

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Paradigma pada penelitian ini termasuk ke dalam positivisme, paradigma ini digunakan untuk menemukan dan mendapatkan konfirmasi terkait terkait sebuah hubungan sebab dan akibat yang nantinya dapat dipergunakan untuk memperkirakan pola dari sebuah gejala sosial yang sedang diamati. Namun, penelitian ini bukan membahas terkait hubungan sebab akibat yang absolut, melainkan hubungan sebab akibat yang bersifat prediksi atau statik. Paradigma ini memiliki beberapa karakteristik yang pertama adalah karakteristik Ontologis dimana paradigma ini membahas bahwa realitas merupakan sebuah obyektif, tunggal, eksternal, dan statis. Kemudian karakteristik Epistemologis peneliti sebagai outsider dari objek penelitian yang mana jika dikaitkan dalam penelitian ini bahwa peneliti bukan sebagai bagian dari objek yang ingin diteliti dan memposisikan diri secara netral. Selanjutnya, Karakteristik Axiologis dimana mengetahui bahwa hal yang terdapat di dalam dunia ini menurunkan tujuan dan memiliki nilai. Terakhir, Metodologi dari penelitian ini dengan menggunakan pengujian hipotesis di dalam sebuah struktur yang dilakukan dengan eksperimen atau survei dengan analisis kuantitatif. Berdasarkan penjelasan ini dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini akan lebih mengarah ke analisis bagaimana pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini mengambil pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif sendiri dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis berdasarkan teori yang sudah ada (Purwanto, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini lebih ditujukan untuk menguji sebuah teori apakah teori tersebut berhasil terbukti dan cocok digunakan dalam penelitian atau tidak. Penelitian kuantitatif ini berfokus terhadap analisis data yang dapat diambil melalui responden penelitian contohnya melalui teknik pengambilan data survei Cross Sectional. Survei Cross Sectional merupakan sebuah teknik pengambilan data yang dilakukan hanya sekali selama penelitian

berlangsung dan tidak ditindaklanjuti pada waktu lainnya. Beberapa ciri-ciri dari survei jenis ini adalah penelitian bersifat deskriptif dan korelasional (Sugiyono, 2019). Penelitian kuantitatif ini berfokus pada data yang nantinya akan diolah lebih jauh dan menghasilkan hasil yang maksimal. Beberapa ciri-ciri penelitian kuantitatif diantara lain ,

- Memiliki 2 atau lebih variabel yang dapat diukur pengaruhnya
- Masalah penelitian berisi tentang pertanyaan tentang ada atau tidaknya suatu pengaruh terhadap variabel yang ada.
- Data menggunakan sampel dan prinsip yang dapat diwakilkan.
- Sifatnya objektif
- Cenderung singkat dibandingkan dengan penelitian kualitatif

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai sebuah objek maupun subjek secara keseluruhan yang berada di dalam sebuah penelitian, populasi sendiri tidak terbatas hanya dapat dilabeli kepada manusia saja. Tetapi, juga meliputi hewan, tanaman, dan hal lainnya. Populasi sendiri terbagi kepada 2 jenis yang pertama adalah populasi terbatas yaitu sekumpulan populasi yang dapat dihitung jumlahnya, sedangkan populasi tidak terbatas merupakan sekumpulan populasi yang tidak dapat dihitung jumlahnya dan dalam jumlah yang tak terbatas (Suriani et al., 2023). Pada penelitian ini populasi yang diambil merupakan pengikut dari media sosial Toko Mama Gigi di aplikasi TikTok. Berdasarkan data yang ada jumlah pengikut media sosial di Toko Mama Gigi berjumlah 3,7 Juta pengikut.

3.3.2. Sampel

Menurut Somantri (2006) Sampel adalah sebagian kecil yang diambil dari anggota populasi dan diambil berdasarkan prosedur tertentu dalam

menghasilkan sampel yang dapat mewakili sejumlah populasi yang ada (Somantri & Muhibin, 2006). Pada penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan model Maholtra (2009), menurut maholtra sendiri sampel merupakan sebuah sub kelompok yang akan mewakili banyaknya dari populasi yang ingin diteliti. Berikut adalah perhitungan dari rumus sampel Maholtra

Tabel 3. 1 Standar Sampel pada Marketing Research

Tipe Studi/Penelitian	Ukuran Sampel Minimum	Ukuran Umum
Riset Identifikasi Masalah	500	1000 – 2500
Problem Solving Research	200	300 – 500
Tes Produk	200	300 – 500
Uji Pemasaran	200	300 – 500
TV, <i>Online</i> , Radio, <i>Advertising</i>	150	200 - 300
<i>Test Market Audits</i>	10	10 – 20 Toko
<i>Fokus Group</i>	2 kelompok	6 – 15 kelompok

Sumber : Buku Research Pemasaran (2017)

Penelitian ini berfokus pada media online yang itu TikTok dan memiliki jumlah minimum sampel sebanyak 150 responden.



3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep

- **Variabel X (Konten Pesan)**

Pada penelitian ini Konten pesan yang berfungsi sebagai variabel X dan keterlibatan audiens sebagai variabel Y. Kedua variabel ini nantinya akan dianalisis secara kuantitaif untuk dicari pengaruh antara satu dan lainnya. Namun, sebelum masuk ke teknik analisis, berikut adalah operasionalisasi dari variabel X dan Y dengan menggunakan skala likert.

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel X

Konsep	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Konten Marketing	Emotion	Ajakan	TikTok Toko Mama Gigi mengajak untuk melakukan pembelian Produk Pilihan Mama Gigi di sesi live dengan penawaran menarik	<i>Likert</i> 1-5
		Kebutuhan	TikTok Toko Mama Gigi berisi informasi yang sesuai kebutuhan belanja rumahan dengan gaya hidup modern	<i>Likert</i> 1-5
		Pengalaman	TikTok Toko Mama Gigi memuat informasi bahwa live Toko Mama Gigi akan membantu audiens mendapatkan produk dengan penawaran menarik	<i>Likert</i> 1-5

	Reminder	Isi reminder	TikTok Toko Mama Gigi berisi informasi terkait waktu sesi live (setiap hari, pukul 09.00 - 24.00)	Likert 1-5
			TikTok Toko Mama Gigi berisi informasi terkait promo spesial seperti Gajirans, THRans, Double-Date, dan Super Brand Day	
			Preferensi reminder	
	Incentive	Penawaran	TikTok Mama Gigi menginstruksikan audiens untuk memasang notifikasi pengingat agar tidak ketinggalan sesi live sesuai jadwal yang telah diinfokan	Likert 1-5
			Frekuensi reminder	TikTok Toko Mama Gigi selalu mengingatkan terkait penawaran menarik yang hanya ada pada sesi live
		Kesenangan	TikTok Toko Mama Gigi berisi penawaran menarik (contohnya : produk bundling dengan harga mulai 100 ribuan, diskon up to 90%, dan beli 1 dapat 1)	Likert 1-5
			TikTok Toko Mama Gigi membuat audiens senang dengan sesi live spesial bersama Nagita Slavina pada campaign tentu	Likert 1-5

	Interactive	Respon	TikTok Toko Mama Gigi mengajak audiens untuk bekomentar pada konten tebak-tebakan	Likert 1-5
		Feedback	TikTok Toko Mama Gigi memanfaatkan fitur "filter" agar audiens dapat mengikuti challenge	Likert 1-5

Sumber : Olahan Penulis 2025



- **Variabel Y (Keterlibatan Audiens)**

Pada penelitian ini keterlibatan audiens sebagai variabel Y yang nantinya akan dinilai menggunakan instrumen penelitian dengan skala likert yang diukur dari 1 - 5 berdasarkan *perceived engagement* yang berasal dari persepsi, nilai, dan juga sikap audiens.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y

Konsep	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Keterlibatan Audiens	Entertainment	Escapism	Saya terhibur saat menonton TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5
		Fun to use	Saya mengikuti games atau kuis pada TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5
		Exciting	Saya selalu menunggu TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5
	Past time	Latar waktu	Pada saat waktu luang, saya selalu mengikuti TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5
		Durasi nonton	Saya selalu mengikuti TikTok Toko Mama Gigi setiap hari	Likert 1-5
	Stimulation Interaction	Respon	Saya antusias menunggu TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5

		Sugesti	Saya menonton TikTok Mama Gigi untuk mencari informasi tentang kebutuhan saya	Likert 1-5
Social Interaction		Rasa positif	Saya memberikan "like" pada TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5
		Menghargai	Saya memberikan komentar pada TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5
		Keterbukaan	Saya membagikan TikTok Toko Mama Gigi kepada followers saya	Likert 1-5
	Empowerment	Manfaat	Informasi dari TikTok Toko Mama Gigi sangat bermanfaat bagi saya	Likert 1-5
	Practical Use	Easy to use	Saya merasa lebih mudah untuk mendapatkan informasi melalui TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5
		Efisiensi	Saya mudah mengakses TikTok Toko Mama Gigi	Likert 1-5

Sumber : Olahan Penulis (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data Angket atau kuisioner Survei yang berisi daftar pertanyaan yang dirumuskan berdasarkan konsep dan dimensi dari variabel yang ingin diteliti. Teknik ini biasanya diperlukan untuk mengumpulkan data dalam skala besar yang biasanya identik dengan penelitian Kuantitatif. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data numerik yang nantinya akan diolah melalui media pengolahan data penelitian seperti SPSS versi 27.

3.5.1 Data Premier

Menurut Hasan, data premier merupakan sebuah data yang diambil atau diperoleh langsung oleh peneliti kepada narasumber dilapangan, beberapa metode yang dapat dilakukan dalam pengumpulan data seperti wawancara, kuisioner, dsb. Pada penelitian ini yang disebut sebagai data premier adalah kuisioner yang disebarluaskan kepada para responden. Peneliti menuju pengikut Toko Mama Gigi sebagai data premier. Kuisioner yang dibuat oleh peneliti menggunakan skala likert, skala likert sendiri merupakan sebuah skala penelitian yang dikembangkan oleh Rensis Likert dengan jenjang antara 1 – 5 untuk mendeskripsikan pilihan dari 1 untuk Sangat tidak setuju dan 5 Sangat Setuju. Pada kuisioner dengan skala Likert sangat dihindari pilihan 3 atau netral dikarenakan hal tersebut dapat memicu hasil yang tidak pasti dari responden. Oleh sebab itu, penggunaan skala Likert pada penelitian ini untuk menilai Variabel Keterlibatan audiens berdasarkan *perceived engagement* atau penilaian responden terhadap dirinya sendiri yang dinilai berdasarkan instrumen penelitian dan tidak berasal dari data rill yang dapat terhitung seperti like, komen, dan share aktual dari sistem seperti TikTok *Analytics*.

3.5.2 Data Sekunder

Menurut Hasan, data sekunder merupakan data yang diambil oleh peneliti berdasarkan sumber yang sudah ada, contohnya seperti sumber literatur, sumber pustaka, penelitian terdahulu, dsb. yang digunakan sebagai acuan dan pendukung

data premier. Pada penelitian ini dicontohkan dengan penulis mencantukan penelitian terdahulu yang berkaitan atau memiliki topik yang sama dengan penelitian saat ini. Data ini dikumpulkan agar menjadi gambaran dan membantu penulis dalam meneliti dan membuat kesimpulan.

3.6 Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009) Uji Validitas merupakan salah satu langkah untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat mengukur variabel yang ingin diukur. Uji ini dilakukan terhadap kuisioner penelitian yang nantinya akan digunakan untuk menyebar pertanyaan kepada responden. Instrumen penelitian yang telah memenuhi syarat valid, maka dapat dilanjutkan ke tahap penyebaran ((Ghozali, 2011)). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan perangkat SPSS versi 27 melalui Uji Korelasi Pearson dengan kriteria pengukuran r hitung $\geq r$ tabel, baru instrumen penelitian dapat dikatakan valid.

r hitung : Nilai Koefisien Korelasi yang diambil dari hasil analisis data

r tabel : Nilai yang diambil dari tabel distribusi nilai t

Pada penelitian ini penulis menguji instrumen penelitian kepada 37 responden dengan persentase toleransi kesalahan 5%. Oleh sebab itu, instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila hasil r hitung $\geq r$ tabel (0.3245).

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

No.	R _{XY}	Status
1	0.784	Valid
2	0.659	Valid
3	0.692	Valid
4	0.804	Valid
5	0.804	Valid
6	0.793	Valid
7	0.591	Valid
8	0.782	Valid

9	0.786	Valid
10	0.670	Valid
11	0.452	Valid
12	0.660	Valid
13	0.715	Valid
14	0.853	Valid
15	0.855	Valid
16	0.867	Valid
17	0.851	Valid
18	0.819	Valid
19	0.641	Valid
20	0.709	Valid
21	0.668	Valid
22	0.767	Valid
23	0.783	Valid
24	0.684	Valid

Sumber : Olahan Penulis 2025

Berdasarkan hasil Uji Validitas 24 instrumen penelitian variabel X dan Y semuanya dinyatakan valid karena r hitung $\geq r$ tabel (0.3245). Oleh sebab itu, instrumen variabel yang telah diujikan dapat dipakai untuk melakukan penelitian kepada sampel yang dituju.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sebuah uji yang mengarah kepada stabilitas, konsistensi, daya prediksi dan akurasi. Reliabilitas diuji menggunakan rumus Alpha Cronbach, jangan nilai dari Alpha Cronbach sendiri di rentang 0 - 1. Menurut Ghazali dan Sugiyono (Ghozali, 2011) instrumen yang dapat dikatakan reliable apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Namun, menurut Eisingerich dan Rubera (2010) instrumen yang dapat dikatakan reliable apabila nilai Alpha Cronbach $> 0,70$.

Hasil Reliabilitas Variabel X

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliabilty Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,896	11

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

Hasil Cronbach Alpha pada 11 instrumen variabel X menunjukkan angka 0,896 yang dapat disimpulkan Instrumen variabel X Reliable karena hasilnya melebihi 0,60 atau 0,70.

Hasil Reliabilitas Variabel Y

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliabilty Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,938	13

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

Hasil Cronbach Alpha pada 13 intrumen variabel Y menunjukkan angka 0,938 yang dapat disimpulkan Instrumen variabel Y Reliable karena hasilnya melebihi 0,60 atau 0,70.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknis analisis data secara deskriptif dan juga inferensial dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Kedua teknik analisis ini memiliki perbedaan fungsi, pada teknis analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan data analisis menggunakan tabel frekuesi serta karakteristik responden. Selanjutnya, untuk teknik analisis inferensial digunakan untuk menguji beberapa topik seperti normalitas, hipotesi, serta regresi linear.

Menurut Sugiyono (2019) Uji Normalitas merupakan sebuah teknik untuk menganalisis apakah variabel dependent, independent terdistribusi dengan normal atau dapat dikatakan juga mendekati normal. Data normalitas sendiri dilihat dari nilai signifikansi *Shapiro Wilk* apabila data yang diteliti kurang dari 100. Namun, apabila data yang diteliti melebihi 100 data menggunakan *Kolmogorof-Smirnov*. Pada Uji Normalitas menggunakan *Kolmogorof-Smirnov*, sebuah data dapat dikatakan terdistribusi secara normal atau mendekati normal apabila memiliki nilai signifikansi > 0.05 .

Selain itu, terdapat juga Uji Hipotesis untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, hipotesis yang akan diteliti adalah

H0 : Konten TikTok tidak berpengaruh terhadap keterlibatan audiens di Platform TikTok Toko Mama Gigi.

H1 : Konten TikTok berpengaruh terhadap keterlibatan audiens di platform TikTok Toko Mama Gigi.

Pengujian hipotesis di atas memiliki syarat sebagai berikut :

- Jika nilai $\alpha < 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima
- Jika nilai $\alpha > 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak

Selain uji Normalitas, pada penelitian ini juga dilakukan uji Analisis Regresi Liniar Sederhana dikarenakan hanya terdapat 2 variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono Uji Analisis Regresi dilakukan untuk mengetahui nilai perubahan variabel dependent dan apabila independentnya diubah.

Berikut adalah persamaan Regresi Linear Sederhana,

$$Y = a + bX$$

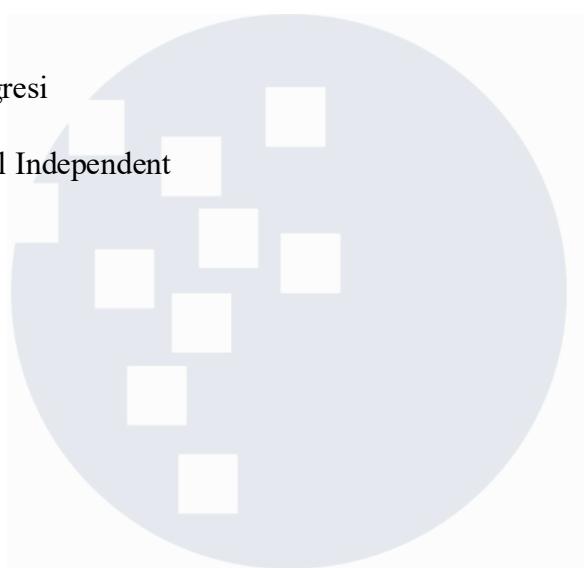
Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksi

A = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Nilai Variabel Independent



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA