

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan teknik atau cara yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah penelitian (Widodo, 2017). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Irawan dalam (Widodo, 2017), penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran serta penjelasan terkait suatu hal secara jelas dan apa adanya.

Neuman (2007) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur fakta-fakta objektif dengan memfokuskan pada variable-variabel penelitian. Adapun kunci pada penelitian kuantitatif yaitu bersifat reabilitas dan konsisten, serta bebas nilai dan bebas dari konteks situasional. Teknik-teknik survei seperti penyebaran kuesioner, eksperimen, observasi terstruktur, dan analisis statistik menjadi ciri dari penelitian kuantitatif (Brannen, 2002).

B. Objek Penelitian

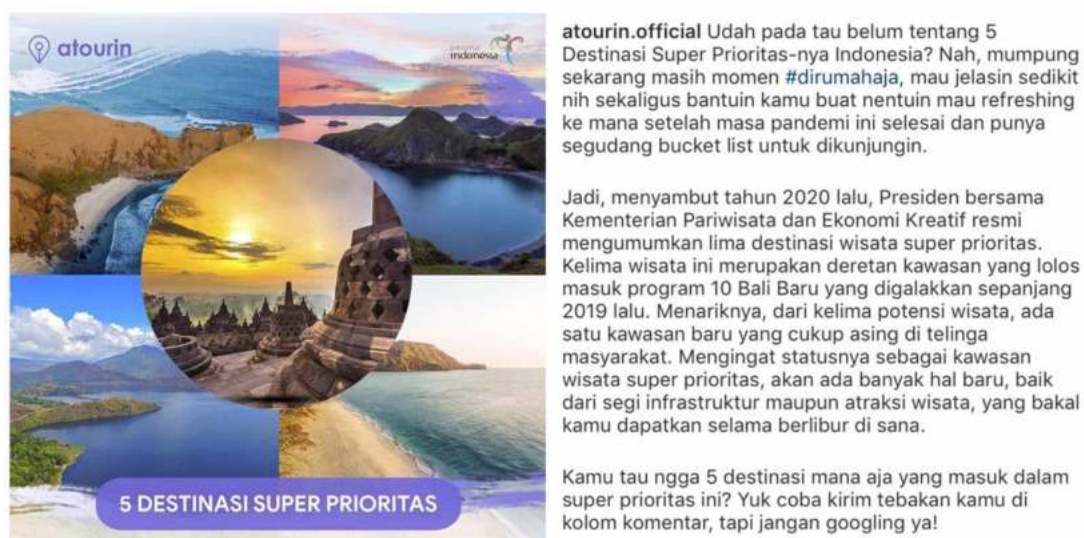
Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang variable tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah konten-konten yang dibagikan oleh Atourin

melalui akun Instagram @atourin.official. Adapun konten-konten tersebut dibagikan dalam bentuk sebagai berikut :

1. Foto

Foto yang dibagikan Atourin melalui media sosial Instagram @atourin.official merupakan foto-foto destinasi wisata, peringatan hari nasional, dan foto dari beberapa sampul *itinerary* dari *platform* Atourin.

GAMBAR 4 CONTOH FOTO YANG DIUNGGAH @ATOURIN.OFFICIAL



Sumber: @atourin.official, 2020

2. Video

Video yang dibagikan Atourin melalui media sosial Instagram @atourin.official merupakan video dari suatu destinasi wisata.

3. Infografis

Infografis merupakan informasi atau data yang disajikan dalam bentuk visual seperti ilustrasi atau gambar (Świeczak, 2016). Atourin

membagikan berbagai macam infografis yang berisi tips, kalender *event* pariwisata, dan informasi-informasi seputar perjalanan wisata.

GAMBAR 5
CONTOH INFOGRAFIS YANG DIUNGGAH
@ATOURIN.OFFICIAL



Sumber: @atourin.official, 2020

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan objek atau suatu kelompok atau objek yang akan digeneralisasikan dari hasil penelitian (Widiyanto, 2010). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek yang diambil untuk diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Notoatmodjo, 2005). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik

purposive sampling. Notoatmodjo (2005) menyebutkan bahwa *purposive sampling* merupakan jenis pengambilan sampel yang didasari dengan pertimbangan seperti ciri-ciri dan sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Kriteria yang digunakan pada penelitian ini yaitu pengguna media sosial Instagram yang pernah mengunjungi akun Instagram @atourin.official dan *platform* Atourin. Dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan tabel Comery & Lee (2013) sebagai berikut :

TABEL 2
SAMPLE SIZE FOR FACTOR ANALYSIS

Appropriate Sample Size	
Number of items	Sample size
10	200
25	250
90	400
500	700-1000

Sumber: Comery & Lee, 2013

Berdasarkan tabel tersebut, dengan jumlah 18 pertanyaan penelitian, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 200 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data menurut Widodo (2017) adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam

melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

a. Survei

Survei merupakan metode yang digunakan untuk mengkaji populasi yang kecil maupun besar dengan melakukan seleksi dan mengkaji sampel yang dipilih dari populasi untuk menemukan indensi, distribusi dan interelasi relatif dari variable-variabel sosiologis dan psikologis (Widodo, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan survei dengan cara mengambil data menggunakan kuesioner dalam bentuk *soft copy* berupa *link* atau *google form* yang akan dibagikan kepada pengguna media sosial Instagram yang pernah mengunjungi media sosial Instagram Atourin @atourin.official.

b. Wawancara

Menurut Widodo (2017), wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh data atau informasi melalui tanya jawab. Penelitian dilakukan dengan cara bertanya kepada responden kunci mengenai fakta suatu peristiwa dan opini mereka mengenai peristiwa tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan CEO dari Atourin terkait dengan penerapan *content marketing* yang telah dilakukan.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan mempelajari, mendalami, dan mengutip teori-teori atau konsep-konsep dari sejumlah literature baik

berupa buku, jurnal, majalah, koran dan karya tulis lainnya yang relevan dengan topik, fokus, atau variabel penelitian (Widodo, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi pustaka untuk mencari referensi yang sesuai dengan kepentingan, mengumpulkan dan mempelajari data teoritis untuk melengkapi sebuah penelitian.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang dibagikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Terdapat dua macam kuesioner yakni kuesioner berstruktur atau bentuk tertutup dan kuesioner tidak terstruktur atau terbuka. Kuesioner tertutup berisi pertanyaan yang disertai jawaban, sedangkan kuesioner terbuka berisi pertanyaan dan tidak disertai jawaban (Kusumah & Dedi, 2011).

Pada penelitian ini, kuesioner akan dibuat dalam bentuk tertutup dan menggunakan kalimat yang mudah dimengerti oleh orang awam. Kemudian dibagikan dalam bentuk *soft copy* berupa *link* atau *google form*. Adapun pertanyaan yang diberikan akan dinilai berdasarkan skala *Likert* 1-5.

TABEL 3
PENILAIAN SKALA *LIKERT*

Nilai	Arti
5	Sangat Puas / Sangat Baik / Sangat Setuju / Sangat Penting
4	Puas / Baik / Setuju / Penting
3	Cukup Puas / Cukup Baik / Cukup Setuju / Cukup Penting
2	Kurang Puas / Tidak Baik / Tidak Setuju / Tidak Penting
1	Sangat Tidak Puas / Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Penting

Sumber: Sugiyono, 2009

b. Pedoman Wawancara

Sosiologis (2018) menjelaskan bahwa pedoman wawancara merupakan panduan dalam melakukan wawancara baik pada penelitian kualitatif maupun kuantitatif. Secara garis besar pedoman wawancara terbagi menjadi tiga tahap yakni, persiapan wawancara, proses wawancara dan evaluasi wawancara.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara untuk mendapatkan informasi terkait dengan penerapan *content marketing* yang telah dilakukan oleh Atourin.

E. Definisi Operasional Variabel

Kerlinger dalam (Widodo, 2017) menyebutkan bahwa definisi operasional adalah spesifikasi kegiatan penelitian untuk mengukur suatu variabel. Spesifikasi tersebut mengarah pada dimensi dan indikator dari variabel penelitian yang diperoleh dari studi pustaka sebagai parameter untuk mengukur variabel.

Pada penelitian ini, terdapat variabel dan dimensi-dimensi yang sesuai dengan teori menurut Le M (2013) mengenai *content marketing*. Adapun terdapat 5 dimensi pada penelitian ini yaitu relevan, menarik, menghibur, bernilai dan konsisten. Berdasarkan Binh (2013), Tanton (2013), Senic (2013) dan Bowles (2013) dalam (Le M, 2013), didapatkan indikator pada *content marketing* yakni terdiri dari *helpful, relevant, actionable, authentic, surprising, entertaining, branded, positive, timely* dan *intense*. Berikut matriks operasional variabel pada penelitian ini.

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	No. Kuesioner
<i>Content marketing</i> adalah pembuatan konten yang relevan, menarik, menghibur dan bernilai dan konten ini harus secara konsisten disediakan untuk mempertahankan atau mengubah perilaku pelanggan (Le M, 2013)	<i>Content Marketing</i>	Relevan	<i>helpful</i>	Kuesioner	Q1, Q2
			<i>relevant</i>	Kuesioner	Q3, Q4
		Menarik	<i>authentic</i>	Kuesioner & Pedoman Wawancara	Q5, Q6
			<i>actionable</i>	Kuesioner	Q7, Q8, Q9, Q10
		Menghibur	<i>entertaining</i>	Kuesioner	Q11, Q12
			<i>surprising</i>	Kuesioner	Q13
		Bernilai	<i>branded</i>	Kuesioner	Q14
			<i>positive</i>	Kuesioner	Q15, Q16
		Konsisten	<i>timely</i>	Kuesioner & Pedoman	Q17
			<i>intense</i>	Wawancara	Q18

Sumber: Le M, 2013

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Widodo (2017) menjelaskan bahwa teknik analisis adalah cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Teknik analisis statistik deskriptif merupakan teknik yang digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel penelitian yang disajikan dalam bentuk skor minimum dan maksimum, jangkauan, mean, median, modus, standar deviasi dan variannya yang dilengkapi dengan table distribusi frekuensi berikut histogramnya (Widodo, 2017).

2. Alat Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan cara melakukan pengolahan data melalui *software SPSS Statistics*.

3. Uji Validitas & Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2015), uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel. Instrumen pada penelitian dapat dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur hasil penelitian.

Alat ukur pada penelitian ini yaitu kuesioner. Dalam mencari validitas, skor dari setiap pertanyaan akan dikorelasikan dengan skor total pertanyaan. Menurut Sugiyono (2017), nilai standar dari validitas adalah 0,3. Jika nilai korelasi yang diperoleh lebih besar dari nilai

standar maka pertanyaan tersebut valid. Untuk mencari nilai korelasi dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2] - [n(\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor instrumen

Y = Skor jawaban

Dalam uji validitas terdapat kriteria pada kuesioner di setiap variabelnya. Apabila r hasil > r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid, dan apabila r hasil < r tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Adapun pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS Statistics dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Taraf signifikan sebesar 5% sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,361. Pertanyaan dinyatakan valid apabila r hasil > 0,361. Berikut tabel hasil uji validitas:

TABEL 5
HASIL UJI VALIDITAS
(n = 30)

Item	Tingkat Kesetujuan	
	R Hasil	Keterangan
1	0,515	Valid
2	0,561	Valid
3	0,395	Valid
4	0,418	Valid
5	0,388	Valid
6	0,69	Valid
7	0,729	Valid
8	0,542	Valid
9	0,694	Valid
10	0,587	Valid
11	0,669	Valid
12	0,366	Valid
13	0,527	Valid
14	0,368	Valid
15	0,631	Valid
16	0,661	Valid
17	0,676	Valid
18	0,649	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2020

Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa r hasil dari semua butir pertanyaan pada kuisisioner lebih besar dari r tabel yaitu 0,361. Sehingga seluruh pertanyaan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Adapun reliabilitas menurut Sujarweni (2015) yaitu ukuran konsistensi dan kestabilan responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk kuesioner.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] - \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian skor tiap pertanyaan

σ_1^2 = Varian total

Menurut Sugiyono (2014), instrumen penelitian akan dinyatakan reliable apabila nilai Alpha suatu instrument $\geq 0,60$ dan apabila $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliable. Berikut tabel hasil uji reliabilitas:

TABEL 6
HASIL UJI RELIABILITAS
(n = 30)

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	20

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2020

Dari tabel tersebut, hasil uji reliabilitas dinyatakan reliable karena nilai Alpha lebih besar dari 0,60 yaitu 0,867.

G. Jadwal Penelitian

TABEL 7
JADWAL PENELITIAN

NO.	PENELITIAN	TAHUN 2020						
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGU
1	Pengajuan TOR Usulan Penelitian							
2	Penyusunan Usulan Penelitian							
3	Seminar Usulan Penelitian							
4	Penelitian/Observasi Lapangan							
5	Penyusunan Proyek Akhir							
6	Sidang Proyek Akhir							

Sumber: Peneliti, 2020