

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sebagaimana dikutip pendapat Cresweel (2016:2), menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah yang diperoleh dari sampel orang atau penduduk yang diminta menjawab serangkaian pertanyaan survei untuk menentukan frekuensi dan persentase survei. jawaban mereka. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini, dimana data diperoleh dari skor hasil pertanyaan angket sesuai dengan dimensi dan indikator masing-masing variabel yang diteliti.

B. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 8), populasi merupakan suatu sampel tertentu yang dapat dipelajari dengan menggunakan metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk memverifikasi hipotesis yang telah dikonfirmasi.

C. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah eksplanatori atau eksplanatori. Menurut Sugiyono (2017:4), tujuannya adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan #Exoticntt di

instagram terhadap citra obyek wisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur pada Followers Akun Instagram @disparekraf.ntt.

D. Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel dibuat agar tidak terjadi kesalahan dalam penafsiran arti dalam variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variables*)

Kampanye PR memberikan informasi dan pemahaman yang berkesinambungan serta memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai kesadaran publik dan citra yang positif (Ruslan, 2015:60). Dimensi dan Indikator, meliputi: (1) Isi pesan program kampanye, dan (2) Struktur pesan (Venus, 2018:161).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Citra merupakan sebagai *a picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang ada dalam benak seseorang (Nova, 2011:175). Dimensi dan Indikator, meliputi: (1) Kepribadian, (2) Reputasi, (3) Nilai, (4) Identitas Perusahaan (Horrison, 2017:14)

Adapun operasional variabel yang diteliti sesuai dengan dimensi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel uraian di bawah ini.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kampanye Humas (X)	1. Isi pesan program kampanye	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materi pesan 2. Visualisasi 3. Pendekatan emosional 4. Kreativitas 5. Humor 6. Pendekatan pada kelompok rujukan 	<i>Likert</i>
	2. Struktur pesan Sumber: Venus (2018:161)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Isi pesan jelas 2. Isi pesan mudah dipahami 3. Pesan bersifat persuasif 	
Citra (Y)	1. Kepribadian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dikenal masyarakat 2. Masyarakat mengetahui kegiatan dalam kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 3. Masyarakat mendukung kegiatan kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 	<i>Likert</i>
	2. Reputasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat meyakini kegiatan kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan #Exoticntt berdampak positif terhadap perkembangan wisata di NTT 2. Kegiatan kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan #Exoticntt membawa perubahan positif 3. Masyarakat merasakan kegiatan kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 	
	3. Nilai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membawa misi pengembangan obyek wisata menjadi lebih baik 2. Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mampu menjalin komunikasi baik dengan masyarakat 3. Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memberikan layanan yang ramah 	

	<p>4. Identitas Perusahaan</p> <p>Sumber: Horrison (2017:14)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif memiliki simbol dan logo yang dikenal masyarakat 2. Kegiatan kampanye Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif dengan #Exoticntt di instagram unuk menarik simpati masyarakat 3. Kampanye Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif dengan #Exoticntt memberikan dampak positif terhadap institusi 	
--	--------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:91) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi pengikut (*followers*) akun Instagram @disparekraf.ntt Kementerian Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif Nusa Tenggara Timur pada bulan Desember tahun 2022 sebanyak 3.084 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:92) sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti.. Untuk itu sampel yang dimbil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Untuk menentukan responden, maka digunakan rumus Slovin sebagaimana dikutip Rakhmat (2016:98), sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Kesalahan dalam mengambil sampel yang ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan rumus Slovin di atas, maka jumlah sampling dalam penelitian ini diperoleh nilai sebagai berikut :

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

$$n = \frac{3.084}{1 + 3.084 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.084}{31,84} = 99,14 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Menurut Mulyadi, (2020:139) Teknik *simple random sampling* adalah teknik penentuan sampel dilakukan secara acak sederhana.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kusioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan beberapa daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar daftar pertanyaan yang telah disusun peneliti. Daftar pertanyaan yang dibuat bersifat terbuka dan tertutup. Responden hanya memberikan tanda ceklist untuk menjawab daftar pertanyaan yang telah dibuat penulis sesuai dengan variabel yang diteliti.

2. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung mengamati objek penelitian sesuai dengan data yang diperlukan terutama memiliki kesamaan dengan tema yang diambil penelitian ini. Alat yang dapat digunakan adalah pedoman observasi. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah: ruang (lokasi), pelaku, tindakan, objek, kegiatan, peristiwa atau kejadian, waktu dan perasaan. Alasan peneliti observasional adalah untuk menyajikan gambaran perilaku atau peristiwa yang realistis, menjawab pertanyaan, membantu dan mengevaluasi perilaku manusia, yaitu mengukur aspek tertentu dan memberikan umpan balik atas pengukuran tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil survey ke objek penelitian secara langsung. Dokumentasi yang diperoleh dari hasil survey berupa foto saat kegiatan penelitian dan instagram yang menjadi obyek penelitian.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji hipotesis klasik digunakan untuk memeriksa apakah model regresi menunjukkan hubungan yang benar-benar signifikan. Dalam tes standar klasik terdapat empat tes, yaitu:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozal (2017:110) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah noise atau variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Seperti diketahui, uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik ukuran sampel kecil tidak valid. Ada dua cara untuk menentukan residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu analisis grafis dan uji statistik.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan pada varians residual dari pengamatan di Ghozal (2017:125). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, namun pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan plot antara nilai prediksi variabel dependen ZPRED dengan residualnya SRESID. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan memeriksa apakah terdapat pola varian tertentu antara ZPRED dan SRESID, dimana sumbu X dan Y diprediksi dan sumbu Y adalah residual yang dipelajari (prediksi Y aktual).

2. Analisis Korelasi

Adapun yang dimaksud dengan analisis korelasi menurut Gani dan Amalia (2015:48) adalah teknik analisis statistik yang termasuk ke dalam salah satu teknik nonparametric inferensial. Mengapa disebut korelasi

karena mencerminkan hubungan antara dua populasi dalam variabel yang timbal balik dan hubungan timbal balik itu sama ukurannya. Sementara itu, untuk mencari nilai koefisien korelasi menurut Sugiyono (2017:133), adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\}} \cdot \sqrt{\{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Angka indeks korelasi “r” *product moment*.

$\sum XY$: Jumlah hasil perkalian antara skor x dan y

n : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah seluruh skor x

$\sum Y$: Jumlah seluruh skor y

Tabel 3.2

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Nilai Koefisiensi Korelasi	Hubungan
0,60-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2017:184)

3. Koefisien Determinasi

Melalui koefisien determinasi, seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terikat dapat diketahui. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu. Apabila dirumuskan, nilai koefisien determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinan (kontribusi variabel X terhadap Y)

r : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y.

100% : Bilangan tetap

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan T-test berarti pengujian parsial koefisien regresi. Uji ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran parsial variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Sugiyono (2017:198) merumuskan uji-t sebagai berikut:

$$Uji\ t = \frac{r \sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - (r)^2}}$$

Keterangan:

t = distribusi t

n = Jumlah data

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = koefisien determinasi

Hasil perhitungan t-test ini selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan sebagai dasar perbandingan sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$
- b. H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan suatu pengaruh adalah tidak signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya suatu pengaruh adalah signifikan.

H. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2017:13), uji validitas digunakan untuk mengukur validitas atau validitas suatu kuesioner. Suatu survey dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Oleh karena itu, tujuan validitas adalah untuk mengukur apakah pertanyaan survei benar-benar dapat mengukur atau mewakili apa yang ingin kita ukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan tabel r derajat kebebasan (df)= $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel. Anda dapat menguji apakah setiap indikator valid atau tidak, Anda dapat melihatnya di kolom Correlation Item Total Correlation pada layar output Cronbach Alpha. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif, maka objek atau query atau indikator dinyatakan valid. Selain itu, Anda dapat menentukan apakah suatu target valid atau tidak dengan membandingkan data dengan nilai- r kritis

Menurut Sugiyono (2017:166): “Item yang berkorelasi positif (skor total) dan berkorelasi tinggi dengan kriteria menunjukkan bahwa item tersebut juga memiliki validitas yang tinggi. Secara umum, syarat minimal yang dianggap mendukung adalah $r = 0,3$ ” . Teknik yang digunakan yang

digunakan untuk mengukur validitas butir pertanyaan kuesioner adalah *Correlation Product Moment* dari Karl Pearson (validitas isi) dengan cara mengkorelasikan masing-masing item pertanyaan kuesioner dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\}} \sqrt{\{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Angka indeks korelasi “r” product moment.

$\sum XY$: Jumlah hasil perkalian antara skor x dan y

n : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah seluruh skor x

$\sum Y$: Jumlah seluruh skor y (Sugiyono, 2017:129)

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kampanye Humas (X)

Item Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel} N = 30, α = 0,05	Keterangan
X1	0.601	0.361	Valid
X2	0.731	0.361	Valid
X3	0.853	0.361	Valid
X4	0.652	0.361	Valid
X5	0.759	0.361	Valid
X6	0.756	0.361	Valid
X7	0.812	0.361	Valid
X8	0.655	0.361	Valid
X9	0.848	0.361	Valid
X10	0.601	0.361	Valid
X11	0.836	0.361	Valid
X12	0.853	0.361	Valid
X13	0.652	0.361	Valid
X14	0.759	0.361	Valid
X15	0.756	0.361	Valid
X16	0.812	0.361	Valid

Sumber: Olah Data SPSS

Sementara itu, dari hasil analisis instrumen yang disebarakan dalam uji coba variabel Citra Obyek Wisata Labuan Bajo (Y) sebanyak 12 butir, seluruh butir pertanyaan adalah valid, sebagaimana uraian tabel berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Obyek Wisata (Y)

Item Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel} N = 30, α = 0,05	Keterangan
X1	0.609	0.361	Valid
X2	0.485	0.361	Valid
X3	0.566	0.361	Valid
X4	0.577	0.361	Valid
X5	0.437	0.361	Valid
X6	0.757	0.361	Valid
X7	0.688	0.361	Valid
X8	0.502	0.361	Valid
X9	0.750	0.361	Valid
X10	0.609	0.361	Valid
X11	0.485	0.361	Valid
X12	0.503	0.361	Valid

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui hasil analisis instrumen yang disebarkan dalam uji coba variabel Kampanye Humas (X) sebanyak 16 butir pertanyaan dan Citra Obyek Wisata Labuan Bajo (Y) sebanyak 12 butir pertanyaan, seluruh butir pertanyaan adalah valid pada taraf signifikansi 0,05, $n = 30$, $r_{tabel} = 0,361$ semua item pertanyaan terbukti valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat menunjukkan seberapa lama suatu alat mampu memberikan hasil yang konsisten, meskipun pengukuran dilakukan beberapa kali. Menurut Arikunto (2016:66), “reliabilitas mengacu pada persepsi bahwa suatu instrumen cukup reliabel untuk digunakan sebagai alat pengumpul data”. Rumus Alpha Cronbach digunakan saat pengujian reliabilitas perangkat dengan skor 1-5. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Sebuah survei dianggap andal atau dapat dipercaya jika jawaban atas pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan program SPSS dengan analisis uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu bangunan atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) sebesar 0,70. Rumus Alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen ini yaitu rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Dimana :

a = koefisien reliabilitas yang dicari

k = Banyaknya butir pertanyaan

Si^2 = Variasi butir pertanyaan

St^2 = Varian score total

Perhitungan reliabilitas instrumen penelitian variabel Kampanye Humas (X) dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* berdasarkan hasil perhitungan koefisien reliabilitas instrument, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliability Statistics (X)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.954	.957	16

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hasil uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* tersebut $\alpha = 0,05$ diperoleh koefisien reliabilitas instrument $r_{hitung} = 0,954$. Dengan demikian disimpulkan bahwa instrumen Kampanye Humas (X) yang disusun, sangat reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Sementara itu, perhitungan reliabilitas instrumen penelitian variabel Citra Obyek Wisata Labuan Bajo (Y) dilakukan dengan uji statistik

Cronbach Alpha berdasarkan hasil perhitungan koefisien reliabilitas instrument, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliability Statistics (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.879	.882	12

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diketahui hasil uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* tersebut $\alpha = 0,05$ diperoleh koefisien reliabilitas instrument $r_{hitung} = 0,879$. Dengan demikian disimpulkan bahwa instrumen Citra Obyek Wisata Labuan Bajo (Y) yang disusun, sangat reliabel untuk digunakan dalam penelitian.