

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Paradigma yang dipakai dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Paradigma positivistik merupakan paradigma yang mempercayai bahwa hanya ilmu pengetahuan-lah yang merupakan pengetahuan yang bersifat valid (Azizah L. N., 2021). Ilmu pengetahuan yang dimaksud adalah ilmu yang didapatkan dari pengalaman yang sudah pernah dilalui sebelumnya oleh peneliti. Oleh karena itu, objek dalam penelitian akan memiliki hubungan dan bersifat sebab akibat. Namun, penelitian tetap harus dilandasi dengan fakta-fakta yang ada, bukan hanya bersifat asumsi.

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme yang bertujuan untuk mengumpulkan data pada sampel dengan menggunakan alat survei dan kemudian memverifikasi hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022, p. 8). Penelitian kuantitatif sendiri lebih berfokus pada menganalisis hubungan antar variabel (Jaya, 2020, p. 12).

3.1.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif. Penelitian eksplanatif adalah penelitian dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel ataupun lebih. Dalam penelitian eksplanatif, peneliti akan mencari tahu bagaimana hubungan dari variabel-variabel yang telah ditentukan dan kemudian akan diketahui bagaimana korelasinya untuk memecahkan permasalahan (Suminto, 2023).

3.2 Metode Penelitian (Survei, Eksperimen, Analisis Isi)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2018), metode survei merupakan metode dalam penelitian kuantitatif

untuk mengumpulkan data, baik dari masa lalu maupun masa kini terkait dengan pendapat, karakteristik, keyakinan, serta perilaku hubungan antar variabel untuk diuji hipotesisnya dan kemudian hasilnya akan digenerasikan. Metode survei sendiri dapat dilakukan melalui pembuatan kuesioner, tes, wawancara terstruktur, dan lain sebagainya.

Untuk penelitian ini, metode dalam mengumpulkan datanya adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik yang diterapkan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan untuk responden penelitian (Sugiyono, 2022, p. 142). Nantinya, peneliti akan membuat kuesioner dengan bantuan *Google Forms* dan kemudian menyebarkannya kepada seluruh sampel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek ataupun subjek yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti dengan tujuan untuk diselidiki dan diputuskan kesimpulannya (Sugiyono, 2022, p. 80). Untuk populasi sendiri tidak hanya dapat berupa manusia, tetapi populasi juga bisa berupa objek/benda mati.

Populasi dalam penelitian ini adalah akun sosial media Instagram dari Coppamagz, yaitu @Coppamagz yang memiliki total sebanyak 1,2 juta pengikut per 26 Maret 2023 dan 1,5 juta pengikut per 23 Juni 2023. Alasan pemilihan populasi tersebut adalah karena penelitian ini akan meneliti bagaimana pengaruh dari konten *K-pop* pada Instagram @Coppamagz terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop* sehingga objek penelitian yang paling cocok adalah para *followers* dari akun tersebut.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik (Sugiyono, 2022, p. 81). Karena tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari keseluruhan populasi, peneliti akan menggunakan sampel dalam penelitian ini. Untuk mengambil sampel,

terdapat 2 (dua) teknik yang dapat digunakan, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Sugiyono, 2022, p. 82). *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi berpeluang sama untuk terpilih menjadi sampel, sedangkan *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi tak berpeluang sama untuk terpilih menjadi sampel (Sugiyono, 2022, pp. 82-84).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan salah satu teknik dari *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode dimana sampel yang akan diambil memiliki kriteria tertentu yang harus dipenuhi (Sugiyono, 2022, p. 85). Oleh karena itu, peneliti akan mengambil sampel melalui 1,5 juta *followers* akun Instagram @Coppamagz per 23 Juni 2023 dengan kriteria sebagai berikut.

- Merupakan *followers* Instagram @Coppamagz
- Merupakan seorang penggemar *K-pop*

Untuk penentuan jumlah sampel minimum, peneliti akan menentukannya berdasarkan tabel sampel dari Malhotra sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jumlah Sampel Minimum Malhotra

No.	Jenis Studi	Jumlah Minimum	Jumlah Umumnya
1	<i>Problem Identification</i>	500	1000-2500
2	<i>Problem-solving Research</i>	200	300-500
3	<i>Product tests</i>	200	300-500
4	<i>Test Marketing Studies</i>	200	300-500
5	<i>TV, Radio, Print, or Online Advertising</i>	150	200-300
6	<i>Test-Market Audits</i>	10 stores	10-20 stores
7	<i>Focus Group</i>	6 groups	6-12 groups

Sumber: Malhotra, dkk. (2017)

Berdasarkan tabel di atas, penelitian ini termasuk jenis studi nomor 2, yaitu *problem-solving research*. Oleh karena itu, jumlah sampel minimum adalah 200 sampel, namun peneliti hanya perlu mengumpulkan 120 sampel sebagai data dalam penelitian ini.

3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Dalam sebuah penelitian harus memiliki variabel penelitian. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang telah ditetapkan, bisa berupa atribut, sifat, ataupun nilai dari seseorang/benda/aktivitas yang memiliki variasi tertentu untuk dipelajari dan dibuat kesimpulannya (Sugiyono, 2022, pp. 38-39).

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu variabel independen/X yang merupakan variabel yang mampu mempengaruhi variabel dependen ataupun variabel yang menjadi penyebab berubahnya/timbulnya variabel dependen serta variabel dependen/Y yang merupakan variabel yang terpengaruh oleh variabel independen ataupun variabel yang menjadi efek akhir dari variabel independent (Sugiyono, 2022, p. 39).

Penelitian ini menggunakan media sosial Instagram sebagai variabel X dan pemenuhan kebutuhan informasi sebagai variabel Y.



Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	No.	Pernyataan	Skala
Media Sosial Instagram (variabel X) (Solis (2010) dalam Hidayah & Esfandari (2019)):	Context	Isi pesan	X1	Informasi yang diunggah di Instagram @Coppamagz dijelaskan secara detail	Likert 1-4
			X2	Informasi yang diunggah di Instagram @Coppamagz disertai dengan gambar yang sesuai dengan topik dari konten tersebut	Likert 1-4
	Communication	Pengemasan pesan	X3	Pesan dalam Instagram @Coppamagz dikemas secara kreatif	Likert 1-4
			X4	Pengemasan pesan di Instagram @Coppamagz memberikan rasa nyaman ketika membacanya	Likert 1-4
			X5	Pengemasan pesan di Instagram @Coppamagz memudahkan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan	Likert 1-4
	Collaboration	Kerja sama	X6	Instagram @Coppamagz mengulas topik yang sesuai dengan permintaan <i>followers</i> di kolom komentar	Likert 1-4
			X7	Instagram @Coppamagz <i>me-repost</i> postingan <i>followers</i> di Instagram Story	Likert 1-4
			X8	Instagram @Coppamagz bekerja sama dengan <i>followers</i> -nya dalam membuat berita	Likert 1-4

	<i>Connection</i>	Menjaga hubungan baik	X9	Instagram @Coppamagz membalas DM/ <i>Direct Message</i>	Likert 1-4
			X10	Instagram @Coppamagz membalas komentar yang ada di kolom komentar	Likert 1-4
		Melakukan yang disukai <i>followers</i>	X11	Instagram @Coppamagz menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan	Likert 1-4
			X12	Instagram @Coppamagz menyediakan konten yang menghibur	Likert 1-4
			X13	Konten yang disediakan di Instagram @Coppamagz dapat membangun perasaan dekat dengan idola	Likert 1-4
		Pemenuhan Kebutuhan Informasi (variabel Y) (Guha (1978) dalam Puspitadewi, dkk. (2016)):	<i>Current need approach</i>	Interaksi aktif untuk memperoleh informasi	Y1
Y2	Saya membaca konten Instagram @Coppamagz setiap hari				Likert 1-4
Y3	Saya selalu membaca komentar-komentar yang ada dalam unggahan Instagram @Coppamagz				Likert 1-4
	Informasi yang <i>up-to-date</i>		Y4	Konten dalam Instagram @Coppamagz <i>up-to-date</i>	Likert 1-4
			Y5	Saya dapat memperoleh informasi <i>K-pop</i> terbaru melalui konten yang diunggah di Instagram @Coppamagz	Likert 1-4
			<i>Everyday need approach</i>	Cepat dalam memberikan informasi	Y6

			Y7	Saya tidak merasa ketinggalan berita karena mengikuti konten di Instagram @Coppamagz	Likert 1-4
		Spesifik	Y8	Informasi yang disediakan oleh Instagram @Coppamagz spesifik tentang <i>K-pop</i>	Likert 1-4
	<i>Exhaustic need approach</i>	Spesifik	Y9	Instagram @Coppamagz menyediakan informasi spesifik tentang idola saya	Likert 1-4
			Y10	Konten Instagram @Coppamagz memenuhi kebutuhan informasi saya secara spesifik tentang idola saya	Likert 1-4
		Akurat	Y11	Informasi yang disediakan oleh Instagram @Coppamagz akurat	Likert 1-4
			Y12	Informasi yang disediakan oleh Instagram @Coppamagz berasal dari sumber yang kredibel	Likert 1-4
			Y13	Instagram @Coppamagz mencantumkan sumber di setiap postingannya	Likert 1-4
		Lengkap	Y14	Instagram @Coppamagz menyediakan konten <i>K-pop</i> yang lengkap	Likert 1-4

		Y15	Seluruh konten di Instagram @Coppamagz disertai dengan data pendukung yang lengkap	Likert 1-4
<i>Catching-up need approach</i>	Singkat	Y16	Saya hanya memerlukan waktu singkat untuk membaca informasi di Instagram @Coppamagz	Likert 1-4
		Y17	Saya dapat memahami keseluruhan beritanya hanya dengan membaca informasi secara singkat di Instagram @Coppamagz	Likert 1-4
	Jelas	Y18	Saya merasa informasi yang disampaikan di Instagram @Coppamagz jelas	Likert 1-4
		Y19	Saya merasa informasi yang disampaikan di Instagram @Coppamagz tidak menimbulkan pemahaman ganda	Likert 1-4

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2022, p. 137), pengumpulan data dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu *setting*, sumber data, dan cara pengambilan data. Apabila dilihat dari sumber data terdapat 2 sumber pengumpulan data, yaitu sumber primer dan sumber sekunder.

3.5.1 Sumber Primer

Sumber primer merupakan sumber data dimana data tersebut diberikan kepada pihak yang mengumpulkan data secara langsung (Sugiyono, 2022, p. 137). Sumber primer yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner/angket. Kuesioner tersebut akan dibuat oleh peneliti dan disebarluaskan juga oleh peneliti kepada 120 sampel yang sesuai kriteria. Kuesioner tersebut dibuat dengan bantuan *Google Forms* dan pernyataan dalam kuesioner tersebut dibuat berdasarkan indikator dari kedua variabel penelitian.

3.5.2 Sumber Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber data dimana data tersebut diberikan kepada pihak yang mengumpulkan data secara tak langsung (Sugiyono, 2022, p. 137). Sumber sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber yang menjadi bantuan bagi peneliti untuk melengkapi data primer, yaitu artikel yang kredibel, jurnal, *e-book*, buku, dan lain-lain.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Terdapat dua hal yang menentukan apakah sebuah instrumen dapat dikatakan baik, yaitu valid dan reliabel. Instrumen dapat disebut valid apabila data yang dikumpulkan serta data yang terjadi secara nyata pada objek penelitian adalah sama, sedangkan instrumen dapat disebut reliabel apabila terjadi kesamaan pada data walaupun berbeda dari segi durasi waktunya (Sugiyono, 2022, p. 121).

Peneliti akan memakai skala *Likert* untuk mengukur data dalam penelitian ini. Skala *Likert* adalah skala yang memiliki fungsi untuk menakar sikap, opini, hingga persepsi seorang individu ataupun kelompok tentang sebuah fenomena

sosial (Sugiyono, 2022, p. 93). Penelitian ini akan menggunakan skala *Likert* 1-4 yang merupakan modifikasi dari skala *Likert* lima angka untuk menghindari jawaban angka 3/netral/ragu-ragu karena jawaban angka 3 yang memiliki pemaknaan ganda (Hertanto, 2017, pp. 2-3). Berikut merupakan penjabaran dari skala *Likert* yang akan diimplementasikan:

Tabel 3.3 Skor pada Skala *Likert*

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

Sumber: Hertanto (2017)

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018, p. 51), uji validitas merupakan teknik uji yang bertujuan untuk mengetahui valid atau tidak validnya instrumen dalam penelitian. Instrumen yang valid harus memenuhi 2 validitas, yaitu validitas internal dan validitas eksternal (Sugiyono, 2022, p. 123). Validitas internal meliputi validitas konstruksi dan validitas isi, sedangkan validitas eksternal disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang sudah ada.

Penelitian ini akan memakai rumus korelasi *Bivariate Pearson* dengan bantuan aplikasi SPSS v.27 untuk melakukan uji validitas. Berikut adalah hipotesis untuk uji validitas dalam penelitian ini:

1. Bilamana hasil nilai r hitung $> r$ tabel dengan signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikonklusikan bahwa data penelitiannya valid.
2. Bilamana hasil nilai r hitung $< r$ tabel dengan signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikonklusikan bahwa data penelitiannya tidak valid.

Uji validitas yang merupakan salah satu uji *pre-test* dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden. Dengan df (*degree of freedom*) = $N-2$ dan toleransi kesalahan sebesar 5% (0,05), maka $df = 120-2 = 118$. Dari angka tersebut, dapat disimpulkan

bahwa nilai r tabel adalah sebesar 0,195. Oleh karena itu, setiap pernyataan dapat dinyatakan valid apabila nilai r hitung > 0,195.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	R hitung	R tabel	Signifikansi	Keterangan
X1	0,805	0,195	<0,001	VALID
X2	0,697		<0,001	VALID
X3	0,828		<0,001	VALID
X4	0,753		<0,001	VALID
X5	0,680		<0,001	VALID
X6	0,793		<0,001	VALID
X7	0,709		<0,001	VALID
X8	0,748		<0,001	VALID
X9	0,753		<0,001	VALID
X10	0,680		<0,001	VALID
X11	0,762		<0,001	VALID
X12	0,783		<0,001	VALID
X13	0,787		<0,001	VALID

Sumber: Olahan SPSS v.27 (2023)

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, telah dilakukan uji validitas terhadap 13 pernyataan dari variabel X (Media sosial Instagram @Coppamagz). Dapat terlihat bahwa seluruh pernyataan valid dengan r hitung > 0,195 dan signifikansi < 0,05.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	R hitung	R tabel	Signifikansi	Keterangan
Y1	0,781	0,195	<0,001	VALID
Y2	0,722		<0,001	VALID
Y3	0,749		<0,001	VALID
Y4	0,817		<0,001	VALID
Y5	0,710		<0,001	VALID
Y6	0,781		<0,001	VALID

Y7	0,779		<0,001	VALID
Y8	0,792		<0,001	VALID
Y9	0,719		<0,001	VALID
Y10	0,723		<0,001	VALID
Y11	0,735		<0,001	VALID
Y12	0,697		<0,001	VALID
Y13	0,768		<0,001	VALID
Y14	0,726		<0,001	VALID
Y15	0,765		<0,001	VALID
Y16	0,811		<0,001	VALID
Y17	0,803		<0,001	VALID
Y18	0,720		<0,001	VALID
Y19	0,792		<0,001	VALID

Sumber: Olahan SPSS v.27 (2023)

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, telah dilakukan uji validitas terhadap 19 pernyataan dari variabel Y (Pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop*). Dapat terlihat bahwa seluruh pernyataan valid dengan r hitung $> 0,195$ dan signifikansi $< 0,05$.

3.6.2 Uji Realibilitas

Menurut Ghozali (2018, p. 45), uji reliabilitas merupakan teknik uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban dari pertanyaan yang dibuat sehingga pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur variabel dalam penelitian. Apabila jawaban yang diberikan oleh responden konsisten, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel, demikian juga sebaliknya (Ghozali, 2018, p. 46).

Penelitian ini akan menggunakan uji reliabilitas *Cronbach Alpha* dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Bilamana hasil nilai *Cronbach Alpha* $> 0,600$, maka dapat dikonklusikan bahwa kuesioner yang dicantumkan reliabel.

2. Bilamana hasil nilai *Cronbach Alpha* < 0,600, maka dapat dikonklusikan bahwa kuesioner yang dicantumkan tidak reliabel.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Items</i>
0,936	13

Sumber: Olahan SPSS v.27 (2023)

Gambar di atas menunjukkan hasil dari uji reliabilitas variabel X dengan bantuan SPSS v.27 bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel X adalah sebesar 0,936 yang lebih besar dari 0,600 sehingga seluruh pernyataan yang valid dalam variabel X dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Items</i>
0,958	19

Sumber: Olahan SPSS v.27 (2023)

Gambar di atas menunjukkan hasil dari uji reliabilitas variabel Y dengan bantuan SPSS v.27 bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel Y adalah sebesar 0,958 yang lebih besar dari 0,600 sehingga seluruh pernyataan yang valid dalam variabel Y dapat dinyatakan reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik. Menurut Sugiyono (2022, p. 147), ada dua jenis statistik dalam analisis data, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif merupakan statistik yang dilakukan apabila hanya ingin mendeskripsikan serta menyimpulkan data sampel tanpa menyimpulkan data untuk populasi, sedangkan statistik inferensial merupakan statistik yang dilakukan apabila ingin mendeskripsikan data sampel dan menyimpulkan data tersebut untuk populasi (Sugiyono, 2022, pp. 147-148).

Penelitian ini akan menggunakan statistik inferensial dengan menganalisis 120 sampel dan menyimpulkan hasil tersebut sebagai hasil untuk populasi, yaitu sosial media Instagram @Coppamagz. Untuk menganalisis data dalam penelitian

ini, peneliti menggunakan 3 teknik analisis data, yaitu uji normalitas, uji korelasi, dan uji regresi.

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018, p. 27), tujuan melakukan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data dari variabel yang akan dianalisis berdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Bilamana hasil signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikimpulkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi secara normal.
2. Bilamana hasil signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikimpulkan bahwa data dalam penelitian tidak berdistribusi secara normal.

3.7.2 Uji Korelasi

Menurut Ghozali (2018, p. 95), uji korelasi merupakan analisis secara statistik yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis dari hubungan antara dua variabel ketika dua variabel tersebut berbentuk interval/rasio. Untuk menguji korelasi dalam penelitian ini akan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan menganalisis korelasi antara media sosial Instagram @Coppamagz (variabel X) dan pemenuhan kebutuhan informasi penggemar *K-pop* (variabel Y).

Kekuatan hubungan korelasi antara kedua variabel akan ditentukan dengan melihat angka koefisien/ nilai r dengan tabel berikut sebagai pedoman:

Tabel 3.8 Interpretasi Koefisien Korelasi

Jarak Koefisien	Hubungan
$< 0,200$	Sangat Lemah
0,200-0,399	Lemah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat

$\geq 0,800$	Sangat Kuat
--------------	-------------

Sumber: Sugiyono (2022)

3.7.3 Uji Regresi

Uji regresi akan dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana. Uji regresi linear sederhana merupakan uji yang berdasar pada hubungan kausal antara 1 (satu) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen (Sugiyono, 2022). Berikut merupakan persamaan dari regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Catatan:

- Y : Variabel dependen
- a : Konstanta
- b : Koefisien regresi
- X : Variabel independen

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA