

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @mrgoid yakni Followers Instagram @mrgoid yang dilakukan pada bulan 1 November 2023 hingga bulan 25 Juni 2024.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian analisisnya lebih fokus pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8).

#### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2017:11) pengertian metode survey adalah : “Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

#### **3.4 Variabel dan Operasional Variabel**

##### **A. Variabel**

Variabel pada dasarnya segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017:42).

### **a) Variabel Independent (Variabel Bebas)**

Variabel Independent (X) sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Variabel ini dapat dikatakan juga variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2017: 40).

Dalam penelitian ini yang menjadi yang menjadi variabel bebas adalah *Konten sosial media Instagram* meliputi dimensi : Follow, Komenar, like, IG TV, Caption, Feed, Instagram Stories, Profile.

### **b) Variabel Dependen (Variabel Terikat)**

Variabel dependen (Y) sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel ini juga bisa dikatakan sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018: 42).

Variabel terikat pada penelitian ini adalah *Online Engagement* meliputi dimensi : Enthhusiasm, Attention, Absorption, Interaction, Identification.

## **B. Operasional variabel**

Operasional variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi bias terhadap data apa yang diambil. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:61).

*Operasional* dalam penelitian

- a.** Variabel bebas atau independent (Variabel X) adalah *Konten sosial media Instagram*
- b.** Variabel terikan atau dependen (Variabel Y) Adalah *Online Engagement*

**Tabel 3.1**  
**Oprasional Variabel X & Y, Konten sosial media**  
**Instagram & *Onlie Engegament***

Variabel X	Dimensi	Indikator
Konten Sosial Media Instagram <b>Miles (2019:            125- 130)</b>	1. Follow	Fitur pada akun instgram untuk mengikuti akun lain.
	2. Komentar	Respons atau tanggapan yang dituliskan oleh pengguna Instagram pada suatu postingan.
	3. like	a. Menunjukkan apresiasi terhadap postingan
	4. IG TV	tersebut b. interaksi positif pada notifikasi. IGTV membuka peluang baru bagi pengguna Instagram untuk berbagi cerita, tutorial, vlog, dan berbagai jenis konten video dengan audiens yang lebih luas, mendukung kreativitas dan interaksi yang lebih dalam.

<p style="text-align: center;"><b>Variabel Y</b> Online Engagement <b>Corkum et al</b> <b>(2021)</b></p>	5. Caption	Teks singkat yang digunakan untuk melengkapi suatu gambar
	6. Feed	Bagian utama dari antarmuka pengguna Instagram yang menampilkan postingan dari akun-akun yang Anda ikuti.
	7. Instagram Stories	Berbagi konten sementara dalam bentuk foto atau video yang bersifat singkat. Merupakan fitur Instagram yang dapat menyimpan instastory secara permanen
	8. Highlights	Merujuk pada semangat atau antusiasme yang ditunjukkan oleh seseorang terhadap interaksi dan keterlibatan dalam dunia online,
	1. Enthusiasm	

	2. Attention	Seberapa intens seseorang terlibat, memperhatikan, dan terlibat dalam aktivitas online.
	3. Absorption	<p>a. Penyerapan atau keterlibatan yang mendalam seseorang dalam aktivitas online.</p> <p>b. mencakup sejauh mana seseorang meresapi, memahami, dan merasakan suatu konten atau interaksi online.</p>
	4. Interaction	Interaction online mencakup berbagai aspek, dan tingkatnya dapat mencerminkan sejauh mana seseorang terlibat dan terkoneksi dengan komunitas online atau pengguna lain
	5. Identification	Teridentifikasi atau terhubung dengan suatu konten, komunitas, atau aktivitas online.

### 3.5 Populasi dan Saample

#### a. Populasi

Populasi adalah semua individu atau unit-unit menjadi target penelitian. popilasi dalam setiap penelitian harus di sebutkan secara tersurat yaitu yang berkenan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah yang dicakup. tujuan diadakan nya populasi adalah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang di ambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Sugiyono,2017, 80).

Populasi yang di ambil sebanyak 300 hasil observasi peneliti yang dimulai pada 1 novembe 2023 hingga 25 januari 2024 pada Konten media sosial Instagram yaitu Followers Instagram akun @mrgoid sebanyak 9,62RB dengan kretaria tersebut :

1. Mengikuti akun Instagram @mrgoid
2. Pernah berkomentar di Instagram @mrgoid
3. Pernah berinteraksi pada akun media sosial Instagram @mrgoid

#### b. Sample

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampling atau Teknik pengambilan sample merupakan sebuah proses peyelesaian jumlah dari populasi untuk dapat mewakili populasi. Teknik pegambilan sample adalah berbagai cara yang ditempuh untuk pengambilan sample agar mendapatkan sampel yang benar-benar sesuai dengan seluruh subjek penelitian tersebut (Sugiyono, 2017:146). adapun rumus slovin yaitu sebagai berikut :

Keterangan

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

$n$  = Besar sample yang dihitung

$N$  = Besar Populasi

$e$  = Sampling error (10%)

Berdasarkan rumus dan besar populasi *serta e error* tersebut maka dapat dihitung besar sampelnya sebagai berikut

$$n = \frac{300}{300(e^2) + 1}$$

$$n = \frac{300}{300(10\%) + 1}$$

$$n = \frac{300}{300(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75 \text{ Responden}$$

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah total sampling. Total sampling Menurut sugiyono (2017) Simple Random Sampling adalah pengambilan sampel dari populasi itu, Alasan mengambil simple random sampling karena memilih dengan langsung dari jumlah populasi dan besar keluar setiap populasi untuk menjadi sample sangat besar

### 3.6 Pengukuran dan pengamatan Variabel Penelitian

Untuk memberikan penilaian data jawaban responden digunakan Skala Likert. Digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh

peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2017:93).

Pada skala likert umumnya menggunakan 5 pilihan jawaban, namun dalam penelitian ini menggunakan 4 pilihan jawaban. Hal ini digunakan untuk menghindari jawaban keraguan dari responden bila disediakan jawaban di tengah yang akan menghilangkan banyak data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang dan diberi skor sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Kategori Dati Penelitian Skala Likert**

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju	Diberi skor 4
Setuju	Diberi skor 3
Tidak setuju	Diberi skor 2
Sangat tidak setuju	Diberi skor 1

### **3.7 Teknik pengumpulan data**

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Data Primer**

Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan data primer berupa kuisisioner atau Angket kuisisioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuisisioner melalui Google form. Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden ke sampel responden pada Followers Instragram MPR RI melalui Dirc Message dan WhatsApp. selama 2 minggu. Responden ditentukan berdasarkan total sampling adalah Teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Responden yang dipilih



menggunakan Teknik sample random sampling karena mengambil responden dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi itu.

## **2. Data Skunder**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa kajian pustaka untuk melengkapi data penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan diperoleh dari sumber bacaan, buku-buku referensi, jurnal, internet, dan lain sebagainya.

### **3.8 Teknik Analisis data**

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis reponden, metabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017:147).

#### **1. Analisis Regresi Sederhana**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis Regesi, yaitu garis yang menunjukkan pengaruh dua macam variabel (estimating line). Persamaan garis regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y : variable dependen

a : konstanta

b : koefisien variable X

X : Variabel independen (Sugiyono, 2017:188)

Analisis pengaruh menggunakan system perhitungan otomatis melalui SPSS (*Statistic Package For Social Science*).

### **3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Dalam uji coba instrumen penelitian dalam penelitian ini digunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliable dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil

penelitian akan menjadi valid dan reliable. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiyono, 2017:122).

Dalam mengukur tingkat validitas dan reliabilitas digunakan Software SPSS (Statistic Package For Social Science) Versi 25,0 for Windows data yang telah dikumpulkan kemudian dimasukkan kedalam program SPSS sehingga menghasilkan nilai yang diinginkan. SPSS merupakan software yang dapat digunakan untuk mengolah data statistik. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada 130 responden kepada Followers Instragram merupakan responden sesuai dari Populasi penelitian, segmentasi produk dan dibagikan dengan cara melalui Dirct Massage dan WhatsApp.

#### **a. Uji validitas**

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas ini menggunakan alat bantu SPSS versi 25 untuk dapat menganalisis validitas dan reliabilitas.

Dalam membuat keputusan, pernyataan dinyatakan valid jika :  
Nilai rhitung  $>$  rtable, Maka pernyataan tersebut valid.

Nilai rhitung  $<$  rtable, Maka pernyataan tersebut tidak valid.

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 rtable sebesar 0,306. Berikut adalah hasil pengujian validitas :

##### **a) Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Sosial Media Instagram)**

Butiran pernyataan variabel Pengaruh Konten Sosial Media Instagram adalah berjumlah 19 pernyataan dengan taraf signifikan 10 % = 0,306. Hasil Uji validitas variabel X dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Sosial Media Instagram)**

No.	Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1.	XI	0,306	0,642	Valid
2.	X2	0,306	0,494	Valid
3.	X3	0,306	0,678	Valid
4.	X4	0,306	0,653	Valid
5.	X5	0,306	0,653	Valid
6.	X6	0,306	0,635	Valid
7.	X7	0,306	0,498	Valid
8.	X8	0,306	0,476	Valid
9.	X9	0,306	0,454	Valid
10.	X10	0,306	0,428	Valid
11.	X11	0,306	0,491	Valid
12.	X12	0,306	0,684	Valid
13.	X13	0,306	0,750	Valid
14.	X14	0,306	0,512	Valid
15.	X15	0,306	0,532	Valid
16.	X16	0,306	0,457	Valid
17.	X17	0,306	0,445	Valid
18.	X18	0,306	0,530	Valid
19.	X19	0,306	0,478	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil di atas adalah jika  $R < R$  hitung maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variabel X di atas menggunakan SPSS, terdapat 19 pernyataan di mana hasil r hitung lebih besar daripada r tabel. Maka pernyataan pernyataan pada variabel Konten Sosial Media Instagram (X) dikatakan **Valid** karena r hitung lebih besar dari r tabel 0,306.

**b) Hasil Uji Validitas Variabel Y (Online Engagement)**

Hasil uji validitas Y (Online Engagement) dijelaskan pada table dibawah ini

**Tabel 3.4**

**Hasil Uji validitas Variabel Y (Online Engagement)**

No.	Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1.	Y1	0,306	0,615	Valid
2.	Y2	0,306	0,594	Valid
3.	Y3	0,306	0,518	Valid
4.	Y4	0,306	0,458	Valid
5.	Y5	0,306	0,526	Valid
6.	Y6	0,306	0,608	Valid
7.	Y7	0,306	0,661	Valid
8.	Y8	0,306	0,597	Valid
9.	Y9	0,306	0,484	Valid
10.	Y10	0,306	0,427	Valid
11.	Y11	0,306	0,406	Valid
12.	Y12	0,306	0,649	Valid
13.	Y13	0,306	0,702	Valid

Sumber : Perhitungan SPSS

Dari hasil di atas adalah jika R tabel , R hitung maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variabel x di atas menggunakan SPSS, terdapat 13 pernyataan di mana hasil r hitung lebih besar daripada r tabel. Maka pernyataan pada variabel Online Engagement (Y) dikatakan **valid** karena r hitung lebih besar dari r tabel 0,306.

#### b. Uji reliabilitas

Reliabilitas alat ukur digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai di tempat yang berbeda atau digunakan pada dua kesempatan pengukuran dalam waktu yang berbeda dan memberikan hasil yang sama, alat ukur tersebut dapat dikatakan memiliki derajat reliabilitas yang tinggi. (Bajari, 2015:89)

Untuk mengetahui instrumen reliabilitas atau tidak, standar yang digunakan untuk menentukan reliabilitasnya adalah perbandingan antara r hitung dan r tabel pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) 5%. Apabila Alpha hitung lebih besar dari tabel dan Alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas

dengan metode Alpha Cronbach diukur berdasarkan skala Alpha 0 sampai 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan ke dalam lima kelas dalam range yang sama.

**a. Hasil Uji Realibilitas Variabel X (Konten Sosial Media Instagram)**

**Tabel 3.5**

**Hasil Uji Realibilitas X (Konten Sosial Media Instagram)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,954	19

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa variabel Konten Sosial Media Instagram (X) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,954. Maka pada variabel Konten Media Instagram (X) pada penelitian ini **sangat kuat**.

**b. Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Online Engagement)**

**Tabel 3.6**

**Hasil Uji Realibilitas Y (Online Engagement)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,954	19

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa variabel Online Engagement (Y) memiliki Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0,954. Maka dapat dinyatakan variabel Online Engagement (Y) pada penelitian ini **sangat kuat**.



