

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh *Cyber Public Relations* DPR RI Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers* Akun Instagram @dpr\_ri dan dilakukan melalui survei pada *followers* Instagram @dpr\_ri. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner pada responden yang merupakan *followers*.

Untuk waktu penelitian dilaksanakan pada Desember 2023 sampai dengan Juli 2024. kurang lebih 8 bulan pelaksanaan mencakup survei, menyebarkan kuesioner dengan *Google Form* dan pengolahan data.

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

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Alasan peneliti menggunakan pendekatan ini yaitu dengan mempertimbangkan karakteristik yang ada dalam pendekatan kuantitatif, yaitu menjelaskan fenomena, mengumpulkan data angka, dan menggunakan statistik untuk menganalisis data. (Sugiyono, 2021:16) Metode penelitian kuantitatif sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila juga disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar, atau tampilan lain. (Arikunto, 2013:13)

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

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Metode ini pada umumnya digunakan untuk pengumpulan data yang luas dan banyak, dan dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dengan mengajukan kuisoner yang terstruktur dan sistematis agar mendapatkan informasi seperti argumen terkait penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diperoleh dari skor dan kuisoner yang diisi oleh responden dan dioleh menjadi data oleh peneliti sebagai sumber informasi dalam penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei untuk mendapatkan data dari populasi tertentu yang bersifat alamiah, peneliti melakukan pengumpulan data dengan memberikan kuisioner kepada *followers* akun Instagram @dpr\_ri. Penelitian ini menjelaskan pengaruh antar variabel (X) Pengaruh *Cyber Public Relations* DPR RI terhadap Variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

### 3.4. Variabel dan Definisi Operasional Konsep

Variabel merupakan objek penelitian atau sesuatu yang menjadi fokus dari suatu penelitian, variabel juga bisa diartikan sebagai suatu besaran yang bisa berubah atau diubah yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang disebut sebagai pendahulu atau penyebab dari variabel lainnya, dalam penelitian ini adalah *Cyber Public Relations* DPR RI. Dan variabel terikat ialah variabel yang disebut sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel pendahulunya, dalam penelitian ini adalah Pemenuhan Kebutuhan Informasi *followers*.

#### 1. Variabel Bebas (Independent)

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2021:69) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, variabel bebas memberikan perubahan atau timbulnya variabel terikat. Biasanya variabel bebas ini ditandai dengan simbol X. Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah *Cyber Public Relations*.

#### 2. Variabel Terikat (dependent Variable)

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2021:69) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi, variabel terikat timbul akibat adanya variabel bebas. Biasanya variabel bebas ini ditandai dengan simbol Y. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	<i>Cyber Public Relations</i> Philips and Young (2009) (dalam Syafaat & Wahyudin, 2020:4)	<b>1. <i>Transparency</i></b>	a. Memberikan informasi yang rutin dan terbuka. b. Kredibilitas informasi
		<b>2. <i>Internet Porosity</i></b>	a. Kemudahan akses public terhadap informasi penting. b. Ketersediaab informasi dalam berbagai format.
		<b>3. <i>The Internet As an Agent</i></b>	a. Membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. b. Informasi kebijakan baru yang sedang dibahas.
		<b>4. <i>Richness in Content and Reach</i></b>	a. Penyediaan berbagai jenis konten informatif b. Jangkauan luas dan aksesibilitas.
2.	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) Guha (1978) dalam (Puspitadewi et al., 2016)	<b>1. <i>Current Need Approach (Kebutuhan Infotmasi Mutakhir)</i></b>	a. Keterbaruan Informasi yang di dapatkan. b. Keaktualan informasi yang didapatkan.
		<b>2. <i>Everyday Need Approach (Kebutuhan Informasi Rutin)</i></b>	a. Kerutinan informasi. b. Informasi yang digunakan dapat memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
		<b>3. Exhaustive Need Approach (Kebutuhan Informasi Mendalam).</b>	a. Keakuratan informasi. b. Kelengkapan informasi
		<b>4. Catching-up need approach (Kebutuhan Informasi Sekilas)</b>	a. Kesesuaian informasi. b. Kejelasan informasi

### 3.5. Populasi dan Sampel

#### 3.5.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021:126). Dalam penelitian ini terdapat jumlah dari *followers* akun Instagram @dpr\_ri sebesar 889 ribu (data tanggal 1 Agustus 2024). 3 Postingan tertinggi di akun Instagram @dpr\_ri yaitu pada tanggal 3 Juli 2024 (1 Postingan) dengan total *likes* 2.551 dan komentar 96, dan 10 Juli 2024 ( 2 postingan ) dengan 2.457 *likes* dan 24 komentar di postingan pertama dan 2.742 *likes* dan 102 komentar di postingan ke dua Dalam penelitian ini ditentukan karakteristik sebagai berikut :

- a. Mengetahui informasi mengenai akun @dpr\_ri
- b. Mengikuti akun Instagram @dpr\_ri
- c. Memberikan komentar pada 3 unggahan dengan *likes* tertinggi pada 1 Juli 2024 – 10 Juli 2024.

Adapun populasi yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini sebanyak 200 followers.

#### 4.5.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021:127) definisi sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk memilih sampel yang dapat mewakili populasi, maka terdapat beberapa teknik sampling. Untuk

memilih sampel yang dapat mewakili populasi, maka terdapat beberapa teknik sampling. Dalam menentukan sampel penelitian diperlukan teknik sampling. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Random Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersamaan diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.

Dalam penelitian ini prosedur pengambilan sampel dilakukan dengan menentukan *followers* yang menjadi sampel penelitian, peneliti menggunakan aplikasi pengacakan nama melalui website [www.whaleofnames.com](http://www.whaleofnames.com) Pertama, peneliti memasukan seluruh *username followers @dpr\_ri* yang sesuai dengan kriteria ke dalam website. Kedua, website akan memilih username yang menjadi sampel penelitian secara acak. Ketiga, peneliti mengirimkan kuisisioner melalui *direct message* ke *followers* yang sudah terpilih. Hal ini dilakukan 4 kali pengulangan hingga jumlah responden terpenuhi. Peneliti menyebarkan kuisisioner secara acak kepada *followers* Instagram @dpr\_ri melalui fitur *direct message* di Instagram.

Penggunaan *margin of error* pada penelitian ini adalah 10%. *Margin of error* dalam survei menggambarkan besaran kesalahan yang terjadi pada pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti. Semakin kecil margin of error, maka semakin dekat suatu sampel dalam mewakili populasi sesungguhnya. Sebaliknya, apabila persentase *margin of error* semakin besar maka semakin jauh suatu sampel tersebut dapat mewakili populasinya. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, yakni sebagai berikut:

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

*Keterangan :*

*n*: jumlah sampel

*N*: jumlah populasi

*e*: margin of error adalah 10%

Maka untuk jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dihitung berdasarkan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{200}{1 + 200 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 \times 0,01}$$

$$n = \frac{200}{1 + 2}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$n = 66,6666$  dibulatkan menjadi 67

Berdasarkan penghitungan diatas, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 responden.

### 3.6. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Untuk menunjang penelitian, jawaban responden diukur skornya dengan menggunakan Skala Likert untuk mengukur karakteristik jawaban dari responden yang beraneka ragam. Menurut (Sugiyono, 2021:146) skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi individu terkait fenomena sosial. Berikut pengukuran skor dalam Skala Likert :

**Tabel 3.2**

**SkorSkala Likert**

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral	3

Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel (X) *Cyber Public Relations*, dan variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi. dalam pengumpulan data menggunakan Skala Likert bisa diperoleh informasi yang cukup efektif dari responden.

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder sebagai penunjang keberhasilan penelitian. Untuk teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan kuesioner atau angket yang disebar tertuju pada responden yang di adapun penjelasan data primer dan data sekunder sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (Sugiyono, 2021:199) merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer adalah berbentuk kuisoner (angka) yang diberikan kepada responden dan responded dapat menjawab pertanyaan dengan jawaban yang sudah tersedia. Dalam kuisoner ini dapat dipelajari karakteristik dari masing- masing responden dan dapat m.enjadi data dalam penelitian ini. Data primer riset ini diperoleh melalui hasil penyebaran kuesioner secara digital kepada *followers* akun Instagram @dpr\_ri.

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder Menurut (Sugiyono, 2021:213) adalah data yang tidak langsung, misal seperti dokumen. Umumnya data sekunder berisi laporan, catatan yang telah diarsipkan baik yang disebarluaskan maupun tidak. Data sekunder ini berupa buku-buku atau hasil penelitian yang berkaitan dengan judul peneliti.

### 3.8. Teknik Analisis Data

#### 3.8.1. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana berguna untuk mengolah dan membahas data-data yang telah didapatkan serta digunakan untuk menguji hipotesa yang telah ditetapkan. Yaitu antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Tujuan pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel X berhubungan dengan variabel Y. Teknik analisis regresi linear sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

$Y'$  = Variabel dependen (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)

$X$  = Variabel independen (*Cyber Public Relations*)

$a$  = Konstanta (nilai  $Y'$  apabila  $X = 0$ )

$b$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

#### 3.8.2. Uji Hipotesis (Uji t)

Menguji pengaruh antara variabel X dengan variabel Y yang telah didapatkan maka dapat dilakukan dengan uji hipotesis. Jika hasil hipotesis H1 maka adanya pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Jika hasil hipotesis H0 maka tidak adanya pengaruh antar variabel X dan variabel Y.

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

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

$n$  = Jumlah Sampel

maka dengan demikian :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

### 3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.9.1. Uji Validitas

Untuk mendapatkan data yang valid harus menggunakan instrumen alat ukur yang valid. Valid yaitu instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono, 2021:175) Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada 30 responden. *Degree of Freedom* pada penelitian ini dapat dihitung dengan  $df = n-2$ , maka  $df = 30-2=28$ , dengan signifikansi 10% , maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,442. Penguji menggunakan rumus korelasi product moment rumus untuk menguji hipotesis asosiatif atau hubungan bila datanya berbentuk interval atau ratio. Simbol korelasi product moment adalah huruf "r", dengan kriteria sebagai berikut :

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan tersebut valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan tersebut tidak valid.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

#### 3.9.2. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas X (*Cyber Public Relations*) dijelaskan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Variabel X ( Cyber Public Relations)**

Pernyataan	R.Hitung	R. Tabel	Keterangan
1	0,804	0,442	Valid
2	0,803	0,442	Valid
3	0,907	0,442	Valid
4	0,915	0,442	Valid
5	0,829	0,442	Valid
6	0,920	0,442	Valid
7	0,908	0,442	Valid

<b>8</b>	<b>0,945</b>	0,442	<b>Valid</b>
----------	--------------	-------	--------------

Dari hasil uji validitas di atas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menggunakan SPSS, sebanyak 8 butir pernyataan pada variabel X (*Cyber Public Relations*) dapat dikatakan Valid karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,442( $r_{tabel}$ ).

Hasil uji validitas Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.4**

**Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)**

<b>Pernyataan</b>	<b>R.Hitung</b>	<b>R. Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	<b>0,920</b>	0,442	<b>Valid</b>
2	<b>0,910</b>	0,442	<b>Valid</b>
3	<b>0,896</b>	0,442	<b>Valid</b>
4	<b>0,866</b>	0,442	<b>Valid</b>
5	<b>0,888</b>	0,442	<b>Valid</b>
6	<b>0,881</b>	0,442	<b>Valid</b>
7	<b>0,720</b>	0,442	<b>Valid</b>
8	<b>0,888</b>	0,442	<b>Valid</b>

Dari hasil uji validitas di atas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menggunakan SPSS, sebanyak 8 butir pernyataan pada variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) dapat dikatakan Valid karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,442( $r_{tabel}$ ).

### 3.9.3. Uji Reliabilitas

Syarat pengujian validitas instrumen harus menggunakan uji reliabilitas. Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2021:176), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu Alpha Cronbach (CA) yang merupakan statistik paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus spearman brown. Pernyataan yang valid dalam uji validitas akan ditentukan dengan uji reliabilitas, dengan kriteria :

Jika  $r_{\alpha}$  positif atau  $> r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan reliabel.

Jika  $r_{\alpha}$  negatif atau  $< r_{\text{tabel}}$  maka pernyataan tidak reliabel.

### 3.9.4. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji Reliabilitas X (*Cyber Public Relations*) dijelaskan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 3.5**

**Hasil Uji Reliabilitas X (Cyber Public Relations)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	8

Dari table hasil uji reliabilitas di atas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel X (*Cyber Public Relations*) sebesar Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bawah 8 butir pernyataan variabel X (*Cyber Public Relations*) adalah **Sangat Reliabel**.

Hasil uji validitas Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) dijelaskan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.952</b>	<b>8</b>

Dari table hasil uji reliabilitas di atas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar .952. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 8 butir pernyataan variabel Y ( Pemenuhan Kebutuhan Informasi) adalah **Sangat Reliabel**.