

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Pada pembahasan ini, peneliti menggunakan Paradigma Positivisme. Paradigma ini menjelaskan suatu fenomena perilaku sosial manusia dengan cara mempertimbangkan hasil riset peneliti.

Sedangkan untuk pendekatan penelitian, pengkaji memanfaatkan strategi kuantitatif dimana strategi kuantitatif ini adalah hasil dari cikal bakal paradigma positivisme untuk melakukan riset dan meneliti secara acak, mengumpulkan data, dan hasil analisis. Muslim, M. (2018).

Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat objektif, mencakup kumpulan data analisis yang menggunakan metode pengolahan angka atau statistik. Hermawan, (2005).

Alasan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif adalah karena dari segi keunggulan dan keuntungan yang didapatkan yakni peneliti bisa mengurangi resiko atau meminimalisir adanya potensi data-data yang kurang akurat.

3.2. Instrumen Riset

Berikut ini merupakan teknik pengkajian yang dimanfaatkan untuk menemukan sebuah informasi yang diperlukan:

1. Survey Kuesioner

Tujuan pengumpulan data ini adalah untuk mengumpulkan informasi tentang terpaan konten parenting di TikTok untuk mengidentifikasi data yang dimasukkan.

2. Analisis Data

Metode ini digunakan untuk menghasilkan data yang lebih akurat yang telah output dari kuesioner yang tersebar yang kemudian akan dianalisis secara statistik.

3. Studi Pustaka

Metode ini bertujuan untuk menambah informasi sebagai acuan dalam penelitian dan pengumpulan data.

3.3. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Pengkajian atau penelitian akan dilaksanakan setelah peneliti melaksanakan seminar proposal (Sempro) dilaksanakan yang diperkirakan yakni pada bulan Desember 2022 – Januari 2023.

2. Tempat Penelitian

Pengkajian atau penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan atau membagikan kuesioner melalui *direct message* Tik-tok, Instagram, WhatsApp kepada followers Rensia Sanvira. Hal ini dilakukan karena peneliti mengharapkan dapat menjangkau responden lebih luas.

3.4. Sumber Data

1. Sumber Data Utama (Primer)

Sumber data utama ini berasal dari data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disebar dan dibagikan oleh peneliti kepada responden (followers tik-tok rensia sanvira) mengenai topik yang telah ditentukan oleh peneliti.

2. Sumber Data Tambahan (Sekunder)

Peneliti akan mencari sumber data lain dari buku, jurnal, skripsi, dan karya ilmiah yang dapat mendukung penelitian mereka. Mereka juga akan menggunakan video dari akun tik-tok Rensia Sanvira.

3.5. Responden Peneliti

Merupakan subjek penelitian untuk memberi nilai, respon ataupun jawaban mengenai persepsi terhadap topik yang telah ditentukan oleh peneliti (Arikunto 2006). Karakteristik penelitian ini adalah :

1. Followers Tik-Tok “Rensia Sanvira”
2. Jenis Kelamin Perempuan
3. Sudah Menikah dan Memiliki Anak
4. Usia 26-41 Tahun (Kelahiran Tahun 1981-1996)

Dari penelitian ini responden akan diambil dari followers Tik-Tok Rensia Sanvira pada tanggal 24 Desember 2021 dengan jumlah followers 4,1 juta followers.

3.6. Teknik Sampling

Setelah peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang tidak bergantung pada kemungkinan atau tidak secara acak (lebih tepatnya, teknik pengambilan sampel yang tidak sengaja), sampel yang dipilih oleh peneliti akan sesuai dengan atribut yang signifikan dengan pembahasan yang akan diteliti oleh peneliti.

3.7. Besaran Sampel

Sebagian dari responden yang dipilih untuk penelitian merupakan sampel yang akan digunakan peneliti. Dan karena terbatasnya waktu dan biaya maka peneliti atau pengkaji menggunakan rumus Slovin yakni dengan taraf signifikan 0,1 bukan 0,05, margin kesalahan 10%, dan tingkat kepercayaan 90%. Dengan jumlah followers 4,7 M pada tanggal 26 September 2022.

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

Keterangan :

n = Total Sampel

N = Total Populasi

e = Toleransi ketidakteelitian atas kesalahan dalam pengambilan sampel (%)

Berdasarkan rumus di atas, sampel yang didapatkan untuk penelitian ini adalah:

$$n = \frac{4.700.000}{1 + 4.700.000 \cdot (10\%)^2} = 99,99 = 100 \text{ (dibulatkan ke atas)}$$

Dari hasil data tersebut, maka pengkaji atau peneliti akan mencari minimal 100 sampel atau responden sebagai penelitian.

3.8. Variabel Penelitian

Dalam penelitian terdapat 2 variabel yaitu:

3.8.1. Variabel Bebas (X)

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat dan akan diteliti keefektifannya yakni “Terpaan Konten Parenting di Tik-Tok dari akun Tik-Tok Rensia Sanvira” yang kemudian dibagi menjadi 3 indikator yakni frekuensi, durasi dan atensi.

3.8.2. Variabel Terikat (Y)

Variabel bebas, "Tingkat Pengetahuan Parenting", yang mencakup faktor sikap, komunikasi, dan pemahaman tantrum, mempengaruhi variabel ini.

3.9. Definisi Konseptual dan Operasional

3.9.1. Definisi Konseptual

Konsepnya adalah membatasi masalah sebuah variabel untuk berfungsi sebagai pedoman di lapangan. Berikut ini adalah definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Terpaan Konten Parenting di Tik-Tok “Rensia Sanvira” (Variabel X/Bebas/Independen)

Terpaan konten parenting pada tik-tok bisa dibilang efektif jika para audience mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dengan menggunakan indera mereka seperti perasaan, pendengaran bahkan penglihatan, khalayak atau penonton terkena pesan komunikasi di media massa. Ini dikenal sebagai terpaan konten parenting. Nuraini. (2016). Indikator dari terpaan konten parenting antara lain:

- a. Durasi (lamanya) penonton mengakses media tersebut.
- b. Frekuensi (seberapa sering) penonton mengakses media tersebut.
- c. Atensi (ketertarikan) penonton mengakses media tersebut.

2. Tingkat Pengetahuan Parenting (Variabel Y/Terikat/Dependen)

Tingkat Pengetahuan Parenting merupakan suatu perubahan yang dialami audience menuju lebih baik dalam pengetahuan parenting, ditinjau dari komponen afektif (yang mencakup sikap, emosi, dan perasaan), kognitif (yang mencakup

pengetahuan tentang parenting), dan behavioral (yang mencakup perilaku dan pengetahuan), yang termasuk faktor tantrum, komunikasi, dan sikap.

3.9.2. Definisi Operasional

Sifat objek penelitian telah ditentukan untuk diteliti dan kemudian peneliti akan menyimpulkan disebut operasional penelitian. Berikut merupakan definisi oprasional:

1. Terpaan Konten Parenting di Tik-Tok “Rensia Sanvira” (Variabel X/Bebas/Independen)

a. Frekuensi

Seberapa sering responden mengakses konten “Rensia Sanvira”

b. Durasi

Waktu lamanya responden menonton atau mengakses konten Parenting “Rensia Sanvira”

c. Atensi

Kondisi dan situasi responden saat menonton konten Tik-Tok "Rensia Sanvira", tingkat pemahaman responden tentang konten, dan keterlibatan responden dalam konten tersebut.

2. Tingkat Pengetahuan Parenting (Variabel Y/Terikat/Dependen)

Definisi operasional dari tingkat pengetahuan parenting adalah tingkat perubahan kesadaran dalam hal tantrum, komunikasi dan sikap didapatkan dari hasil kuesioner.

3.9.3. Operasional Variabel

Penelitian ini ingin menguji efektivitas terpaan konten parenting pada konten parenting di Tik-Tok “Rensia Sanvira” terhadap tingkat pengetahuan parenting (Studi pada ibu millennials followers Tik-Tok Rensia Sanvira), penelitian ini memiliki indikator:

Variabel	Indikator	Item Indikator
Terpaan Konten Parenting di Tik-Tok “Rensia Sanvira” (Variabel X/Bebas/Independen)	Frekuensi	Tingkat keseringan atau lamanya followers dalam mengakses Tik-Tok “Rensia Sanvira”
	Durasi	Seberapa lama followers mengakses Tk-tok “Rensia Sanvira”
	Atensi	Tingkat ketertarikan pengikut untuk merespon konten Rensia Sanvira. Seperti seberapa sering memberi Like/Komentar pada tiap postingan

<p>Tingkat Pengetahuan Parenting</p> <p>(Variable Y/Terikat/Dependen)</p>	<p>Kognitif</p>	<p>Meliputi penambahan pengetahuan parenting. Efek yang sifatnya komunikatif dan informatif kepada khalayak/audience</p> <p>(Fitriansyah,2018)</p> <p>-apakah pengetahuan parenting pada audience atau khalayak akan meningkat?</p> <p>dalam hal mengatasi tantrum pada anak?</p> <p>-Apakah pengetahuan responden bertambah mengenai parenting dalam hal komunikasi</p>
---	-----------------	--

3.10. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau cara mengumpulkan data yang akan digunakan yakni data hasil pembagian kuesioner. Penyebaran dilakukan untuk mengukur efektivitas konten parenting di akun tik-tok “rensia sanvira” terhadap tingkat pengetahuan parenting followers secara objektif. Peneliti akan membagikan pertanyaan melalui Google form yang kemudian dibagikan melalui akun social media narasumber.

3.11. Keabsahan Data (Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen)

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara kekuatan yang dilaporkan peneliti dan data objek penelitian alami (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2006). Oleh karena itu, data peneliti hanya dapat dianggap valid jika tidak berbeda atau sama dengan data lapangan. Namun, setelah semua data dianggap sah, uji reliabilitas akan dilakukan. Uji reliabilitas ini berfungsi sebagai cara untuk peneliti mengetahui seberapa konsisten dan selarasnya sebuah data penelitian.

Uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan SPSS 25. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa andal item kuesioner yang telah divalidasi sebelumnya oleh uji validitas. Jadi, data yang dihasilkan akan konsisten jika item tersebut digunakan kembali untuk turun lapangan. Arighi (2019)

3.11.1. Uji Validitas (Product Moment)

Studi ini memanfaatkan uji validitas yang diusulkan Karl Pearson, yang dikenal sebagai rumus product moment berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas

n = Total Responden Penelitian

x = Score masing masing soal

y = Jumlah score

Tabel moment produk akan dikaitkan dengan hasil perhitungan rumus di atas dengan taraf signifikansi 0,05. Apa bila r-hitung lebih dari r-tabel, dapat disimpulkan bahwa butir soal dapat dikatakan valid. Ini dapat dilakukan dengan menguji apakah ada korelasi atau hubungan antara skor butir dan skor total soal. Ini akan dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS.

3.11.2. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Uji reliabilitas atau uji keandalan, peneliti menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(\frac{1 - (\sum s_i^2)}{st^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$(\sum s_i^2)$ = jumlah varian item

st^2 = varian total

Hasil perhitungan dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha >0,6.

3.10. Teknik Analisis Data

Setelah dilakukannya uji validitas, reliabilitas, dan pengumpulan data, peneliti akan menganalisis data dengan metode statistik deskriptif. Untuk

mendapatkan data yang lebih berkualitas, penelitian menggunakan Uji Regresi Linear Sederhana.

3.10.1. Uji Regresi Linear Sederhana

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa analisis regresi sederhana adalah teknik analisis penelitian yang didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel terikat dan variabel bebas. Hasil analisis regresi linear sederhana akan menguji tingkat efisiensi follower tik-tok Rensia Sanvira, durasi, dan atensi (Ghozali, IBM SPSS 25, 2018).

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksi

a = Konstanta atau bila harga X=0

b = Koefisien regresi. angka yang menunjukkan peningkatan (=) atau penurunan (-) variabel terikat akibat pengaruh dari variabel bebas

X = Nilai variabel independen

Koefisien determinasi sendiri memiliki fungsi untuk menentukan apakah variabel x atau bebas memiliki pengaruh parsial (sendiri) terhadap variabel y atau terikat, dan uji T berfungsi sebagai menentukan ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) terhadap variabel y atau terikat. Raharjo (2017)

3.10.3. Hipotesis

Keterangan :

1. H1 : Terdapat pengaruh Frekuensi (XF) terhadap Tingkat Pengetahuan Parenting (Y)
2. H2 : Terdapat pengaruh Durasi (XD) terhadap Tingkat Pengetahuan Parenting (Y)
3. H3 :Terdapat pengaruh Atensi (XA) Tingkat Pengetahuan Parenting (Y)
4. H4 :Terdapat pengaruh Frekuensi (XA), Durasi (XD), dan Atensi (XA) Tingkat Pengetahuan Parenting (Y)

