

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan pada pengunjung youtube yang memberikan komentar di akun tiktok @nisa2306, dengan membagikan kuisioner yang pernah melihat Iklan Snack Video Versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube dan adapun waktu penelitian ini dilaksanakan dimulai dari bulan Agustus-Oktober 2021

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian analisisnya lebih fokus pada data-data *numerical* (angka) yang akan diolah dengan menggunakan metode statistika. Dengan menggunakan pendekatan ini, maka akan diperoleh signifikansi pengaruh variabel satu terhadap variabel lain yang diteliti. Pendekatan kuantitatif juga bisa disebut sebagai penelitian yang berlandaskan dari filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, untuk tehnik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, kemudian pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:13).

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kausalitas yaitu uji pengaruh iklan aplikasi snack video terhadap sikap khalayak dalam penelitian ini khalayak diwakili oleh orang yang memberikan komentar di akun tiktok @nisa2306. Penelitian ini menitikberatkan pada besarnya pengaruh iklan aplikasi snack video versi „beli itik dua ekor“ terhadap sikap khalayak dan melihat bagaimanakah sikap khalayak terhadap iklan youtube aplikasi snack video apakah sikap positif atau negatif. Teknik analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah agar mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam melakukan penelitian, data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai beberapa kriteria tertentu yaitu valid. Dapat dikatakan valid jika menunjukkan ketepatan antara data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan. (Sugiono : 2017)

Sedangkan metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah survei. Metode penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

D. Jenis Penelitian

Metode survey dalam penelitian ini bersifat eksplanatif digunakan

untuk mengetahui sebab apa yang menjadi mempengaruhi terjadinya sesuatu yang terjadi dapat dilihat dari situasi atau kondisi dan apa pengaruhnya, dengan kata lain menjelaskan hubungan dari dua variabel atau lebih (Krisyantono, 2014:60)

E. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian harus didefinisikan secara jelas, agar tidak menimbulkan terdapatnya pengertian ganda. Definisi variabel juga memberikan batasan-batasan sejauh mana penelitian akan dilakukan. Diperlukan operasionalisasi variabel adalah untuk mengubah masalah yang diteliti ke dalam bentuk variabel, lalu menentukan indikator dan jenis dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian ini.

1. Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2016:39), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Youtube Advertising.

2. Variabel Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2010), Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi ataupun yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas". Variabel terikat yaitu variabel penelitian yang diukur untuk

mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel

terikat atau selanjutnya dinotasikan sebagai Y adalah sikap khalayak, dalam

penelitian ini sikap khalayak orang yang memberikan komentar di akun tiktok @nisa2306.

Definisi operasional variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi bias terhadap data yang diambil. Variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di teliti sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut dan dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:38). Variabel yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Iklan Aplikasi Snack Video versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube (X) Yazeer (2012:13)	1. Informativeness	a. Sumber informasi tentang produk b. Informasi yang relevan c. Informasi terbaru tentang produk
		2. Irritation	a. <i>Deceptive</i> (memperdaya/menipu), b. <i>Annoying</i> (mengganggu) c. <i>Confusing</i> (membingungkan)
2.	Sikap Khalayak (Y) Azwar Saifuddin (2012:33)	1. Kognitif	a. Perhatian (<i>attention</i>) b. Menyadari (<i>awareness</i>) c. Mengenal (<i>recognition</i>) d. Mengerti & Paham (<i>comprehension</i>) e. Mengingat kembali (<i>recall</i>)
		2. Afektif	a. Perubahan sikap b. Suka atau tidak suka c. Keterlibatan (<i>involvement</i>)
		3. Konatif	a. Tindakan langsung b. Perkataan

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016 : 80). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung youtube yang memberikan komentar pada akun tiktok @nisa2306

Populasi di penelitian ini adalah populasi pengunjung youtube yang pernah memberikan komentar pada akun @nisa2306,yang memiliki populasi 4295 orang,dalam survei yang dilakukan *We Are Social* tahun 2021 *platform* media sosial paling aktif dengan audience tertinggi umur 18 – 34 tahun. Jadi populasi dengan karakteristik dengan umur 18 – 34 tahun dan pernah melihat iklan iklan Aplikasi Snack Video versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube terdapat 4295

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki dari populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling,Probability Sampling* adalah teknik pengambilan data yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Sugiono,2016:82).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simpel random sampling, simpel random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan dengan secara acak tanpa memperhatikan strata

dalam populasi tersebut. Cara yang dilakukan tersebut bila anggota dalam populasi dianggap homogen (Sugiono,2016:82)

Penelitian ini mengambil responden yang mengetahui Iklan Aplikasi Snack Video versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube dan jumlah sampel yang akan didapatkan menggunakan metode Taro Yamane menurut Sugiono (2011:87) dengan taraf kepercayaan sampel terhadap populasi sebesar 90% dan taraf kesalahan sebesar 10%

Dengan menggunakan metode taro yamane sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 1000 responden. Jumlah populasi yang berjumlah 4295 yang sesuai dengan kriteria penelitian seperti usia dan pernah melihat iklan Aplikasi Snack Video di Youtube terdapat 4295 orang, maka besarnya sampel sebagai berikut :

n = jumlah sampel yang akan diambil

N = jumlah produksi

e = presisi (10%)

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

$$n = \frac{4.295}{4.295 (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{4.295}{4.295 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{4.295}{43,95}$$

$$n = 97,7$$

$$= 98 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan hasil rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditentukan sebanyak 98 responden.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, setelah dikumpulkan kemudian diolah sendiri oleh peneliti langsung. Saat melakukan metode data primer menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan serangkaian daftar pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun, yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara membuat daftar kuesioner dengan masing-masing kuesioner yang dilakukan untuk pengukuran tersebut bertujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap kuesioner yang diisi harus mempunyai skala penilaian (Sugiyono, 2017:92).

Pada skala likert, variabel yang mau di ukur untuk dijabarkan menjadi indikator variabel, lalu kemudian indikator itu dijadikan sebagai

acuan untuk menyusun item kuesioner. Item-item kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya memiliki gradasi penilaian dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2017:93).

Tabel 3.2 Ukuran Jawaban Kuesioner

Kategori	Bobot penilaian
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam penelitian ini digunakan hanya empat kategori pilihan jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Jawaban Ragu-ragu dihilangkan karena menghindari ke tidak validtan data yang diperoleh. Dari setiap pilihan jawaban memiliki bobot nilai yang berbeda-beda. Kemudian setelah semua jawaban responden terkumpul, lalu jawaban responden dijumlahkan berdasarkan dari bobot nilainya sehingga menghasilkan suatu data yang dapat ditarik kesimpulan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh lalu dikumpulkan oleh peneliti berasal dari berbagai sumber, buku-buku literatur dan kepustakaan lainnya maupun seperti

kutipan jurnal, skripsi, dan buku. Data yang dikumpulkan ini merupakan data yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

H. Teknik Analisa Data

Menurut Sujarweni (2015: 157) teknik analisis data yaitu suatu proses yang berhubungan dengan prosedur penelitian. Analisis dilakukan untuk bisa menarik kesimpulan guna menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis uji pengaruh menggunakan regresi linear sederhana. Proses analisis dengan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 23.0.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

a. Koefisien Regresi Linear

Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi dan menguji pengaruh satu variabel bebas atau variabel independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y). Jika skor variabel bebas sudah diketahui maka skor variabel terikatnya bisa diprediksi besarnya. Analisis regresi pun dapat dilakukan agar mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebasnya.

Analisis regresi linear sederhana terdiri dari 1 (satu) variabel bebas (X) dan 1 (satu) variabel terikat (Y), dengan persamaan :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Sebagai nilai yang dipredisikan

X : Sebagai nilai Variabel Independen

a : Konstanta regresi

b : Koefisien regresi (nilai penurunan atau peningkatan variabel bebas)

Angka konstanta regresi (a) mempunyai arti bahwa jika tidak ada Iklan Aplikasi Snack Video (X), maka Sikap Khalayak (Y) adalah sebesar konstanta regresi (a). Sedangkan nilai koefisien regresi (b) mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat ada Iklan Aplikasi Snack Video (X), maka Sikap Khalayak (Y) adalah sebesar nilai koefisien regresi (b).

b. Uji Koefisien Regresi

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,01. Apabila nilai probability t lebih kecil dari 0,01 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Setelah menetapkan batas signifikansi, maka kaidah penerimaan atau penolakan H_0 secara umum bisa dirumuskan sebagai berikut:

Jika $\text{sig} < 0,01$ maka H_0 tidak dapat diterima (H_0 ditolak)

Jika $\text{sig} > 0,01$ maka H_0 tidak dapat ditolak (H_a diterima).

2. Uji Hipotesis Penelitian (Uji t)

Menurut Ghozali (2016: 97), uji t (*t-test*) pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Atau dengan kata lain uji t ini dimaksudkan untuk melihat seberapa signifikannya variabel bebas menerangkan variabel terikat. Rumus yang digunakan untuk dapat menentukan nilai t hitung adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien Regresi}}{\text{Standar Deviasi}}$$

Tahapan dalam melakukan uji statistik t adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

H₀ : b = 0, tidak terdapat pengaruh secara signifikan Iklan Aplikasi Snack Video versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube (X) terhadap sikap khalayak (Y)

H₁ : b ≠ 0, terdapat pengaruh secara signifikan Iklan Aplikasi Snack Video versi “Beli Itik Dua Ekor” di Youtube (X) terhadap sikap khalayak (Y)

2) Menentukan tingkat signifikansi, dalam penelitian ini menggunakan signifikansi yaitu sebesar 10%.

3) Kriteria penerimaan hipotesis H_0 diterima jika nilai

$$t_{hitung} < t_{tabel}$$

I. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur yang digunakan dalam mengukur itu valid. Suatu kuesioner atau instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Sugiyono, 2017:121). Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu instrumen. Instrumen dapat dikatakan valid ketika pernyataan di kuesioner bisa menghasilkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Teknik pengujian yang sering digunakan peneliti untuk uji validitas yaitu dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Analisis ini diaplikasikan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total merupakan penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut dapat memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Kriteria pengujian validitas ialah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Dalam pengukuran tingkat validitas menggunakan bantuan software SPSS (Statistic Package for Social Science) versi 23 for windows. Langkah operasional dalam software SPSS yaitu klik Analyze -> Correlate -> Bivariate. Nilai r hitung dapat dilihat dari output SPSS sedangkan nilai r table diperoleh dengan melihat table r pada signifikan 10% dengan $df = n - 2$, dimana df adalah derajat bebas dan n adalah jumlah sampel.

2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan kuesioner. Dalam pengukuran tingkat validitas menggunakan bantuan software SPSS (Statistic Package for Social Science) versi 23 for windows. Langkah operasional dalam software SPSS yaitu klik Analyze -> Scale -> Reliability Analysis.

Tingkat reliabilitas dan metode Alpha Cronbach diukur dari skala Alpha 0 sampai dengan 1. Jika skala tersebut di kelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, Jadi ukuran kemantapan Alpha dapat di interpretasi seperti tabel berikut:

Tabel 3.3 Tingkatan Reliabilitas

<i>Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 s.d 0,80	Reliabel
>0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: (Triton, 2006: 243)

A. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada 30 orang responden. Hasil Uji ini untuk membuktikan setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden valid atau tidak. Uji validitas dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dalam penelitian ini, nilai df (*degree of freedom*) dapat dihitung $df = n - 2$ maka didapatkan $df = 30 - 2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 10%, maka nilai r tabel sebesar 0,422. Hasil pengujian validitas dapat dilihat seagai berikut

1. Uji Validitas Variabel X (Iklan)

Hasil uji validitas Variabel X (Iklan) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel X
(Iklan)

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	X1	0,422	0,806	Valid
2	X2	0,422	0,738	Valid
3	X3	0,422	0,796	Valid
4	X4	0,422	0,720	Valid
5	X5	0,422	0,672	Valid
6	X6	0,422	0,720	Valid
7	X7	0,422	0,650	Valid
8	X8	0,422	0,689	Valid
9	X9	0,422	0,589	Valid
10	X10	0,422	0,676	Valid
11	X11	0,422	0,677	Valid
12	X12	0,422	0,712	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji diatas, jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 12 butir pernyataan pada Variabel X (Iklan Aplikasi Snack Video) dapat dikatakan **Valid** karena nilai $r \text{ hitung}$ lebih besar dari 0.4226 ($r \text{ tabel}$).

2. Uji Validitas Variabel Y (Sikap Khalayak)

Hasil uji validitas Variabel Y (Sikap Khalayak) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Sikap Khalayak)

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	Y1	0,422	0,747	Valid
2	Y2	0,422	0,722	Valid
3	Y3	0,422	0,747	Valid
4	Y4	0,422	0,750	Valid
5	Y5	0,422	0,715	Valid
6	Y6	0,422	0,719	Valid
7	Y7	0,422	0,690	Valid
8	Y8	0,422	0,842	Valid
9	Y9	0,422	0,820	Valid
10	Y10	0,422	0,864	Valid
11	Y11	0,422	0,640	Valid
12	Y12	0,422	0,827	Valid
13	Y13	0,442	0,923	Valid
14	Y14	0,442	0,680	Valid
15	Y15	0,442	0,920	Valid
16	Y16	0,442	0,828	Valid
17	Y17	0,442	0,931	Valid
18	Y18	0,442	0,766	Valid
19	Y19	0,442	0,855	Valid
20	Y20	0,442	0,606	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji diatas, jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 20 butir pernyataan pada Variabel Y (Sikap Khalayak) dapat dikatakan Valid karena nilai $r \text{ hitung}$ lebih besar dari 0,4226 ($r \text{ tabel}$).

B. Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan)

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
(Iklan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,904	12

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel X (Iklan Aplikasi Snack Video) sebesar 0,904 dan berada diatas 0,900. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 12 butir pernyataan Variabel X (Iklan Aplikasi Snack Video) adalah **Sangat Reliabel**.

2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Sikap Khalayak)

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y
(Sikap Khalayak)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.961	20

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (Sikap Khalayak) sebesar 0,961 dan berada diatas 0,900. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 20 butir pernyataan Variabel Y (Sikap Khalayak) adalah **Sangat Reliabel**.

