

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Manzilati (2017) menjelaskan, paradigma merupakan yang menjelaskan bagaimana dunia hayati yang terdapat isinya pandangan mengenai dunia/*world*, hal ini yaitu suatu cara untuk kita bisa memecahkan kompleksitas dunia nyata, menjelaskan sesuatu yang penting, sesuatu yang memiliki legitimis. Paradigma ini bisa disebut juga dengan cara kita memandang mengenai sesuatu hal dengan dasar tertentu. Hal ini bisa disebabkan bahwa karena pada setiap paradigma memiliki asumsi dasar yang berbeda-beda. Paradigma adalah kerangka berpikir umum untuk mengenai peristiwa dan konsep yang mengandung dasar penelitian ini, asumsi dasar, ide utama, dan serangkaian metode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian.

Paradigma didalam penelitian ini terdapat empat kelompok yaitu, positivisme, interpretative, kritis, dan pos modern, pada utama nya peneleitian ini sering digunakan untuk metode penelitian kuantitatif (Manzilati 2017). Paradigma positivisme ini adalah paradigma yang dominan untuk digunakan oleh penelitian dalam konstruksi didalam pengembangan ilmu pengetahuan. Karena posisi paradigma ini begitu banyak atau bisa disebut dominan, maka dari itu sering disebut juga sebagai paradigma yang relevan. Secara metode/teknis yang digunakan sangat dekat untuk acuan metode kuantitatif. Paradigma postivisme secara realitas sosial untuk dipandang bahwa paradigma ini bersifat objektif indrawi dan berlaku, hukum universal, ditangkap secara seragam, dan untuk berintegritas dengan baik kepentingan umum.

Tujuan penelitian ini dari paradigma positivisme merupakan untuk menerangkan fakta-fakta, hubungan sebab dan akibat, memprediksi, dan menekankan fakta dan prediksi (Manzilati, 2017). Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme karena ingin melihat seberapa efektifkah iklan layanan masyarakat mengenai protokol kesehatan Covid-19.

3.2. Pendekatan Penelitian

Untuk mengetahui efektivitas iklan layanan masyarakat mengenai protokol kesehatan Covid-19 oleh band padi, penulis menggunakan metode kuantitatif dan akan dijabarkan dengan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu metode yang berdominasi penelitian ini yang akan dilakukan pada abad ke 19 hingga pertengahan abad ke 20 (Creswell, 2014). Dengan hal tersebut metode penelitian ini merupakan cara pendekatan dalam menguji sebuah teori objektif dengan memeriksa variabel yang dipakai dalam penelitian. Variabel ini bisa diukur dengan biasanya instrument sehingga data yang tersebar yang di analisis dalam menggunakan prosedur statistik.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dilakukan dengan survei/kuisisioner, dimana penelitian ini bisa diukur dengan seberapa banyak variabel, menguji banyak hipotesis, dan juga bisa membuat kesimpulan terhadap sampel yang diberikan dengan pertanyaan yang sama satu sama lain. Kuesioner adalah sekumpulan beberapa pertanyaan yang tertulis dan akan diberikan atau dibagikan kepada responden untuk menelaah variabel-variabel dalam penelitian (Creswell, 2014). Survey juga bisa menjadi penelitian korelasional dikarenakan survei dan bisa mengukur kekuatan serta hubungan variabel yang peneliti ukur. Hasil dari survei ini dapat menghasilkan data objektif dan berupa angka (Neuman, 2014). Penelitian ini dapat menggunakan survei dikarenakan penelitian menghitung hasil objektif dari respon khalayak terhadap iklan layanan masyarakat tentang protokol kesehatan Covid-19.

Didalam penelitian ini bagian pertama dari metode dapat memperkenalkan pada masalah dan tujuan dasar dari penelitian yang akan di survei. Creswell (2014) menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang mengenai dan dapat dipertimbangkan dalam melakukan survei untuk studi yang akan dilakukan.

1. Mengidentifikasi dan tujuan penelitian, survei akan ditujukan untuk menggeneralisasikan dari sampel tersebut. Sehingga penelitian dapat menyimpulkan tentang beberapa dari karakteristik, serta sikap dari populasi tersebut.

2. Tujuan penelitian ini di adakan survei yaitu dari jenis pengumpulan data yang dibutuhkan untuk prosedur metode penelitian ini, dan pengumpulan data hasil dari survei bisa menjadi penguat sertas tolak ukur dalam melakukan penelitian kuantitatif.
3. Tujuan yang dilakukan survei dengan cross-sectional merupakan dengan mengumpulkan waktu atau tempat dan keadaan yang sama.
4. Tujuan dilakukan survei dengan bentuk menyebarkan kuesioner dari pengumpulan data yang disesuaikan untuk kebutuhan yang diinginkan oleh penelitian ini bisa dari surat, telephone, internet atau wawancara dan lain-lain.

Menurut peneliti, kuesioner merupakan pertanyaan yang dikumpulkan dan setelah itu akan dibagikan atau diberikan kepada responden. Peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner secara online atau secara *Networking*. Peneliti akan menyebarkan kuesioner ke penonton iklan layanan masyarakat mengenai protokol kesehatan Covid-19 sesuai dengan objek penelitian yang kami buat.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber tertulis. Lalu data sekunder yang kita peroleh didapatkan dengan cara dokumentasi. (Sugiyono, 2011) mengatakan bahwa dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.

3.4. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti yang disebut (Sugiyono, 2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pendapat di atas ini menjadikan dasar bagi peneliti untuk menarik jumlah sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini sendiri populasinya mencakup semua penonton iklan layanan masyarakat ingat pesan

ibu dari band padi, yang ada di YouTube sebanyak 184.564 orang saat diakses tanggal 14 November 2021.

Sample merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti dalam penelitiannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Sehingga populasi sendiri merupakan bagian dari populasi yang ada. Sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian ini responden yang telah di pilih oleh peneliti adalah masyarakat yang menonton iklan layanan masyarakat ingat pesan ibu dari band padi. Adapun pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode probability sampling. Probability sampling adalah teknik sampling yang memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian. Sedangkan teknik probability yang dipilih adalah dengan cara *simple random* sampling, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dari populasi secara acak berdasarkan frekuensi probabilitas semua anggota populasi.

Peneliti mengambil populasi dari seluruh penonton video tersebut di YouTube, karena karena penelitian ini hanya memfokuskan pada khalayak yang berfikir (kognisi) setelah melihat sebuah iklan. Menurut *Cognitive response model* khalayak akan melalui tahap berfikir saat melihat iklan dan akan memberi argumen dukungan atau penolakan atas iklan tersebut. Dalam penelitian ini khalayak yang melalui tahap kognisi adalah penonton di YouTube ingat pesan ibu yang berjumlah 184.564 penonton (per 14 November 2021). Jadi syarat untuk menjadi populasi dalam penelitian ini adalah orang yang sudah melihat video ingat pesan ibu. Karena menurut *cognitive response model*, khalayak tidak akan melakukan proses berfikir (kognisi), jika mereka belum melihat atau mendengar iklan tersebut.

Mengutip dari buku statistika seri dasar dengan SPSS oleh Aloysius Rangga Aditya Nalendra, dkk. (2021), jika perilaku populasi belum diketahui secara pasti maka rumus solvin lebih baik digunakan, agar jumlah sampel minimal dapat diketahui. Populasi dalam penelitian ini diambil dari penonton video di YouTube berjudul ingat pesan ibu yang jumlahnya dalam video adalah sebanyak 184.564 (per 14 November 2021)

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

$$n = \frac{184.564}{1 + 184.564 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{184.564}{462,41}$$

$$n = 399,1349 \text{ sampel} = 400 \text{ sampel}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = eror / level signifikansi penelitian

3.5. Operasional Konsep

Wrench (2013) dalam bukunya mengatakan, operasional konsep menjelaskan tentang bagaimana cara mendefinisikan masing-masing variable agar mendapatkan, dan dapat dijabarkan sesuai indikator satu-persatu variable tersebut. Pendefinisian tersebut bersifat konkrit agar dapat diamati. Penggunaan teori yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari variabel iklan layanan masyarakat (ingat pesan ibu dari padi). Skala yang dipakai adalah skala likert, karena responden dapat memberikan nilai terhadap suatu pernyataan, skala jawaban Likert ini dapat diberikan skor misalnya :

1. Sangat Setuju (4) dengan kode (SS)
2. Setuju (3) dengan kode (S)
3. Tidak Setuju (2) dengan kode (TS)
4. Sangat Tidak Setuju (1) dengan kode (STS)

Tabel 3.1

Operasional Konsep

VARIABEL	DIMENSI	SUB DIMENSI	INDIKATOR	SKALA PENGUKURAN
Iklan Layanan Masyarakat	Pemikiran produk atau pesan	Pesan	Verbal	SS,S,TS,STS
			Non verbal	SS,S,TS,STS
			Mudah dibaca	SS,S,TS,STS
			Efek penempatan	SS,S,TS,STS
		Isi pesan	Ketakutan	SS,S,TS,STS
			Kebahagiaan	SS,S,TS,STS
	Pemikiran soal sumber	Karakteristik	Kemiripan	SS,S,TS,STS
			Kesukaan	SS,S,TS,STS
		Kredibilitas	Keahlian	SS,S,TS,STS
			Dapat dipercaya	SS,S,TS,STS
	Pemikiran soal eksekusi iklan	Video	Visual	SS,S,TS,STS
			Gerakan	SS,S,TS,STS
Setting			SS,S,TS,STS	
Logo			SS,S,TS,STS	
Audio		Musik	SS,S,TS,STS	
		Lirik lagu	SS,S,TS,STS	

3.6. Metode Pengujian Data

3.6.1. Pilot Testing

Pada saat melakukan *pilot testing* atau uji lapangan survei berikanlah alasan untuk rencana ini Creswell (2014). Pada saat melakukan analisis yang tepat serta akurat, sebelumnya peneliti harus menguji beberapa pertanyaan yang akan diberikan kepada responden. Pada saat sebelum menyebarkan kuisioner ke responden, peneliti harus memastikan keakuratan dari semua pertanyaan yang sudah dibuat, ini penting untuk menetapkan validitas konten skor pada suatu instrumen dan untuk meningkatkan pertanyaan, format, dan skala. Responden untuk melakukan uji coba untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh peneliti sebanyak 30 orang. *Pilot testing* memiliki tujuan utama yaitu dengan melakukan *pilot testing* peneliti dapat menguji reabilitas dan validitas yang dimiliki *instrument* tersebut.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan pada penelitian dapat menjadi patokan dalam mengukur Creswell (2014). Seberapa tinggi reliabilitas ditentukan oleh angka yang disebut koefisien reliabilitas yaitu dari angka 0 sampai 1,00. Semakin mendekati angka satu maka semakin reliable. Dalam hal ini, peneliti menggunakan program SPSS sebagai alat bantu hitung. Berikut adalah rumus Cronbach Alpha:

Gambar 3.1 Rumus Cronbach Alpha

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Rumus cronbach alpha untuk menguji reliabilitas

Sumber: Siregar (2013)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3.2 Validitas responden

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	17

Tabel 3.3 Reabilitas responden

Dari 30 sampel yang dijadikan sampel diperoleh hasil ke 30 sampel tersebut valid menurut data yang diolah dalam spss. Dari hasil data di atas ditemukan bahwa nilai alpha cronbach sebesar 0,763 yang artinya item pertanyaan-pertanyaan yang dimasukan reliebel.

3.6.2. Uji Validitas

Terdapat tiga bentuk validitas yang dikatakan oleh Creswell (2014). Yang pertama adalah validitas konten, dimana item – item pernyataan yang di analisis telah sesuai dengan yang didapat pada item tersebut. lalu yang kedua adalah predictive validity, dimana skor yang didapatkan sudah memprediksi kriteria – kriteria yang akan di ukur. Sehingga hasilnya dapat berkorelasi dengan hasil yang lainnya juga. Dan yang terakhir adalah construct validity, bagian ini dimana item pernyataan yang dianalisis sudah konsep dan konstruksi hipotesis. Validitas sebagai tolak ukur apa yang akan peneliti ukur. Peneliti akan menggunakan SPSS sebagai alat bantu penghitungan. Berikut ini adalah rumus construct validity:

Gambar 3.2 Rumus Validitas

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

Keterangan
 r_{xy} : Koefisien validitas
 N : Banyaknya subjek
 X : Nilai pembanding
 Y : Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya.

Sumber: Siregar (2013)

Jika r hitung > r tabel maka item pertanyaan valid

Jika r hitung < r tabel maka pertanyaan tidak valid.

Berikut peneliti melampirkan data hasil uji validitas konstruk dan *pilot testing* yang dilakukan terhadap 30 orang responden dengan total pertanyaan sebanyak 16 butir, yaitu :

Tabel 3.3 Validitas r Tabel vs r Hitung

No	Item Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Status
1	Item 1	0,361	0,554	<i>Valid</i>
2	Item 2	0,361	0,692	<i>Valid</i>
3	Item 3	0,361	0,690	<i>Valid</i>
4	Item 4	0,361	0,761	<i>Valid</i>
5	Item 5	0,361	0,808	<i>Valid</i>
6	Item 6	0,361	0,717	<i>Valid</i>
7	Item 7	0,361	0,789	<i>Valid</i>
8	Item 8	0,361	0,825	<i>Valid</i>
9	Item 9	0,361	0,824	<i>Valid</i>

10	Item 10	0,361	0,756	<i>Valid</i>
11	Item 11	0,361	0,755	<i>Valid</i>
12	Item 12	0,361	0,447	<i>Valid</i>
13	Item 13	0,361	0,639	<i>Valid</i>
14	Item 14	0,361	0,648	<i>Valid</i>
15	Item 15	0,361	0,667	<i>Valid</i>
16	Item 16	0,361	0,667	<i>Valid</i>

Sumber: output validitas SPSS 23

Dari perhitungan validitas di atas diketahui bahwa dalam pilot tes ini diambil 30 sampel dengan r tabel sebesar 0,361. Dari 16 pertanyaan kuisioner yang diajukan kepada para sampel di peroleh hasil keseluruhan di atas r tabel. Dapat disimpulkan bahwa ke 16 pertanyaan kuisioner tersebut valid dan dapat dilanjutkan untuk penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Penelitian yang dilakukan ini akan menggunakan teknik analisis data deskriptif dengan analisis univariat. Data yang didapatkan adalah hasil dari kuisioner dengan sample dan dijabarkan secara deskriptif dengan membahas variabel iklan layanan masyarakat yang dijabarkan menjadi beberapa indikator. Kemudian dibahas dengan mengkaitkan dengan Teori *Cognitive Response Model* (CRM). Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan SPSS 23 untuk mempercepat perhitungan data. Selain itu data juga di proses dengan Microsoft Excel dengan memasukan beberapa rumus untuk mencari persentase dan mean.

3.7.1. Analisis Univariat

Analisis univariat digunakan untuk menganalisis tiap variabel dari hasil penelitian. Analisis univariat dilakukan terhadap sebuah variabel dalam penelitian untuk menganalisa masing-masing indikator yang menjadi ukuran variabel tersebut. Analisis univariat disebut statistik deskriptif yang menggambarkan data-

data seperti mean, modus, standar deviasi, varian (Priyatno, 2011). Pada umumnya hasil dari analisis ini berupa data statistik seperti mean, standar deviasi, varian, modus dan lainnya.

3.8. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel penelitian sehingga hanya menganalisis univariat saja. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan analisis multivariat yang menganalisis efektivitas iklan layanan masyarakat.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada media YouTube saja, selanjutnya dapat dilakukan di media lainnya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tahap pertama dalam cognitive response model yaitu tahap cognitive response. Sehingga penelitian ini hanya memfokuskan bagaimana pola pikir dari audiens setelah melihat iklan.



