

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan suatu aktivitas yang bertujuan dalam mencari, mencatat, dan merumuskan suatu hal. Menurut Sutrisno Hadi (2008) berkaitan dengan tujuan tersebut penelitian dapat diartikan sebagai kegiatan yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan serta menguji mengenai kebenaran suatu pengetahuan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif. Sebuah penelitian deskriptif dibuat dengan tujuan untuk memberikan sebuah gambaran yang lebih detail tentang suatu gejala atau fenomena.

B. Obyek Penelitian

Menurut Kurniawan et al (2016), obyek penelitian merupakan sifat keadaan dari suatu benda/orang yang menjadi sasaran penelitian, atau merupakan suatu hal yang hendak akan diselidiki. Pengertian sifat merupakan suatu keadaan yang dapat diartikan berupa sifat, kuantitas, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra, keadaan batin, dan dapat berupa sebuah proses. Pada penelitian ini, obyek yang diteliti adalah media sosial Instagram @just_atrip.

Subyek penelitian merupakan suatu individu, benda, atau organisme yang dapat dijadikan sebagai sebuah sumber informasi yang akan dipentingkan dalam mengumpulkan sebuah data penelitian. Subyek dalam penelitian ini adalah *followers*/pengikut akun media sosial Instagram @just_atrip.

Dibawah ini penulis melampirkan tinjauan umum mengenai perusahaan PT Justatrip Sahabat Perjalanan yang menjadi lokus penelitian, sebagai berikut:

1. Profil Perusahaan

GAMBAR 7

LOGO PT JUSTATRIP SAHABAT PERJALANAN



Nama Perusahaan : PT Justatrip Sahabat Perjalanan

Alamat : Jl. Cumi-Cumi No.2, Labuan Bajo, Flores, NTT

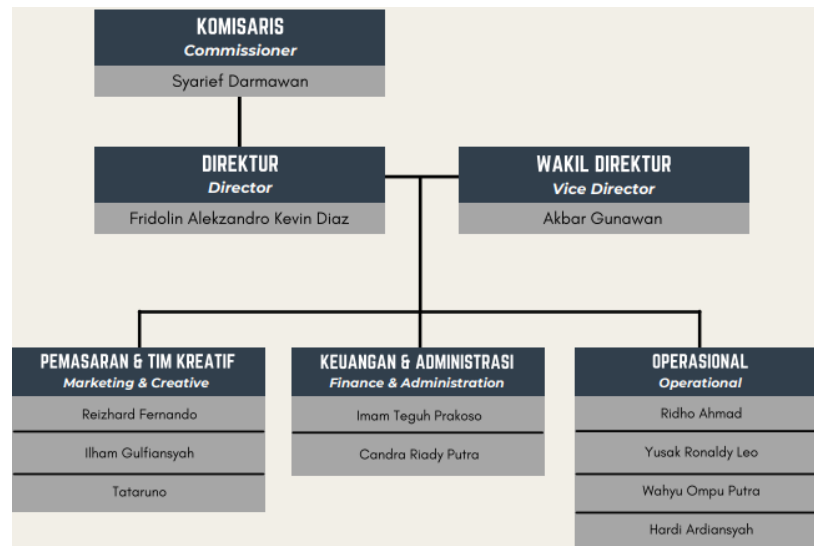
Telepon : (+62) 811 3825 882

Email : hellojustatrip@gmail.com

2. Struktur Organisasi

GAMBAR 8

STRUKTUR ORGANISASI PT JUSTATRIP



3. Ruang Lingkup

Justatrip merupakan perusahaan yang bergerak disektor pariwisata khusus nya di daerah Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Justatrip didirikan pada tahun 2015 di Labuan Bajo, Provinsi Nusa Tenggara Timur dan baru beroperasi kembali dan *re-branding* sejak tahun 2020. Perusahaan ini merupakan *Tour Operator* yang menjalankan langsung aktifitas wisata dan penyedia jasa perjalanan dengan konsep *sustainable ecotourism*. Jasa layanan yang disediakan oleh PT Jusatrip Sahabat Perjalanan adalah sebagai berikut:

- a. Trip Organizer, Planner, dan Advisor
- b. Media Production
- c. Boat Charter, Private Trip, Open/Sharing Trip
- d. Labuan Bajo (sailing komodo, discover labuan bajo, dive trip)
- e. Flores (wae rebo, overland flores)
- f. Sumba (road trip sumba)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Amirullah (2015), populasi merupakan semua keseluruhan kelompok dari orang-orang, sebuah peristiwa atau barang-barang yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti. Sehingga, populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang akan bisa dipakai dalam menyimpulkan sesuatu. Jumlah populasi dalam penelitian ini ditetapkan adalah *followers* media sosial Instagram @just_atrip dengan jumlah 10.500 *followers* per tanggal 7 April 2022.

2. Sampel

Sampel adalah bagian populasi, analisis sampel secara kuantitatif dapat menghasilkan sebuah statistik sampel (*sample statistics*) yang dapat digunakan dalam mengestimasi parameter populasinya (*population parameters*).

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Slovin dalam menentukan ukuran sampel minimal dari populasi yang ada, dengan ketentuan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : jumlah sampel yang diambil

N : jumlah ukuran Populasi

e : batas kesalahan (10% atau 0,1)

Berikut hasil perhitungan dari rumus Slovin diatas sebagai berikut:

$$n \frac{10500}{1 + 10500 \times (0,1)^2} = 99,056 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan dari perhitungan di atas jumlah sampel yang akan di ambil dalam penelitian ini sebanyak 99,056 dibulatkan menjadi 100 responden.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling non-probability dengan jenis teknik sampel purposive, menurut Kurniawan et al (2016), *Purposive sampling* merupakan suatu teknik dalam pengambilan sampel berdasarkan terhadap kriteria atau pertimbangan yang ditentukan peneliti terhadap anggota populasi.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Kumpul Data

a. Penyebaran Kuesioner/Angket

Pengambilan data melalui kuesioner/angket merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung. Kuesioner adalah sebuah metode penelitian yang akan dijawab oleh responden dalam menyatakan pandangannya terhadap suatu kasus. Menurut Sugiyono (2017) kuesioner adalah teknik yang dilakukan dalam mengumpulkan data yang dapat dilakukan dengan cara memberi sebuah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberi sebuah jawaban.

b. Wawancara

Menurut Esterberg (2017), wawancara merupakan sebuah kegiatan seperti melakukan pertemuan dengan dua orang yang bertujuan untuk bertukar mengenai informasi atau pun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga nantinya akan dapat di tarik sebuah kesimpulan dalam penelitian tersebut. wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara ini, peneliti tidak menggunakan sebuah pedoman wawancara yang tersusun dengan sistematis.

c. Studi Kepustakaan

Sebuah langkah penting dalam metode penelitian adalah dengan melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan dapat

dilakukan dengan mengkaji sebuah kajian teoritis dan empiris sebagai landasan peneliti dalam berpikir. Dalam studi kepustakaan peneliti perlu mencari literatur dan penelitian terdahulu, studi kepustakaan sangat diperlukan dalam mengetahui tingkat ilmu yang berkaitan dengan penelitian yang semakin berkembang. Studi kepustakaan dapat dijadikan peneliti sebagai acuan agar lebih sistematis tentang cara menulis sebuah karya ilmiah yang baik.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner/ Angket

Alat yang digunakan dalam mengumpulkan data dapat berupa angket atau kuesioner. Dalam angket atau kuesioner tersebut akan terlampir sebuah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang akan diberikan kepada calon responden. Dalam penelitian ini, peneliti memakai skala *likert's* untuk dapat menilai sebuah sikap dan pendapat seseorang mengenai suatu fenomena. Berikut adalah 5 (lima) skala dalam *likert*:

Sangat Setuju (SS)	:	diberi point 5
Setuju (S)	:	diberi point 4
Ragu-Ragu (RG)	:	diberi point 3
Tidak Setuju (TS)	:	diberi point 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	:	diberi point 1

b. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan sebagai acuan peneliti yang dapat digunakan dalam melakukan wawancara untuk mendapatkan data-data penting yang terkait dengan penelitian.

c. Literatur

Literatur dapat berupa sebuah keterangan yang bisa dijadikan sebagai acuan untuk membuat sebuah karya ilmiah.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Growth (2017), dalam mengukur serta melaporkan validitas konten instrumen adalah hal yang sangat penting, jenis pada validitas tersebut dapat memberi kemudahan dan dapat memastikan validitas konstruk dan memberi sebuah kepercayaan kepada responden dan penulis mengenai instrumen karena dapat melibatkan para ahli dalam memeriksa kelayakan mengenai instrumen dari aspek konsep serta operasionalisasi.

Uji Validitas dalam penelitian ini akan menggunakan rumus korelasi dari Pearson, yaitu :

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

Keterangan :

r_{xy} : Korelasi koefisiensi variable x dan variable y

X : Nilai skor dari suatu item instrumen

Y : Total skor dari seluruh item instrument

TABEL 2
UJI VALIDITAS

No Butir Kuesioner	r tabel	r hitung	Keterangan
1	0.361	0.402	VALID
2	0.361	0.842	VALID
3	0.361	0.363	VALID
4	0.361	0.420	VALID
5	0.361	0.453	VALID
6	0.361	0.785	VALID
7	0.361	0.555	VALID
8	0.361	0.592	VALID
9	0.361	0.421	VALID
10	0.361	0.567	VALID
11	0.361	0.545	VALID
12	0.361	0.435	VALID
13	0.361	0.469	VALID
14	0.361	0.484	VALID
15	0.361	0.432	VALID
16	0.361	0.423	VALID
17	0.361	0.499	VALID

Sumber : Hasil olahan penulis, 2022

b. Uji Reliabilitas

Menurut Singarimbun (2017), realibilitas merupakan indeks yang menunjukkan apakah alat tersebut bisa dipercaya dan dapat diandalkan. Jika alat pengukur tersebut digunakan lebih dari dua kali akan dapat menilai gejala yang sama serta dapat melihat sebagai hasil pengukuran yang akan diperoleh lebih konsisten. Dalam

penelitian ini, penulis menggunakan metode Alpha berdasarkan Cronbach's alpha. Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : Koefisien realibilitas alpha

k : Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$: Jumlah varian total

Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPSS yang penulis cantumkan pada table reliabilitas dibawah ini, dan hasil menunjukkan bahwa pengujian ini sudah reliable.

TABEL 3

UJI RELIABILITAS

Cronbach's Alpha	Reliability	Number of Items	Keterangan
0.60	0.897	17	Reliabel

Sumber : Hasil olahan penulis, 2022

E. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah variabel penelitian yang ditunjukkan untuk mengartikan setiap elemen sebelum melaksanakan suatu penelitian. Selain itu, operasional juga berfungsi sebagai acuan dalam mengukur suatu variable.

Dimensi dalam penelitian ini adalah AISAS model, yaitu:

1. *Attention*

Dimensi *attention* terdiri dari 3 indikator, yaitu indikator perhatian, kesaadaran, dan pengetahuan terhadap produk dan konten promosi.

2. *Interest*

Dimensi *Interest* adalah apa yang menyebabkan seseorang atau calon konsumen menjadi tertarik melihat suatu produk.

3. *Search*

Dimensi *search* adalah tentang proses seseorang atau calon konsumen mencari informasi mengenai produk tersebut.

4. *Action*

Dimensi *action* adalah dimana saat calon konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk setelah melewati indikato dari dimensi-dimensi di atas.

5. *Share*

Dimensi *share* adalah tindakan promosi yang dilakukan oleh konsumen setelah melihat atau menggunakan produk/jasa tersebut. Baik secara langsung mauppun tidak langsung.

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

VARIABEL	SUB VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMEN
Media Sosial adalah <i>platform</i> media yang berfokus pada para penggunanya dengan memfasilitasinya dalam beraktifitas maupun berkolaborasi secara <i>online</i> yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antar sesama penggunanya (Djik, 2016)	AISAS adalah sebuah model komunikasi pemasaran yang didapat dari perkembangan teknologi (Sugiyama, Kotaro, & Andree, 2011)	Attention: Khayalak (konsumen) memperhatikan produk, layanan, dan iklan (Sugiyama dan Andree, 2011).	Perhatian pengguna Instagram terhadap konten Instagram @just_atrip	Kuesioner
			Kesadaran terhadap produk PT. Justatrip yang ada di IGnya	Kuesioner
			Pengetahuan tentang layanan PT. Justatrip di akun IGnya	Kuesioner
		Interest: Sikap tertarik oleh calon konsumen terhadap produk atau layanan yang telah dilihatnya (Sugiyama dan Andree, 2011).	Alasan ketertarikan terhadap akun Instagram @just_atrip	Kuesioner
		Search: Pencarian dan pengumpulan informasi oleh konsumen dalam rangka mempelajari produk atau layanan terlebih dahulu (Sugiyama dan Andree, 2011).	Pencarian Informasi akun Instagram @just_atrip	Kuesioner

		Action: Tindakan/interaksi konsumen terkait dengan aktivitas pembelian produk atau layanan (Sugiyama dan Andree, 2011).	Keputusan pembelian berdasarkan informasi produk.	Kuesioner
		Share: Tindakan konsumen berupa membagi informasi dan pengalamannya tentang produk atau layanan (Sugiyama dan Andree, 2011)	<i>Word of Mouth</i> sebagai sarana membagikan cerita pengalaman terkait jasa @just_atrip	Kuesioner

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian kuantitatif menggunakan sebuah statistik. Statistik dapat diartikan sebagai kumpulan metode yang dapat dipakai dalam menarik sebuah kesimpulan yang dapat digunakan terhadap data yang ditemukan. Statistik deskriptif dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisis data dengan cara memberikan penjelasan atau mendeskripsikan terhadap data yang sudah terkumpul dan akan dapat ditarik kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Jika sebuah data sudah ditemukan dalam suatu penelitian, data tersebut akan dapat dihitung menggunakan garis kontinum. Terdapat rumus dari garis kontinum adalah sebagai berikut :

Skor Tertinggi : Nilai Tertinggi x (Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden)

Skor Terendah : Nilai Terendah x (Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden)

Rentang Skala : $\frac{\text{Nilai Maksimum}-\text{Nilai Minimum}}{\text{Kelas Interval}}$

Garis kontinum berfungsi dalam mengetahui posisi interval jawaban yang diberikan oleh responden. Dalam menilai sebuah variabel tersebut peneliti akan menggunakan analisis dengan rata-rata (*mean*). Rumus rata-rata menurut Sugiyono adalah sebagai berikut :

$$Me = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan :

Me : Rata-rata (mean)

\sum : Epilson

xi : Nilai ke i sampai ke n

n : Jumlah individu

2. Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini akan mendapatkan data, selanjutnya data tersebut akan di olah menggunakan Microsoft Excel dan dengan komputerisasi di SPSS (*statistical product and service solutions*).

G. Jadwal Penelitian

GAMBAR 9

JADWAL PENELITIAN

Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Awal Persiapan Penelitian								
Penyusunan Usulan Penelitian								
Seminar Usulan Penelitian								
Survey Lapangan								
Penyusunan Proyek Akhir								
Sidang Proyek Akhir								