *Correct*

- Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara akurat

- *Coherent*

- Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon memiliki keterkaitan antara postingan yang satu dengan yang lainnya
- Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon memiliki keterkaitan antara postingan yang satu dengan yang lainnya
- Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon memiliki keterkaitan antara postingan yang satu dengan yang lainnya

- *Complete*

- Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara lengkap
- Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon mampu menjawab pertanyaan mengenai Maybank Marathon Bali
- Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara lengkap
- Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara lengkap

- *Courteous*

- Penulisan *caption* yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali menggunakan kata-kata yang sopan
- Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali menggunakan foto yang sopan
- Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai

Maybank Marathon Bali menggunakan video yang sopan

Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Variabel

	Dimensi	Sub-Dimensi	Indikator	Pernyataan
Konten Media Sosial Facebook @BaliMarathon	<i>Clear</i>	<i>Caption</i>	Jelas	Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara jelas
		Foto		Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara jelas
		Video		Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara jelas
	<i>Concise</i>	<i>Caption</i>	Ringkas	Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara ringkas sehingga mudah dipahami
	<i>Concrete</i>	<i>Caption</i>	Konkrit	Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara konkrit sehingga tidak ambigu
	<i>Correct</i>	<i>Caption</i>	Benar	Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi

				mengenai Maybank Marathon Bali secara akurat
<i>Coherent</i>	<i>Caption</i>	Foto	Keterkaitan	Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon memiliki keterkaitan antara postingan yang satu dengan yang lainnya
				Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon memiliki keterkaitan antara postingan yang satu dengan yang lainnya
				Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon memiliki keterkaitan antara postingan yang satu dengan yang lainnya
<i>Complete</i>	<i>Caption</i>	Lengkap	Menjawab	Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara lengkap
				Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon mampu menjawab pertanyaan mengenai Maybank Marathon Bali
	Foto	Lengkap	Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara lengkap	
			Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali secara lengkap	
<i>Courteous</i>	<i>Caption</i>	Sopan		Penulisan <i>caption</i> yang diunggah oleh akun Facebook

			@BaliMarathon menyampaikan informasi mengenai Maybank Marathon Bali menggunakan kata-kata yang sopan
		Foto	Foto yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali menggunakan foto yang sopan
		Video	Video yang diunggah oleh akun Facebook @BaliMarathon menggambarkan informasi mengenai Maybank Marathon Bali menggunakan video yang sopan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018, h. 213) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai aturan, berbagai sumber hingga berbagai cara. Jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data bisa dengan data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018, h. 213). Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan membuat dan menyebarkan kuesioner kepada objek penelitian menggunakan metode survei.

Kuesioner ini berisikan daftar pertanyaan terstruktur yang telah disusun dan akan diajukan kepada responden yang sudah ditentukan. Kuesioner ini akan disebarakan kepada responden yang merupakan *followers* akun Facebook @BaliMarathon.

Kuesioner ini akan diukur dengan skala likert sebagai instrumen pengukuran. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2018, h. 152). Skala likert yang digunakan berisi empat poin dengan setiap jawaban akan diberikan skor.

Tabel 3. 3 Bobot Skala Likert

Skor	Pernyataan
4	Sangat Setuju
3	Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

(Sumber : Sugiyono, 2018, h. 153)

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain ataupun melalui dokumen (Sugiyono, 2018, h. 213).

3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu pertanyaan pada kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti benar-benar mampu mengukur apa yang ingin diukur (Ghozali, 2012, h. 52). Menurut Sugiyono (2017, h. 173) instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam menguji validitas, peneliti telah melaksanakan *pre-test* kepada 31 responden. Uji validitas ini menggunakan metode analisis faktor (KMO). Metode ini digunakan untuk pengujian validitas, dinyatakan valid dan dapat dianalisis lebih lanjut apabila memenuhi kriteria pengujian yaitu dengan melihat angka KMO MSA (*Keiser-Meyer-Olkin Measures of Sampling Adequacy*) harus lebih besar atau sama dengan 0,500, sedangkan nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 (Gunawan, 2018, h. 108).

Tabel 3. 4 Uji Validitas Konten Media Sosial Facebook (X)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,606
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	266,405
	df	120
	Sig.	,000

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, SPSS 25)

Hasil uji validitas variabel konten media sosial Facebook, nilai KMO dan Bartlett-test untuk indikator yang diteliti menunjukkan bahwa nilai KMO $0,606 > 0,500$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel konten media sosial Facebook valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017, h. 121). Untuk menguji reliabilitas, peneliti menggunakan pengukuran *Alpha Cronbach*, suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$.

Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Konten Media Sosial Facebook (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,837	,849	16

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti, SPSS 25)

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach* terhadap variabel konten media sosial Facebook yang terdiri dari 8 pernyataan menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* sebesar $0,837 > 0,60$ dimana indikator-indikator yang dijabarkan dalam pernyataan dianggap reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik kuantitatif deskriptif. Analisis data yang digunakan yaitu univariat sehingga peneliti mendeskripsikan hasil penelitian dari variabel yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu konten media sosial Facebook @BaliMarathon. Variabel tersebut akan dideskripsikan melalui perhitungan olahan data yang diperoleh untuk mengetahui skor akhir berdasarkan jawaban dari setiap indikator.

Peneliti melakukan tendensi sentral dengan tujuan untuk mendapatkan ciri tertentu dalam bentuk bilangan. Tiga bentuk dalam teknik ini yaitu *mean*, median, dan modus (Kriyantono, 2006, h. 170). *Mean* digunakan untuk mengukur data dengan menggunakan skala interval atau ratio dan mencari nilai rata-rata dari total jawaban setiap indikator. Median digunakan untuk mencari nilai tengah dengan mengurutkan nilai terbesar hingga terkecil. Modus adalah nilai yang paling sering muncul pada distribusi data (Bryman, 2012, h. 338-339).