

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sebuah cara pandang seorang ilmuwan mengenai sisi yang paling strategis untuk menentukan sebuah nilai disiplin pengetahuan itu sendiri (Burhan Bungin: 2005). Paradigma yang saya gunakan disini adalah paradigma positivisme yang merupakan sebuah keyakinan mendasar bahwa ilmu pengetahuan itu adalah realitas dan nyata dari kebenaran suatu fenomena. Paradigma positivisme memandang sebuah fenomena atau realitas dapat diklasifikasikan, kongkrit, terukur, memiliki gejala bersifat sebab dan akibat (Sugiyono, 2014). Selain itu paradigma positivisme beranggapan bahwa sebuah realitas sosial yang terjadi bersifat empirik dan dapat diobservasi dan dibuktikan secara ilmiah

3.2 Pendekatan Penelitian

Dalam studi ini, pendekatan yang saya pilih adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode eksplanatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas dan sistematis terkait dengan hubungan antara terpaan akun media sosial Instagram *@nkcthi* (X) dan minat untuk menonton film (Y), serta seberapa besar pengaruh yang terjadi. Metode eksplanatif dikenal karena kemampuannya untuk mengukur hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel yang digunakan dalam penelitian ini (Bungin, 2005: 38). Pendekatan kuantitatif dipilih sebagai alat utama untuk menganalisis data yang diinginkan dalam penelitian ini. Pendekatan ini menekankan pada penilaian numerik atas fenomena yang sedang diteliti, dengan fokus kepada objektivitas dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan (DR. Muslimin Machmud, 2006). Pendekatan ini didasarkan pada filsafat positivisme yang memungkinkan peneliti untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang terjadi secara umum.

Metode penelitian kuantitatif juga memungkinkan untuk menghasilkan generalisasi yang kuat tentang fakta yang ditemukan dalam konteks masalah yang sedang diteliti. Hal ini penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana terpaan media sosial dapat memengaruhi minat masyarakat terhadap menonton film, serta implikasi yang dimilikinya dalam konteks yang lebih luas. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam literatur terkait dan memberikan wawasan baru mengenai hubungan antara konten media sosial dan perilaku konsumen dalam konteks hiburan seperti menonton film.

3.3 Tipe dan Dasar penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian tipe asosiatif korelasional dengan pendekatan eksplanatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara dua atau lebih variabel. Penelitian asosiatif korelasional difokuskan pada penemuan dan penjelasan hubungan serta pengaruh antara variabel-variabel tersebut. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis, dengan pengujian hipotesis dilakukan menggunakan statistik inferensial untuk menghasilkan generalisasi tentang hubungan yang ada. Dasar penelitian ini adalah metode survei, yang dipilih untuk memungkinkan generalisasi fenomena sosial kepada populasi yang lebih besar. Metode survei diimplementasikan dengan cara mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner atau angket kepada responden yang relevan. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang diperoleh dapat mencerminkan pandangan atau perilaku dari populasi yang lebih luas, sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif dan tergeneralisasi. Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan peneliti dapat mengidentifikasi dan menjelaskan secara lebih mendalam hubungan antara terpaan akun media sosial tertentu dengan minat masyarakat terhadap menonton film, serta memahami sejauh mana pengaruh media sosial tersebut dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks hiburan.

3.4 Waktu dan Tempat Penelitian

Untuk waktu penelitian dilakukan mulai dari Maret 2022 sampai dengan Juni 2022 dan pengambilan data untuk survei penelitian ini berada pada bulan April 2022 sampai dengan Mei 2022 dengan rentang waktu 1 bulan, dimulai dari diterimanya proposal penelitian ini. Peneliti menggunakan kuesioner (angket) online yang akan disebarakan kepada para responden melalui *line, whatsapp, personal chat, group chat dan media sosial lainnya*. Alasan mengapa peneliti menggunakan angket online dikarenakan target yang dituju adalah para followers pada akun instagram *@nkcthi*, dimana mereka sebagai salah satu instrumen konsumen dari film yang saya ingin teliti, selain itu juga dengan adanya situasi pandemi yang sedang berlangsung ini mengharuskan saya untuk beradaptasi untuk beraktivitas tidak seperti biasanya, serta dapat menghemat waktu selama penelitian berlangsung.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto: 2006: 130). Populasi bertujuan untuk menentukan besarnya anggota sampel yang diambil. Populasi yang diambil ialah followers dari akun Instagram *@nkcthi* yang berjumlah 1,4 juta pengikut. Alasan peneliti mengambil populasi dari followers akun Instagram *@nkcthi* karena dengan mereka menjadi followers akun tersebut mereka mempunyai ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan pada akun tersebut secara sadar maupun tidak. Para pengikut akun Instagram *@nkcthi* mendapatkan segala pembaruan dengan bentuk konten yang dibagikan oleh akun *@nkcthi* sehingga relevan Ketika penelitian ini diambil melalui followers akun Instagram tersebut.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan Sebagian atau perwakilan populasi yang diteliti (Arikunto: 2006: 131). Pada penelitian ini diambil sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling dalam

purposive sampling karena pengambilan sampel tidak memberikan kesempatan bagi semua populasi.

Peneliti memilih metode *purposive sampling* karena tidak semua sampel memenuhi kategori yang relevan dengan fenomena yang sedang diteliti. Oleh karena itu, peneliti menentukan dua kriteria khusus yang harus dipenuhi oleh setiap sampel yang dipilih, yaitu:

1. Pengikut (followers) Instagram @nkcthi
2. Menonton Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini

Rumus Lemeshow (1997) digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini. Alasan penggunaan rumus ini adalah karena jumlah sampel yang pasti belum diketahui. Peneliti membutuhkan sampel yang sesuai dengan kriteria di atas, yaitu followers Instagram @nkcthi yang juga menonton film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. Meskipun jumlah followers Instagram @nkcthi diketahui, jumlah penonton film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini yang mengikuti akun tersebut belum dapat dipastikan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan.

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Sampel yang diperlukan
- z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p = Maksimal estimasi = 0,5
- d = alpha (0,05) atau sampling error = 10%

Keputusan mengenai ukuran sampel juga harus mempertimbangkan keterbatasan praktis seperti waktu, biaya, dan sumber daya yang tersedia. Ukuran sampel yang lebih kecil terkadang

dapat memberikan hasil yang mendalam, terutama jika penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel yang tepat dan responden yang dipilih mencerminkan cakupan komunitas secara akurat. Dalam tahap awal penelitian, sampel 100 dianggap cukup untuk mendapatkan gambaran awal mengenai tren dan pola dalam populasi karena penelitian ini dirancang sebagai studi pendahuluan atau pilot study. Hasil ini akan digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut yang lebih komprehensif. Sampel 100 dipilih dengan menggunakan metode sampling yang efisien dan representatif.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Kuisisioner (Angket)

Dalam penelitian ini, kuisisioner atau angket digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan serangkaian pertanyaan kepada responden. Tujuannya adalah agar responden dapat merespons pertanyaan dengan jelas dan akurat, sehingga memberikan informasi tentang pengaruh pesan non-verbal dari media sosial Instagram @nkcthi dalam konteks komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat menonton film. Kuisisioner akan disebarluaskan melalui Google Form di berbagai platform media sosial untuk mencapai sampel yang lebih luas. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert dipilih untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat responden terkait fenomena sosial yang diteliti. Skala ini beroperasi dengan cara menghitung jumlah respons positif atau negatif dari responden terhadap serangkaian pernyataan yang diberikan, yang memiliki tingkat kepercayaan interval. Dalam penelitian ini, responden akan diberikan pilihan untuk menyatakan seberapa setuju mereka terhadap pernyataan yang diajukan, dengan empat opsi jawaban: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Melalui penggunaan skala Likert, diharapkan peneliti dapat mengumpulkan data yang akurat dan terperinci tentang persepsi masyarakat terhadap pengaruh media sosial Instagram

@nkcthi terhadap minat mereka dalam menonton film. Dengan demikian, hasil dari kuesioner ini dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami bagaimana pesan non-verbal dalam media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks hiburan dan pemasaran. Hal ini dimaksudkan agar menghindari jawaban yang ragu-ragu dari responden karena apabila disediakan jawaban netral akan menghilangkan banyak data dalam riset sehingga banyak data yang diperlukan akan hilang.

Penelitian ini menggunakan lima alternatif jawaban dengan ketentuan berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Biasa Saja/Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

3.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data melalui pengambilan dokumen-dokumen maupun literatur yang berhubungan dengan penelitian. Teknik ini diperlukan sebagai pelengkap untuk menambahkan data agar data yang dimiliki semakin kuat.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan informasi setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul. Tujuan utamanya adalah untuk menjelaskan dan memahami data dengan lebih baik serta memberikan jawaban yang diperlukan dalam konteks penelitian. Dalam penelitian menggunakan regresi linear sederhana, peneliti akan mengevaluasi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Rumus regresi linear sederhana dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Minat menonton film)

X = Variabel bebas (Terpaan akun media sosial)

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien regresi x

Analisis regresi linear sederhana membantu untuk mengidentifikasi dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, serta mengevaluasi signifikansinya dalam konteks penelitian.

3.8 Uji Keabsahan Data

Teknik pengujian terdiri dari dua instrumen, yaitu uji validitas dan uji realibilitas, sebagai berikut:

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses penting untuk mengukur seberapa baik suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas atau ketepatan dalam mengukur konsep atau variabel yang diinginkan. Menurut Sugiyono (2006), validitas adalah kesesuaian antara isi instrumen dengan konstruk yang ingin diukur. Nilai koefisien validitas berkisar dari +100 hingga -100, di mana nilai +100 menunjukkan bahwa instrumen tersebut sangat valid dalam mengukur konstruk yang diinginkan, sedangkan nilai 0 menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara instrumen dengan kriteria yang diukur. Dalam konteks pengambilan keputusan, nilai koefisien validitas yang tinggi menunjukkan bahwa hasil pengukuran instrumen secara konsisten menggambarkan kriteria yang diukur. Metode yang umum digunakan untuk menguji validitas adalah korelasi

product moment, yang mengukur seberapa kuat hubungan antara hasil instrumen dengan kriteria yang diinginkan. Proses ini membantu peneliti atau pengamat untuk menentukan sejauh mana instrumen tersebut dapat dipercaya dalam menghasilkan data yang akurat dan relevan. Uji validitas memainkan peran kunci dalam memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen tersebut dapat dipercaya dan valid dalam konteks penelitian atau pengukuran yang dilakukan. Dengan demikian, analisis validitas membantu memastikan bahwa interpretasi hasil dan keputusan diambil berdasarkan instrumen tersebut dapat diandalkan., berikut rumus nya:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

x = Skor item variabel bebas (Media sosial)

y = Skor item variabel terikat (Keputusan minat penonton film)

3.8.2 Uji Realibitas

Uji realibitas digunakan untuk mengungkapkan data agar bisa dipercaya kebenarannya. Disini peneliti memakai uji Alpha Cronbach, karena memiliki jawaban benar lebih dari satu (Adamson & Prion: 2013) dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k - 1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Realibitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum ab^2$ = Jumlah varians butir

At^2 = Varians total

3.9 Uji Regresi Linier sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana, analisis regresi banyak digunakan untuk mempelajari bentuk hubungan antara variabel. Regresi linier sederhana bertujuan mempelajari hubungan antara dua variabel. Dua variabel ini dibedakan menjadi variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)¹.

Model regresi linier sederhana adalah model regresi yang paling sederhana dengan hanya memiliki satu variabel yaitu variabel bebas(X). Rumus uji regresi linier sederhana sebagai berikut

$$Y = a + bX$$

keterangan:

Y = variabel dependen

X = adalah variabel independen (variabel yang digunakan untuk memprediksi Y).

a = nilai konstan

b = adalah kemiringan: pemahaman mengenai minat penonton film.

3.10 Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R-squared) pada regresi linear sederhana mengukur seberapa baik variabel bebas (X) menjelaskan variasi dalam variabel terikat (Y). Rumus umumnya adalah: SSR adalah jumlah kuadrat regresi (sum of squares of regression), mengukur variasi dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi. SST adalah jumlah kuadrat total (sum of squares total), mengukur total variasi dalam Y. Jelasnya:

¹ Dergibson Siagian Sugiarto, Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cetakan ketiga, 2006, hlm 224.

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

R_{adj}^2 = koefisien determinasi yang disesuaikan

y_i = nilai variabel terikat ke- i

\hat{y}_i = prediksi nilai variabel terikat ke- i

\bar{y} = rata-rata nilai variabel terikat

n = jumlah data

k = jumlah variabel independen

3.11 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (Media sosial dan terpaan non-verbal) secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan pada minat penonton film). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah data atau kasus

Dalam konteks ini, kita mempertimbangkan koefisien korelasi parsial (r), jumlah variabel bebas (k), dan jumlah data atau kasus (n). Ketika melakukan pengujian dengan menggunakan nilai probabilitas t hitung, jika nilai p kurang dari atau sama dengan 0.05, hipotesis nol (H_0) akan ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang sedang diuji memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai probabilitas t hitung (p) lebih dari 0.05, H_0 diterima, yang berarti tidak ada cukup bukti untuk menolak bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

Dengan demikian, pengujian ini membantu kita untuk menilai kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat berdasarkan pada signifikansi statistik. Melalui pendekatan ini, kita dapat menarik kesimpulan yang lebih akurat tentang seberapa kuat variabel bebas mempengaruhi hasil variabel terikat dalam studi atau analisis yang sedang dilakukan.

