

BAB III

METODEOLOGI PENELITIAN

III.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang menentukan populasi dan sampel. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara obyektif, valid, reliabel dan dapat di replikasi. (Eriyanto, 2011: 15). Peneliti mencoba untuk menganalisis isi pesan dalam program *One Ride One Seed* di media sosial instagram @Bluebirdgroup.

Analisis isi yang digunakan ialah analisis isi eksplanatif. Menurut Eriyanto (2011: 48) analisis isi eksplanatif merupakan analisis yang di dalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu. Analisis isi juga mencoba membuat hubungan antara satu variabel dan variabel lainnya.

III.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel yaitu seluruh unggahan terkait program *One Ride One Seed* di instagram @Bluebirdgroup pada bulan agustus sampai bulan oktober yang berjumlah 13 unggahan yang terdiri dari 7 foto, 6 vidio dan 88 *caption*/ kalimat. Alasan peneliti mengambil populasi pada bulan agustus – oktober, karena program *One Ride One Seed* diadakan pada 3 bulan yaitu agustus, september dan oktober per 9 oktober 2019

Penelitian ini memfokuskan pada topik yang spesifik, maka peneliti menggunakan sampel jenuh atau sensus. Dalam sensus, peneliti meneliti isi dari semua populasi (Eriyanto 2011:105). Dengan demikian penelitian ini menggunakan seluruh populasi unggahan Program *One Ride One Seed* pada bulan agustus hingga bulan oktober 2019 tanpa menarik sampel penelitian sebagai unit observasi sehingga teknik penarikan sampel pada penelitian ini disebut sebagai teknik sensus.

No	Tanggal	Gambar	Video	Caption	Jumlah
1.	1 Agustus 2019	-	1	5	6
2.	5 Agustus 2019	1	-	6	7
3.	7 Agustus 2019	-	1	3	4
4.	12 Agustus 2019	1	-	10	11
5.	20 Agustus 2019	-	1	9	10
6.	27 Agustus 2019	1	-	4	5
7.	28 Agustus 2019	-	1	13	12
8.	30 Agustus 2019	-	1	7	8
9.	2 September 2019	1	-	10	11
10.	12 September 2019	1	-	4	5
11.	21 September 2019	-	1	5	6
12.	24 September 2019	1	-	8	9
13.	9 Oktober 2019	1	-	4	5
TOTAL		7 Gambar	6 Video	88 Caption	101 Jumlah Keseluruhan

Tabel.3 1 Populasi dan Sampel

III.3 Metode Pengumpulan Data

III.3.1 Data primer

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu berasal dari sumber asli atau pertama, yang diolah sendiri oleh peneliti dengan bantuan 1 (satu) orang pengkoder. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan lembar *coding*. Lembar *coding* yang diisi oleh peneliti dan pengkoder 2 merupakan turunan dari teori persuasif yang berisi strategi pesan persuasif *Reciprocation, commitment & concitency, Social Proof, Liking, Authority, dan Scarcity*.

III.3.2 Unit Analisis Data

Krippendorff dalam Eriyanto (2011:59) mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batasan-batasannya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis dalam penelitian ini menggunakan unit analisis tematik dimana unit ini melihat tema atau topik dari foto, video dan *caption* di dalam akun Instagram @Bluebirdgroup. Eriyanto (2011: 84) menyatakan unit tematik adalah unit analisis yang lebih melihat tema (topik) pembicaraan dari suatu teks. Unit tematik secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara tentang apa atau mengenai apa”.

No	Indikator	Sub Indikator
1.	Gambar Penyampaian informasi/pesan yang ada di dalam sebuah foto	Objek
2.	Video Penyampaian informasi/pesan yang ada di dalam sebuah video	Objek

3.	Caption Tulisan yang berfungsi untuk membantu menjelaskan sebuah gambar	Tertulis
----	---	-----------------

Tabel.3 2 Unit Analisis Data

III.4 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Setelah data dikumpulkan, selanjutnya dilakukan input atau rekap data. Pertama, peneliti melakukan *coding* pada lembar *coding* yang sudah disusun terkait strategi pesan persuasif. Lembar *coding* tersebut kemudian dilakukan perhitungan uji reliabilitas, menghitung frekuensi dan presentase strategi pesan persuasif. Setelah itu, dilakukannya pembobotan skor berdasarkan konsep komunikasi lingkungan. Hasil rata-rata skor tersebut kemudian digunakan untuk menguji uji normalitas, uji regresi linier sederhana, uji korelasi, dan uji hipotesis terkait pengaruh pesan persuasif terhadap tingkat kesukaan pesan lingkungan pada program *One Ride One Seed*. Metode analisis data yang dilakukan dengan menggunakan statistik eksplanatif yaitu melakukan pengujian hipotesis. Penulis menggunakan program *windows statistic for social science* (SPSS) versi 26 dalam mengelola data yang telah di peroleh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

III.4.1 Tabulasi foto, video dan *caption* dan perhitungan Nilai Kesepakatan (NK)

Dilakukan dengan menggunakan lembar *coding* berdasarkan operasional variabel yaitu turunan dari strategi pesan persuasif. Lembar *coding* adalah alat yang dipakai untuk menghitung atau mengukur aspek tertentu dari isi media. Lembar *coding* dapat dipersamakan dengan kuesioner dalam penelitian survei. (Eriyanto, 2011: 221).

Data dalam penelitian ini adalah unggahan akun Instagram @Bluebirdgroup berupa foto, video dan *caption*. Data dikumpulkan dengan

menggunakan lembar koding yang dibuat berdasarkan kategori-kategori tertentu yang terlebih dahulu ditetapkan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan mengamati setiap unggahan akun Instagram @Bluebirdgroup, mencatat, menyeleksi, kemudian meng-kategorisasikan masing-masing foto, video dan *caption* sesuai dengan teori persuasif. Kemudian, dilakukan perhitungan nilai kesepakatan dengan membandingkan hasil tabulasi antara coder 1 (N1) dan coder 2 (N2) dibagi 2 (dua) sehingga diperoleh nilai rata-rata kesepakatan.

III.4.2 Uji Validitas

Alat ukur harus mempunyai validitas yang tinggi. Validitas berkaitan dengan apakah alat ukur yang dipakai secara tepat mengukur konsep yang ingin diukur. Alat ukur yang mempunyai validitas tinggi adalah alat ukur yang secara tepat mengukur apa yang ingin diukur. (Eriyanto, 2011:259)

Penelitian ini menggunakan validitas konstruk yang berorientasi pada proses (*process oriented*). Validitas konstruk adalah validitas yang melihat apakah alat ukur disusun atau diturunkan dari suatu kerangka teori tertentu. Menurut Neuendorf dalam (Eriyanto,2011:268) Alat ukur disebut mempunyai validitas konstruk jikalau alat ukur tidak asal disusun, tetapi diturunkan berdasarkan suatu teori yang telah teruji. Analisis isi haruslah dilakukan secara objektif. Ini berarti tidak boleh ada beda penafsiran antara satu orang *coder* dan *coder* lain. Dalam analisis isi, alat ukur yang dipakai adalah lembar koding. Lembar koding pada penelitian ini dibuat berdasarkan turunan dari teori persuasif menurut Cialdini yang terdiri dari *Reciprocation, Commitment and Consistency, Social Proof, Liking, Authority, Scarcity*.

III.4.3 Uji Reliabilitas

Alat ukur selain harus valid juga harus mempunyai reliabilitas (keandalan) yang tinggi. Alat ukur yang digunakan adalah lembar koding (

coding sheet). Kita harus memastikan bahwa lembar coding yang akan dipakai adalah alat ukur yang terpercaya (reliabel) (Eriyanto,2011:281). Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang reliabel maka dilakukan uji reliabilitas antar pelaku coding (antar-coder). Perhitungan reliabilitas tersebut membutuhkan dua orang atau lebih coder. Masing-masing coder akan diberikan alat ukur (lembar coding) dan diminta untuk menilai sesuai dengan petunjuk lembar coding. Hasil dari pengisian coder itulah yang diperbandingkan, dilihat berapa persamaan dan berapa pula perbedaannya. (Eriyanto, 2011: 288).

Neuendorf dalam Eriyanto (2011: 299) mengusulkan jumlah unit studi yang dipakai untuk uji reliabilitas sekurangnya adalah 10% dari total populasi unit studi. Kemudian hasil pengkodean dibandingkan dengan menggunakan rumus Holsty untuk menghitung reliabilitas (Kriyantono, 2006: 234-235), yaitu sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkoding dan peneliti

N1,N2 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding dan peneliti

Setelah hasil analisis peneliti dengan *pengcoder* 2 dicatat dan dihitung dengan menggunakan formula Holsti, maka hasil dari angka tersebut ditentukan besarnya koefisien korelasi dengan menggunakan indeks Guilford. (Birowo, 2004: 158), yaitu:

0% - 20% : korelasi kesepakatan yang rendah sekali / sangat lemah

21% - 40% : korelasi kesepakatan yang rendah tetapi ada / lemah

40% - 70% : korelasi kesepakatan sedang / cukup kuat

70% - 90% : korelasi kesepakatan yang tinggi / kuat

90% - 100% : korelasi kesepakatan yang tinggi sekali / sangat kuat

Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, di mana 0 berarti tidak ada satu pun yang disetujui oleh para coder dan 1 berarti persetujuan sempurna di antara para coder. Makin tinggi angka, makin tinggi pula angka reliabilitas. Dalam formula Holsty, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Tetapi jika di bawah angka 0,7 berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat ukur yang reliabel (Eriyanto, 2011 : 290).

III. 4.4 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Konsep dasar dari Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov yaitu dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Tujuan dari uji normalitas ini adalah untuk mengetahui apakah data yang dipergunakan dipenelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal baku merupakan data yang telah ditransformasikan melalui bentuk *Z-Score* serta diasumsikan normal.

Sahab (2019:161) menyatakan Uji Normalitas memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan dengan data baku normal yang artinya data tersebut tidak normal.
2. Sebaliknya, jika signifikansi di atas 0,05 berarti tidak terjadi perbedaan yang signifikan dengan data baku normal yang artinya data tersebut normal.

III. 4.5 Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi Linier Sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel. Bentuk persamaan regresi berupa :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependent yang diprediksi

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel independent

III. 4.6 Uji Korelasi

Uji hubungan pada dasarnya adalah teknik statistik yang melihat ada tidaknya keterkaitan antara satu variabel dan variabel lain (Eriyanto, 2011 : 349). Perlu dicatat, uji hubungan (asosiasi) hanya berbicara mengenai apakah variabel satu berhubungan dengan variabel lain. Dalam analisis korelasi yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen (X) yaitu strategi pesan persuasif dengan variabel dependen (Y) yaitu tingkat kesukaan atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent. Penelitian menggunakan analisis korelasi *Product Moment Pearson* karena menggunakan data rasional atau rasio dengan menggunakan program *windows statistic for social science (SPSS)* versi 26.

III. 4.7 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penulis menggunakan Uji T. Uji T digunakan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang di hipotesiskan oleh peneliti untuk mengetahui apakah antara variabel bebas (strategi pesan persuasif) terhadap variabel terikat (tingkat kesukaan) mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t *table* atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.

Untuk menentukan Uji T penelitian ini menggunakan cara manual dengan Rumus Uji T sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = Uji Signifikansi

r = Kofisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

III.5 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Butir
Pesan persuasif	<i>Reciprocation</i> (Hukum timbal balik)	Kecenderungan untuk membalas budi kepada seseorang yang telah memberi kita dukungan sebelumnya dengan menciptakan rasa kewajiban. Perasaan berhutang kepada seseorang yang telah melakukan sesuatu untuk kita sebelumnya, membuat orang ini cenderung menerima permintaan kita

	<p><i>Commitment and Consistency</i>(komitmen dan konsisten)</p>	<p>Prinsip ini menyatakan bahwa keinginan individu untuk terlihat konsisten memberikan pengaruh atas perilaku yang akan dilakukan oleh individu. Kebanyakan individu memilih untuk konsisten dengan apa yang telah dikatakan atau dilakukan sebelumnya; karena itulah, setelah berkomitmen pada sesuatu, individu cenderung berperilaku sesuai dengan hal tersebut.</p>
	<p><i>Social Proof</i> (Bukti Sosial)</p>	<p>Kecenderungan manusia pertimbangan bahwa perilaku itu benar ketika kita melihat orang lain melaksanakannya atau ketika orang lain berpikiran sama. Kita lebih mudah menyetujui dan mengikuti apa yang disetujui dan diikuti oleh mayoritas</p>
	<p><i>Liking</i> (Rasa Suka)</p>	<p>Kecenderungan orang lebih suka mengatakan “ya” kepada orang yang mereka sukai atau selalu setuju terhadap gagasan orang yang disukai. Sehingga dalam membuat pesan persuasif perlu disesuaikan dengan apa yang orang lain suka.</p>
	<p><i>Authority</i> (Otoritas)</p>	<p>Kecenderungan orang adalah menuruti orang yang mempunyai kewenangan lebih. Oleh karena itu pendapat dari seseorang yang berwenang terhadap target bisa menjadi kunci sukses tehnik persuasi</p>
	<p><i>Scarcity</i> (Kelangkaan)</p>	<p>Prinsip kelangkaan menyatakan bahwa, ketika</p>

		peluang terjadinya sesuatu menjadi semakin langka, hal itu akan dipersepsi lebih bernilai. Orang lebih mudah dipersuasi dengan informasi tentang sesuatu yang ketersediaannya sangat langka.
Kesukaan	Tingkat Kesukaan	Merupakan jumlah pengguna yang menyukai/ memberikan <i>like</i> pada sebuah unggahan di instagram

Tabel.3 3 Operasional Variabel

III.6 Waktu Pelaksanaan

NO	Uraian Kegiatan	Waktu Penelitian				
		Ags	Sep	Okt	Nov	Des
1.	Pengumpulan Proposal Skripsi					
2.	Sidang Proposal Skripsi					
3.	Revisi Proposal Skripsi					
4.	Pembuatan dan Pengisian Lembar <i>Coding</i>					
5.	Penyusunan Hasil Penelitian					
6.	Penyusunan Laporan Penelitian					

Tabel.3 4 Waktu Pelaksanaan