

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode korelasional digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan instrumen memanfaatkan angket berupa kuesioner. Tujuannya adalah guna mengidentifikasi adakah hubungan pesan kampanye #LoveAvoskinLoveEarth di media sosial terhadap kesadaran pelestarian alam. Instrumen yang selaras dengan variabel digunakan untuk menguji dan mengembangkan hipotesis. Peneliti memilih metode tersebut karena terdapat kesesuaian berdasarkan tujuan guna menilai adakah pengaruh dari pesan kampanye di media sosial terhadap kesadaran pelestarian lingkungan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Abdurahman et al (2017), populasi merupakan seluruh bagian elemen yang ada pada penelitian yang mempunyai karakteristik untuk dijadikan objek penelitian. Berdasarkan definisi tersebut, maka peneliti mengambil populasi pengikut Instagram @Avoskinbeauty per tanggal 3 Agustus 2023.

Tabel 3.1

Populasi Penelitian

Jenis Responden	Jumlah
Pengikut Instagram @Avoskin	680.000

Sumber : Instagram Avoskin

3.2.2. Sampel

Masih menurut (Abdurahman, M., Muhidin, S. A., & Somantri, 2017) sampel adalah perwakilan populasi yang diperoleh dari bagian kecil populasi. Selain itu, perhitungan *slovin* juga digunakan sebagai metode *sampling* dalam penelitian ini. (Darmawan, 2013, hlm 152) menyebutkan bahwa responden *sampling* ditentukan dari pertimbangan peneliti. Maka, adapun sampel pada penelitian ini memiliki kriteria, yaitu:

1. Pengguna Instagram.
2. Pengikut akun Instagram @Avoskinbeauty.
3. Pernah melihat *postingan* kampanye Avoskin di Instagram Avoskin.
4. Menggunakan produk Avoskin.

Berdasarkan data populasi yang telah disajikan sebelumnya, peneliti perlu mengambil sampel untuk keperluan penelitian. Lalu, peneliti juga menerapkan formula *Slovin* untuk penelitian ini. Menurut Nasrullah dalam (Wono & Aji, 2020) jumlah populasi yang telah diketahui dengan menerapkan rumus *slovin* dapat menentukan ukuran untuk sampel penelitian. Perhitungan jumlah atau ukuran untuk sampel penelitian ini, yang dirumuskan seperti berikut:

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

Dimana: n = jumlah dari sampel

N = jumlah dari populasi

E = Toleransi ketidakakuratan yang diperbolehkan akibat kesalahan sampel (ketetapan tingkat kesalahan selama pengumpulan sampel sebesar 10%).

$$n = \frac{680.00}{1 + 680.000 (0,10)^2} = 99,98 = 100$$

Dari hasil perhitungan rumus *slovin*, maka sampel penelitian ini akan memakai sejumlah 100 responden.

3.3. Instrumen Penelitian

3.3.1. Kuesioner Angket

Angket dalam pendekatan secara kuantitatif adalah salah satu cara pengambilan data utama yang berfungsi sebagai bahan dalam menganalisis data statistik baik berupa deskriptif maupun inferensial. Setelah mendapat data, data statistik tersebut dilakukan pemahaman mendalam oleh peneliti (M. Mulyadi, 2013). Kuesioner dalam persebarannya dapat dilakukan dengan berbagai cara: peneliti memberikan langsung, dikirim menggunakan *e-mail*, melalui pos, atau dengan *platform* seperti *google formulir*. Peneliti memilih cara dengan

Salma Hanifah, 2023

PENGARUH PESAN KAMPANYE #LOVEAVOSKINLOVEEARTH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN PELESTARIAN LINGKUNGAN (STUDI KORELASI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggunakan kuesioner sebagai instrumen pada penelitian, agar dapat mengumpulkan data secara efektif dan cepat.

3.3.2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan memiliki peran yang signifikan dalam melakukan penelitian dengan menentukan pemakaian teori untuk melakukan pendalaman pada rumusan masalah (Creswell, 2016, hlm.68). Studi kepustakaan adalah teknik menganalisis dengan mengulas literatur, laporan, catatan terkait dengan topik atau masalah yang ingin diselesaikan. Penelitian dilakukan dengan mencari sumber yang menjelaskan metode kuantitatif dan kualitatif dan menjelaskan perbedaan ke duanya (Firmansyah et al., 2021).

3.3.3. Skala Pengukuran

Peneliti mengadopsi skala interval untuk kuesioner pada penelitian. Skala interval merupakan metode pengukuran yang mampu menggambarkan urutan setiap tingkatan dengan jarak yang terdefinisi, meskipun tidak mempunyai nol yang bersifat mutlak. (Darmawan, 2013, hlm. 171).

Skala *likert* digunakan pada penelitian ini untuk menghitung bobot pertanyaan. Skala *likert* adalah upaya pengukuran untuk mengetahui sikap responden terhadap ketidaksetujuan dan kesetujuan pada objek dengan dua pilihan kemungkinan positif dan negatif (Baso, O., & Sappaile, 2007).

3.3.4. Operasional Variabel

Operasional variabel berfungsi dalam menjelaskan setiap variabel yang diaplikasikan pada penelitian dapat berupa konsep, dimensi, indikator, dan ukuran sehingga menghasilkan nilai variabel lainnya. Fokus pada penelitian ini berada pada variabel pengaruh pesan kampanye Avoskin #LoveAvoskinLoveEarth (X). Variabel independen ini berisikan informasi terkait tagar atau *hashtag* sebagai kampanye Avoskin untuk mengajak konsumen lebih peduli dengan lingkungan. Pesan kampanye memiliki tiga indikator yaitu struktur pesan, konten pesan dan bahasa pesan. Sementara itu, kesadaran pelestarian (Y) berperan sebagai variabel dependen. Pada variabel tersebut memiliki beberapa komponen yaitu:

pengetahuan, sikap dan tindakan. Informasi lebih jelas terkait operasional variabel tertera pada tabel berikut.

Tabel 3.2
Operasional Variabel Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Pernyataan	Skala	Nomor item
Pesan (X)	Struktur pesan	<i>Message sidedness</i>	Tingkat setuju audiens terhadap kejujuran komunikator dalam penyampaian sisi pesan, baik dari sisi komunikator sendiri maupun sisi oposisi (Perloff, 2010)	1. Saya paham kampanye <i>brand</i> Avoskin menyampaikan pentingnya menjaga kelestarian alam. 2. Saya percaya terhadap pesan yang disampaikan dalam kampanye <i>brand</i> Avoskin.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	1 s.d 2
		<i>Conclusion drawing</i>	Tingkat setuju audiens terhadap kejelasan cara komunikasi menyimpulkan pesan, apakah pesan disimpulkan secara eksplisit atau implisit	3. Saya merasa kampanye <i>brand</i> Avoskin dapat dengan mudah dipahami.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	3
Pesan (X)	Konten pesan	<i>Evidence</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap adanya fakta dan data dalam pesan yang	4. Saya melihat sendiri akibat buruk dari tidak menjaga kelestarian lingkungan.	<i>Likert</i> jenis ordinal	4 s.d 5

Salma Hanifah, 2023

PENGARUH PESAN KAMPANYE #LOVEAVOSKINLOVEEARTH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN PELESTARIAN LINGKUNGAN (STUDI KORELASI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel Penelitian	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Pernyataan	Skala	Nomor item
			berasal dari sumber lain selain komunikator dan opini orang lain yang dapat dipercaya	5. Saya percaya data yang diberikan pada kampanye Avoskin.	(empat poin)	
		<i>Case histories</i>	Tingkat setuju audiens terhadap kisah yang berkaitan dengan rasa emosional individu atau testimoni yang berkesan bagi audiens	6. Saya merasa Avoskin memberikan konten yang menarik melalui media sosial instagram. 7. Saya merasa informasi dari kampanye membangkitkan semangat menjaga lingkungan.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	6 s.d 7
		<i>Fear appeals</i>	Tingkat setuju audiens terhadap anjuran pesan yang menimbulkan rasa takut audiens	8. Saya merasa jika tidak peduli dengan lingkungan akan membahayakan hidup saya.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	8
		<i>Guilt appeals</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap imbauan pesan yang membangkitkan rasa	9. Saya merasa bersalah jika tidak menjaga lingkungan.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	9

Variabel Penelitian	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Pernyataan	Skala	Nomor item
			bersalah audiens			
Pesan (X)	Bahasa	<i>Speed of speech</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kecepatan berbicara komunikator	10. Saya merasa dengan mudah memperoleh informasi kampanye Avoskin.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	10
		<i>Powerless versus powerful</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kekuatan berbicara komunikator saat penyampaian pesan, apabila komunikator powerless maka tidak percaya diri, jika komunikator powerful maka ia percaya diri	11. Saya merasa Avoskin membagikan konten secara konsisten di media sosial Instagram.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	11
		<i>Intens languange</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap seriusnya isu dalam pesan yang	12. Saya merasa kampanye Avoskin menyampaikan informasi penting tentang pentingnya menjaga	<i>Likert</i> jenis ordinal	12

Salma Hanifah, 2023

PENGARUH PESAN KAMPANYE #LOVEAVOSKINLOVEEARTH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN PELESTARIAN LINGKUNGAN (STUDI KORELASI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel Penelitian	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Pernyataan	Skala	Nomor item
			disampaikan oleh komunikator (Gass & Seiter 2009)	lingkungan.	(empat poin)	
		<i>Political language</i>	Tingkat kesetujuan audiens terhadap kesederhanaan dan kejelasan pesan yang disampaikan oleh komunikator	13. Saya merasa informasi yang disampaikan pada kampanye Avoskin sudah jelas.	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	13
Kesadaran (Y)		Pengetahuan	Tingkat kesetujuan audiens terhadap keyakinan atau apa yang dipikirkan oleh penerima pesan tentang upaya menjaga kelestarian lingkungan	14. Saya paham kemasan Avoskin berasal dari bahan yang dapat didaur ulang. 15. Saya percaya produk Avoskin tidak mengandung zat kimia berbahaya yang dapat merusak lingkungan. 16. Saya merasa harus memilah sampah <i>skincare</i> yang habis pakai untuk memudahkan daur ulang. 17. Saya merasa menggunakan produk	<i>Likert</i> jenis ordinal (empat poin)	14 s.d 17

Variabel Penelitian	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Pernyataan	Skala	Nomor item
				Avoskin yang ramah lingkungan dapat membantu menyelamatkan bumi.		
		Sikap	Tingkat kesetujuan untuk melakukan tindakan	18. Saya akan memilah sampah <i>skincare</i> yang habis pakai. 19. Dengan senang hati saya tidak akan membuang sampah <i>skincare</i> begitu saja. 20. Saya akan berusaha menjaga kelestarian lingkungan.	Likert jenis ordinal (empat poin)	18 s.d 20
		Tindakan	Tingkat kesetujuan terhadap kecenderungan bertingkah penerima pesan atas sikap upaya pelestarian lingkungan	21. Saya akan menggunakan produk Avoskin yang ramah lingkungan untuk membantu berkontribusi pada lingkungan. 22. Saya akan mengirim kembali kemasan kosong <i>skincare</i> untuk	Likert jenis ordinal (empat poin)	21 s.d 24

Salma Hanifah, 2023

PENGARUH PESAN KAMPANYE #LOVEAVOSKINLOVEEARTH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN PELESTARIAN LINGKUNGAN (STUDI KORELASI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel Penelitian	Subvariabel (Dimensi)	Indikator	Ukuran	Pernyataan	Skala	Nomor item
				mengurangi sampah di tempat pembuangan akhir.		

Sumber : Data Pengolahan Penelitian

Salma Hanifah, 2023

PENGARUH PESAN KAMPANYE #LOVEAVOSKINLOVEEARTH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN PELESTARIAN LINGKUNGAN (STUDI KORELASI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian atau percobaan instrumen perlu dilakukan guna menilai keabsahan serta keandalan data dalam penelitian ini. Pengujian terhadap kuesioner dilakukan oleh peneliti selain untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya, tetapi juga untuk mengidentifikasi kemungkinan pertanyaan yang tidak cukup jelas, kurang objektif, dan berpotensi menyebabkan kebingungan.

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Abdurahman, et al (2017) uji validitas merupakan pengujian instrumen yang mampu secara akurat mengukur dimensi yang sedang diuji dengan mengumpulkan data. Instrumen penelitian akan mempunyai validitas apabila disiapkan dengan baik dan berdasarkan ketentuan teori yang berlaku. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mengukur validitas suatu instrumen, yakni:

1. Menyebarkan instrumen kepada yang bukan responden sesungguhnya dalam menguji validitasnya.
2. Mengakumulasi data dari hasil percobaan instrumen.
3. Memverifikasi keseluruhan data agar memastikan semua lembar data dapat terkumpul dengan baik, termasuk pemeriksaan keseluruhan pengisian instrumen.
4. Mempermudah penempatan skor item yang telah diperoleh dengan membuat tabel.
5. Menetapkan skor kepada item yang telah diisi dalam tabel bantuan.
6. Mengolah data dengan *software* SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) *version* 25.0.
7. Menyimpulkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} , dengan parameter sebagai berikut:
 - a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan valid.
 - b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Peneliti menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS *Statistics* 25 untuk melakukan uji validasi. Informasi mengenai hasil pengujian validitas item-total terkoreksi dapat ditemukan pada Tabel 3.3. Peneliti memakai aplikasi

bantuan pengolah data SPSS 25 dan menghasilkan uji validitas seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3.3
Hasil Analisis Korelasi Aitem-Total Terkoreksi

No	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1	Saya paham kampanye <i>brand</i> Avoskin menyampaikan pentingnya menjaga kelestarian alam.	0,477	0,312	Valid
2	Saya percaya terhadap pesan yang disampaikan dalam kampanye <i>brand</i> Avoskin.	0,603	0,312	Valid
3	Saya merasa kampanye <i>brand</i> Avoskin dapat dengan mudah dipahami.	0,424	0,312	Valid
4	Saya melihat sendiri akibat buruk dari tidak menjaga kelestarian lingkungan.	0,376	0,312	Valid
5	Saya percaya data yang diberikan pada kampanye Avoskin.	0,512	0,312	Valid
6	Saya merasa Avoskin memberikan konten yang menarik melalui media sosial Instagram.	0,605	0,312	Valid
7	Saya merasa informasi dari kampanye membangkitkan semangat menjaga kelestarian alam.	0,544	0,312	Valid
8	Saya merasa jika tidak peduli dengan lingkungan akan membahayakan hidup saya.	0,379	0,312	Valid
9	Saya merasa bersalah jika tidak menjaga lingkungan.	0,490	0,312	Valid

10	Saya merasa dengan mudah memperoleh informasi kampanye Avoskin.	0,636	0,312	Valid
11	Saya merasa Avoskin membagikan konten secara konsisten di media sosial Instagram.	0,553	0,312	Valid
12	Saya merasa kampanye Avoskin menyampaikan informasi penting tentang pentingnya menjaga lingkungan.	0,690	0,312	Valid
13	Saya merasa informasi yang disampaikan pada kampanye Avoskin sudah jelas.	0,776	0,312	Valid
14	Saya paham kemasan Avoskin berasal dari bahan yang dapat didaur ulang.	0,688	0,312	Valid
15	Saya percaya produk Avoskin tidak mengandung zat kimia berbahaya yang dapat merusak lingkungan.	0,613	0,312	Valid
16	Saya merasa harus memilah sampah <i>skincare</i> yang habis pakai untuk memudahkan daur ulang.	0,498	0,312	Valid
17	Saya merasa menggunakan produk Avoskin yang ramah lingkungan dapat membantu menyelamatkan bumi.	0,562	0,312	Valid
18	Saya akan memilah sampah <i>skincare</i> yang habis pakai.	0,668	0,312	Valid
20	Saya akan berusaha menjaga kelestarian lingkungan.	0,636	0,312	Valid
21	Saya akan menggunakan produk Avoskin yang ramah lingkungan untuk membantu berkontribusi pada lingkungan.	0,508	0,312	Valid

22	Saya akan mengirim kembali kemasan kosong <i>skincare</i> untuk mengurangi sampah di tempat pembuangan akhir.	0,515	0,312	Valid
----	---	-------	-------	-------

Sumber : Data Pengolahan Peneliti

Berlandaskan hasil perhitungan di atas, maka keseluruhan aitem yang sudah diuji dengan dibagikan kepada 40 responden dapat dikatakan valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas. Menurut Abdurahman et al (2017) uji reliabilitas merupakan tolak ukur dalam melakukan pengujian dan penilaian konsistensi suatu instrumen, sehingga menghasilkan perhitungan yang tepat. Untuk pengujian reliabilitas, dapat menggunakan formula Koefisien Alfa (α) dari *Cronbach* atau *Cronbach Alpha*, dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dapat dikatakan reliabel.
- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrumen dapat dikatakan tidak reliabel.

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas sesuai rumus *Alpha Cronbach* dalam Yusup (2018, hlm.22) mengemukakan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*, tidak boleh melebihi 0,90 ($r_1 < 0,9$). Jika nilai tersebut tidak melebihi 0,70 ($r_i < 0,70$), dianjurkan untuk merevisi bagian item soal yang nilai korelasinya rendah. Hasil pengujian reliabilitas untuk konsistensi internal yakni berikut ini.

Tabel 3.4

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	<i>Critical r</i>	Hasil
Pesan Kampanye (Variabel X)	0,889	0,7 – 0,9	Dapat diterima/Bagus

Analisis Reliabilitas

Sumber : Data Pengolahan Peneliti

3.5. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan langkah-langkah yang perlu diambil bagi peneliti berdasarkan urutan sebuah penelitian. Menurut Darmawan (2013, hlm. 11) menjelaskan tahapan urutan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Menetapkan rumusan masalah dan mendefinisikan sebuah masalah.
2. Melakukan studi pustaka.
3. Menetapkan desain penelitian yang akan digunakan.
4. Mengumpulkan data.
5. Melakukan olah data dan memaparkan informasi.
6. Membuat kesimpulan.
7. Membuat laporan dari penelitian tersebut.

3.6. Teknik Analisis Data

Apabila seluruh data telah didapatkan secara lengkap, maka proses penelitian dapat dilanjutkan ke bagian analisis data. Kegiatan analisis data tidak dapat diabaikan dalam proses penelitian karena menentukan keakuratan pengambilan kesimpulan, maka harus dilakukan dengan akurat dan tepat dalam penggunaan analisisnya (Ali, 2006). Pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif, yaitu digunakan untuk menganalisis dengan membuat deskripsi dari data yang terkumpul sebagaimana adanya. Mengingat sampel data yang digunakan akan menggambarkan penelitian ini, maka penelitian ini akan menjadi lebih tersusun dari penelitian eksplorasi. Penelitian ini berfungsi sebagai perantara bagi penelitian yang lebih lanjut. Kegiatan analisa dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang telah disusun sebelumnya di bagian rumusan masalah, mengingat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan kampanye #LoveAvoskinLoveEarth di media sosial terhadap kesadaran pelestarian lingkungan.

Salma Hanifah, 2023

PENGARUH PESAN KAMPANYE #LOVEAVOSKINLOVEEARTH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN PELESTARIAN LINGKUNGAN (STUDI KORELASI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @AVOSKINBEAUTY)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut (Kusnendi, 2017, hlm 6) analisis data dilakukan dengan 2 prosedur yaitu menentukan kriteria pengelompokan dan penghitungan nilai statistik secara deskriptif dan penjelasan variabel.

1. Kriteria Pengelompokan

$$X > (\mu + 1,0\sigma) \quad = \text{Tinggi}$$

$$(\mu + 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma) \quad = \text{Sedang}$$

$$X < \mu + 1,0\sigma \quad = \text{Rendah}$$

Dengan penjelasan seperti di bawah ini:

X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoritis

σ = Simpangan baku teoritis

2. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah suatu kegiatan dengan membuat perubahan pada data variabel ke data ordinal atau disebut sebagai kategorisasi persebaran atas jawaban responden seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.5

Kategori Distribusi Variabel Frekuensi

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Sedang	2
Rendah	1

Sumber: Kusnendi, 2017, hlm.6

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan analisis regresi linier berganda.

3.7. Pengujian Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas. Ketiga pengujian tersebut merupakan hal yang penting dalam uji asumsi klasik untuk memastikan data yang terkumpul dapat diolah menjadi hipotesis.

3.7.1. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan guna mengukur distribusi data empiris yang telah didapat peneliti tergolong normal atau tidak normal. Data berbentuk normal merupakan salah satu prasyarat untuk membuat kesimpulan statistik. Uji normalitas harus dilakukan supaya peneliti bisa menentukan jenis statistik yang akan digunakan (Akbar, 2018, hlm. 1).

Penelitian ini mengimplementasikan uji jenis kolmogorov smirnov, yaitu digunakan guna mengetahui apakah sampel tersebut berasal dari distribusi tertentu. Menurut Widhiarso (2012, hlm. 1) kategori angka normalitas persebaran, yaitu:

1. Nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $<0,05$ merupakan distribusi tidak normal
2. Nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $>0,05$ merupakan distribusi normal.

3.7.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dapat menentukan apakah model regresi memiliki korelasi tinggi antara variabel bebas, Ghazali dalam (Widana, I. W., & Muliani, 2020, hlm. 55). Menurut (Kusnendi, 2017, hlm 51) uji multikolinearitas melihat nilai VIF sebagai parameter dalam melihat apakah ada hubungan sempurna (kuat) antara variabel bebas maupun terikat. Jika VIF bernilai < 10 , maka mengindikasikan variabel tersebut tidak terikat dari gejala multikolinearitas.

3.7.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan kondisi model regresi terjadi perbedaan *variance* dari nilai residual pada suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lainnya. Model regresi disebut baik apabila tidak muncul heterokedastisitas. Metode yang digunakan untuk melihat adanya heterokedastisitas pada penelitian berupa metode *Scatterplot*. Heterokedastisitas dinyatakan tidak terjadi bila titik-titiknya menyebar membentuk pola tidak teratur, di atas serta di bawah 0 di sumbu Y.

3.8. Uji Hipotesis

3.8.1. Uji Korelasi

Uji korelasi merupakan metode secara statistika yang digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan antara dua variabel X dan variabel Y atau lebih. Dalam penelitian kuantitatif, pendekatan statistik seperti uji korelasi untuk mencocokkan data numerik sering digunakan menurut Yanti, C. A., & Akhri (2021, hlm 51).

3.8.2. Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Uji T merupakan tahapan test statistik untuk menguji kebenaran atau kesalahan hipotesis. Selaras dengan yang dijelaskan oleh Prasetio (2012, hlm. 4), Uji-T dilakukan dalam pengujian variabel bebas untuk melihat apakah ada kepemilikan berpengaruh signifikan dan positif kepada variabel terikat. Hipotesis yang diukur yaitu hipotesis satu untuk melihat pengaruh Pesan Kampanye #LoveAvoskinLoveEarth terhadap keasadaran pelestarian lingkungan.

Uji-T dalam penelitian ini menggunakan rumus yang dijelaskan dalam Riduwan (2016, hlm.179) sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} = \frac{a}{2}; n - k - 1 \text{ atau df residual}$$

Keterangan:

$a = 5\%$ atau 0,05

$n =$ jumlah responden

$k =$ banyaknya variabel x

Penjelasan terkait penerimaan atau penolakan H_0 adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak atau ada hubungan yang signifikan;
2. Apabila nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima atau tidak ada hubungan yang signifikan.

3.8.3. Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F sangat bermanfaat dalam memeriksa keseluruhan empat hipotesis mengenai pengaruh Pesan Kampanye #LoveAvoskinLoveEarth terhadap kesadaran pelestarian lingkungan. Kusnendi

(2017, hlm. 4) berpendapat bahwa uji F dilakukan dapat mengukur seberapa besar pengaruh yang bisa ditimbulkan dengan mencari f hitung.

3.8.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi dimanfaatkan oleh peneliti dalam menentukan besaran variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dengan penelitian ini. Penelitian memakai aplikasi SPSS *Statistics* versi 25 untuk menguji koefisien determinasi.

3.8.5. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Menurut Janie (2012, hlm.13) model ini memiliki asumsi terdapat hubungan satu garis lurus atau linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.