

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian (*research design*) adalah suatu gambaran rencana keseluruhan untuk mencari jawaban dari pertanyaan penelitian serta untuk melakukan antisipasi terhadap beberapa kesulitan yang mungkin dihadapi oleh peneliti selama proses penelitian berlangsung (Samsu, 2017). Untuk mendapatkan data yang relevan guna untuk menguji hipotesis, maka *Research design* penting untuk dilakukan.

Metode penelitian atau yang disebut juga sebagai metode ilmiah, merupakan langkah-langkah yang dilakukan yang bertujuan untuk memperoleh ilmu/ pengetahuan ilmiah. Dalam kata lain, metode penelitian adalah cara yang sistematis dalam menyusun ilmu pengetahuan (Prof. Dr. Suryana, 2012).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Metode penelitian deskriptif merupakan metode yang berupaya mencari fakta dengan menggunakan interpretasi yang tepat (Samsu, 2017). Atau dapat diartikan juga sebagai metode penelitian yang menggambarkan objek atau subjek penelitian dengan apa adanya (Best dalam (Samsu, 2017)). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat deduktif yaitu

pola pikir yang berangkat dari umum ke khusus, sehingga jawaban penelitiannya tidak bisa digeneralisasi (Samsu, 2017)

B. Objek Penelitian

Objek penelitian menurut (Iwan Satibi, 2017 dalam (Sampoerna University, 2022)) yaitu suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan/ memetakan penelitian atau sasaran riset secara komprehensif. Dapat diartikan juga sebagai variabel yang disasar untuk diteliti oleh peneliti di suatu tempat penelitian, oleh karena itu variabel yang merupakan suatu masalah yang akan dicari solusinya perlu ditentukan dan dilakukan penelitian terhadap objek yang telah ditentukan sebelumnya (Supriati dalam (Sampoerna University, 2022)). Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konten-konten yang di posting di akun Instagram @ranca_upas. Jenis-jenis konten yang diposting dalam akun Instagram @ranca_upas adalah sebagai berikut:

1. Foto

Foto yang dibagikan di akun instagram @ranca_upas yaitu foto-foto Destinasi Wisata Ranca Upas, produk dan jasa yang ditawarkan Ranca Upas, peringatan hari nasional, serta informasi terkait Ranca Upas yang perlu dibagikan kepada wisatawan.

GAMBAR 8**CONTOH KONTEN FOTO YANG DIPOSTING @RANCA_UPAS**

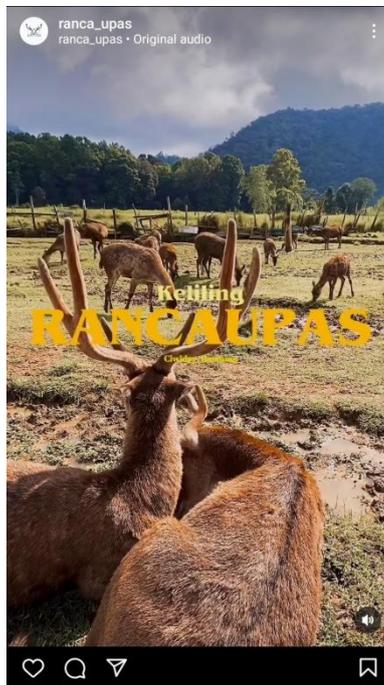
Sumber: (Instagram @ranca_upas, 2023)

2. Video

Video yang dibagikan dalam akun Instagram @ranca_upas berisi konten yang memberikan informasi terkait Destinasi Wisata Ranca Upas dan produk-produk yang ditawarkan Ranca Upas.

GAMBAR 9

CONTOH KONTEN VIDEO YANG DIPOSTING



Sumber: (Instagram @ranca_upas, 2023)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari suatu sampel (Saebani dalam (Samsu, 2017). Dapat diartikan juga menurut (Bailey dalam (Samsu, 2017) yaitu merupakan seluruh gejala atau satu kesatuan yang ingin diteliti. Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu pengguna media sosial instagram yang pernah mengunjungi akun instagram @ranca_upas dengan followers instagram ranca upas berjumlah 55.4k.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi bagian yang akan diteliti (Bailey dalam (Samsu, 2017)). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel di penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut (Rinaldi, 2017) *purposive sampling* dideskripsikan sebagai pemilihan sampel dengan tujuan-tujuan tertentu yang sudah ditetapkan dan sudah mewakili karakteristik dari populasi. Dengan begitu sampel yang dipilih tersebut akan menjadi perwakilan terhadap populasi yang diteliti.

Kriteria sampel yang peneliti pilih dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram yang pernah mengunjungi akun Instagram @ranca_upas.

Jumlah elemen yang dipilih untuk proyek penelitian utamanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya (Johnnie Daniel, 2012). Terdapat hubungan langsung antara jumlah uang, waktu, fasilitas, dan personil yang tersedia untuk melaksanakan penelitian beserta menentukan jumlah sampel (Johnnie Daniel, 2012). Sehingga harus ada keseimbangan antara sumber daya yang tersedia dan ukuran sampel. Dengan adanya keterbatasan ketersediaan sumber daya (yaitu, uang, waktu, fasilitas, personel, dll.) maka semakin banyak pertimbangan yang harus diberikan untuk memilih sampel yang lebih kecil daripada sampel yang lebih besar (Johnnie Daniel, 2012). Maka dari itu, untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan aturan praktis metode nonstatistik menurut (Johnnie

Daniel, 2012) yaitu tipe *marketing research, product testing* sehingga total jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini berkisar antara 200 sampai 2.500 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, penulis melakukan beberapa Teknik pengumpulan data, seperti berikut:

a. Survei

Survei yaitu suatu bentuk metode penelitian dengan cara mengumpulkan informasi dari sejumlah sampel berupa responden (orang) melalui pertanyaan-pertanyaan (Zikmund dalam (Samsu, 2017).

Survei yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara mengumpulkan data menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner yang berbentuk *soft copy* dalam bentuk *link* atau *google form* yang kemudian dibagikan kepada kepada *Instagram user* yang merupakan *followers* instagram @ranca_upas dan wisatawan Ranca Upas yang berkunjung yang termasuk kategori *instagram user* yang mengikuti akun instagram @ranca_upas. Tujuannya yaitu untuk menilai *content marketing* yang sudah dilakukan melalui media sosial Instagram @ranca_upas.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih yang dilakukan oleh *interviewer/* pewawancara dalam upaya

memperoleh informasi dari orang yang diwawancarai/ *informan* (Arikunto dalam (Samsu, 2017).

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dalam penelitian ini, dengan narasumber *Officer* Pemasaran dan Pengelolaan Destinasi Palawi Wilayah Barat serta Admin Instagram @ranca_upas.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka atau kajian literatur didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik/ masalah yang diriset. Sumber informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, *riset report*, karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber- sumber tertulis baik yang dicetak maupun dalam bentuk elektronik (Purwono, 2008).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan kajian literatur guna mencari referensi yang relevan dengan topik judul penelitian yang kemudian mengumpulkan dan mempelajari data teoritis tersebut untuk dapat melengkapi penelitian ini.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner yaitu instrumen penelitian yang berguna untuk mengumpulkan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan-

pertanyaan. Sehingga dengan kuesioner, peneliti terbantu dalam mengumpulkan informasi terkait pengetahuan, sikap, pendapat perilaku, fakta-fakta, serta informasi lainnya ('Sobur Setiaman, Skep, NS, MM (K3L)', 2020).

Ada dua jenis bentuk kuesioner, yaitu kuesioner berstruktur atau bentuk tertutup dan kuesioner yang tidak terstruktur atau disebut juga kuesioner terbuka. Kuesioner tertutup adalah tipe kuesioner yang ditandai dengan sejumlah opsi yang sudah ditentukan dan biasanya meminta responden untuk menandai opsi yang sesuai dengan dirinya (Suwartono, 2014). Sedangkan kuesioner terbuka terdapat sejumlah pertanyaan yang meminta responden untuk merespon secara pendek atau panjang (Suwartono, 2014). Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner bentuk tertutup serta menggunakan pemilihan kata-kata yang dapat menjadi kalimat yang mudah dipahami oleh masyarakat awam. Yang selanjutnya akan dibagikan dengan format *soft copy* dalam bentuk *link* atau *google form*. Untuk pertanyaan yang disajikan akan dinilai mengacu kepada skala *Likert* dengan rentang 1-5 sebagai berikut:

GAMBAR 10
SKALA LIKERT

Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata –kata sebagai berikut :			
Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Netral (N)	3	Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat tidak Setuju (STS)	5

Sumber: ('Sobur Setiaman, Skep, NS, MM (K3L)', 2020)

Dengan memilih menggunakan skala *likert*, maka variabelnya dipecah menjadi variabel, sub variabel, indikator dan deskriptor. Deskriptor dapat digunakan untuk membuat setiap butir instrumen berupa pernyataan maupun pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Skala *likert* disebut juga sebagai *Likert's Summated Rating*, karena untuk mengetahui total skor setiap responden, dapat dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh skor-skor item yang diperoleh responden ('Sobur Setiawan, Skep, NS, MM (K3L)', 2020).

b. Pedoman Wawancara

(Sosiologis dalam Fuadha, 2020) mendeskripsikan bahwa pedoman wawancara adalah alat yang digunakan sebagai panduan dalam melakukan wawancara (baik dalam penelitian kualitatif ataupun kuantitatif). Terdapat 3 Tahapan yang menyusun pedoman wawancara yaitu persiapan wawancara, proses wawancara serta evaluasi wawancara.

Di dalam penelitian ini, pedoman wawancara digunakan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana penerapan *content marketing* yang telah dilakukan oleh Ranca Upas.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut adalah konsep-konsep yang berbentuk kerangka yang selanjutnya diubah menjadi kata-kata yang

mendeskripsikan perilaku ataupun gejala yang bisa diamati, dapat diuji kebenarannya oleh orang lain (Oscar and Sumirah, 2019).

Pada penelitian ini, terdapat variabel serta dimensi-dimensi yang sesuai dengan teori menurut (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan, 2017) yang membahas terkait *content marketing*. Terdapat 5 dimensi dalam penelitian ini yang terdiri dari *creating, curating, Distributing, Amplifying Content, Content Marketing Evaluation* yang kemudian diturunkan menjadi 13 indikator, yaitu *Goal setting, Audience Mapping, Content ideation and planning, content creation, user generated content, owned channel, paid channel, earned channel, conversation around content, use of buzzer & influencer*, menarik, relevan dan bermanfaat.

Berikut adalah tabel matriks operasional variabel (MOV) yang digunakan dalam penelitian ini:

TABEL 3
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	No. Kuesioner
<p>SMMSs diklasifikasikan menjadi 4 SMMSs yang berbeda yang mewakili peningkatan kematangan level strategi, yaitu: social commerce strategy, social content strategy, social monitoring strategy, dan social customer relation management (CRM) strategy (Li et al., 2021).</p>	<p>Konten marketing adalah sebuah pendekatan marketing yang melibatkan creating, curating, distributing dan amplifying content sehingga menarik, relevant dan bermanfaat untuk kelompok audiens yang sudah ditentukan dengan jelas dan bertujuan untuk menciptakan percakapan tentang konten” (Philip Kotler et al., 2017).</p>	<p><i>Creating</i></p>	<p><i>Goal Setting</i></p>	<p>Pedoman Wawancara</p>	<p>Q1, Q2</p>
			<p><i>Audience Mapping</i></p>	<p>Kuesioner</p>	<p>Pilihan Ganda Q4 – Q8</p>
			<p><i>Content Ideation & Planning</i></p>	<p>Kuesioner & Pedoman Wawancara</p>	<p>Q1, Q2, Q3, Q4, Q5 &</p>
			<p><i>Content Creation</i></p>	<p>Kuesioner & Pedoman Wawancara</p>	<p>Q6, Q7 & Q3, Q4, Q5</p>
		<p><i>Curating</i></p>	<p><i>user-generated content</i></p>	<p>Kuesioner</p>	<p>Q8</p>
		<p><i>Distributing</i></p>	<p><i>owned channel</i></p>	<p>Pedoman Wawancara</p>	<p>Q6, Q7, Q8</p>
			<p><i>paid channel</i></p>	<p>Pedoman Wawancara</p>	<p>Q9</p>
			<p><i>earned channel</i></p>	<p>Kuesioner</p>	<p>Q9</p>
		<p><i>Amplifying Content</i></p>	<p><i>creating conversation around content</i></p>	<p>Pedoman Wawancara</p>	<p>Q10, Q11</p>
			<p><i>use of buzzer and influencers</i></p>	<p>Pedoman Wawancara</p>	<p>Q12, Q13, Q14</p>
		<p><i>interesting</i></p>	<p><i>impression</i></p>	<p>Kuesioner & Pedoman Wawancara</p>	<p>Q10 & Q15</p>
		<p><i>relevant</i></p>	<p><i>Engagement rate</i></p>	<p>Pedoman Wawancara</p>	<p>Q16</p>
		<p><i>usefull</i></p>	<p><i>helpfull</i></p>	<p>Kuesioner Pedoman & Wawancara</p>	<p>Q11 & Q17</p>

Sumber: (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan, 2017), (Hootsuite, 2023), (Amriel and Ariescy, 2021)

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

(Prof. Dr. Suryana, 2012) menjelaskan mengenai teknik analisis data atau yang disebut juga sebagai pengolahan data merupakan kegiatan yang terfokus kepada mengabstraksi, mengorganisasikan data dengan cara sistematis dan rasional yang bertujuan untuk memberikan bahan jawaban terhadap suatu permasalahan.

Peneliti menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif dalam penelitian ini. Teknik analisis data statistik deskriptif dideskripsikan sebagai teknik analisis data yang dilakukan untuk menggambarkan secara umum setiap data yang di dapat dari setiap variabel yang diteliti. Dalam analisis ini, seluruh respons kuesioner diolah dengan menggunakan metode statistik guna memperoleh tanggapan yang bermanfaat mengenai topik yang sedang diteliti (Samsu, 2017).

Pertama-tama, dilakukan analisis data kuantitatif, kemudian dilanjutkan dengan analisis data yang berfokus pada analisis data kualitatif untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang tanggapan yang diberikan.

Penyajian data dalam analisis data statistik deskriptif umumnya dilakukan dengan menggunakan data presentase, frekuensi, nilai minimum, nilai standar deviasi, nilai median, atau modus (Samsu, 2017). Oleh karena itu, dalam analisis data deskriptif ini, penyajian data yang umumnya digunakan adalah dengan nilai minimum dan nilai standar deviasi (Samsu, 2017).

Berikut adalah penafsiran *score* minimum menurut (Sambas dan Maman dalam Samsu, 2017):

- Jika *score* minimum 4.20 – 5.00, maka responden **sangat setuju**
- Jika *score* minimum 3.40 – 4.19, maka responden **setuju pada tingkat yang tinggi**
- Jika *score* minimum 2.60 – 3.39, maka responden **setuju pada tingkat yang sederhana**
- Jika *score* minimum 1.80 – 2.59, maka responden **setuju pada tingkat yang rendah**
- Jika *score* minimum 1.00 – 1.79, maka responden **sangat tidak setuju.**

Perlu diketahui juga bahwa pada bagian profil responden dalam penelitian ini terdapat pertanyaan dalam kuesioner yang jawabannya dapat responden pilih lebih dari satu, sehingga akan berdampak pada perhitungan dan perbedaan jumlah hasil pada bagian profil responden, namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap hasil secara utuh khususnya pada bagian analisis dan simpulan.

2. Alat Analisis Data

Untuk memudahkan dalam melakukan pengolahan data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan alat analisis data yaitu *software SPSS Statistics*.

3. Uji Validitas & Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Azwar dalam Sobur Setiawan, 2020 asal kata validitas adalah *validity* yang dapat diartikan: dalam melakukan fungsi sebagai alat ukur maka perlu diketahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur tersebut. Alat ukur atau instrumen penelitian dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner sehingga perlu dipastikan bahwa instrumen penelitian tersebut valid. Untuk mencari nilai validitas dalam penelitian ini, skor setiap pertanyaan dikorelasikan dengan skor total pertanyaan. Dengan ketentuan hasil perhitungan menurut Sobur Setiawan, 2020 yang mengatakan bahwa dapat dikatakan valid jika berkorelasi terhadap total skor 0,5 (50%). Berikut adalah rumus *Pearson Product Moment* yang digunakan dalam mencari nilai korelasi dalam penelitian ini:

GAMBAR 11**RUMUS PEARSON PRODUCT MOMENT**

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

Σx^2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

Σy^2 = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\Sigma x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Sumber: (Sobur Setiawan, 2020)

Hasil dari perhitungan pengukuran di atas akan menunjukkan nilai ukur (*true score*) dan nilai (*error*).

Jumlah responden untuk melakukan Uji validitas dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden yang perhitungannya menggunakan alat bantu berupa software SPSS dengan taraf signifikan sebesar 5% sehingga nilai perolehan r tabel yaitu 0.361, seperti yang disajikan dalam tabel uji validitas sebagai berikut:

TABEL 4
HASIL UJI VALIDITAS
(n = 30)

Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
P.1	0,677	0,361	Valid
P.2	0,688	0,361	Valid
P.3	0,831	0,361	Valid
P.4	0,844	0,361	Valid
P.5	0,768	0,361	Valid
P.6	0,735	0,361	Valid
P.7	0,714	0,361	Valid
P.8	0,789	0,361	Valid
P.9	0,705	0,361	Valid
P.10	0,783	0,361	Valid
P.11	0,845	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa setiap item pada setiap variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Maka, dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini sudah dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Mengacu kepada Sitinjak dalam Sobur Setiawan, 2020 uji reliabilitas adalah instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi *valid* yang diperlukan dalam suatu penelitian dan dapat dipercaya sebagai alat untuk mengumpulkan data dan berfungsi untuk mengungkapkan informasi yang didapatkan sesuai dengan fakta di lapangan. Dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk ke:

- 1) *Stability* yang diuji dengan cara *Test-retest Reliability (or satability)*
- 2) *Consistency* yang diuji dengan cara *Internal Consistency Reliability)* dengan salah satu caranya yaitu *Coefficient Cronbach's*.

Dengan tujuan untuk menguji reliabilitasnya, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan rumus *Coefficient Cronbach's Alpha Index*. Berikut adalah rumus Cronbach's Alpha:

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

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah pertanyaan

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

σ_1^2 = Varian total

Makna hasil perhitungan nilai *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut:

- Jika nilai alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna.
- Jika nilai alpha 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi.
- Jika nilai alpha 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat.
- Jika nilai alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah.

- Jika nilai alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas dari setiap variabel dalam penelitian ini:

TABEL 5
HASIL UJI RELIABILITAS
(n = 30)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,925	11

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa setiap variabel instrumen penelitian berhasil mendapatkan nilai *Cronbach'ch Alpha* diatas 0.90. Sehingga dapat dikatakan kuesioner yang digunakan dalam penelitian sudah reliabel dengan reliabilitas sempurna.

G. Jadwal Penelitian

TABEL 6

JADWAL PENELITIAN

NO.	PENELITIAN	TAHUN 2023						
		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: Hasil Olahan Penulis, 2023