

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif, dengan sifat penelitiannya adalah eksplanatif. Penelitian eksplanatif adalah jenis penelitian yang menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel (Kriyantono, 2014: 60).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan survei. Penelitian survei adalah bentuk pengumpulan data yang menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada sekelompok orang (West dan Turner, 2013: 79). Tujuan menggunakan metode survei untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tersebut. Jenis metode survei dipilih karena periset ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu bisa terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu.

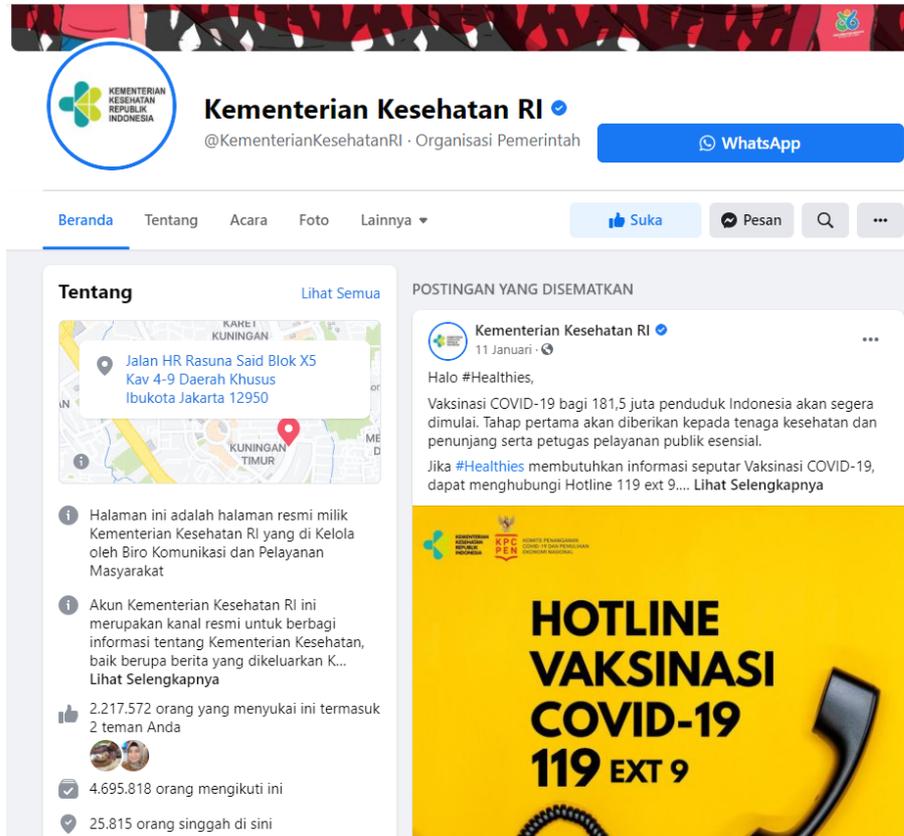
3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok individu yang spesifik yang dijadikan objek penelitian (Burns, Bush dan Sinha, 2014: 238). Sampel adalah sebagian dari populasi yang dinilai tepat dalam mewakili seluruh kelompok (Burns, Bush dan Sinha, 2014: 239).

Berdasarkan data populasi follower Facebook Kementerian Kesehatan terhitung tanggal 27 Mei 2021 diperoleh **4.695.818 follower**.

Gambar 3.1 Screenshoot Populasi Follower Facebook Kementerian Kesehatan RI



Sumber: https://web.facebook.com/KementerianKesehatanRI/?_rdc=1&_rdr,
Kamis 27 Mei 2021.

3.3.2 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *purposive sampling* yang termasuk kategori *non probability* sampling. *Sampling purposive*, sesuai namanya, dilakukan dengan tujuan, yang berarti pemilihan unit sampling bersifat *purposive* (K. Singh, 2017: 108). Pengambilan sampel secara aktif dapat sangat berguna untuk situasi di mana peneliti perlu mencapai sampel yang ditargetkan dengan cepat dan di mana proses pemilihan atau proporsional acak tidak menjadi perhatian utama.

Kriteria-kriteria teknik pengambilan sampel:

1. Usia muda antara 18 hingga 34 tahun.

Analisis melaporkan bahwa orang yang berusia 18 hingga 34 tahun memang yang paling rajin menggunakan teknologi baru (asosiasi penerbit online, 2004) dalam (Spyridou dan Veglis, 2008: 53).

2. Khalayak memiliki akun Facebook aktif.
3. Khalayak merupakan followers akun Facebook @kemenkes.
4. Khalayak terkena terpaan pesan kampanye 3M.

Kelebihan dari *Sampling purposive* (Y. K. Singh, 2006: 91):

- 1) Penggunaan pengetahuan terbaik yang tersedia mengenai subjek sampel.
- 2) Kontrol yang lebih baik dari variabel signifikan.
- 3) Data kelompok sampel dapat dengan mudah dicocokkan.
- 4) Homogenitas subjek yang digunakan dalam sampel.

Kekurangan dari *Sampling purposive* (Y. K. Singh, 2006: 91):

- 1) Keandalan (reliabilitas) kriteria dipertanyakan.
- 2) Pengetahuan populasi sangat penting.
- 3) Kesalahan dalam mengklasifikasikan subjek sampel.
- 4) Ketidakmampuan untuk memanfaatkan statistik parametrik inferensial.
- 5) Ketidakmampuan untuk membuat generalisasi mengenai jumlah populasi.

3.3.3 Ukuran/Besaran Sampel

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan ukuran sampel, antara lain:

1. Tingkat kesalahan yang dikehendaki peneliti. Biasanya tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 1%, 5%, dan 10%.
2. Derajat keseragaman, artinya semakin heterogen karakteristik anggota populasi maka semakin besar ukuran sampel yang diperlukan;
3. Rencana analisis. Semakin terperinci rencana analisis maka semakin besar ukuran sampel yang diperlukan; dan
4. Biaya, waktu, dan tenaga yang tersedia. Semakin sedikit biaya, waktu, dan tenaga yang tersedia maka semakin kecil ukuran sampel yang dapat diperoleh (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016: 70).

Tabel 3.1 Ukuran Sampel dalam Penelitian Kuantitatif Pemasaran

Type of Study	Minimum Size	Typical Range
<i>Problem identification research (e.g., market potential)</i>	500	1000-2500
<i>Problem-solving research (e.g., pricing)</i>	200	300-500
<i>Product test</i>	200	300-500
<i>Test-marketing studies</i>	200	300-500
<i>TV/radio/print/online advertising (per commercial or ad tested)</i>	150	200-300
<i>Test-market audits</i>	10 stores	10-20 stores
<i>Focus Group</i>	2 groups	6-15 groups

Sumber : (Malhotra, 2015: 344)

Berdasarkan tabel di atas, penelitian pengaruh pesan kampanye terhadap perilaku protokol kesehatan memerlukan minimal 150 sampel karena objek penelitian ini adalah pesan kampanye yang dikemas dalam iklan dan disiarkan secara *online* yang membutuhkan minimal 150 sampel dan setidaknya 200-300 sampel agar hasil yang didapatkan optimal. Dalam penelitian ini mengambil 200 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel/Kategorisasi

Variabel adalah item yang dapat diamati yang digunakan sebagai ukuran pada kuesioner (Hair, Celsi, Ortinau dan Bush, 2017: 63). Variabel memiliki sifat konkret dan diukur secara langsung. Sebaliknya, **konstruk** merupakan konsep abstrak yang tidak dapat diamati yang diukur secara tidak langsung oleh sekelompok variabel terkait. **Variabel bebas** (*independent variable*) atau biasa disebut variabel stimulus atau prediktor atau antecedent atau eksogen atau independent adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dari variabel terikat (Riyanto dan Hatmawan, 2020: 22). **Variabel terikat** (*dependent variable*) atau biasa disebut variabel output atau kriteria atau konsekuen atau endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas (Riyanto dan Hatmawan, 2020: 22).

Berdasarkan hasil uraian teoritis yang dikemukakan, maka dapat dibuat operasionalisasi variabel penelitian sebagai berikut:

1. Pesan kampanye 3M di media sosial Facebook

Berdasarkan penjelasan teoritis *Elaboration Likelihood Model* (ELM) menurut (Chang, Lu dan Lin, 2019: 4) pesan kampanye 3M di media sosial Facebook, diukur dengan dimensi dua dimensi, yakni

- 1) Dimensi: Pesan Informatif yang dirasakan (*Perceived informativeness*)
Indikator:
 - a. Konten pesan kampanye 3M memberikan informasi tepat waktu tentang pencegahan Covid-19.
 - b. Konten pesan kampanye 3M memberikan informasi yang relevan tentang pencegahan Covid-19.
 - c. Konten pesan kampanye 3M di Facebook adalah sumber informasi yang baik.
 - d. Konten pesan kampanye 3M mendeskripsikan informasi secara jelas.

- e. Konten pesan kampanye 3M menampilkan gambar-gambar yang mudah dimengerti.
- 2) Dimensi: Pesan Persuasif yang dirasakan (*Perceived persuasiveness*)
Indikator:
- a. Saya menganggap konten pesan kampanye 3M sudah meyakinkan.
 - b. Saya menganggap konten pesan kampanye 3M dapat dipercaya.
 - c. Saya menganggap konten pesan kampanye 3M dinilai akurat.
 - d. Konten pesan kampanye 3M mengubah kesan saya terhadap Covid-19.
2. Perilaku protokol kesehatan
(Chang, Lu dan Lin, 2019: 5) perilaku protokol kesehatan diukur dengan dua dimensi, yakni
- 1) Dimensi: Respon tindakan (*Response action*)
Indikator:
- a. Saya berniat untuk memencet/menekan ikon ‘like’ pada postingan pesan kampanye 3M.
 - b. Saya berniat membagikan pesan kampanye 3M.
 - c. Saya berniat menanggapi pesan kampanye 3M untuk menunjukkan dukungan saya.
 - d. Saya berniat menanggapi pesan kampanye 3M untuk mengajukan pertanyaan.
- 2) Dimensi: Niat untuk melakukan tindakan
Indikator:
- a. Saya akan mempertimbangkan untuk mematuhi pesan kampanye 3M.
 - b. Saya berniat untuk melaksanakan pesan kampanye 3M.
 - c. Saya mungkin akan menerapkan pesan kampanye 3M dalam kehidupan sehari-hari
 - d. Saya sangat tertarik untuk mematuhi pesan kampanye 3M guna menghindari tertular covid-19.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, maka dapat dibuat tabel operasionalisasi variabel seperti yang terlihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Pesan kampanye 3M di media sosial Facebook	1. Pesan Informatif yang dirasakan (<i>Perceived informativeness</i>)	1) Konten pesan kampanye 3M memberikan informasi tepat waktu tentang pencegahan

		<p>Covid-19.</p> <p>2) Konten pesan kampanye 3M memberikan informasi yang relevan tentang pencegahan Covid-19.</p> <p>3) Konten pesan kampanye 3M di Facebook adalah sumber informasi yang baik.</p> <p>4) Konten pesan kampanye 3M mendeskripsikan informasi secara jelas.</p> <p>5) Konten pesan kampanye 3M menampilkan gambar-gambar yang mudah dimengerti.</p>
	2. Pesan Persuasif yang dirasakan (<i>Perceived persuasiveness</i>)	<p>1) Saya menganggap konten pesan kampanye 3M sudah meyakinkan.</p> <p>2) Saya menganggap konten pesan kampanye 3M dapat dipercaya.</p> <p>3) Saya menganggap konten pesan kampanye 3M dinilai akurat.</p> <p>4) Konten pesan kampanye 3M mengubah kesan saya terhadap Covid-19.</p>
Perilaku protokol kesehatan	1. Respon tindakan (<i>Response action</i>)	<p>1) Saya berniat untuk memencet/menekan ikon 'like' pada postingan pesan kampanye 3M.</p> <p>2) Saya berniat membagikan pesan</p>

		kampanye 3M. 3) Saya berniat menanggapi pesan kampanye 3M untuk menunjukkan dukungan saya. 4) Saya berniat menanggapi pesan kampanye 3M untuk mengajukan pertanyaan.
	2. Niat untuk melakukan tindakan (<i>Purchase intention</i>)	1) Saya akan mempertimbangkan untuk mematuhi pesan kampanye 3M. 2) Saya berniat untuk melaksanakan pesan kampanye 3M. 3) Saya mungkin akan menerapkan pesan kampanye 3M dalam kehidupan sehari-hari 4) Saya sangat tertarik untuk mematuhi pesan kampanye 3M guna menghindari tertular covid-19.

Sumber: Data Penelitian diolah Penulis (2021)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian meliputi sumber data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Sumber primer yaitu sumber langsung, sumber yang belum diinterpretasikan orang lain, sumber yang berasal dari catatan subjek proyek penelitian peneliti (Bungin, 2017: 32). Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif

maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi (Hermawan, 2017: 168).

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Jenis pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada responden yakni pertanyaan tertutup. Menurut Hermawan (2017: 130) Pertanyaan tertutup (*closed-ended questions*) memberikan pilihan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Skala pengukuran yang digunakan dalam pembuatan kuesioner yakni Skala Semantic Differential.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder yaitu buku, artikel, dan tulisan-tulisan orang lain yang dilakukan oleh para akademisi, dan peneliti yang melaporkan pekerjaan mereka kepada orang lain (Bungin, 2017: 32). Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain (Hermawan, 2017: 168). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kajian literatur buku-buku dan jurnal penelitian terdahulu.

3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut (Stacks, 2011: 48) validitas mengacu pada sejauhmana sebuah alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang telah anda definisikan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Validitas dipergunakan untuk menilai apakah mengukur

sebuah konsep benar-benar mengukur konsep tersebut, dengan perkataan lain, untuk menunjukkan sejauhmana konsep yang diukur tersebut yang telah dirancang sebelumnya telah menghasilkan data yang tepat dengan alat ukurnya (K. Singh, 2017: 77).

Untuk menguji validitas pengukuran, digunakan *factor analysis* yang memiliki kemampuan untuk mengetahui apakah indikator tersebut memang berada di dimensinya. Idealnya indikator-indikator dari suatu dimensi akan mengelompok dalam satu faktor. Dalam penelitian ini digunakan uji validitas dengan faktor analisis Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO). Dasar keputusan untuk valid tidaknya indikator-indikator yang diteliti menurut Kaiser (1974) *recommends a bare minimum of 0.5 and that values between 0.5 and 0.7 are mediocre, values between 0.7 and 0.8 are good, values between 0.8 and 0.9 are great and values above 0.9 are superb* (Field, 2009: 659)

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Independen

Variabel	KMO	Bartlett's Test	Item	Anti-Image Correlation	Cut of value	Hasil
Pesan kampanye 3M di akun Facebook @kementeriankesehatanri	0,796	900,355	X1	.703 ^a	> 0,7	Valid (Good)
		Sig. 0,000	X2	.732 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			X3	.781 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			X4	.777 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			X5	.935 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			X6	.870 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			X7	.870 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			X8	.789 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			X9	.757 ^a	> 0,7	Valid (Good)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 26 (2021)

Berdasarkan temuan data penelitian pada tabel 3.3 hasil uji validitas variabel independent (bebas), menunjukkan bahwa setiap item pernyataan kuesioner

dinyatakan valid dikarenakan item pernyataan kuesioner di kolom *anti-image correlation* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan setiap pernyataan valid. Kemudian, juga dari hasil nilai KMO diperoleh 0,796 yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data penelitian valid.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Dependen

Variabel	KMO	Bartlett's Test	Item	Anti-Image Correlation	Cut of value	Hasil
Perilaku protokol pada masyarakat di DKI Jakarta	0,816	776,097	Y10	.835 ^a	> 0,7	Valid (Good)
		Sig. 0,000	Y11	.786 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			Y12	.794 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			Y13	.820 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			Y14	.844 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			Y15	.823 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			Y16	.813 ^a	> 0,7	Valid (Good)
			Y17	.846 ^a	> 0,7	Valid (Good)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 26 (2021)

Mengacu pada tabel 3.4 pengujian validitas pada variabel Perilaku protokol pada masyarakat di DKI Jakarta menunjukkan bahwa setiap item pernyataan kuesioner dinyatakan valid dikarenakan item pernyataan kuesioner di kolom *anti-image correlation* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan setiap pernyataan valid. Kemudian, juga dari hasil nilai KMO diperoleh 0,816 yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data penelitian valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk mengukur hal yang sama dibandingkan dari waktu ke waktu. Sebuah ukuran yang andal (*reliable*) cirinya adalah salah satu yang stabil, kemudian tidak berfluktuasi tanpa alasan (Stacks, 2011: 50). Reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang konsisten,

dengan perkataan lain, kemampuan dari sebuah instrumen alat ukur untuk mengukur suatu objek yang sama pada saat itu juga (K. Singh, 2017: 77).

Untuk menguji realibilitas pengukuran digunakan *alpha cronbach* yang tujuannya untuk melihat *internal consistency*, yaitu sejauhmana homogenitas item-item yang menjadi indikator untuk mengukur variabel tsb.

Dasar pengambilan keputusan untuk reliabilitas adalah sebagai berikut:

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

Secara umum, reliabilitas yang baik (*good reliability*) memiliki alat ukur koefisien sebesar 0,70 atau lebih tinggi, reliabilitas yang lebih (*great reliability*) memiliki alat ukur koefisien sebesar 0,80 atau lebih tinggi, dan nilai realibilitas yang paling baik (*excellent reliability*) memiliki alat ukur koefisien sebesar 0,90 atau lebih tinggi (Stacks, 2011: 51).

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Independen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.852	9

Sumber: Pengolahan Data SPSS 26 (2021)

Data yang tertera pada tabel 3.5 yang ada di atas menunjukkan bahwa 9 pernyataan dari variabel X dinyatakan reliable dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.852, yaitu lebih besar dari angka 0.70.

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Dependen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	8

Sumber: Pengolahan Data SPSS 26 (2021)

Berdasarkan temuan data penelitian pada tabel 3.6 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa 8 pernyataan dari variabel dependen (Y) dinyatakan reliabel. Dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.846, yaitu lebih besar dari angka 0.70.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data secara kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memberikan hasil yang sebanding dan dapat digeneralisasikan yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka ('kuantitas') (Tench dan Yeomans, 2009: 204).

Metode analisis data yang digunakan adalah data dianalisis secara kuantitatif. (Muijs, 2004: 1) Penelitian kuantitatif menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data yang berupa angka-angka, lalu data dianalisis dengan menggunakan metode berbasis matematis (khususnya statistik).

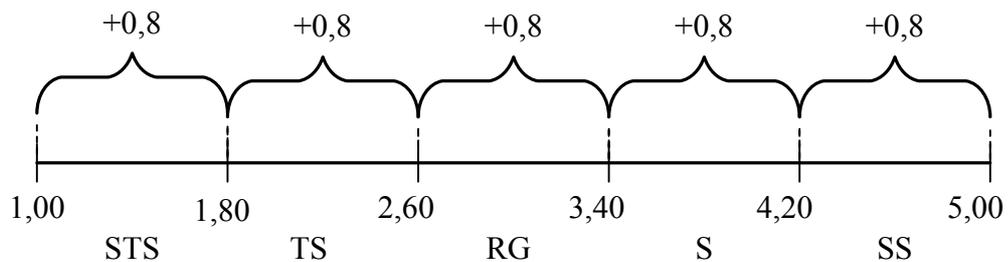
Pada analisis univariat yang digunakan adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel yang diteliti tanpa berupa menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Jadi, analisis statistik deskriptif yang digunakan yakni menghitung nilai mean pada setiap tabel distribusi frekuensi. Kegunaan dari distribusi frekuensi adalah untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian dan berapa hasil nilai meannya. Setelah mendapatkan hasil nilai mean kemudian

diinterpretasikan ke dalam rentang skala data interval untuk mengetahui kategori jawaban dari setiap item pernyataan dalam tabel tunggal.

Data interval yaitu skala yang jarak antara satu data dengan data lain sama tetapi tidak mempunyai nilai nol.

$$Interval = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentang skala sehingga dapat diketahui kategori jawaban responden dari hasil letak rata-rata (*mean*) responden tersebut terhadap unsur variabel:



Menginterpretasikan *Output Simple Linear Regression* (SLR) dari hasil penghitungan program statistik SPSS (Field, 2009: 206).

1. Uji Parsial (t signifikansi)

Uji Parsial (Uji t) ini dipergunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikans antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji parsial ini untuk menjawab hipotesis penelitian. Apabila pada hasil uji parsial didapat nilai Sig. > 0,05 (default SPSS) artinya hipotesis H0 diterima, sebaliknya jika nilai Sig. < 0,05 artinya hipotesis Ha diterima yang menyatakan terdapat pengaruh.

2. Coefficient Beta

Koefisien beta dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Lalu, dari hasil perolehan standarized *coefficient beta* (output SPSS) nilai koefisien beta tersebut diinterpretasikan dengan pedoman hasil pengaruh, seperti yang terlihat pada tabel 3.7

Tabel 3.7 Pedoman Interpretasi Hasil Pengaruh (beta)

Interval Koefisien	Kategori Nilai
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber: (Sugiyono, 2012: 183)

3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar persentase dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Siagian dan Sugiarto, 2006: 259).

4. Persamaan Regresi Linear

$$\tilde{y} = a + b(x)$$

Keterangan :

\tilde{Y} = Variabel tidak bebas atau variabel terikat (variabel dependen yang diprediksi).

X = Variabel bebas (variabel independen yang mempunyai nilai tertentu).

a = Nilai intercept (konstan) atau harga Y bila X = 0.

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependent (terikat) yang didasarkan pada variabel independent (bebas).
Bila b (+) maka grafiknya naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.