

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Konseptual

Sebagaimana dijelaskan oleh Singarimbun dan Effendi (2008), Definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan.

3.1.1 Brand Ambassador

Brand Ambassador adalah seseorang yang pantas atau cocok untuk menjadi 'wajah' sebuah *brand* tertentu. *Brand Ambassador* secara aktif mewakili dan mempromosikan merek atau produk tertentu dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek dan citra merek. Mereka yang ditunjuk sebagai brand ambassador memiliki pengaruh kuat di kalangan audiens target, baik melalui media sosial kehadiran publik, atau keahlian khusus dalam bidang tertentu. Brand ambassador dapat menjadi tokoh terkenal seperti selebriti. Dalam hal ini, mereka bertanggung jawab menciptakan hubungan positif antara merek dengan konsumen, serta mendorong interaksi berkelanjutan.

3.1.2 Efektivitas

Efektivitas adalah pengukuran atas sejauh mana suatu tindakan, strategi, atau intervensi berhasil mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan. Efektivitas diukur berdasarkan kemampuan untuk menghasilkan dampak positif yang diharapkan, meningkatkan kinerja, dan mencapai target yang telah ditetapkan, baik dalam konteks peningkatan pengetahuan, perubahan sikap hingga perilaku.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Singarimbun dan Efendi (2008) sebagai atribut atau sifat dan nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional menjadi unsur dan tolak ukur sebuah variabel dalam penelitian.

Definisi operasional dalam penelitian ini menggunakan indikator VisCAP (Visibility, Credibility, Attraction, Power). Indikator tersebut diimplementasikan sebagai berikut :

1. Visibility

- a. Saya mengetahui JKT48 sebagai Brand Ambassador terkini Wafer Tango melalui konten yang terupload di halaman instagram @wafertango
- b. Saya sering menjumpai konten JKT48 X Tango di media sosial (Instagram)r
- c. Melalui unggahan konten dibawah ini, saya mengetahui bahwa JKT48 menjadi brand ambassador Wafer Tango



Sumber: <https://www.instagram.com/wafertango/>

2. Credibility

- a. JKT48 sebagai idol group cocok atau kompeten menjadi *brand ambassador* Wafer Tango
- b. JKT48 mampu meyakinkan saya akan cita rasa dan kualitas Wafer Tango
- c. JKT48 menginformasikan dirinya menjadi *brand ambassador* Wafer Tango
- d. JKT48 tidak berlebihan dalam menyampaikan informasi tentang Wafer Tango

3. Attraction

- a. JKT48 berpenampilan fisik menarik ketika menjadi *Brand Ambassador* Wafer Tango

- b. JKT48 adalah sosok yang sesuai untuk merepresentasikan brand Tango
 - c. JKT48 cocok menjadi brand ambassador karena dekat dengan target market Tango
 - d. JKT48 memiliki kharisma dan aura positif ketika menjadi ambassador yang membuat saya tertarik dengan produk Tango
4. Power
- a. JKT48 sebagai *Brand Ambassador* mampu memberikan pengaruh kepada saya untuk mengenal *brand* Tango
 - b. JKT48 sebagai *Brand Ambassador* mampu memberikan pengaruh kepada saya untuk mengingat *brand* Tango
 - c. JKT48 sebagai *Brand Ambassador* mampu memberikan pengaruh kepada saya untuk menyukai produk Tango
 - d. JKT48 sebagai *Brand Ambassador* mampu memberikan pengaruh kepada saya untuk mengonsumsi produk Tango

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan membuat gambaran atau deskripsi suatu fenomena secara objektif dengan menggunakan angka dan dimulai dari pengumpulan data, melihat hasil serta menafsirkannya. Penelitian deskriptif dilakukan agar dapat mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih tanpa ada perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Penelitian ini bermaksud melihat lebih dalam hasil efektivitas penggunaan brand ambassador JKT48 dalam *brand* Wafer Tango

3.4 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan teknik mengumpulkan data kuesioner yang dibuat dalam bentuk google form. Kuesioner kemudian dibagikan secara online dengan bantuan media sosial. Kuesioner diyakini sebagai teknik mengumpulkan informasi sekaligus mempelajari sikap, keyakinan, dan karakteristik sejumlah orang yang terpengaruh sistem yang sudah ada. Data pada penelitian ini dihimpun dengan kuesioner dalam bentuk google form yang didalamnya terdapat ulasan untuk mengukur efektivitas penggunaan JKT48 sebagai *Brand Ambassador* bagi follower instagram @wafer Tango

3.5 Subjek dan objek penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah follower instagram @wafertango . Sedangkan objek dari penelitian ini adalah penggunaan *brand ambassador* JT48 pada *brand* Wafer Tango

3.6 Populasi dan sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah semua data yang dijadikan perhatian peneliti, data itu tergabung dalam satu ruang lingkup yang sudah ditentukan (Arikunto, 2022). Populasi adalah semua data yang dijadikan perhatian peneliti, data itu tergabung dalam satu ruang lingkup yang sudah ditentukan (Arikunto, 2022). Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah followers instagram @wafertango. Data populasi diambil pada 7 Mei 2024, yang saat itu menunjukkan perolehan followers Wafer Tango berdasarkan data instagram adalah 146.000 pengikut.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili populasi itu sendiri (Kumar, 2023). Sementara Moleong (2009) menambahkan bahwa populasi dan sampel merupakan dua konsep yang fundamental dalam penelitian. Pemilihan sampel yang tepat merupakan salah satu faktor terpenting dalam penelitian. Sampel yang tidak representatif dapat menghasilkan kesimpulan yang salah (Cresswell, 2014). Penelitian ini menggunakan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin

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

Keterangan:

n: jumlah/ ukuran sampel

N: jumlah total/ ukuran populasi

e: presentasi

Toleransi error pada penelitian ini adalah 10%

$$n: \frac{146.000}{1 + 146.00(0,1)^2}$$

$$n: \frac{146.000}{1 + 146.00(0,01)}$$

$$n: \frac{146.000}{1461}$$

N: 99,93

Dibulatkan menjadi 100

3.7 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah Non-probability sampling atau yang bisa disebut non-random sampling. Basmatulhana (2022) menjelaskan bahwa jenis sampling ini menggunakan sampel pilihan berdasarkan subjektivitas peneliti dan tidak acak. *Non-probability sampling* ditentukan oleh keahlian peneliti.

Dalam teknik ini, tidak semua sampel dari sebuah populasi memiliki probabilitas terpilih. Metode atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Turner (2020) menjelaskan bahwa *Purposive Sampling* digunakan ketika seorang peneliti ingin menargetkan seorang individu dengan karakteristik minat dalam suatu penelitian. Sementara Notoatmodjo (2010) menambahkan bahwa Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada suatu pertimbangan, seperti ciri-ciri atau sifat suatu populasi.

Karakteristik atau kriteria yang ditetapkan oleh peneliti dalam menentukan responden penelitian ini adalah pria dan wanita berusia batas bawah 14 tahun, serta batas atas usia 29 tahun. Pemilihan rentang usia didasarkan pada usia rata-rata usia penggemar JKT48 ada pada rentang usia yang sama, terklasifikasi sebagai generasi Z dan generasi millennial. Kriteria selanjutnya yaitu pengisi survei atau responden memiliki akun instagram pribadi, mengikuti (*follow*) akun instagram @wafertango, serta mengetahui JKT48 sebagai brand ambassador Wafer Tango.

3.8 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi :

- Data Primer. Data primer merupakan data yang didapat peneliti secara langsung dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui jawaban survei online yang disebarkan kepada setiap responden
- Data Sekunder, merupakan sumber yang secara tidak langsung memberikan data yang mendukung penelitian. Data sekunder untuk penelitian ini meliputi jurnal, buku, artikel, dan pemberitaan online.

3.9 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Unaradjan (2019) menjelaskan terdapat lima jenis teknik pengumpulan data, yaitu (1) angket atau kuesioner, (2) Wawancara, *interview guide*, checklist, (3) Pengamatan atau Observasi, dapat menggunakan instrumen penelitian berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan panduan observasi (*checklist*), (4) Tes, dapat menggunakan instrumen penelitian berupa soal ujian dan inventori, serta (5) Dokumentasi, dapat menggunakan instrumen penelitian berupa daftar atau *checklist*.

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah online survey untuk mengumpulkan data dari responden. Hal ini memudahkan peneliti sehingga tidak perlu turun ke lapangan untuk mengumpulkan data (Trisilka, 2023). Peneliti akan menggunakan *Google Form* sebagai alat dan sarana untuk merancang *online survey* sebelum membagikan kepada responden. *Google form* dipilih sebagai opsi karena mampu menjangkau responden yang lebih luas sehingga tidak memerlukan waktu yang cukup panjang dalam pelaksanaan survei.

Mula-mula, peneliti mengumpulkan responden dengan cara berkirim pesan kepada 100 calon responden melalui berbagai media sosial. Peneliti dengan sopan meminta kesediaan calon responden untuk mengisi kuesioner penelitian. perangkat berupa *gmail*, *whatsapp*, *direct messages instagram* dijajaki peneliti untuk memaksimalkan jumlah calon responden. Setelah mendapatkan 30 responden yang mengisi, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen kuesioner mumpuni untuk dilanjutkan.

Kuesioner dibuat dengan opsi jawaban berbasis pada skala likert yang mengandung lima pilihan jawaban. Jawaban yang dipilih berupa pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata yang diwakili atau disimbolkan dengan angka. Pilihan jawaban tersebut

terdiri dari pernyataan sikap Sangat Tidak Setuju (STS = 1), Tidak Setuju (TS = 2), Netral (N = 3), Setuju (S = 4), serta Sangat Setuju (SS = 5).

Kuesioner didesain dengan halaman awal yang merujuk pada identitas responden. Peneliti meminta data data berupa rentang usia, jenis pekerjaan, Jenis kelamin, pengeluaran per bulan, sebelum memasuki pada laman pernyataan. Peneliti juga meminta konfirmasi kepada responden untuk menunjukkan responden merupakan *followers* Instagram @wafertango . Sebagai tambahan, peneliti meminta tambahan data untuk memastikan bahwa responden merupakan penggemar JKT48.

3.10 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini melakukan analisis data dengan memperhitungkan data yang didapatkan peneliti melalui penyebaran survei. Dalam survei yang disebarkan secara online ini berisikan data data yang berhubungan dengan variabel dan indikator yang diukur dalam penelitian ini. Menggunakan pernyataan skala Likert untuk mengukur respon responden terhadap pernyataan yang ditujukan. Pada penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengetahui efektivitas JKT48 sebagai *brand ambassador* dalam *followers* Wafer Tango di Instagram.

Dengan menggunakan skala Likert peneliti dapat melakukan pengukuran terhadap survei kuesioner yang dibagikan untuk menilai sikap, pendapat ataupun persepsi dari responden untuk menanggapi suatu pernyataan ataupun pertanyaan. Berikut adalah bentuk skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel: 3.1 Skala Likert

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: olahan peneliti (2014)

Menurut Ardianto (2010) terdapat tiga tahap analisis data:

1. Tahap pemeriksaan

Pada tahap ini, peneliti memeriksa jawaban responden apakah sesuai dan dapat dilanjutkan untuk dianalisis atau tidak.

2. Tahap Pengodean

Tahapan ini untuk mengklasifikasikan data yang sudah didapatkan dari survei. Pengkodean dilakukan pada tiap jawaban dengan menggunakan simbol angka agar mempermudah peneliti dalam membandingkan tiap pernyataan dan jawaban.

3. Tahap Analisa Data

Pada tahapan ini peneliti melakukan analisis terhadap data data yang sudah didapat dengan melewati beberapa pengujian

Analisis data menggunakan alat bantu SPSS. Analisis *mean* (rata-rata) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan:

X: *Mean* (rata rata)

$\sum x$: Jumlah nilai dalam distribusi

N: Jumlah sampel

Selain melakukan analisis nilai rata-rata, dapat melihat juga hasil dari nilai indikator sesuai dengan kategori interval pada setiap variabel. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung interval:

$$\text{Interval: } \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah interval}}$$

Penelitian ini menggunakan skala Likert yang mempunyai rentan nilai 1 (nilai terendah) hingga 5 (nilai tertinggi) sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\text{Interval: } \frac{5-1}{2}$$

$$\text{Interval: } 2$$

Melalui rumus interval diatas maka didapatkan nilai interval sebesar 2. Maka susunan interval dari jawaban *mean* atau rata rata responden adalah:

Tidak efektif : 1.00 - 3.00

Efektif : 3.01-5.00

3.11 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.11.1 Uji Validitas

Sebelum dilakukannya penelitian, peneliti melakukan uji validitas terlebih dahulu pada data yang sudah dimiliki. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa pernyataan yang akan diberikan melalui kuesioner adalah pernyataan yang valid. Uji Sebuah item dinyatakan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang responden terlebih dahulu. Sebuah item pernyataan dinyatakan valid jika nilai korelasi (r) lebih besar dari r_{tabel} . Namun sebaliknya, jika nilai r terhitung lebih kecil dibandingkan dengan r_{tabel} maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid (hidayat, 2021)

3.11.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS, jika nilai pada setiap item lebih dari sama dengan 0,60 maka item tersebut dapat dinyatakan reliabilitas konsistensi internal. Sebaliknya bila item kurang dari 0,60 maka item tersebut tidak dapat digunakan karena item tersebut tidak reliabel.