

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fokus utama dalam suatu penelitian, di mana peneliti berupaya untuk mendapatkan jawaban atau solusi terhadap permasalahan yang sedang diteliti (Sugiyono, 2016). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Empati (Pengaruh Konten Akun Instagram @UssFeeds Mengenai Serangan Israel Ke Gaza dan Tepi Barat Palestina 2023-2024 Terhadap Sikap Empati Gen Z Di Universitas Garut) adalah objek penelitian ini.

3.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @UssFeeds

Akun Instagram @ussfeeds merupakan bagian dari USS Feed, sebuah platform media digital yang fokus pada penyampaian informasi terkait fashion, gaya hidup, budaya, dan musik kepada generasi muda, khususnya Generasi Z. USS Feed telah berkembang menjadi media multi-platform yang menghasilkan dan mendistribusikan konten digital yang berfokus pada Generasi Z. Selain melalui Instagram, USS Feed juga aktif di platform lain seperti YouTube dan TikTok, serta memiliki situs web resmi. Melalui berbagai platform tersebut, USS Feed berkomitmen untuk memberikan cerita-cerita yang insightful dan percakapan yang straightforward kepada audiensnya.

Selain itu, USS Feed juga dikenal karena menyelenggarakan berbagai acara dan inisiatif yang melibatkan anak muda Indonesia, seperti event masterclass kolektif bernama The Classroom yang berlangsung pada

tanggal 9-16 Agustus 2020. Inisiatif-inisiatif tersebut bertujuan untuk menggali potensi anak muda Indonesia dan memberikan wadah bagi mereka untuk berekspresi dan belajar. Secara keseluruhan, akun Instagram @ussfeeds dan platform USS Feed lainnya telah menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi generasi muda Indonesia dalam hal fashion, budaya, dan gaya hidup.

3.2.1 Sejarah Umum Akun Instagram @UssFeeds

USS Feed berada di bawah naungan USS Networks, sebuah perusahaan yang didirikan oleh Sayed Muhammad dan Jeffry Jouw. Sayed Muhammad, sebelum mendirikan USS Networks, memiliki pengalaman bekerja di beberapa perusahaan sebagai Research Executive, Web & Product Development Manager, dan Business Unit Director. Ia adalah lulusan S1 Jurusan Ekonomi Universitas Indonesia dan menyelesaikan studi Magister di Prasetiya Mulya Business School. Sementara itu, Jeffry Jouw, yang juga dikenal sebagai pendiri Urban Sneaker Society, turut berperan dalam pengembangan USS Fee

3.2 Metode Penelitian

Penelitian jenis ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif asosiatif kausal, di mana teknik ini digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, dan data dikumpulkan dengan instrumen penelitian. Analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statis untuk menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2011) rumusan masalah asosiatif mengacu pada pertanyaan penelitian yang menanyakan

bagaimana dua variabel atau lebih berhubungan satu sama lain. Penelitian kuantitatif asosiatif kausal menyelidiki hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih karena ada variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2011)

3.2.1 Disain Penelitian

Penelitian ini menggunakan disain kuantitatif dan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner ke pada 100 orang mahasiswa di Universitas Garut.

3.2.2 Klasifikasi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.2.1 Klasifikasi Variabel X dan Y

Penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti yaitu variabel bebas (*independent variable*) sebagai variabel V dan variabel tak bebas (*dependent variable*) sebagai variabel Y. Variabel X yaitu Konten Media Sosial dan variabel Y yaitu Sikap Empati

3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel X dan Y

Definisi operasional adalah panduan yang digunakan untuk mengukur variabel dalam suatu penelitian. Definisi ini memberikan informasi yang sangat berguna bagi penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Berikut adalah definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item
Konten Media Sosial (Variabel X) (Ibrahim & Irawan, 2021)	<i>Ideological assumptions</i> (Asumsi ideologi)	- Memilih konten tayangan - Kesal karena keterbatasan konten	1-3
	<i>Sourcing of massages</i> (Sumber pesan)	- Kepercayaan pada konten tayangan - Kebiasaan dalam mencari konten	4-6
	<i>Tone of informations</i> (Nada penyampaian)	- Kritis pada isi pesan yang disampaikan - Tertarik dengan konten yang menarik	7-11
Sikap Empati (Variabel Y)	Efektif	Mampu merasakan perasaan orang lain	12-14
		Mampu menyesuaikan diri dengan perasaan atau kondisi orang lain	15-17
		Mampu mengkomunikasikan perasaan secara verbal	18

		• Mampu mengkomunikasikan perasaan secara non-verbal	18
	Kognitif	• Mampu untuk memahami sesuatu hal yang dialami orang lain	19-20
		• Mampu memikirkan sesuatu hal yang dialami dari sudut pandang orang lain	21-22
		• Mampu memberikan solusi terhadap masalah	23

2.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh penulis untuk memperoleh informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan studi kepustakaan dan kuesioner untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Jika dibandingkan dengan metode lain untuk pengumpulan data, seperti wawancara dan kuesioner, observasi lebih fokus pada objek alam daripada orang (Sugiyono, 2016). Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, yang dilakukan dengan mengamati secara sistematis gejala yang jelas dari subjek penelitian observasi dengan memeriksa akun Instagram @ussfeeds secara berkala untuk mengetahui perkembangan dari setiap konten yang disajikan yang berkaitan dengan peristiwa di Gaza, Palestina.

2. Studi kepustakaan

Penulis mempelajari teori-teori saat ini dan mengumpulkan data dari buku referensi, skripsi, artikel, jurnal, atau bacaan lainnya yang berkaitan dengan subjek penelitian. Mereka juga menggunakan sumber data lainnya yang berkaitan dengan teori untuk mendukung proses penelitian, pengolahan data, dan pembuatan laporan penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang memberikan responden sejumlah pertanyaan untuk dijawab. Untuk mengukur, kuesioner ini menggunakan skala Likert, yang dibuat pertama kali pada tahun 1932. Skala ini adalah skala psikometrik yang paling sering digunakan dalam kuesioner dan juga merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam penelitian. Dalam skala ini, empat atau lebih pertanyaan dapat digabungkan untuk menghasilkan skor atau nilai yang menunjukkan sifat seseorang, seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku (Setyawan & Atapukan, 2018)

Variabel yang akan diukur ditentukan menggunakan indikator variabel skala Likert. Indikasi tersebut kemudian digunakan sebagai tolok ukur kompilasi pertanyaan. Kuesioner menggunakan sistem tertutup, yang merupakan jenis pertanyaan dengan beberapa kemungkinan tanggapan. Berikut adalah metode penilaian yang digunakan dalam penelitian ini:

- | | |
|------------------------------|-----|
| 1. SS (Sangat Setuju) | = 5 |
| 2. S (Setuju) | = 4 |
| 3. R (Ragu-ragu) | = 3 |
| 4. TS (Tidak Setuju) | = 2 |
| 5. STS (Sangat Tidak Setuju) | = 1 |

4. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Untuk penelitian ini, populasi adalah sekelompok orang yang karakteristik dan jumlah mereka telah ditentukan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan tanpa mempertimbangkan strata populasi. Kategorisasi populasi pada penelitian yang pertama adalah followers akun instagram @UssFeeds, kedua mahasiswa Universitas Garut, dan yang terakhir Gen Z. Jumlah anggota populasi tidak diketahui (Sujarweni, 2015).

3.3.2 Sampel dan Penarikan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampelnya.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Purposive sampling digunakan karena seringkali terdapat banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak), maka dengan menggunakan purposive sampling diharapkan kriteria sampel yang

diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = fokus kasus/ maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,01) atau sampling error 10%

Dengan menggunakan rumus di atas maka didapatkan perhitungan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3.814 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan pada perhitungan diatas jumlah sampel yang dipergunakan yaitu sebanyak 96,04 = 97 orang. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 97 responden.

3.3.3 Sumber Data

Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan yang digunakan yaitu data primer. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil kuesioner yang akan dilakukan oleh penulis dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada 97 orang mahasiswa Universitas Garut yang mengikuti akun media sosial Instagram UssFeeds.

5. Alat Analisa Data

3.4.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid adalah alat ukur yang tepat dan sesuai untuk mengumpulkan data yang dimaksud. Sebagai contoh, meteran adalah alat yang valid untuk mengukur panjang, tetapi tidak valid untuk mengukur berat. Dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan metode Product Moment Pearson dengan bantuan aplikasi SPSS versi 2.6 (Sugiyono, 2011).

Kriteria penguji :

1. Jika $\text{sig (2-tailed)} \alpha (0,05)$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid.
2. Jika $\text{sig (2-tailed)} > \alpha (0,005)$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai guna mengukur konsistensi yang terdapat dalam variabel penelitian. Sebuah variabel bisa dikatakan reliable atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan konsistensi atau tidak berubah dalam beberapa waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumusan alpha cronbach, Instrumen dapat dikatakan handal atau fleksibel bila memiliki koefisien realibitas 0,6 atau lebih (Fanaqi et al., 2020).

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan reliable.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tidak reliable.

3.4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikan, uji signifikansi, kriteria dan penarikan kesimpulan:

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Parsial

$H_0 : \beta_{YX} = 0$ Konten media sosial Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Sikap Empati.

$H_a : \beta_{YX} \neq 0$ Konten media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Sikap Empati.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan kedua variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi

a. Secara parsial menggunakan uji t

4. Kaidah Keputusan

a. Secara Parsial

- Jika $\text{significance } t < (\alpha = 0,05)$, Maka H_0 ditolak, H_a diterima
- Jika $\text{significance } t \geq (\alpha = 0,05)$, Maka H_0 ditolak, H_a tidak

diterima

5. Penarikan Kesimpulan

Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.

6. Teknik Analisa Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2011) statistik deskriptif ini menunjukkan gambaran data dari jumlah data, nilai terendah, nilai tertinggi, rata-rata, dan standar deviasi. Penyajian data dalam bentuk tabel, grafik ataupun diagram yang digunakan sebagai alat untuk menganalisis dan menjelaskan data yang telah dikumpulkan dengan apa adanya tanpa menyimpulkan sesuatu yang berlaku umum. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Predikat masing masing jawaban kuesioner

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Kurang Setuju	KS	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat rendah

3.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel

dependen, atau dengan kata lain, model regresi memiliki kemampuan yang kuat untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati nol, maka kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen semakin lemah.

Tabel 3. 3 Kriteria Koefisien Korelasi Interval

Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono, (2017: 149)

3.5.3 Regresi Linear Sederhana

Metode analisis yang dikenal sebagai regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan umum untuk metode ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta x_1 + e$$

Keterangan ;

X_1 = Konten Instagram

Y = Sikap Empati

β = Koefisien regresi dari tiap-tiap variabel Independen

a = Konstanta

e = Faktor Lain (residu) yang mempengaruhi variabel terikat

3.6 Tempat dan Jadwal penelitian

Tempat penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu berada di akun Instagram @UssFeeds. Alasan peneliti memilih akun Instagram @UssFeeds sebagai tempat penelitian karena @UssFeeds dikenal banyak menyediakan berbagai macam konten, dari berita terbaru, tren sosial, hingga topik budaya pop. Keberagaman ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai jenis konten, salah satunya yaitu konten mengenai peristiwa Palestina, dan memahami bagaimana setiap konten tersebut berinteraksi dengan audiensnya.

