

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi yang berdasarkan pada konsep atau pemahaman suatu ide atau konsep tertentu. Definisi konseptual dapat digunakan untuk menggambar suatu konsep, teori, atau model yang biasanya didasarkan pada pemahaman konseptual yang mendalam tentang subjek yang didefinisikan. Dalam ilmu pengetahuan, definisi konseptual sering digunakan untuk memastikan bahwa semua orang yang terlibat dalam diskusi atau penelitian memahami konsep yang dibicarakan dengan cara yang sama. Di dalam penelitian ini, yang diteliti adalah sikap, *followers*, dan pesan kampanye.

3.2. Definisi Operasional

Menurut Saifudin Azwar (2007:72), definisi operasional adalah definisi yang dapat dipahami dan diterima secara universal meskipun tidak ada tanda-tanda yang tampak. Formalisasi definisi variabel berdasarkan sifat-sifatnya seperti yang telah diamati. Sikap dipecah menjadi bagian-bagian penyusunnya—kognitif, afektif, dan konatif—untuk mengukur bagaimana perasaan pengikut Instagram @WardahBeauty tentang pesan Beauty Moves You. Untuk menguji hipotesis serta mengukur variabel yang digunakan, peneliti mengambil unggahan pada pesan yang ada di *feeds*, *caption*, dan tulisan yang ada di foto yang diukur dengan komponen berikut:

a. Komponen Kognitif

1. Saya mengetahui pesan dari kampanye Beauty Moves You, "cantikmu menggerakkan sesama"
2. Saya mengetahui pesan dari kampanye Beauty Moves You, "membawa manfaat bagi dunia"
3. Saya mengetahui pesan dari kampanye Beauty Moves You "cantikmu menggerakkan langkah bagi masa depan"
4. Saya mengetahui pesan dari kampanye Beauty Moves You "cantikmu menggerakkan keberanian"
5. Saya mengetahui pesan dari kampanye Beauty Moves You "cantikmu menggerakkan perubahan"

b. Komponen Afektif

1. Saya menyukai pesan dari kampanye Beauty Moves You “cantik menggerakkan sesama”.
2. Saya menyukai pesan dari kampanye Beauty Moves You “membawa manfaat bagi dunia”.
3. Saya menyukai pesan dari kampanye Beauty Moves You “cantikmu menggerakkan langkah bagi masa depan”.
4. Saya menyukai pesan dari kampanye Beauty Moves You “cantikmu menggerakkan keberanian”
5. Saya menyukai pesan dari kampanye Beauty Moves You “cantikmu menggerakkan perubahan”

c. Komponen Konatif

1. Saya memutuskan untuk membagikan pengalaman saya dengan menggunakan *hashtag* #BeautyMovesYou karena pesan dari kampanye Beauty Moves You adalah “cantik menggerakkan sesama”.
2. Saya memutuskan untuk membagikan pengalaman saya dengan menggunakan *hashtag* #BeautyMovesYou karena pesan dari kampanye Beauty Moves You adalah “membawa manfaat bagi dunia”.
3. Saya memutuskan untuk membagikan pengalaman saya dengan menggunakan *hashtag* #BeautyMovesYou karena pesan dari kampanye Beauty Moves You adalah “cantikmu menggerakkan langkah bagi masa depan”.
4. Saya memutuskan untuk membagikan pengalaman saya dengan menggunakan *hashtag* #BeautyMovesYou karena pesan dari kampanye Beauty Moves You adalah “cantikmu menggerakkan keberanian”.
5. Saya memutuskan untuk membagikan pengalaman saya dengan menggunakan *hashtag* #BeautyMovesYou karena pesan dari kampanye Beauty Moves You adalah “cantikmu menggerakkan perubahan”.

3.3. Jenis Penelitian

Untuk memberikan gambaran atau gambaran yang tidak memihak tentang suatu keadaan dengan menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan dan interpretasi data hingga gambaran dan temuan penelitian, penelitian semacam ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. (Arikunto, 2006). Dari penelitian ini, dapat dijelaskan bagaimana sikap *followers* Instagram @WardahBeauty terhadap pesan Beauty Moves You di Instagram.

3.4. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian *online survey*. Peneliti melakukan *online survey* dengan menyebarkan kuesioner yang telah diproses oleh *google form* yang berisi mengenai beberapa pertanyaan yang mengukur sikap *followers* terhadap pesan Beauty Moves You. Dengan menggunakan *online survey*, objektivitas responden dari pengaruh luar terhadap saty permasalahan yang diteliti tetap terjaga (Sukardi, 2012).

3.5. Subjek dan Objek Penelitian

3.5.1. Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2016:26), tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana mengklasifikasikan individu, tempat, dan benda sebagai subjek untuk tujuan penelitian. Di dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah *followers* akun Instagram @WardahBeauty.

3.5.2. Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah hal atau fenomena yang sedang diselidiki. Topik studi mungkin bersifat fisik, biologis, geografis, temporal, atau konseptual. Menurut Supriati (2012:38), variabel tempat penelitian adalah topik kajian. Di dalam penelitian ini, objek penelitian adalah sikap *followers* Instagram @WardahBeauty terhadap pesan kampanye Beauty Moves You di Instagram. Objek penelitian ini meliputi sikap *followers* Instagram @WardahBeauty pada kampanye Beauty Moves You.

3.6. Populasi dan Sampling

3.6.1. Populasi Penelitian

Orang-orang yang berbagi fitur unik atau perlu membentuk populasi. Istilah "variabel" digunakan untuk menggambarkan fitur-fitur yang membedakan ini. (Nazir, 2005). Sedangkan populasi adalah semua data yang mempunyai relevansi khusus bagi peneliti dalam ruang lingkup dan jangka waktu yang telah ditentukan, seperti yang dikemukakan oleh Zuriah (2009:16). Pengguna Instagram yang mengikuti akun



@WardahBeauty menjadi subjek investigasi ini. Tercantum *followers* dari Instagram @WardahBeauty adalah 2.900.000 per tanggal 9 September 2023.

Gambar 3.1
Followers Wardah Beauty per tanggal 9 September 2023

3.6.2. Sampel Penelitian

Sampel mewakili seluruh populasi (Sugiyono, 2003, p.55). Studi ini menarik dari subset populasi yang ditargetkan yang ditarik oleh strategi pengambilan sampelsistematis. Sampel untuk penelitian ini dipilih dengan menggunakan strategi *non-random sampling* dan metodologi *purposive sampling (volunteer)*, yang keduanya didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. (Silalahi, 2003, p.74).

Secara umum, syarat responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Wanita

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram Wardah yang berjenis kelamin wanita dan berusia 18 - 35 tahun. Jenis kelamin wanita dipilih karena *campaign* Beauty Moves You bertujuan untuk menggerakkan wanita dan memunculkan sisi positif dari wanita (Wardah, 2021).

b. Berusia minimal 18 - 35 tahun.

c. Mengikuti (*follow*) akun Instagram @WardahBeauty

- d. Pernah melihat *campaign* Beauty Moves You minimal 3x dan/atau pernah mengikuti *challenge* atau kegiatan yang dibuat oleh Wardah Beauty Moves You.

3.6.3. Teknik Penarikan Sampel

Sampel secara statistik valid karena diambil dari grup dengan fitur yang cukup mirip untuk secara akurat mencerminkan populasi secara keseluruhan. Sugiyono menyatakan bahwa sampel adalah himpunan bagian dari populasi ditinjau dari ukuran dan ciri-cirinya. Rumus Slovin digunakan untuk melakukan beberapa perhitungan awal untuk menyelidiki ini (Sugiyono 2017:81).

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan.

Toleransi error pada penelitian ini adalah 10%

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data sebanyak 2.900.000 *followers* Instagram Wardah Beauty yang telah dijadikan sebagai ukuran populasi.

$$n = \frac{2.900.000}{1 + 2.900.000(0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.900.000}{1 + 2.900.000(0.01)^2}$$

$$n = \frac{2.900.000}{1 + 2.900.000 \times 0.01}$$

$$n = \frac{2.900.000}{29.001}$$

$$n = \frac{2.900.000}{29.001}$$

$n = 99,9 \rightarrow$ dibulatkan menjadi 100 responden.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi. Sugiyono mengklaim bahwa (2017:142). Kuesioner adalah sejenis alat pengumpulan data di mana responden diminta untuk bereaksi terhadap serangkaian pertanyaan atau komentar tertulis yang telah ditentukan sebelumnya. Ketika survei telah dikirim, hasilnya harus diperiksa keakuratan dan validitasnya. Di dalam penelitian ini, peneliti sudah menyebarkan kuesioner ke *followers* Instagram Wardah dengan cara *direct message* ke satu-persatu *followers* Instagram dengan memastikan bahwa *followers* tersebut sesuai dengan kriteria responden yang dibutuhkan.

3.7.1. Jenis Data

Data primer dan data sekunder merupakan dua jenis informasi yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer adalah informasi yang baru dikumpulkan atau sering diperbarui. Data primer adalah informasi yang telah dikumpulkan atau dilihat langsung oleh peneliti yang melakukan penelitian untuk keperluan itu (Hasan, 2002:82). Observasi dan survei adalah dua pendekatan yang dapat digunakan. Peneliti dalam penelitian ini mengandalkan teknik survei. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang sudah dimiliki peneliti (Hasan, 2002:58). Informasi ini digunakan untuk mendukung sumber utama yang digunakan untuk menyusun esai, seperti buku dan artikel yang ditemukan di perpustakaan. Catatan dan laporan pendokumentasian data oleh lembaga tertentu merupakan contoh umum dari data sekunder (Ruslan, 2003, hlm. 138).

3.7.2. Pengumpulan Data

Pendekatan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data untuk penyelidikan ini. Kuesioner digunakan agar dapat dikirim ke banyak orang dalam waktu singkat. Dalam metode ini, nantinya akan digunakan suatu instrumen (*google form*) untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data.

3.8. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, kami menggunakan skala Likert untuk menilai kemampuan pemrosesan data partisipan. Skala Likert adalah sejenis skala pengumpulan data yang digunakan untuk mempelajari atau mengukur informasi kualitatif dan kuantitatif. Informasitersebut dikumpulkan agar pendapat, persepsi, atau sikap seseorang terhadap suatu kejadian dapat dipastikan. Menurut Sugiyono (2006), skala Likert digunakan untuk mengukur bagaimana perasaan masyarakat terhadap isu-isu sosial yang menjadi fokus kajian saat ini. Peneliti menggunakan skala Likert untuk menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dalam tanggapan. Di bawah ini adalah kumpulan pertanyaan dengan kepentingan relatif yang ditunjukkan:

Sangat Setuju	(SS)	: 5
Setuju	(S)	: 4
Netral	(N)	: 3
Tidak Setuju	(TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	: 1

Dari tiap-tiap jawaban pada pilihan tersebut, peneliti menggolongkan jawabanresponden menjadi tiga kategori yaitu positif, netral dan negatif.

3.9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu:

- Menganalisis tabel frekuensi (membuat deskripsi sistematis, faktual, dan akurat dari kuesioner yang diperoleh).
- Menggunakan mean untuk menghitung nilai rata-rata dari setiap item pertanyaan yang ada. Tahapan ini adalah proses penyusunan data ke dalam bentuk tabel-tabel. "tabulasi silang pada prinsipnya adalah menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris, kolom dan data" (Ghozali, 2002, p.21). Pada penelitian ini, uji crosstabs ditampilkan dengan menggunakan program SPSS.

3.10. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.10.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya, lalu diolah dengan bantuan program SPSS dengan level of significant = 5% dengan menggunakan 100 responden.

Mengukur validitas dengan membuat korelasi antar skor butir pertanyaan dengan skor total. Caranya adalah dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk degree of freedom (df) = $n-k$, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian.

Berikut adalah pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikator:

- a. Jika r hitung $>$ r table dan nilai positif atau signifikan $<$ 0,05 maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel dan signifikan $>$ 0,05 maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Di dalam penelitian ini, n , yaitu responden sebanyak 100 responden, makadari itu, r tabel yang digunakan adalah 0.194.

3.10.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dimaksudkan untuk menunjukkan sifat suatu alat ukur dalam pengertian apakah alat ukur yang digunakan cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2011, p.268).

Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (dependable) dan tetap atau konsisten (*consistent*). Alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala

yang sama walau digunakan berulang- ulang kali. (Kriyantono, 2006, p.143). Peneliti akan menggunakan uji reliabilitas dengan menunjukkan *statistic Cronbach Alpha*. Dalam hal ini peneliti memberi tabel yang menyatakan bahwa nilai *statistic cronbach alpha* yang lebih besar daripada 0.6 ($\geq 0,6$) memiliki nilai reliabilitas yang tinggi (Morissan, 2012, p.102).