

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek followers pada akun TikTok dari salah satu *content creator* dengan jumlah *followers* sebanyak 6,5 juta yaitu @ndshvv.

Gambar 3.1.1 Akun TikTok @ndshvv



Sumber: [TikTok.com/@ndshvv](https://www.tiktok.com/@ndshvv), 2023

#### 3.1.1 Populasi

Populasi mengacu pada jumlah total item atau orang dengan apa yang menjadi pembeda dan kualitas yang ingin dianalisis oleh ilmuwan dan dibuat kesimpulannya (Sujarweni, 2014). Populasi dari penelitian ini adalah pengikut atau followers dari akun @ndshvv yang pertanggal 17 Mei 2023 adalah 6,5 juta followers. Peneliti memilih TikTok sebagai platform media sosial yang dipilih karena pusat informasi yang dibutuhkan oleh peneliti bersumber pada TikTok.

#### 3.1.2 Sampel

Sampel terdiri dari sebagian dari populasi yang bisa dijadikan subjek penelitian dengan pengambilan sampel dan berada dalam kisaran harga yang wajar (Nursalam, 2017). Penelitian ini menggunakan dan menentukan sampel dengan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Rumus Taro Yamane akan digunakan dalam perhitungan sample lebih dari 1000. yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel  
 N = Jumlah Populasi  
 d = Margin Error (10%)

Populasi dari jumlah followers akun TikTok @ndshvv adalah 6,5 juta followers pertanggal 17 Mei 2023 dengan batas toleransi 10%, maka besar jumlah sampelnya adalah:

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

$$n = \frac{6.500.000}{6.500.000 (0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{6.500.000}{16.250 + 1}$$

$$n = \frac{6.500.000}{16.251}$$

$n = 399,97$ , dibulatkan menjadi 400 responden

Berdasarkan rumus di atas, akan dipilih 400 responden sebagai sampel dari populasi. Namun tidak menutup kemungkinan kriteria sampel yang diajukan peneliti akan mengurangi jumlah sampel. Berikut adalah kriteria responden:

- a) Laki-laki dan Perempuan
- b) Umur 12 Tahun keatas
- c) Mengikuti atau *followers TikTok* pada Akun @Ndshvv dalam satu bulan terakhir

### 3.1.3 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan secara daring atau *online* dengan cara menyebarkan kuisioner berupa link google form yang sudah diberikan pertanyaan seputar kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *postingan*

terhadap efektivitas konten TikTok khususnya pada akun TikTok @ndshvv. Kuisioner akan langsung dikirimkan pada pengikut akun TikTok @ndshvv melalui *Direct Message* (DM) dan juga *Direct Mention* (DM) TikTok.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan akan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu pendekatan dalam penelitian yang menganalisis data secara statistik atau perhitungan karena data-data penelitian yang disajikan berupa angka-angka (Sugiyono, 2016). Penelitian ini akan mengkaji pengaruh variabel yang memengaruhi proyeksi kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *posting* terhadap efektivitas konten TikTok.

### **3.3 Variabel Penelitian**

Operasional variabel merupakan cara menentukan nilai yang akan dipelajari atau dipahami, sehingga menjadikan variabel yang dapat diukur. Penelitian ini terdapat variabel bebas atau *independent* (X) dan variabel terikat *dependent* (Y). Penentuan Variabel dalam suatu penelitian dapat dinyatakan pada:

#### **3.3.1 Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas pada penelitian ini adalah Dinamika Komunikasi Interpersonal. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Informasi, Daya tarik, dan Frekuensi *postingan* dari akun @ndshvv.

#### **3.3.2 Variabel Dependen**

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Efektivitas Konten TikTok dari akun @ndshvv merupakan variabel terikat pada penelitian ini.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel dan Uji Validitas serta Reliabilitas**

#### **3.4.1 Operasional Variabel**

Definisi operasional berisi seperangkat aturan untuk mengukur variabel yang didefinisikan secara kontekstual. Variabel operasional berisi gambaran

variabel penelitian, indikator, konsep, satuan pengukuran, dan rentang pengukuran, variabel-variabel tersebut akan diuji dalam variabel-variabel yang ditinjau. Berikut adalah definisi dan operasionalisasi konsep penelitian ini:

Tabel 3.4.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Informasi (X1) (Azhar, 2013)	Kualitas informasi adalah informasi yang mempunyai keakurasian, kecepatan dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna dan kelengkapan dari informasi yang dihasilkan. Kualitas informasi ditandai dengan pendekatan holistik dan karakteristik pembeda yang beragam.	Akurat	Informasi konten yang disajikan harus lengkap, tepat, dan tidak ambigu.	<i>Likert</i>
		Tepat waktu	Informasi konten yang disampaikan jangan sampai terlambat, tetapi juga pas dan tepat waktu.	<i>Likert</i>
		Kelengkapan	Informasi konten harus dijabarkan secara penuh dan jelas serta jangan setengah-setengah.	<i>Likert</i>
		Kesesuaian	Informasi konten sebisa mungkin dibuat sesuai dengan keinginan audiens.	<i>Likert</i>
Daya tarik (X2)	Daya tarik merupakan	<i>Generic</i>	Penerapannya membantu	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
(Moriart, 2019)	esensi utama dalam menggunakan media sosial		menciptakan konten yang sesuai dengan preferensi dan harapan pengguna, serta meningkatkan daya tarik dan efektivitas pemasaran konten.	
		<i>Pre-emptive</i>	Merujuk pada kemampuan konten untuk mendapatkan perhatian atau menarik minat audiens dengan cepat atau sebelum mereka beralih ke konten lain.	<i>Likert</i>
		<i>Credibility</i>	Mengacu pada kepercayaan yang dimiliki oleh konten tersebut. Konten yang memiliki kredibilitas yang tinggi cenderung lebih menarik bagi audiens karena dianggap dapat dipercaya, memiliki otoritas, atau memberikan	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			informasi yang akurat dan terpercaya.	
		<i>Emoticon</i>	<i>Emoticon</i> sering digunakan dalam konten digital untuk mengekspresikan perasaan, menyampaikan pesan dengan lebih jelas, atau menambahkan nuansa emosional pada konten.	<i>Likert</i>
		<i>Association</i>	Hubungan atau koneksi yang terbentuk antara konten dengan pemirsa atau audiens.  Karakteristik <i>association</i> dalam konten dapat berarti menciptakan hubungan emosional, mental, atau kontekstual yang positif antara konten dan audiens.	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
		<i>Lifestyle</i>	Cara hidup yang ditampilkan, dikaitkan, atau diwakili dalam konten. Konten <i>lifestyle</i> cenderung menarik bagi audiens yang tertarik dengan aspek-aspek tertentu dalam kehidupan sehari-hari.	<i>Likert</i>
		<i>Incentive</i>	Keuntungan yang ditawarkan kepada audiens atau pengguna untuk mendorong mereka untuk terlibat atau berinteraksi dengan konten tersebut.	<i>Likert</i>
		<i>Reminder</i>	Konten untuk mengingatkan atau memicu ingatan audiens terhadap suatu hal.	<i>Likert</i>
		<i>Interactive</i>	Kemampuan konten untuk melibatkan audiens secara aktif dan memberikan	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			pengalaman partisipatif.	
Frekuensi <i>Postingan</i> (X3) (Ajzen & Thomas, 1986)	Frekuensi <i>postingan</i> merupakan perilaku berulang-ulang mengakses media sosial TikTok.	Perhatian	Seberapa banyak dan seberapa sering konten <i>diposting</i> untuk menarik perhatian audiens. Frekuensi <i>postingan</i> konten adalah aspek penting dalam membangun kehadiran online yang kuat dan menarik minat pengguna.	<i>Likert</i>
		Penghayatan	Pemahaman dan pemrosesan konten oleh audiens. Penghayatan melibatkan pemahaman isi konten, pesan yang disampaikan, dan bagaimana audiens meresponsnya.	<i>Likert</i>
		Durasi	jangka waktu antara satu <i>postingan</i> konten dengan <i>postingan</i> konten berikutnya. Durasi	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			ini menunjukkan seberapa sering konten <i>diposting</i> oleh pengguna atau organisasi. Misalnya, seseorang dapat menghabiskan tiga hingga empat jam per hari di jejaring sosial.	
		Intensitas	Dalam penelitian ini, istilah “intensitas” mengacu pada jumlah pengulangan penggunaan media sosial. Intensitas dalam menggunakan media sosial dapat ditentukan oleh frekuensi Dalam jangka waktu tertentu, seseorang dapat mengakses media sosial.	<i>Likert</i>
Efektivitas Konten TikTok (Y)	Efektivitas konten sebagai ukuran	Konten harus dirancang dan disampaikan	Konten harus direncanakan terlebih dahulu agar	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
(Effendy, 2003)	kemampuan organisasi untuk mencapai segala keperluannya		menyesuaikan dan disampaikan dengan cara yang menarik perhatian audiens.	
		Konten harus menggunakan simbol-simbol	Konten harus menggunakan simbol-simbol yang menghasilkan pengalaman yang sama bagi komunikator dan penerima agar kedua belah pihak saling memahami.	<i>Likert</i>
		Komunikasi harus mengungkapkan kebutuhan	Komunikasi harus mengungkapkan kebutuhan komunikator sendiri dan menghadirkan banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.	<i>Likert</i>
		Konten harus menyediakan sarana	Konten harus menyediakan sarana untuk mengatasi tuntutan situasional jika komunikator ingin memberikan reaksi yang	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			dimaksud.	

Sumber : Diolah Peneliti, 2022

### 3.4.2 Reliabilitas dan Validitas

#### 3.4.2.1 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) sejauh mana hasil dari uji reliabilitas menggunakan objek dapat menghasilkan data yang identik. Apabila pertanyaan kuesioner dapat menggambarkan apa yang akan dinilainya, maka klasifikasi kuesioner tersebut sudah sesuai. Sebagai indikator variabel, uji reliabilitas dapat mengukurnya. Jika responden memberikan jawaban yang konsisten dan tidak berubah, kuesioner dianggap kredibel. Noor (2012) menjelaskan bahwa *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menghitung reliabilitas. Sebuah konstruk atau variabel dikatakan dependable jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya  $> 0,60$ .

Adapun *output* pengolahan data untuk variabel ini dapat disajikan berikut ini:

Tabel 3.4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,962	25

Berdasarkan tabel 3.4.2 hasil uji reliabilitas menampilkan nilai *Cronbach's Alpha*  $0,962 > 0,60$ , hal ini menandakan bahwa seluruh *N of items* pernyataan dinyatakan reliabel. Terbukti pada hasil uji reliabilitas yang menampilkan semua nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. hasil tersebut dinyatakan reliabel, yang artinya terdapat konsistensi jawaban responden atas 25 pernyataan kuesioner yang diajukan pada variabel terkait, sehingga dapat dikatakan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mudah dipahami oleh responden.

### 3.4.2.2 Uji Validitas

Memeriksa koefisien korelasi dengan alat ukur yang valid dapat mengungkapkan apakah kuesioner itu valid atau tidak. Kondisi di mana data diterima disebut valid atau tidak valid, yaitu:

- a) Apabila  $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ , menandakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara butir soal dengan skor totalnya; karenanya, barang tersebut dianggap sah.
- b) Apabila  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , menunjukkan bahwa item dalam pertanyaan tidak berhubungan secara signifikan dengan skor total item; karenanya, item tersebut dianggap tidak valid.

Untuk mengetahui apakah kuisisioner valid atau tidak dapat dilihat tabel dibawah ini:

Tabel 3.4.3 Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.517	0.145	Valid
2	0.665	0.145	Valid
3	0.751	0.145	Valid
4	0.696	0.145	Valid
5	0.830	0.145	Valid
6	0.661	0.145	Valid
7	0.598	0.145	Valid
8	0.826	0.145	Valid
9	0.574	0.145	Valid
10	0.698	0.145	Valid
11	0.651	0.145	Valid
12	0.863	0.145	Valid
13	0.717	0.145	Valid
14	0.862	0.145	Valid
15	0.781	0.145	Valid
16	0.793	0.145	Valid
17	0.759	0.145	Valid

18	0.647	0.145	Valid
19	0.777	0.145	Valid
20	0.686	0.145	Valid
21	0.735	0.145	Valid
22	0.741	0.145	Valid
23	0.796	0.145	Valid
24	0.810	0.145	Valid
25	0.754	0.145	Valid

Berdasarkan **tabel 3.4.3** dapat dilihat bahwa nilai  $r_{hitung}$  untuk masing – masing pernyataan pada setiap variabel valid atau  $> r_{tabel}$  0,145. Hal ini dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan tersebut valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel dan telah memenuhi syarat validitas yang baik

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Data Primer

##### Kuesioner

Kuesioner akan dilakukan guna mengumpulkan data dari responden untuk menentukan perspektif mereka tentang dampak kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi *posting* terhadap efektivitas konten TikTok. Kuesioner merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan cara meminta responden untuk mengisi serangkaian pertanyaan yang saling berkaitan (Sugiyono, 2018). Responden dalam penelitian ini berjumlah 400 dengan kriteria merupakan pengikut akun TikTok @ndshvv yang sudah mengikuti minimal satu bulan. Skala Likert akan digunakan sebagai skala pengukuran pada penelitian ini. Variabel yang diukur adalah indikator variabel. Setiap tanggapan pada instrumen skala Likert akan diberikan skor bobot yang diberikan.

Tabel 3.5.1 Skor Skala Likert

Kriteria Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.5.2 Data Sekunder

#### Studi Pustaka

Studi pustaka atau studi literatur adalah cara mengumpulkan data yang melibatkan analisis referensi literatur, koleksi buku, dan referensi terkait dengan penelitian yang dilakukan. Teknik bisa digunakan dalam proses mengumpulkan data sekunder yang akan berfungsi sebagai landasan teoritis untuk penelitian masa depan. Informasi yang dikumpulkan dalam pengerjaan penelitian ini berasal dari buku, jurnal komunikasi, internet dan sumber lain yang relevan. Peneliti menggunakan studi literatur sebagai data sekunder untuk rujukan teori dan sebagai referensi dalam penelitian.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian kuantitatif, prosedur analisis data melibatkan pengolahan data yang diperoleh dari responden di lapangan atau sumber lain yang kredibel. Contoh pengolahan data antara lain memilah data berdasarkan jenis responden, melakukan tabulasi, dan perhitungan pengujian hipotesis.

#### 3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji hipotesis konvensional dengan asumsi tradisional untuk mencapai hasil terbaik dan paling objektif. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, dengan penjelasan sebagai berikut:

### 3.6.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dirancang dalam pengujian variabel pengganggu atau variabel residual pada model regresi apakah distribusinya normal. Penelitian ini memakai pengujian *Klomogorov-Smirnov* (Ghozali, 2018). Pedoman mengambil keputusan uji *Klomogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

- a) Tingkat signifikansi  $\geq 0.05$  atau 5%, artinya residual terdistribusi normal.
- b) Tingkat signifikansi  $\leq 0.05$  atau 5%, artinya residual tidak terdistribusi normal.

### 3.6.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah pengujian model untuk korelasi antara variabel independen yang memiliki tujuan. *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) keduanya menunjukkan multikolinieritas. Toleransi mengkuantifikasi varians suatu variabel yang tidak dapat dipertanggungjawabkan oleh variabel independen lainnya. Untuk demonstrasi multikolinieritas, nilai *tolerance* harus lebih besar dari 10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10.

### 3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menghasilkan perbedaan variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Tidak ada heteroskedastisitas yang merupakan model regresi yang baik. Penentuan heteroskedastisitas dilakukan dengan pengujian menggunakan Scatter Plot.

### 3.6.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berupaya untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kesalahan yang mengganggu pada periode  $t$  disandingkan dengan kesalahan yang mengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya) dalam model regresi linier. Regresi bebas autokorelasi merupakan model regresi yang efektif.

### 3.6.2 Analisis Linear Berganda

Regresi berganda adalah model statistik yang digunakan untuk menentukan bahwa dua atau lebih variabel independen tidak berpengaruh satu sama lain. Rumus persamaan regresi yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b X1 + X2 + X3 + e$$

Keterangan :

- Y = Efektivitas Konten *TikTok*  
a = Nilai Konstanta  
b = Koefisien Variabel  
X1 = Kualitas Informasi  
X2 = Daya tarik X3 = Frekuensi *Postingan*  
e = Error

### 3.6.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dapat dipakai untuk menilai kelayakan model dalam memperhitungkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) di antara 0 dan 1, sebaliknya  $R^2=0$ , model tidak dapat menjelaskan pengaruh perubahan X terhadap Y.

- 1) Jika  $R^2 = 1$  atau mendekati 1, ini membuktikan efek positif dan korelasi antara variabel yang diuji sangat kuat.
- 2) Jika  $R^2 = -1$  atau mendekati -1, ini membuktikan dampak negatif dan korelasi antar variabel yang diuji lemah
- 3) Jika  $R^2 = 0$  atau mendekati 0, maka korelasinya lemah atau tidak terdapat korelasi antara variabel yang diteliti

### 3.6.4 Pengujian Hipotesis

Rencana dalam pengujian untuk hipotesis digunakan mengidentifikasi hubungan antara kedua variabel penelitian:

#### 3.6.4.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat secara simultan yang memengaruhi semua variabel independen yang dikutip dalam mode regresi terhadap variabel dependen yang diuji dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%) yang merupakan standar untuk uji F. Jika nilai signifikansi  $F < 0,05$  (5%) maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian independen memengaruhi variabel dependenden secara simultan.

#### 3.6.4.2 Uji t

Uji t menunjukkan sejauh mana satu variabel independen menjelaskan variabel dependen. Kesimpulan dapat ditarik dengan membuat perbandingan t hitung dan t tabel. Jika t hitung melebihi t tabel dengan ambang batas signifikan 5% maka variabel ini berpengaruh signifikan. Namun demikian, jika t hitung lebih kecil dari t tabel pada taraf signifikan 5%, maka pengaruh variabel ini dapat diabaikan. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka probabilitas hipotesis nol adalah 5%. Penerimaan atau penolakan hipotesis ditentukan menurut kriteria berikut:

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang tidak signifikan secara marginal terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka koefisien regresinya besar. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

### 3.7 Tabel Rencana Waktu

Menyelesaikan penelitian ini diperlukan perancangan jadwal pembuatan penelitian agar penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu dan dapat melanjutkan ke tahap penelitian. Berikut merupakan jadwal pembuatan penelitian ini:

Tabel 3.7.1 Rencana Waktu

No	Tahapan	2022 - 2023											
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Juli	
1	Obeservasi Penelitian	■	■										
2	Penyusunan Proposan Penelitian		■	■	■								
3	Ujian Proposal					■							
4	Revisi Proposal									■			
5	Pengumpulan Data								■	■	■		
6	Pengolahan dan Analisis Data									■	■		
7	Penyusunan Hasil Penelitian										■		
8	Ujian Hasil Penelitian											■	

Sumber : Diolah Peneliti, 2023