

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Neuman (2003, h. 165), penelitian kuantitatif adanya pengukuran secara sistematis telah dibuat sebelum pengumpulan data dan telah terstandarisasi: konsep diperoleh dalam bentuk variabel yang berbeda dan proses analisis menggunakan statistik, tabel atau diagram dan mempertimbangkan hubungan dengan hipotesis. Pada penelitian ini secara garis besar akan menghubungkan antara konten media sosial @indonesiaadilmakmur terhadap tingkat partisipasi/ *engagement* khususnya para pemilih pemula.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian eksplanatif. Menurut Neuman (2003, h. 22), penelitian eksplanatif ialah penelitian yang menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Sedangkan menurut Kriyantono (2009, h. 60) penelitian eksplanatif merupakan penjelasan hubungan antara dua atau lebih variabel. Penelitian eksplanatif ini dibagi menjadi dua sifat yakni komparatif dan asosiatif. Komparatif adalah penelitian yang membandingkan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya yang sejenis. Sedangkan asosiatif merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan atau korelasi antara variabel. Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan penelitian yang bersifat asosiatif yang dimana peneliti akan menjelaskan hubungan antara konten media sosial terhadap *engagement*/ partisipasi pemilih pemula pada akun Instagram @Indonesiaadilmakmur.

Penelitian kuantitatif memiliki beberapa karakteristik, yaitu;

1. Desain yang disampaikan lebih spesifik, jelas, dan rinci.

2. Tujuannya adalah untuk menguji teori dan menunjukkan adanya sebab akibat antara dua atau lebih variabel.
3. Menggunakan kuisioner, observasi dan wawancara terstruktur sebagai teknik pengumpulan data.
4. *Instrument* yang digunakan adalah angket, *test*, wawancara terstruktur, serta *instrument* yang standar.
5. Data yang dihasilkan adanya kuantitatif dengan hasil pengukuran variabel.
6. Sampel dalam penelitian kuantitatif sudah ditentukan sejak awal, dapat dilakukan secara *random*, *representative* dan memiliki sampel yang besar.
7. Statistik merupakan alat untuk menguji hipotesis dan menganalisis data secara deduktif.
8. Hubungan antara peneliti dan responden dibuat berjarak, kedudukan peneliti lebih tinggi dibanding responden, dan hanya memerlukan jangka pendek hingga hipotesis dapat dibuktikan.
9. Ulasan desain masalah dirumuskan dengan spesifik dan jelas, perumusan hipotesis serta penulisannya harus rinci dan jelas sebelum terjun ke lapangan.
10. Penelitian dianggap selesai saat semua rangkaian kegiatan sudah terlaksana.
11. Kepercayaan terhadap hasil penelitian melalui uji validitas dan realibilitas *instrument* (Sugiono, 2014, h. 14).

3.2 Metode Penelitian

Menurut Neuman (2003, h. 165), prosedur yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif ada tiga jenis, yaitu; eksperimen, survei dan analisa konten. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian survei, penelitian survei sering disebut dengan *correlational*. Penelitian survei yang dilakukan penulis memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan (*explanatory research*). Tujuan utama dari survei adalah untuk menghasilkan data statistik, atau data dalam angka tentang berbagai aspek populasi yang diteliti. Pengumpulan informasi dilakukan dengan mengajukan pernyataan kepada sampel dimana jawabannya tersebut merupakan data yang kemudian akan dianalisis (Neuman, 2003, h. 225).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode survei yang penelitiannya dengan populasi yang besar atau kecil yang bertujuan untuk menemukan kejadian secara relative, distribusi dan hubungan antara variabel sosiologis melalui data sampel yang diambil dari populasi tersebut. (Sugiono, 2018, h. 35).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sebuah ide dan abstrak dari sebuah kelompok besar dari beberapa kasus yang ada. Dalam sebuah penelitian, peneliti tidak harus selalu meneliti semua populasi atau individu yang berkaitan dengan topik yang ingin diteliti, tentunya ada keterbatasan biaya, waktu dan tenaga dari peneliti sendiri. Maka dari itu peneliti hanya perlu memilih sebagian kecil dari populasi dan individu tadi yang digunakan sebagai sumber informasi pada penelitian kali ini, yang tentu saja populasi atau individu tersebut masih terdapat korelasi dengan topik yang diteliti. Populasi ataupun individu tadi yang ditentukan dan dirasa tepat harus dapat mewakili seluruh populasi.

Populasi pada penelitian ini adalah *followers* Instagram @IndonesiaAdilMakmur yang masih baru menjadi pemilih pemula pada Pilpres 2019 yang diselenggarakan 17 April 2019. Akun Instagram @IndonesiaAdilMakmur memiliki 365.000 *followers* yang populasinya tercampur secara rata baik dari *gender* dan juga umur. Kriteria penentu sumber penelitian sebagai pemilih pemula adalah sekitar umur 17-25 atau juga partisipan yang baru menggunakan hak pilihnya.

3.3.2 Sampel

Menurut Neuman (2007, h. 246), sampel merupakan bagian dari anggota populasi yang dipilih oleh peneliti menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya. Sedangkan menurut Sugiyono (2013, h. 149), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. kesimpulan

yang ditarik dari sampel akan diberlakukan bagi populasi, maka dari itu sampel yang diambil harus dapat mewakili atau merepresentasikan seluruh populasi

Teknik sampling terdiri dari dua macam yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan berdasarkan pertimbangan atau *purposive/ judgemental sampling*. Nonprobability sampling akan bersifat subyektif dengan elemen populitas yang tidak dapat ditentukan (Hermawan, 2006). Hal ini terjadi dikarenakan setiap elemen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk ditentukan sebagai sampel pada penelitian ini.

Rumus Slovin

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = error tolerance (toleransi kesalahan)

Jumlah followers Instagram @indonesiaadilmakmur adalah 365.000 akun.

N = 365.000 akun

e = 5% = 0.05

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

$$n = \frac{365000}{1 + 365000(0.05)^2}$$

$$n = 399.5621237 = 400 \text{ akun}$$

3.4 Operasional Variabel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma sederhana yang terdapat satu variabel independen dan variabel dependen. Variabel x yang ingin diteliti adalah

pengaruh isi konten Instagram sedangkan untuk variabel y adalah engagement/ partisipasi pemilih pemula.

Menurut Sugiyono (2018, h. 39) terdapat variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen, dapat juga disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, konten media sosial Instagram dari @indonesiaadilmakmur adalah yang menjadi variabel independen. Lalu variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas/ independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah engagement/ partisipasi pemilih pemula pada Pilpres 2019.

Adapun operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
Konten Media Sosial (X)	<i>Correct</i>	Kebenaran posisi Informasi	Likert
	<i>Clear</i>	Pesan yang Jelas	
	<i>Concise</i>	Informasi yang mudah dipahami	
Solis (2010)	<i>Concrete</i>	Informasi yang konkret	Likert
		Informasi yang spesifik	
	<i>Coherent</i>	Informasi yang masuk akal	
	<i>Complete</i>	Kelengkapan informasi	
	<i>Courteous</i>	Penyampaian pesan yang bijaksana	

Engagement(Y) Voorveld, Noort, Muntingan & Bronner (2018)	<i>Entertainment</i>	Merasa terhibur terhadap pesan/ konten	Likert
	<i>Positive emotion related to content</i>	Merasa emosi positif terkait konten	
	<i>Pastime</i>	Merasa terisinya waktu luang	
	<i>Stimulation</i>	Merasa antusias terhadap pesan/ konten	
	<i>Identification</i>	Merasa dapat mengidentifikasi pesan/ konten	
	<i>Practical use</i>	Merasa terlibat dengan pesan/ konten	
	<i>Social Interaction</i>	Merasa terlibat dengan lingkungan sosial	
	<i>Empowerment</i>	Merasa dapat membantu orang lain	

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2020

Tabel 3.2 Operasional Variabel beserta pernyataan kuisioner

Variabel Penelitian	Dimensi	Pernyataan	Kode
Konten Media Sosial (X) Solis (2010)	<i>Correct</i>	Konten yang disampaikan @indonesiaadilmakmur sesuai dengan isu pilpres 2019	X1
	<i>Clear</i>	Dalam akun Instagram @indonesiaadilmakmur informasi yang disampaikan terkait pilpres 2019 mudah dipahami	X2
		Perancangan konten dan penggambaran konten @indonesiaadilmakmur melalui gambar/foto/video/story/grafis mudah dipahami	X3
	<i>Concise</i>	Konten @indonesiaadilmakmur ringkas dan rinci	X4
	<i>Concrete</i>	Konten @indonesiaadilmakmur memberikan informasi yang nyata terkait pilpres 2019	X5
		Konten @indonesiaadilmakmur terkait pilpres 2019 selalu <i>up to date</i>	X6

		Konten @indonesiaadilmakmur dapat dipercaya terkait pilpres 2019	X7
	<i>Coherent</i>	Penyampaian informasi dalam konten @indonesiaadilmakmur disampaikan secara logis	X8
	<i>Complete</i>	Memberikan informasi terkait program kerja kedepannya melalui @indonesiaadilmakmur	X9
		Memberikan informasi terkait visi dan misi melalui @indonesiaadilmakmur	X10
	<i>Courteous</i>	Terdapat nilai kepemimpinan dalam penggambaran konten @indonesiaadilmakmur	X11
		Dalam konten @indonesiaadilmakmur dapat menggambarkan sosok karakteristik pemimpin bangsa	X12
Engagement (Y)	<i>Entertainment</i>	Menikmati konten dan informasi yang diberikan @indonesiaadilmakmur	Y1
		Merasa senang setelah membaca dan melihat konten yang diberikan @indonesiaadilmakmur	Y2
		Merasa santai dan tenang setelah melihat konten yang	Y3

Voorveld, Noort, Muntingan & Bronner (2018)		diberikan @indonesiaadilmakmur	
	<i>Positive Emotion related to content</i>	Saya merasa konten @indonesiaadilmakmur tidak mengganggu keterlibatan saya pada Pilpres 2019	Y4
		Saya merasa konten @indonesiaadilmakmur tidak membuat saya sedih untuk terlibat pada pilpres	Y5
	<i>Pastime</i>	Saya merasa konten @indonesiaadilmakmur selalu mengisi waktu luang saya	Y6
	<i>Stimulation</i>	Saat melihat konten @indonesiaadilmakmur saya merasa antusias untuk terlibat dalam pilpres 2019	Y7
	<i>Identification</i>	Melalui konten @indonesiaadilmakmur saya lebih mengenal diri saya sebagai pemilih pemula	Y8
		Melalui konten @indonesiaadilmakmur saya dapat memberikan pendapat saya terkait isu-isu yang terjadi pada pilpres 2019	Y9
	<i>Practical use</i>	Konten @indonesiaadilmakmur mendorong keterlibatan saya untuk mengunjungi akun	Y10

		Instagram @indonesiaadilmakmur	
		Konten @indonesiaadilmakmur mendorong keterlibatan saya untuk mencari informasi tentang pilpres 2019	Y11
		Saya merasa informasi yang saya dapatkan melalui konten @indonesiaadilmakmur kredibel/ dapat dipercaya	Y12
	<i>Social Interaction</i>	Konten @indonesiaadilmakmur mendorong saya untuk membagikan informasi pilpres 2019 kepada kerabat	Y13
		Informasi Instagram @indonesiaadilmkamur mendorong saya untuk memberikan komentar pada konten yang ada	Y14
	<i>Empowerment</i>	Melalui konten @indonesiaadilmakmur saya merasa dapat membantu teman saya ketika menanyakan terkait informasi pilpres 2019	Y15
		Melalui konten @indonesiaadilmakmur saya merasa memberikan pengaruh	Y16

		positif kepada kerabat terkait informasi pilpres 2019	
--	--	--	--

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2020

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran angket secara *online* atau kuisioner yang disebar kepada akun-akun Instagram/ followers @indonesiaadilmakmur yang dimana sesuai dengan dimensi dan indikator masing-masing variabel. Kuisioner sendiri merupakan salah satu cara/ teknik pengumpulan sebuah data yang dilakukan dengan menyebarkan dan juga memberikan sekumpulan pertanyaan kepada responden yang dirasa dapat mewakili seluruh indikator dan dimensi. Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang cocok digunakan bagi penelitian yang memiliki responden dalam jumlah banyak. Kuisioner tersebut dapat dibagikan secara langsung/ *face-to-face* dan juga dapat menggunakan perantara seperti media sosial/ secara *online* (Sugiono, 2014).

Dalam kuisioner pada penelitian ini, peneliti menggunakan Likert sebagai skala pengukur pada kuisioner yang disebar. Dalam skala Likert ini dibagi kedalam 4 tingkatan:

- a. Nilai 1 : Sangat tidak setuju (STS)
- b. Nilai 2 : Tidak setuju (TS)
- c. Nilai 3 : Setuju (S)
- d. Nilai 4 : Sangat setuju (SS)

Seluruh data yang sudah disebar, akan dikumpulkan dan diolah menggunakan SPSS 25 (Statistic Package for Social Science). Dalam pengumpulan data juga dibantu beberapa sumber pendukung seperti buku cetak dan *online*, *literature* dan juga jurnal *online*.

3.6 Teknik Pengukuran Data : Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi suatu indikator, sedangkan validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan variabel yang diteliti. Kaitan antara reliabilitas dengan validitas adalah perangkat ukur yang reliabel belum tentu *valid*, sedangkan perangkat ukur yang *valid* sudah pasti reliabel.

Hasil data yang sudah didapat akan diolah menggunakan aplikasi pengolah data *statistical Program for Social Science*.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Neuman (2007) terdapat beberapa ketentuan dalam menentukan butir-butir pertanyaan yang dapat dikatakan *valid* apabila :

- a. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan harus positif, jika hasilnya negative maka butir pertanyaan tersebut tidak valid dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya.
- b. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan harus lebih besar dari nilai koefisien tabel. Jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak *valid* dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya.

Tujuan dari uji validitas sendiri adalah untuk mengukur sah atau tidaknya alat ukur/ instrumen yang digunakan sebagai acuan. Alat ukur dikatakan *valid* jika instrument penelitian mampu mengukur konsep atau variabel penelitian yang akan diukur, yaitu Variabel X atau konten media sosial dan Variabel Y atau *engagement* pemilih pemula.

Dalam penelitian ini, dalam pengujian secara kasar atau awal, harus dibutuhkan sekitar 30 responden yang nantinya 30 responden tersebut datanya akan diolah dan menggunakan beberapa faktor analisis. Dalam penelitian ini menggunakan faktor analysis

Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO). Jika nilai $KMO > 0.5$ dengan signifikansi < 0.05 maka indikator-indikator konsep yang diuji dalam penelitian ini layak difaktor analisis.

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X

KMO and Bartlett's Test X

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,654
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	116,993
	df	28
	Sig.	,000

Sumber : Pengolahan SPSS

Hasil dari uji validitas dengan faktor analisi variabel X atau konten media sosial menunjukkan bahwa nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMI)* adalah sebesar 0.654. Secara garis besar dapat dikatakan variabel konten media sosial adalah *valid*, karena 0.654 lebih besar dari 0.50 dan dengan hasil *Bartlett test* menunjukkan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti indikator konsep atau variabel yang diuji dapat dianalisis.

Lalu untuk uji validitas variabel Y atau *engagement* pemilih pemula adalah sebagai berikut.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y

KMO and Bartlett's Test X

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,639
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	43,677
	df	6
	Sig.	,000

Sumber : Pengolahan SPSS

Sedangkan untuk uji validitas variabel Y atau *engagement* pemilih pemula, pada KMO menunjukan sebesar 0.639 atau lebih besar dari 0.50, berarti *valid*. lalu hasil dari *Barlett test* yang menunjukan 0.000 lebih besar dari 0.05 yang berarti dapat dianalisis.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Neuman (2003), reliabilitas merupakan konsistensi dari pengukuran (*the consistency of measurement*). Uji reliabilitas dilakukan agar suatu fakta mempunyai ketergantungan dan konsistensi dengan hal yang lain sehingga bukan hanya menjadi suatu teori atau hal yang tidak dapat dipertanggungjawabkan atau berarti ketergantungan dan konsistensi.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan cara tes ulang, yaitu dengan cara penggunaan instrument penelitian tersebut terhadap subjek sama, dilakukan dalam waktu yang berlainan.

Dalam pengambilan keputusan dari hasil olah datanya, jika :

1. Jika *Cronbach's Alpha* > 0.70 maka reliabel
2. Jika *Cronbach's Alpha* < 0.70 maka tidak reliabel

Tabel 3.5 Uji reliabel Variabel X

Reliability Statistics X

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	13

Sumber : Pengolahan SPSS

Hasil dari uji reliabilitas dengan faktor analisis variabel X atau kontne media sosial, menunjukan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0.772 yang dimana dapat diartikan bahwa variabel konten media sosial dapat dikatakan reliable karena lebih besar dari 0.7.

Tabel 3.6 Uji reliabel Variabel Y

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	16

Sumber : Pengolahan SPSS

Sedangkan untuk uji realibilitas variabel Y atau *engagement* pemilih pemula menunjukan bahwa *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0.789 yang dimana denga kata lain variabel *engagement* dapat dikatakan reliable karena lebih besar dari 0.7.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara atau metode untuk menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistic yang relevan untuk digunakan dalam penelitian (Noor, 2011).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Analisis ini dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan sebab akibat atau hubungan fungsional. Dalam analisis regresi linier sederhana, dibutuhkan penentuan hipotesis penelitian terlebih dahulu. Berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini :

H_0 : Hipotesis nol menunjukkan tidak adanya pengaruh konten media sosial terhadap *engagement* pemilih pemula. (Survey partisipasi pemilih pemula pilpres 2019 pada akun Instagram @indonesiaadilmakmur)

H_1 : Hipotesis *alternative* menunjukkan adanya pengaruh konten media sosial terhadap *engagement* pemilih pemula. (Survey partisipasi pemilih pemula pilpres 2019 pada akun Instagram @indonesiaadilmakmur)

Teknik regresi linier sederhana digunakan peneliti karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menguji ada tidaknya hubungan antara variabel X dan Y.

Berikut adalah persamaan regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Penjelasan :

Y = variabel tidak bebas diprediksi)

X = variabel bebas

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka arah garis naik, bila b (-) maka arah garis terjadi penurunan.