

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Proses penelitian ini tentu dilakukan dengan dasar awal penelitian ini akan seperti apa. Perancangan penelitian ini pun dilakukan dengan memperhatikan desain penelitian ini. Desain penelitian ini pun menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) metode kuantitatif dinyatakan sebagai kuantitatif sebab data penelitian berupa angka – angka dan analisisnya menggunakan metode statistik.

Penggunaan metode kuantitatif pun untuk melihat seberapa besar pengaruh pada konten pada media sosial TikTok *#LifeAsEfisherians* terhadap minat pengikutnya/penontonnya untuk bekerja pada perusahaan *Startup eFishery*. Penggunaan metode penelitian kuantitatif dinilai lebih efektif untuk mengukur apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari tontonan konten media sosial TikTok *#LifeAsEfisherians*.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi yaitu seluruh bagian dari objek ataupun subjek yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian dimana nantinya akan dipelajari dan ditarik kesimpulan untuk penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu pengikut pada akun TikTok @lifeasefisherians dan menonton konten *#LifeAsEfisherians*. Sedangkan jika dilihat mengenai jumlah pengikut akun TikTok @lifeasefisherians berjumlah 2.934 pengikut.

Namun agar populasi ini memiliki batasan maka diambil populasi dengan usia penduduk bekerja yaitu pada usia 15 tahun ke atas. Karena menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) usia penduduk bekerja di Indonesia berada pada usia 15 tahun ke atas.

3.2.2 Sampel

Sampel yaitu sebagian kecil dari populasi yang memiliki kesesuaian dengan kriteria dan juga prosedur penelitian yang dapat mewakili sebagai objek penelitian. Pada penelitian pengambilan sampel digunakan dengan penyebaran angket dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling. Pada penelitian ini digunakan hitung ukuran sampel menggunakan rumus Slovin yaitu :

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

Gambar 3. 1
Rumus Slovin

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = Derajat toleransi (10% atau 0,1 untuk populasi dalam jumlah besar)

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

$$n = \frac{2.928}{1 + (2.928 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{2.928}{1 + (2.928 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{2.928}{1 + (2.928)}$$

$$n = \frac{2.928}{2.929}$$

n = 0,999658 dibulatkan menjadi 100

3.3 Instrumen Penelitian

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner pada penelitian ini merupakan kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup ini berbentuk pilihan ganda yang ditujukan kepada responden untuk

Syafira Amalia Nur Jannah, 2023

Pengaruh Konten Media Sosial TikTok #LifeaseFisheries Pada Akun TikTok @lifeasefisheries Terhadap Minat Bekerja di Perusahaan Startup eFishery (Studi Korelasi Pada Pengikut TikTok @lifeasefisheries)

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

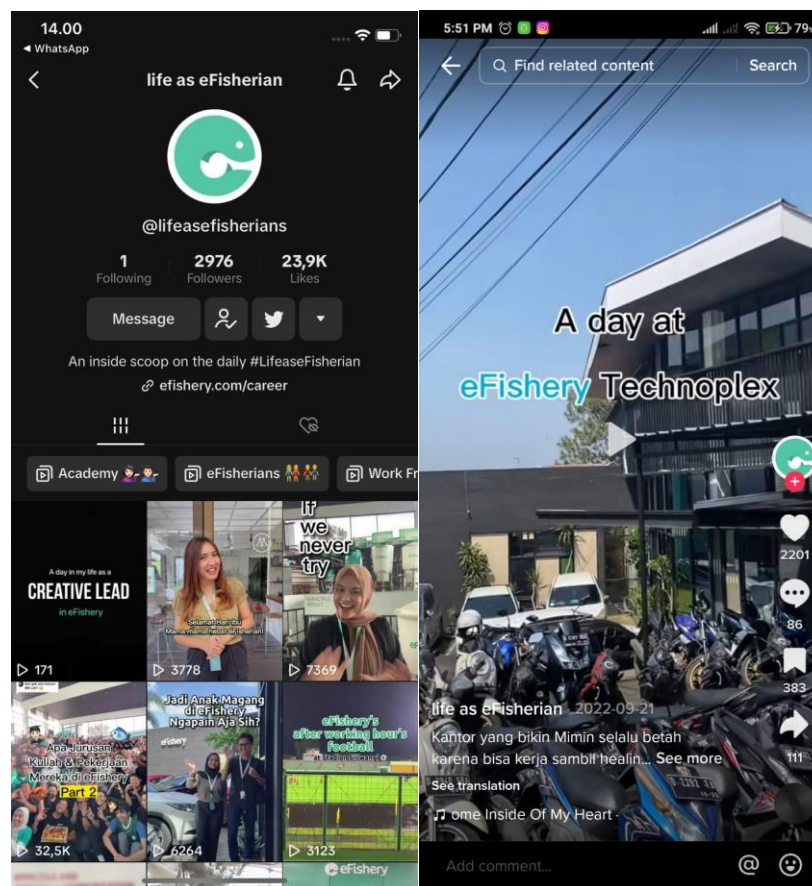
memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan dirinya sendiri. Penggunaan kuesioner ini dapat membantu peneliti dalam mendapatkan dan mengumpulkan data primer secara aktif.

3.3.2 Studi Kepustakaan

Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan berupa buku, jurnal penelitian, artikel, skripsi, tesis, lama internet sebagai salah satu data yang berguna untuk penelitian ini. Hal ini didasari dari fokus dan teori yang digunakan oleh penelitian ini bersumber referensi dari hal – hal yang disebutkan diatas.

Adapun pada studi kepustakaan ini yaitu konten – konten #Lifeasefisherians yang dibuat oleh akun TikTok @lifeasefisherians sebagai berikut :

Gambar 3.2 Konten #lifeasefisherians



3.3.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran ini dipergunakan sebagai alat pengukur atau perhitungan bobot pernyataan pada penelitian ini dengan menggunakan skala *likert*. Skala

pengukuran ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui ketidak setujuan dan kesetujuan responden terhadap pernyataan yang ada pada pernyataan instrument penelitian.

Tabel 3. 1 Skala Penilaian Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skala Pernyataan Positif	Skala Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu segala sesuatu yang berbentuk apapun yang digunakan oleh peneliti untuk dikaji sehingga didapatkan informasi tersebut dan dapat ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2014). Berdasarkan judul penelitian yang digunakan yaitu “Pengaruh Konten Media Sosial TikTok #LifeAsEfisherians Pada Akun @lifeasefisherians Terhadap Minat Bekerja di Startup Company (Studi Pada Pengikut Akun @lifeasefisherians)” maka peneliti mengelompokkan variabel dalam penelitian menjadi dua yaitu variabel independent (X) dan juga variabel dependen (Y).

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (X)

Variabel bebas atau yang didefinisikan sebagai variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu konten media sosial TikTok #LifeAsEfisherians yang berisi mengenai kegiatan aktivitas sehari – hari pekerja pada perusahaan eFishery dan meliputi beberapa aspek yang masuk kedalam variabel ini yaitu :

1) Aspek *Content*

Pada aspek ini yaitu bagaimana pesan konten Vidio #LifeAsEfisherians dapat mempengaruhi minat pada *followersnya* untuk bekerja pada

perusahaan *Startup*. Pada aspek ini indikator yang diukur yaitu terkait pengetahuan, yaitu bagaimana pengetahuan penonton ketika setelah menonton konten video tersebut, apakah mendapatkan pengetahuan terkait informasi budaya kerja, lalu apakah memahami isi pesan yang terdapat dalam konten tersebut.

2) Aspek *Communication*

Pada aspek ini yaitu bagaimana perasaan penonton konten TikTok #LifeaseFisheries ketika menonton konten tersebut. Pada aspek ini indikator yang diukur yaitu terkait perasaan tertarik atau senang para penonton saat menonton dan setelah menonton konten TikTok #LifeaseFisheries, apakah penonton merasa senang dan menikmati terkait konten yang disajikan pada video tersebut.

3) Aspek *Connection*

Pada aspek ini yaitu bagaimana tindakan penonton konten TikTok #LifeaseFisheries. Pada aspek ini indikator yang diukur yaitu terkait tindakan apa yang dilakukan setelah menonton konten tersebut, apakah penonton konten #LifeaseFisheries memberikan *like* (suka) pada konten tersebut, lalu apakah memberikan komentar positif, lalu apakah menyimpan video tersebut, dan terakhir apakah membagikan ulang video tersebut.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat kerja. Minat kerja ini sendiri merupakan efek atau dampak dari konten media sosial TikTok #LifeAsEfisierians terhadap pengikut akunnya. Minat memiliki tiga unsur aspek yaitu aspek kesenangan, pemahaman, dan tindakan. Pada aspek kesenangan yaitu yang berhubungan terkait keinginan, lalu pada aspek pemahaman yaitu terkait pengertian, dan pada aspek tindakan yaitu terkait melakukan.

1) Aspek Perasaan/ Kesenangan

Pada aspek ini yaitu bagaimana perasaan penonton #lifeasefisherians pada minat bekerja di perusahaan *startup* eFishery Pada aspek ini

indikator yang diukur yaitu terkait keinginan, yaitu bagaimana keinginan penonton untuk bekerja di *startup* eFishery, lalu bagaimana keinginan penonton untuk melamar pekerjaan di *startup* eFishery, lalu apakah *startup* eFishery akan menjadi pilihan pertama ketika melamar bekerja.

2) Aspek Pengertian/Pemahaman

Pada aspek ini yaitu bagaimana pemahaman konten Vidio #LifeAsEfisherians pada minat bekerja di perusahaan *startup* eFishery. Pada aspek ini indikator yang diukur yaitu terkait pengertian, yaitu bagaimana penonton dalam memahami atau mengerti budaya kerja yang terdapat pada *startup* eFishery, lalu bagaimana penonton dapat mengerti fasilitas bekerja yang terdapat di perusahaan *startup* eFishery, lalu bagaimana lingkungan bekerja yang terdapat di perusahaan *startup* eFishery, dan bagaimana penonton dapat memahami sistem bekerja yang terdapat pada perusahaan *startup* eFishery Indonesia.

3) Aspek Ketertarikan/Tindakan

Pada aspek ini yaitu bagaimana ketertarikan penonton konten vidio #LifeAsEfisherians dapat mempengaruhi minat pada *followersnya* untuk bekerja pada perusahaan *Startup* eFishery. Pada aspek ini indikator yang diukur yaitu terkait tindakan atau melakukan yaitu bagaimana penonton dalam melakukan tindakan terhadap perusahaan *startup* eFishery, seperti apakah penonton akan hadir ketika mendapatkan *interview* dari *startup* eFishery, lalu apakah penonton akan merekomendasikan perusahaan *startup* eFishery pada kerabat yang lain lalu apakah penonton semakin yakin untuk bekerja di perusahaan *startup* eFishery Indonesia.

3.5 Pengujian Analisis Data

Pengujian analisis data pada instrument penelitian harus memenuhi segala aspek yang dijadikan penilaian dan menjadi alat ukur yang baik dan sesuai. Hal ini yang membuat instrument penelitian harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar dapat memenuhi kriteria untuk menjadi alat ukur yang baik dan

sesuai sehingga nantinya instrument dapat digunakan dan tidak menimbulkan ambiguitas saat dilakukan uji kepada responden.

3.5.1 Uji Validitas

Pengujian awal yang dilakukan pada instrument penelitian sebelum menyebarkan kuisioner yaitu melakukan uji validitas. Uji ini digunakan untuk melihat bagaimana kesesuaian kepemilikan masing – masing *item* pernyataan. Uji validitas dilakukan dengan cara melakukan perbandingan dua nilai antara nilai yang disesuaikan dengan jumlah sampel dan nilai yang diberikan dari hasil pengujian masing – masing item pertanyaan.

Pada uji validitas, pembandingan nilai yang akan menghasilkan validitas atau ketepatan data dilihat melalui dua hal yaitu r_{hitung} dan besaran r_{tabel} . Pemanfaatan dua nilai tersebut dilakukan karena nilai r_{tabel} dibandingkan dengan nilai r_{hitung} atau *pearson correlation* setiap instrumennya akan memiliki perbedaaan nilai.

Pengambilan keputusan pada uji validitas ini yaitu dengan bentuk meninjau apakah $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka item pertanyaan di nilai valid. Akan tetapi apabila nilai $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka item pertanyaan di nilai tidak valid.

Dibawah ini adalah kesimpulan dari dilakukannya pengujian validitas terkait instrumen penelitian diatas. Terdapat 30 butir instrumen pernyataan dengan pengujian yang dilakukan terhadap dua variabel yaitu variabel terikat (x) Konten Media Sosial TikTok #LifeaseFisheries dan variabel bebas (y) Minat bekerja pada perusahaan *Startup eFishery*. Hasil pada uji validitas instrument ini tercantum pada tabel dibawah.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	No Soal	Corrected Item Correlation	R tabel (n=28) df-2= 30-2	Keterangan
Konten Tiktok #LifeaseFisheriens (X)	1	0,327	0,306	Valid
	2	0,606	0,306	Valid
	3	0,637	0,306	Valid
	4	0,616	0,306	Valid
	5	0,683	0,306	Valid
	6	0,128	0,306	Tidak Valid
	7	0,631	0,306	Valid
	8	0,631	0,306	Valid
	9	0,628	0,306	Valid
	10	0,687	0,306	Valid
	11	0,505	0,306	Valid
	12	0,644	0,306	Valid
	13	0,752	0,306	Valid
	14	0,719	0,306	Valid
	15	0,770	0,306	Valid
Variabel	No Soal	Corrected Item Correlation	R tabel (n=28) df-2= 30-2	Keterangan
Minat Bekerja (Y)	16	0,864	0,306	Valid
	17	0,901	0,306	Valid
	18	0,857	0,306	Valid
	19	0,862	0,306	Valid
	20	0,736	0,306	Valid
	21	0,628	0,306	Valid
	22	0,754	0,306	Valid
	23	0,654	0,306	Valid
	24	0,789	0,306	Valid
	25	0,769	0,306	Valid
	26	0,664	0,306	Valid
	27	0,854	0,306	Valid
	28	0,667	0,306	Valid
	29	0,894	0,306	Valid
	30	0,908	0,306	Valid

Sumber: Lampiran Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa nilai derajat kebebasan (*Degree of freedom*) yaitu 28. Angka tersebut diambil dari jumlah sampel penelitian pada uji coba instrumen yaitu 30. Berhubung dengan ketentuan dokumen r_{tabel} yang didapat peneliti bahwa nilai r_{tabel} didapatkan melalui rumus $dk=n-2$ yaitu $dk=30-2$ dan didapatkan hasil yaitu 28. Pada nilai derajat yang telah diketahui,

Syafira Amalia Nur Jannah, 2023

Pengaruh Konten Media Sosial TikTok #LifeaseFisheriens Pada Akun TikTok @lifeasefisheriens Terhadap Minat Bekerja di Perusahaan Startup eFishery (Studi Korelasi Pada Pengikut TikTok @lifeasefisheriens)

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

didapatkan bahwa nilai r_{tabel} dari $dk=28$ yaitu 0.306. Nilai ini didapatkan melalui signifikansi penelitian 90% atau 0.010. Untuk mendapatkan nilai validitas yang valid maka nilai r_{hitung} harus lebih besar ($>$) daripada r_{tabel} . Akan tetapi, jika nilai r_{hitung} lebih kecil ($<$) daripada r_{tabel} maka instrument dinyatakan tidak valid. Dari total 30 item pernyataan yang diuji coba oleh peneliti diketahui bahwa item yang valid adalah 29. Sehingga dari jumlah nilai seluruh item pernyataan akan disebar pada penelitian.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan fungsi sebagai memastikan apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data reliabel atau tidak. Pada uji reliabilitas peneliti menggunakan metode Teknik Alpha Cronbach. Jika telah didapatkan nilai reliabilitas instrument (r_{hitung}), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrument tersebut dinyatakan reliabel, sebaliknya jika $r_{hitung} <$ r_{tabel} maka instrument tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3. 3Tingkat Keandalan Instrumen dari Cronbach

Hasil Uji Alpha Cronbach	Derajat Keandalan
$< 0,5$	Tidak dapat digunakan
$0,5 - 0,6$	Jelek (<i>poor</i>)
$0,6 - 0,7$	Cukup / Dapat diterima (<i>fair</i>)
$0,7 - 0,9$	Bagus (<i>good</i>)
$0,9$	Luar biasa bagus (<i>Excellent</i>)

(Sumber: Olahan Peneliti)

Dibawah ini merupakan tabel uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan alat bantu program statistika IBM SPSS versi 26.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas X Terhadap Y

Variabel	Cronbach Alpha	Critical r	Keterangan
(X)	0,875	$0,7 - 0,9$	Bagus (<i>Good</i>)
(Y)	0,958	0,9	Luar Biasa Bagus (<i>Excellent</i>)

(*Sumber: Olahan Peneliti*)

Data dari uji reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach alpha* yang didapat oleh dua variabel yaitu variabel Konten Media Sosial TikTok #LifeaseFisheries (X) dan variabel Minat Bekerja Pada Startup eFishery (Y).

3.6 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini memiliki langkah – langkah atau urutan penelitian untuk memenuhi kesempurnaan penulisan penelitian ini. Ada pun beberapa tahapan sebagai berikut (Darmawan, 2013) :

1. Merumuskan Permasalahan
2. Membuat Studi Kepustakaan
3. Membuat Hipotesis
4. Memilih desain penelitian
5. Mengumpulkan data penelitian
6. Mengolah data penelitian
7. Membuat kesimpulan
8. Membuat laporan

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah selanjutnya setelah data yang dibutuhkan sudah terkumpul lalu kemudian menjawab permasalahan yang diteliti pada penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis statistik deskriptif. Teknik analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan menggunakan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul secara apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Muhson, 2006).

Tujuan penggunaan analisis statistik deskriptif ini yaitu untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat diawal penelitian ini. Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui pengaruh konten media sosial TikTok #LifeAsEfiseries terhadap minat bekerja pada *Startup eFishery*. Menurut Kusnedi (2017) terdapat tahapan pada analisis statistik

deskriptif yaitu, penentuan kriteria kategorisasi, menghitung nilai statistik deskriptif, dan mendeskripsikan variabel pada penelitian tersebut.

1. Formula Kriteria Kategorisasi

Tahapan pertama pada saat melakukan analisis data yaitu dengan melakukan kriteria pada kategorisasi data. Tahapan ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat melihat kecenderungan data yang dimiliki. Formula kriteria kategorisasi yang digunakan pada penelitian ini teradapat pada tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3. 5 Formula Kriteria Kategorisasi

Kategori	Formula
Tinggi	$X > (\mu + 1,0\sigma)$
Moderat / Sedang	$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$
Rendah	$X < (\mu - 1,0\sigma)$

Sumber : (Kusnedi, 2017)

Keterangan :

X = Skor empiris

μ = Rata – rata teoritis = $\frac{\text{Skor min} + \text{Skor Maks}}{2}$

σ = Simpangan baku teoritis = $\frac{\text{Skor maks} - \text{skor min}}{6}$

2. Distribusi Frekuensi

Berdasarkan formula kriteria kategorisasi di atas, maka data variabel kemudian diubah menjadi data ordinal dengan nilai pada tabel 3.4 dibawah ini.

Tabel 3. 6 Kategorisasi Data Distribusi Frekuensi

Kategori	Formula
Tinggi	3
Moderat / Sedang	2
Rendah	1

Sumber : (Kusnedi, 2017)

3.8 Pengujian Analisis Data

Pengujian analisis data dilakukan dengan tujuan untuk memastikan data yang sudah didapatkan dan menjelaskan hasil data secara lebih mudah dipahami. Penelitian ini pun dibantu dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 26. Penelitian ini pun menggunakan pengujian analisis data sebagai berikut.

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan untuk sebagai syarat yang harus dipenuhi pada saat melakukan pengujian hipotesis menggunakan model regresi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk dapat memberikan kepastian bahwa persamaan regresi memiliki hasil yang tepat pada estimasi, konsistensi, dan tidak sepihak pada hasilnya. Penelitian ini menggunakan hanya satu variabel yaitu minat bekerja pada *Startup eFishery*, oleh karena itu model persamaan regresi yang digunakan yaitu regresi linear sederhana.

Pada uji asumsi klasik regresi linear sederhana digunakan dua uji yaitu uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

3.8.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur apakah data yang disebar luaskan normal atau tidak sehingga dapat digunakan pada statistik parametris (Haniah, 2014). Pada pengujian ini, peneliti menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Pengujian *Kolmogorov-Smirnov* adalah uji *goodness-of-fit*, dengan pengujian normalitas, distribusi, standarisasi sampel lalu kemudian dibandingkan dengan distribusi standar normal. Pengujian ini mengfokuskan pada deviasi (penyimpangan) maksimum.

$$D_{hitung} = \text{maks } |F_0(x) - S_n(x)|$$

Keterangan :

$F_0(x)$ = Distribusi frekuensi kumulatif teoritis

$S_n(x)$ = Distribusi frekuensi kumulatif skor observasi

Pedoman pengambilan keputusan pada uji normalitas dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov* (Nuryadi dkk, 2018) yaitu :

- a. Jika nilai Sig. (signifikansi) atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka distribusi tidak normal
- b. Jika nilai Sig. (signifikansi) atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi normal.

Selain pada nilai signifikansi, penelitian ini pun menyajikan gambar data grafik histogram dan *p-plot* uji normalitas untuk memperkuat hasil keputusan uji ini. Pada uji ini, data dapat dikatakan berdistribusi normal jika grafik kurva tidak melenceng pada arah kiri dan kanan. Lalu, ketika melihat gambar *p=plot* pada hasil uji, maka data dapat dikatakan berdistribusi secara normal jika titik sebaran tersebar di sekitar garis diagonal.

3.8.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan yang lainnya. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan terhadap model regresi pada Pengaruh konten media sosial TikTok #LifeAsEfisherians terhadap minat bekerja di *Startup eFishery*. Metode yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas penelitian ini yaitu menggunakan metode *Spearman Rho* dengan bantuan SPSS versi 26.

Pedoman dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu :

- a. Jika nilai Sig. (Signifikansi) $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika nilai Sig. (Signifikansi) $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

3.8.2 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, langkah selanjutnya yaitu melakukan uji hipotesis dan uji korelasi. Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengevaluasi terkait kekuatan bukti berdasarkan statistik sebagai

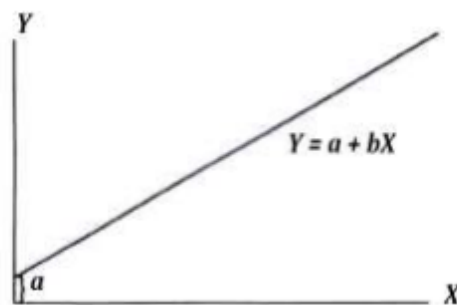
pedoman atau dasar pengambilan keputusan tentangan hubungan antar variabelnya. Tujuan dilakukannya uji hipotesis yaitu untuk membuat keputusan atau kesimpulan apakah asumsi pernyataan pada penelitian ini terkait Pengaruh Konten Media Sosial TikTok #LifeAsEfisherians Terhadap Minat Bekerja di *Startup eFishery* dapat diterima atau ditolak.

3.8.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi merupakan suatu kajian dari hubungan antara satu variabel yang dijelaskan dengan satu variabel yang menjelaskan. Apabila variabel bebasnya hanya memiliki satu variabel maka analisis regresi yang digunakan yaitu regresi linear sederhana. Namun, apabila variabel bebas yang digunakan lebih dari satu maka regresi yang digunakan yaitu regresi linear berganda.

Pada penelitian ini, model regresi yang digunakan yaitu regresi linear sederhana. Penggunaan regresi linear sederhana ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antar variabel (X) Pengaruh Konten Media Sosial TikTok #LifeAsEfisherians dan variabel (Y) Minat bekerja pada *Startup eFishery*. Model persamaan ini digambarkan dengan garis lurus seperti gambar dibawah ini.

Gambar 3. 2 Ilustrasi Garis Regresi Linear Sederhana



Sumber : (Yuliara, 2016)

Adapun secara matematik persamaan regresi linear sederhana dapat dilakukan cara berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = garis regresi/variabel dependen (terikat)

a = konstanta (intersep), perpotongan dengan sumbu vertical

b = konstanta regresi (*slope*)

X = variabel independent (bebas)

Besarnya a dan b dapat diperoleh menggunakan persamaan berikut :

$$a = \frac{(\Sigma y)(\Sigma x^2) - (\Sigma x)(\Sigma xy)}{n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

(n = jumlah data)

3.8.2.2 Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi tidak memiliki tujuan memberikan informasi terkait validitas *item* akan tetapi koefisien korelasi memiliki tujuan untuk memberikan informasi terkait konsistensi dari tentang apa yang diukur oleh *item* dengan apa yang diukur oleh tes (Azwar, 2016). Pengujian analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa kuat atau lemah hubungan variabel (X) konten media sosial TikTok #LifeAsEfisherians dengan variabel (Y) minat bekerja pada perusahaan eFishery.

Pada penelitian ini, teknik korelasi yang digunakan yaitu *Pearson Product Moment*. Korelasi *Pearson Product Moment* ini bertujuan untuk memberikan pernyataan terdapat hubungan atau tidak terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y (Yudihartanti, 2018).

$$r = \frac{n \Sigma XY - \Sigma x \Sigma y}{\sqrt{(n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien *Korelasi Pearson*

n = jumlah responden

Σx = jumlah skor total item variabel X

Σy = jumlah skor total item variabel Y

Untuk mengetahui sejauh mana kedekatan hubungan antara dua variabel, maka digunakan pengukuran koefisien korelasi (r). Koefisien korelasi antara dua variabel memiliki besaran 0 sampai dengan ± 1 . Maka semakin tinggi nilai koefisien korelasi maka semakin dekat (1), maka artinya semakin memiliki kedekatan hubungan yang semakin tinggi. Namun, jika nilai koefisien korelasi 0 (nol) maka kedua variabel tidak terdapat hubungan. Tanda minus (-) pada nilai r memperlihatkan hubungan negatif (berlawanan arah), jika nilai r memiliki tanda *plus* (+) memiliki arti hubungan positif (searah).

Tabel 3. 7
Pedoman Derajat Hubungan Nilai Pearson Correlation

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,2 – 0,399	Lemah
0,4 – 0,599	Cukup
0,6 – 0,799	Kuat
0,8 - 1	Sangat Kuat

Sumber : Susilawati (2017)

3.8.2.3 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Penelitian ini menggunakan uji t dalam tahapan pengujian hipotesisnya. Uji t merupakan sebuah metode untuk melakukan uji hipotesis pada data berpasangan yang tidak bebas, Uji t dilakukan untuk melihat apakah terdapat

Syafira Amalia Nur Jannah, 2023

Pengaruh Konten Media Sosial TikTok #LifeaseFisheries Pada Akun TikTok @lifeasefisheries Terhadap Minat Bekerja di Perusahaan Startup eFishery (Studi Korelasi Pada Pengikut TikTok @lifeasefisheries)

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

perbedaan sebuah sampel jika mendapatkan perlakuan yang berbeda (Hernikawati, 2021).

Pada penelitian, uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi secara parsial pengaruh variabel Konten media sosial TikTok *#LifeasEfisherians* terhadap variabel minat bekerja pada *Startup eFishery* sebagai variabel dependen. Rumus pada uji ini yaitu berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$dk = n-2$$

Keterangan :

t = nilai t hitung

n = jumlah responden

r = koefisien korelasi hasil r hitung

Pedoman pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikasnsi pada pengujian ini yaitu (Putri, 2022) :

- a. Jika nilai Sig. (signifikansi) atau nilai probabilitas < 0,05 maka H_a diterima.
- b. Jika nilai Sig. (signifikansi) atau nilai probabilitas > 0,05 maka H_a ditolak.

Selain itu, terdapat pedoman pengambilan keputusan yang berasal dari kriteria pengujian nilai t hitung dengan tabel yaitu (Putri, 2022):

- a. Jika nilai t hitung > t tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak
- b. Jika nilai t hitung < t tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima

3.8.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi yang diberikan variabel (X) Pengaruh Konten Media Sosial TikTok *#LifeAsEfisherians* terhadap variabel (Y) minat bekerja pada *Startup eFishery* pada model regresi. Koefisien determinasi dapat ditentukan dengan cara menggunakan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi (*R-Square*) (Yuliara, 2016).

Pada hal ini terdapat kategorisasi koefisien determinasi (*R-Square*) menurut Chi (1998) yaitu :

Tabel 3. 8
Kategorisasi nilai R-Square

Nilai R-Square	Kategori
1,00 – 0,67	Kuat
0,66 – 0,33	Moderat/ Sedang
<0,33	Lemah

Sumber : Chi (1998)