

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Pengikut Instagram Taman Mas Kemambang menjadi subjek dalam penelitian ini untuk di jadikan responden penelitian. Objek penelitian ini adalah faktor konten *influencer* untuk meningkatkan promosi Taman Mas kemambang sebagai sasaran penelitian ini.

3.2 Alat dan Bahan Penelitian

1. Alat Penelitian

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*) sebagai alat. Data penelitian diolah menggunakan *software* dan *hardware* digunakan sebagai pendukung pengoperasian *software*. Alat yang digunakan dijabarkan dalam Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3. 1 Alat penelitian

No	Jenis Alat	Nama Alat	Fungsi
1	<i>Hardware</i>	Laptop Asus	Digunakan untuk menyusun dokumen penelitian
		Handphone <i>Iphone XR</i>	Digunakan untuk menyebarkan kuesioner
		Printer Canon	Digunakan untuk mencetak dokumen
2	<i>Software</i>	<i>Operating System Windows 11</i>	Digunakan untuk menghubungkan laptop dengan software
		<i>Microsoft Office 2021</i>	Digunakan untuk meyusun dokumen penelitian
		<i>Mendeley Versi 1.19.8</i>	
		<i>Google Formulir</i>	Digunakan untuk menyusun kuesioner
		<i>Search Engine: Google</i>	Digunakan untuk mencari informasi
		<i>SmartPLS Versi 4.0</i>	Digunakan untuk menghitung hasil kuesioner

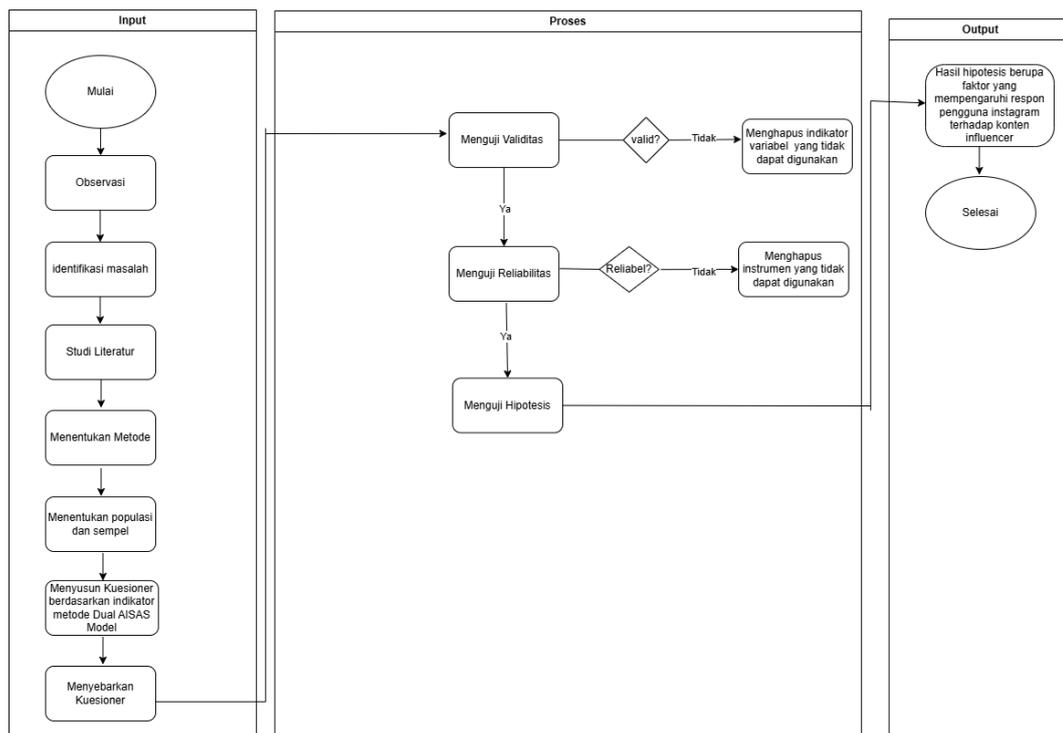
2. Bahan Penelitian

Data primer dan data sekunder digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Data primer bersumber dari wawancara dengan Kak Zahra selaku pengelola Taman Mas Kemambang.
2. Data sekunder melalui studi pustaka mengenai Metode Dual AISAS sebagai acuan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

3.3 Diagram alir penelitian

Tahapan proses yang akan dilakukan pada penelitian ini digambarkan dalam diagram alir dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. 1 Diagram alir penelitian

Gambar 3.1 merupakan Tahapan proses yang akan dilakukan pada penelitian ini. Terdapat beberapa tahapan dalam sebuah penelitian yang menggunakan jenis pendekatan kualitatif, adapun tahapan proses tersebut yaitu :

3.3.1 Observasi

Observasi cakupan rencana promosi media sosial Taman Mas Kemambang khususnya Instagram. Dilakukan wawancara dengan Kak Zahra selaku pengelola Taman Mas Kemambang membuat penelitian ini dapat melakukan observasi.

3.3.2 Identifikasi Masalah

Penelitian diperlukan pada saat ini untuk mengidentifikasi masalah yang harus dicermati, memilihnya, dan kemudian memberikan gambaran ringkas mengenai masalah tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dan pemeriksaan langsung terhadap subjek penelitian, penelitian ini sejalan dengan permasalahan yang teridentifikasi di Taman Mas Kemambang. Investigasi terhadap penggunaan *influencer* di Taman Mas Kemambang diperlukan karena rumusan masalah penelitian adalah kurangnya kesadaran akan efektivitas penggunaan *influencer* untuk meningkatkan promosi.

3.3.3 Studi Literatur

Studi literatur terhadap masalah tersebut mempunyai landasan teoritis tersendiri dalam kajian sastra. Tahapan tinjauan literatur yang dilakukan dapat membantu upaya penelitian setelah mengidentifikasi dan mengkarakterisasi masalah penelitian ini. Jurnal dan tesis dari penelitian sebelumnya dikonsultasikan dalam penelitian ini untuk membantu proses penelitian.

3.3.4 Menentukan Metode

Pemilihan Dual AISAS Model dipilih sebagai metode penelitian yang diambil berdasarkan permasalahan dari penelitian ini Dual AISAS Model yaitu untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konten *influencer* yang mempengaruhi reaksi pengguna instagram sehingga dijadikan strategi promosi yang efektif. Dual AISAS Model juga Untuk memajukan komunikasi digital dan meningkatkan pendapatan. Hal ini memberikan klarifikasi lebih lanjut mengenai informasi yang mengalir melalui model dan sifat preferensi pengunjung. Pendekatan ini membedakan antara minat

terhadap foto dan gambar serta minat terhadap produk dengan mengidentifikasi nilai aktivasi yang mendorong penjualan di setiap kategori.

3.3.5 Menentukan populasi dan sampel

Pengguna Instagram menjadi responden terpilih dalam penelitian ini, nilai N mewakili jumlah populasi yang diambil dari penelitian yang akan dilakukan, dan nilai e adalah tingkat kesalahan atau *margin of error*, tergantung pada jumlah sampel yang akan dihitung. Kesalahan sampel maksimum yang diperbolehkan, seperti yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%, atau 0,0025. Misalnya tingkat kesalahannya 5% dan derajat kepercayaannya 90%, karena jumlah populasi dalam penelitian ini lebih besar (sekitar 1000 individu) serta keterbatasan lain seperti kendala waktu dan tenaga selama operasional penelitian, maka rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% masih dapat diterapkan.

3.3.6 Menyusun kuesioner

Kuesioner *online* digunakan untuk menyederhanakan prosedur pengumpulan data dan memudahkan penyelidikan dalam analisis data. Skala Likert digunakan dalam penelitian ini. Kesan, pendapat, dan sikap seseorang atau suatu kelompok terhadap peristiwa sosial dapat diukur dengan menggunakan *skala likert*. Berikut pernyataan kuesioner penelitian ini disusun berdasarkan kriteria pada Dual AISAS Model dari jurnal “*Investigating the impact of digital influencers on consumer decision-making and content outreach: using dual AISAS model*”. Hasil penyusunan kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 4.

3.3.7 Menyebarkan Kuesioner

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram Indonesia. Pengguna Instagram dikirimkan kuesioner dalam bentuk *Google form* untuk mengumpulkan data sebanyak 6.330 followers Instagram Taman Mas Kemambang termasuk dalam populasi penelitian ini. Berdasarkan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini maka dilakukan pengambilan sampel.

Pengambilan sampel *purposif*, metode pengambilan sampel non probabilitas, adalah strategi sampel yang digunakan. Berdasarkan rumus slovin responden yang di dapatkan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{6.330}{1+ 6.330 (0,5)^2} \\
 &= \frac{6.330}{1+6.330 (0,0025)} \\
 &= \frac{6.330}{1+ 15,825} \\
 &= \frac{6.327}{16,825} \\
 &= 376,22
 \end{aligned}$$

3.3.8 Menguji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk menguji kesesuaian instrumen penelitian atau kuisisioner yang digunakan untuk mengukur data penelitian dan menentukan seberapa cermat alat ukur melakukan fungsi ukurnya, suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* > 0,7 dan AVE > 0,5.

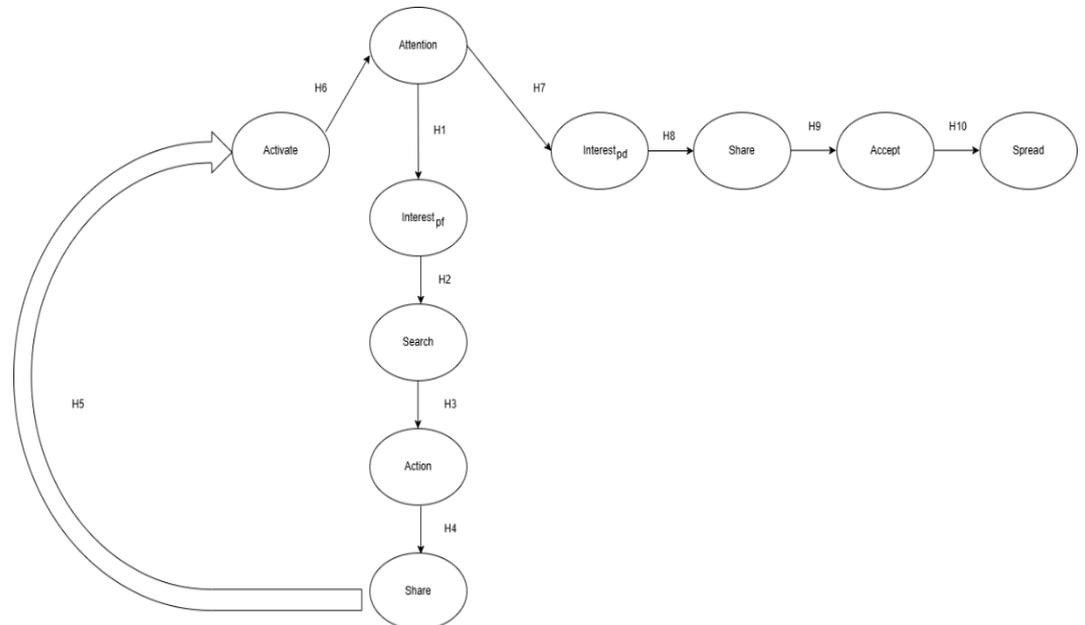
3.3.9 Menguji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian terhadap instrumen pernyataan penelitian yang telah diuji validitasnya. Pengujian reabilitas untuk mengukur konsistensi instrumen yang sama jika pengukuran dilakukan berulang kali, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai memiliki *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE > 0,5 .

3.3.10 Menguji Hipotesis

Hipotesis penelitian dilakukan untuk mencari kebenarannya yang masih perlu diuji. Pada dasarnya, hipotesis memberikan panduan terhadap peneliti mengenai proses yang akan dilakukan kedepannya untuk melakukan suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan hipotesis *two tail* dikarenakan hipotesis memiliki dalam penelitian ini memeiliki hubungan variabel satu sama lain. Hipotesis di katakan valid apabila memenuhi syarat

apabila nilai *path coefficient* $>0,05$ dan *t-statistik* $> 1,96$. Penelitian ini menggunakan hipotesis ditunjukkan pada Gambar 3.3 sehubungan dengan hipotesis penelitian :



Gambar 3.3 Hipotesis penelitian

Gambar 3.3 merupakan hipotesis penelitian serta dalam penelitian ini menunjukkan hipotesis berdasarkan model konseptual yang telah dijabarkan adalah sebagai berikut:

- H₁ : Postingan *digital influencer* berdampak positif terhadap tingkat minat pengguna.
- H₂ : Postingan *digital influencer* berdampak positif terhadap niat pengguna untuk melakukan pencarian lagi.
- H₃ : Postingan *digital influencer* memiliki dampak positif terhadap niat pengguna untuk melakukan atau mengambil tindakan.
- H₄ : Postingan *digital influencer* berdampak positif pada niat pengguna untuk berbagi.
- H₅ : Postingan *digital influencer* berdampak positif terhadap tingkat minat pengguna.
- H₆ : *Repost digital influencer* berdampak positif terhadap perhatian pengikut pengguna.

- H₇ : *Repost digital influencer* berdampak positif terhadap tingkat minat pengikut pengguna.
- H₈ : *Repost* dari *influencer* digital berdampak positif terhadap niat pengikut pengguna untuk berbagi.
- H₉ : *Repost digital influencer* oleh *followers* pengguna berdampak positif penerimaan pengguna lain.
- H₁₀ : *Repost digital influencer* oleh pengikut pengguna berdampak positif niat pengguna lain untuk menyebarkan.

3.3.11 Hasil Uji Hipotesis

Pada penelitian ini dapat memberikan solusi berupa faktor yang mempengaruhi konten *influencer* terhadap Taman Mas Kemambang dalam meningkatkan strategi promosi.