

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung secara *Online* dengan melakukan pengamatan di platform digital TikTok, Twitter, Instagram dan Youtube @teguk.indonesia dan Survey offline yang dilakukan di Gerai Teguk Tangerang Selatan, mulai dari 28 Juli hingga 13 Agustus 2023.

#### **3.2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, riset kuantitatif bermula dari teori yang berfungsi sebagai sarana informasi ilmiah sehingga dapat membantu penelitian menyusunnya secara jelas, dan lebih sistematis. Riset kuantitatif bersifat *eksplanatory* untuk menyelidiki fenomena yang belum diteliti atau menerangkan, teori yang berfungsi sebagai dasar hipotesis yang akan diuji nantinya. Data kuantitatif biasanya lebih bersifat konkret karena dapat dikuantitaskan berupa angka, sehingga objektif dan dapat ditafsirkan oleh semua orang (Kriyantono, 2014 : 39).

Alasan menggunakan penelitian kuantitatif karena ingin menguji teori yang digunakan pada penelitian, selain itu terdapat variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) sehingga ingin mencari hubungan melalui variabel tersebut.

#### **3.3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survei, yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai sejumlah responden yang mewakili populasi tertentu. Secara umum, teknik pengumpulan data survei terdiri dari dua jenis, seperti deskriptif yang memberikan suatu gambaran pada objek yang diteliti melalui data maupun sampel dan *eksplanatif (analitik)* untuk mengetahui apakah ada hubungan atau pengaruh dengan variabel yang lainnya. (Kriyantono, 2014 : 59).

Hal tersebut sesuai dengan variabel bebas terhadap variabel terikat yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengambil data dalam situasi yang terjadi, sehingga dapat dilakukan untuk membuat generalisasi dari pengamatan dan menghasilkan hasil yang lebih akurat dengan menjelaskan alasan mengapa fenomena tersebut terjadi dan menguji suatu teori.

### **3.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.4.1. Definisi Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, yang kemudian akan ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2019 : 39) mengatakan bahwa variabel penelitian merupakan atribut ataupun sifat sekaligus nilai dari orang, obyek, ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu sehingga dapat ditetapkan oleh peneliti.

Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini merupakan *Cyber Public Relations* di Platform Digital @teguk.indonesia untuk melihat apakah *Cyber Public Relations* dapat mempengaruhi Variabel dependen (terikat) yaitu citra.

#### **3.4.1.1. Variabel Independen (X)**

Variabel Independen adalah variabel yang disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent* atau biasa disebut sebagai variabel bebas (Sugiyono, 2016 : 39). Pada Penelitian variabel independen (X) *Cyber Public Relations*, dalam memperoleh kesuksesan dalam *Cyber Public Relations* (Philip and Young, 2009) dalam Sujanto 2019, yaitu :

1. *Transparency*
2. *Internet Porosity*
3. *The Internet As An Agent*
4. *Richness In Content*
5. *Reach.*

### 3.4.1.2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel *output*, kriteria, konsekuen atau biasa disebut sebagai variabel terikat yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016 : 40).

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang nilainya dapat diukur ataupun diamati sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk mengamati bagaimana variabel lainnya dapat berhubungan dengan variabel tersebut.

Pada penelitian variabel dependen (Y) Citra perusahaan, terdapat aspek-aspek citra (Soemirat, Ardianto, 2017), yaitu :

1. Persepsi
2. Kognisi
3. Motivasi
4. Sikap

### 3.4.2. Definisi Operasional Konsep

Berdasarkan kerangka konsep yang telah dibuat, terdapat definisi operasional konsep yang dapat menjadi landasan atau digunakan dalam penelitian sehingga dapat mempermudah dalam mengartikan makna dari penelitian berdasarkan kerangka konsep yang telah dibuat sehingga dalam kuisioner untuk memudahkan pengukurannya, sebagai berikut :

**Tabel 3.1.**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
<b>Cyber Public Relations</b>  Philips and Young (2009) (dalam Sujanto, 2019)	1. Transparency	a. Memberikan informasi yang transparan melalui platform digital b. Perusahaan memberikan akses informasi internal ke pihak eksternal melalui media sosial Teguk c. Perusahaan memberikan informasi mengenai tujuan terkait aktivitas perusahaan
	2. <i>Internet Porosity</i>	a. Perusahaan melakukan komunikasi dengan followers b. Informasi berpusat pada sosial media Teguk
	3. <i>The Internet as an Agent</i>	a. Informasi yang diteruskan dari satu orang ke orang lain b. Melakukan kolaborasi dengan para <i>influencer</i> untuk menyebarkan pesan perusahaan c. Menyebarkan informasi melalui komunitas online
	4. <i>Richness in Content</i>	a. Kekayaan produk di informasikan secara transparan b. Membuat konten yang mudah dipahami mengenai produk/informasi perusahaan
	5. <i>Reach</i>	a. Konten yang disebarakan dapat dengan mudah ditemukan b. Melalui media sosial perusahaan dapat merespon dengan cepat c. Dapat berinteraksi secara dua arah
<b>Citra Perusahaan</b>  Walter Lipman (1992) (dalam Soemirat, Ardianto, 2017)	1. Persepsi	a. Memberikan makna terhadap pengalaman atau fenomena yang dirasakan mengenai rangsangan tersebut b. Menangkap pengalaman melalui konten di sosial media digital Teguk Indonesia c. Pandangan terhadap konten berupa video, foto pada postingan Teguk Indonesia
	2. Kognisi	a. Berkaitan dengan pentingnya informasi perusahaan b. Mengetahui informasi perusahaan secara menyeluruh c. Menganalisa konten Teguk Indonesia
	3. Motivasi	a. Dorongan untuk melakukan sesuatu b. Mengetahui apa yang diinginkan berdasarkan stimulus yang diterima c. Mengetahui keinginan dan kebutuhan pribadi
	4. Sikap	a. Perasaan yang dirasakan setelah melihat konten Teguk Indonesia b. Harapan yang diinginkan setelah melihat konten Teguk Indonesia

### 3.5. Populasi dan Sampel

#### 3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari yang bertujuan untuk ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya manusia, tetapi obyek dan benda alam lainnya. Populasi lebih dari sekedar jumlah yang ada pada subyek atau obyek yang dipelajari melainkan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut (Sugiyono, 2019 : 80).

Populasi dari penelitian ini merupakan pengunjung gerai Teguk di area Tangerang Selatan, dengan total populasi sebanyak 758, dengan karakteristik sebagai berikut :

- a. Pengunjung gerai Teguk di Tangerang Selatan
- b. Mengetahui media digital Teguk (website Teguk, Instagram, Tiktok, Twitter, Youtube @teguk.indonesia)

#### 3.5.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena banyaknya keterbatasan seperti dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik *Convenience Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang mudah untuk dijangkau dan dijadikan responden (Sugiyono, 2019 :81).

Dikarenakan populasi yang diketahui sebanyak 758 dengan tingkat ketelitian yang digunakan 10% dari jumlah sampel yang diambil, maka rumus Taro Yamane dapat digunakan untuk menghitung sampel. Berikut adalah hasil perhitungan, yaitu :

**Rumus :**

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

**Keterangan :**

N = Ukuran Populasi : 758

d = Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir 10%

**Ditanya : n ?**

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{758}{758 \times (0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{758}{758 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{758}{8 + 1}$$

$$n = \frac{758}{9}$$

$$n = 84,2 \text{ dibulatkan menjadi } = 84$$

Dengan menggunakan Rumus Taro Yamane dalam menentukan responden maka dapat dikatakan jumlah sampel dari populasi sebanyak 84 responden.

**3.6. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai suatu acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang terdapat di dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam alat pengukuran dapat menghasilkan data kuantitatif.

Dengan menggunakan Skala Likert yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang ataupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan dijabarkan akan menjadi indikator variabel. Tanggapan pada setiap instrumen memiliki variasi yang berbeda dari sangat positif hingga negatif, sehingga dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kategori Penilaian Skala Likert**

<b>Kategori</b>	<b>Penilaian</b>
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data sangat berkaitan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai cara dan sumber. Dalam penelitian ini terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2019 : 137).

#### 3.7.1. Data Primer

Data yang bersumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Maka dari itu dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung gerai Teguk di Tangerang Selatan termasuk pengunjung yang mengetahui platform digital @teguk.indonesia (Sugiyono, 2019 : 137).

Jenis pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan tertutup seperti kuesioner yang memberikan jawaban. Pertanyaan seperti tertutup ini akan membantu responden menjawab dengan cepat dan lebih mudah untuk memproses analisis data setelah semua kuesioner terkumpul.

Pertanyaan tertutup dilakukan dengan membagikan kuesioner seperti identitas responden dan dimensi-dimensi yang terdapat pada variabel X dan variabel Y penelitian kepada Pengunjung Gerai

Teguk di Tangerang Selatan sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan.

### 3.7.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti menggunakan dokumen atau orang lain (Sugiyono, 2019 : 137). Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data yang dikumpulkan melalui sumber lain yang tersedia dinamakan data sekunder. Sumber yang sekunder adalah tulisan mengenai sesuatu berdasarkan bukti dari sumber primer yang meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan mengenai materi orisinal (Silalahi, 2015: 433).

Pengumpulan data sekunder ini meliputi jurnal, buku, *e-book* serta sumber data internal lainnya dari berbagai *website* dan *platform* lain yang meliputi data pendukung mengenai Teguk.

## 3.8. Teknik Analisis Data

### 3.8.1. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier terdapat dua variabel riset yang telah diketahui untuk menguji hubungan variabel tersebut, bahwa variabel bebas X dan Variabel terikat Y. pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel Y dan dirumuskan sebagai berikut :

**Rumus :**

$$Y = a + bX$$

**Keterangan :**

**Y** = Variabel tidak bebas

**X** = Variabel Bebas

**a** = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila  $X = 0$

**b** = koefisien regresi / angka peningkatan atau penurunan variabel

### 3.8.2. Uji Koefisien Regresi (Uji T)

Uji Koefisien Regresi digunakan jika keduanya mempunyai hubungan yang erat. Setiap regresi mempunyai regresi, akan tetapi belum tentu korelasi dilanjutkan dengan regresi. Karena regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan sebab akibat atau hubungan yang fungsional. Menurut Mustikoweni (2002:1) dalam Rachmat Kriyantono (2014) regresi digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau kesamaan. Sedangkan korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih. Uji hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

**Rumus Uji t :**

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

**Keterangan :**

r = Koefisien korelasi antara X dan Y dalam penelitian

n = Jumlah sampel dalam penelitian

**Kesimpulan :**

- a). Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (terdapat pengaruh )
- b). Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak terdapat pengaruh)

### 3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.9.1. Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana ukuran secara akurat merefleksikan pokok isi konstruk yang diukur. Jika ukuran mewakili konstruk maka instrumen ukuran penelitian adalah valid. Menurut Bailey, validitas mengandung dua bagian bahwa instrumen pengukuran adalah mengukur secara aktual konsep dalam beberapa pertanyaan dan bukan konsep lain, dan yang kedua adalah konsep dapat diukur secara akurat (Silalahi, 2015: 472).

Uji Validitas dilakukan sebelum menyebar pernyataan kepada sampel penelitian sebanyak 30 responden melalui pengunjung Gerai Teguk di Tangerang Selatan, mulai tanggal 4 Agustus 2023 sehingga dapat membuktikan bahwa setiap item pernyataan yang diajukan valid atau tidak valid. Uji validitas ini dilihat dengan membandingkan rhitung dengan rtabel dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 10% dengan nilai rtabel 0,463

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* antara item skor total variabel yang dihasilkan oleh menu *correlate* pada pilihan *Bivariate*. Hal tersebut sudah cukup untuk mewakili tingkat kepentingan yang biasa digunakan dalam penelitian ilmu sosial. Pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas peneliti menggunakan *software IBM SPSS 22*. Berikut merupakan Uji Validitas yang sudah diolah.

##### 3.9.1.1. Hasil Uji Validitas Variabel X

Hasil uji validitas variabel X terkait “Pengaruh Cyber Public Relations”, terdapat pada tabel berikut :

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas Variabel X**

<b>Pernyataan (X)</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 1	0,463	0,487	Valid
Pernyataan 2	0,463	0,893	Valid
Pernyataan 3	0,463	0,571	Valid
Pernyataan 4	0,463	0,759	Valid
Pernyataan 5	0,463	0,585	Valid
Pernyataan 6	0,463	0,530	Valid
Pernyataan 7	0,463	0,638	Valid
Pernyataan 8	0,463	0,604	Valid
Pernyataan 9	0,463	0,737	Valid
Pernyataan 10	0,463	0,628	Valid
Pernyataan 11	0,463	0,737	Valid
Pernyataan 12	0,463	0,678	Valid
Pernyataan 13	0,463	0,620	Valid
Pernyataan 14	0,463	0,679	Valid
Pernyataan 15	0,463	0,494	Valid

(Sumber: Hasil Perhitungan IBM SPSS 22)

Uji validitas menunjukkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Apabila  $r_{tabel} < r_{hitung}$ , maka pernyataan tersebut tidak valid. Berdasarkan uji validitas tersebut sebanyak 15 pernyataan dari variabel X (Pengaruh Cyber Public Relations) dikatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,463).

### 3.9.1.2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Hasil Uji Validitas Variabel Y mengenai “Citra Merek Teguk” pada tabel berikut :

**Tabel 3.4**  
**Uji Validitas Variabel Y**

<b>Pernyataan (Y)</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 1	0,463	0,554	Valid
Pernyataan 2	0,463	0,776	Valid
Pernyataan 3	0,463	0,556	Valid
Pernyataan 4	0,463	0,750	Valid
Pernyataan 5	0,463	0,495	Valid
Pernyataan 6	0,463	0,739	Valid
Pernyataan 7	0,463	0,757	Valid
Pernyataan 8	0,463	0,739	Valid
Pernyataan 9	0,463	0,821	Valid
Pernyataan 10	0,463	0,511	Valid
Pernyataan 11	0,463	0,636	Valid
Pernyataan 12	0,463	0,789	Valid
Pernyataan 13	0,463	0,638	Valid
Pernyataan 14	0,463	0,726	Valid

(Sumber: Hasil Perhitungan IBM SPSS 22)

Hasil Uji Validitas menunjukkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Apabila  $r_{tabel} < r_{hitung}$ , maka pernyataan tersebut tidak valid. Berdasarkan uji validitas tersebut sebanyak 14 pernyataan dari variabel Y (Citra TEGUK) dikatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,463)

### 3.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu ukuran dari variabilitas jawaban melalui pengulangan percobaan konseptual. Reliabilitas menekankan pertanyaan apakah responden konsisten dan stabil dalam memberikan jawaban sehingga dapat dipercaya. (Silalahi, 2015:462).

Rumus Cronbach's Alpha dapat digunakan untuk Uji Reliabilitas instrumen penelitian. Untuk mengukur Reliabilitas dalam penelitian ini, sehingga dapat digunakan secara berulang kali untuk mendapatkan hasil yang relatif sama.

**Tabel 3.5**  
**Tingkat Reliabilitas**

<b>Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
0,00 – 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

(Sugiyono, 2019 : 184)

### 3.9.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Hasil uji reliabilitas variabel X mengenai (*Cyber Public Relations*) terdapat pada tabel berikut :

**Tabel 3.6**  
**Uji Reliabilitas Variabel X**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,895	15

(Sumber : Hasil Perhitungan IBM SPSS 22)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel X adalah 0,895 Berdasarkan ketetapan *Alpha Cronbach's* Reliabilitas dapat dikatakan bahwa 15 butir pernyataan variabel (X) *Cyber Public Relations* pada penelitian ini sangat reliabel karena >80

### 3.9.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra Merek)

Hasil uji reliabilitas variabel Y mengenai (Citra Merek) TEGUK terdapat pada tabel berikut :

**Tabel 3.7**  
**Uji Reliabilitas Variabel Y**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,906	14

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Y adalah 0,906 Berdasarkan ketetapan *Alpha Cronbach's* Reliabilitas dapat dikatakan bahwa 14 butir pernyataan variabel (Y) Citra Merek TEGUK pada penelitian ini sangat reliabel karena >80