

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dan metode survei regresi berganda. Untuk membuktikan sesuatu melalui angka sebagai datanya juga sebagai sarana untuk menggali informasi yang diinginkan, maka digunakan pendekatan kuantitatif (Darmawan, 2016, hlm. 37). Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini karena nantinya akan menghasilkan data berbentuk angka-angka kemudian analisisnya akan menggunakan analisis statistik. Sedangkan metode survei regresi berganda digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independent sekaligus. Teknik ini merupakan jenis dari analisis regresi yang memperluas regresi sederhana dengan melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel terikat pemenuhan kebutuhan informasi dan variabel bebas media sosial. Fokus dari penelitian ini adalah variabel bebas (X) media sosial Instagram @thisgazette, variabel bebas (X) ini mempunyai empat sub-variabel yaitu *Context* (X1), *Collaboration* (X2), *Communication* (X3), dan *Connection* (X4). Dan juga terdapat variabel terikat (Y) pada penelitian ini yaitu pemenuhan kebutuhan informasi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan total subjek penelitian secara keseluruhan, sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi tersebut. Populasi merupakan total dari keseluruhan unit yang akan dianalisis (Bajari, 2015, hlm. 91). Populasi mencakup seluruh jumlah individu yang akan diteliti oleh seorang peneliti (Priadana & Sunarsi, 2021, hlm. 159). Dalam Darmawan (2016, hlm. 137) populasi merupakan data utama di dalam sebuah penelitian yang mempunyai jumlah yang banyak dan luas. Pada penelitian ini, populasinya berupa pengikut akun Instagram @thisgazette dan setidaknya sudah 2 bulan mengikuti akun Instagram @thisgazette. Dasar pertimbangan memilih pengikut pada akun Instagram @thisgazette karena penelitian ini diharapkan mengetahui adakah pengaruh akun Instagram @thisgazette terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut. Dan waktu mengikuti selama 2 bulan karena untuk membantu memastikan data yang dikumpulkan

adalah representatif dan relevan dengan tujuan penelitian, waktu tersebut dirasa sudah cukup untuk melihat bagaimana konten akun berkembang dan bagaimana perubahan dalam jenis konten dapat mempengaruhi pengikut.

3.2.2 Sampel

Bagian populasi yang memperoleh ciri-ciri yang mirip disebut sebagai sampel atau bisa disebut sebagai contoh. Statistik merujuk pada nilai yang dihitung dari sampel tersebut (Priadana & Sunarsi, 2021, hlm. 159). Pengambilan data memakai teknik sampling *probability sampling* yaitu *simple random sampling*, menurut Darmawan (2016, hlm. 144), *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menyediakan kesempatan yang sama pada semua populasi untuk menjadi sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel, maka didapatkan rumus seperti di bawah ini.

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

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Derajat toleransi (0.05)

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 190 orang dengan derajat toleransi kesalahan 5%, maka dengan menggunakan rumus slovin didapatkan hasil sebagai berikut.

$$n = \frac{190}{1+190(0.05)^2}$$

$$n = \frac{190}{1.475}$$

$$n = 128,11$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka didapatkan nilai sampel sebanyak 128,11 yang dibulatkan menjadi 128 orang. Maka, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 128 orang.



Gambar 3.1 Akun Instagram @thisgazette per-tanggal 24 Februari 2024

(Sumber: Tangkapan Layar Peneliti)

3.3 Instrumen Penelitian

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengambilan data dimana melibatkan pengiriman daftar pertanyaan pada responden dengan tujuan diisi oleh responden (Priadana & Sunarsi, 2021, hlm. 192). Kuesioner digunakan sebagai teknik utama dalam pengumpulan data pada penelitian kuantitatif, kuesioner menjadi cara bagi peneliti untuk memperoleh data dari responden (Bajari, 2015, hlm. 97). Jenis kuesioner yang dipakai yaitu jenis kuesioner tertutup, berarti pernyataan-pernyataan yang jawabannya sudah tersedia yang sebelumnya dibuat oleh peneliti, sehingga nantinya responden menentukan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti (Darmawan, 2016, hlm. 160).

Pertanyaan yang akan dibagikan berjumlah 40 pernyataan yang telah mewakili kedua variabel, yaitu 20 pernyataan variabel (X) media sosial dan 20 pernyataan variabel (Y) kebutuhan informasi. Nantinya pernyataan setelah dibuat akan diberikan kepada 128 responden dengan kriteria yang sudah dibuat sebelumnya yaitu pengikut dari akun media sosial Instagram @thisgazette. Kuesioner ini nantinya berbentuk kuesioner *online* berupa *google form*, yang akan diberikan kepada responden melalui *direct messages* Instagram. Menurut Bajari (2015, hlm. 105) survei *online* berupa *google form* memberikan kesempatan untuk peneliti agar dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan secara cepat, mencapai target sasaran, dan juga efisien.

Skala ordinal dijadikan skala pengukuran dalam penelitian ini, skala ordinal dapat dipakai untuk pengukuran persepsi atau usulan pribadi terhadap suatu fenomena sosial (Darmawan, 2016, hlm. 169). Menurut Priadana & Sunarsi (2021, hlm. 159) skala ordinal merupakan alat pengukuran yang mengukur persepsi, pendapat, dan sikap suatu orang atau kelompok mengenai sebuah gejala dan kejadian dalam masyarakat. Skala ini disusun menjadi dimensi, yang diuraikan menjadi indikator, dan yang diuraikan menjadi pernyataan-pernyataan terukur. Terdapat empat pilihan jawaban yang masing-masing jawabannya terdapat bobot nilai tersendiri.

Tabel 3.1 Opsi Jawaban dan Jumlah Poin

Opsi Jawaban	Jumlah Poin	
	Pertanyaan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

(Sumber: Darmawan, 2016, hlm. 264)

3.3.2 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dipakai guna melengkapi dan memperkuat isi dari penelitian yang dapat diperoleh dari sumber-sumber seperti jurnal, buku, dan lainnya. Dalam Priadana & Sunarsi (2021, hlm. 186) menyebutkan bahwa dalam proses pengambilan data seringkali dimulai dengan mengambil informasi yang terkait sesuai masalah dalam penelitian. Informasi ini bisa didapatkan melalui tinjauan bacaan yang serupa dan berkonsultasi dengan ahlinya. Dengan metode ini, peneliti mempelajari untuk paham secara mendalam masalah penelitian, konsep, dan variabel yang telah digunakan oleh peneliti lain dalam studi yang sama sebelumnya.

Terdapat empat tahapan dalam studi kepustakaan menurut Darmawan (2016, hlm. 163) Tahap awal dari penelitian perpustakaan adalah mengidentifikasi keberadaan berbagai buku atau sumber cetak yang serupa sesuai topik penelitian yang akan disusun. Tahap berikutnya melibatkan penelaahan isi buku, di mana pembaca harus mencatat bab-bab yang memiliki keterkaitan dengan isi penelitian yang akan ditulis. Tahap ketiga melibatkan penelaahan indeks, yang merupakan daftar yang menjelaskan berbagai hal yang

dijelaskan dalam buku tersebut atau nama-nama penulis yang dikutip dan halaman mana yang mengacu pada topik yang relevan. Tahap terakhir adalah mengutip berbagai bagian penting yang memiliki hubungan kuat berdasarkan tema yang diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Penelitian Lapangan

Kuesioner digunakan dalam penelitian ini untuk penelitian lapangan. Metode kuesioner tertutup ini berarti bahwa jawaban untuk kuesioner telah disediakan oleh peneliti sendiri. Selain itu, pengambilan data diperoleh dengan penggunaan formulir Google yang disebarkan pada responden, dimana merupakan pengikut media sosial Instagram @thisgazette.

3.4.2 Kepustakaan

Kepustakaan atau studi literatur digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan teori yang bisa membantu menguatkan data yang sudah didapatkan dan diolah dengan lebih dalam.

3.4.3 Riset Internet

Selain melakukan studi literatur, untuk mendapatkan data dan informasi seputar topik penelitian, maka peneliti juga melakukan riset internet untuk bisa mendapatkan lebih banyak informasi dan data dari berbagai situs web yang dapat membantu penelitian.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Media sosial Instagram merupakan sebuah platform yang mampu memberikan juga menerima berbagai informasi dan pesan melalui sebuah foto di *feeds/story* Instagram, video di *reels*, dan bahkan *live* Instagram.

Tabel 3.2 Pernyataan Variabel Bebas (X): Media Sosial Instagram

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel bebas (X): Media Sosial Instagram	Chris Heuer seorang inovator media di dalam (Helen & Rusdi, 2018, hlm. 357; Hanum & Husna, 2016; Solis, 2010, hlm. 263)	terkandung 4C ketika menggunakan media sosial, diantaranya: (1) <i>Context</i> : tentang cara media sosial membangun sebuah informasi atau pesan. Misal, dari segi pemilihan bahasanya, pemilihan warna yang dipakai, desain yang gunakan, dan lainnya. (2) <i>Communication</i> : tentang		

bagaimana media sosial menyampaikan pesan atau informasi agar dapat diterima oleh pengikutnya (3) *Collaboration*: menciptakan sebuah koneksi untuk membuat situasi yang lebih efektif dan efisien, misalnya terdapat kerjasama antar pemberi pesan dan juga penerima pesan agar pesan yang disalurkan tersampaikan dengan baik (4) *Connection*: menjaga pengguna dan media selalu terhubung untuk menjaga hubungan agar pengguna merasa lebih tersambung dan juga dekat dengan media.

<i>Context (X1)</i>			<i>Ordinal</i>
	Penggunaan bahasa	1. Penggunaan bahasa pada akun Instagram @thisgazette baik dan benar.	
		2. Penggunaan bahasa pada akun Instagram @thisgazette sulit dipahami.	
	Penggunaan visual	3. Penggunaan warna yang dipakai oleh akun @thisgazette membuat saya tertarik untuk membaca informasi yang diberikan.	
		4. Desain akun Instagram @thisgazette membuat Saya tertarik untuk membaca informasi yang diberikan.	

		5. Desain akun Instagram @thisgazette membuat saya lebih paham akan informasi yang diberikan.	
<i>Communication (X2)</i>	Penyampaian pesan	6. Penyampaian pesan yang dilakukan oleh akun Instagram @thisgazette komunikatif.	<i>Ordinal</i>
		7. Penyampaian pesan pada akun Instagram @thisgazette sudah informatif.	
	Kejelasan pesan	8. Informasi yang diberikan oleh akun @thisgazette mudah dipahami.	<i>Ordinal</i>
		9. Informasi yang diberikan oleh akun @thisgazette jelas dan efektif.	
	Makna pesan	10. Informasi yang diberikan oleh akun Instagram @thisgazette tidak	<i>Ordinal</i>

		bermanfaat bagi saya.	
<i>Collaboration</i> (X3)	Partisipasi	<p>11. Akun Instagram @thisgazette selalu menjawab pertanyaan saya jika saya berkomentar.</p> <p>12. Akun Instagram @thisgazette selalu menjawab pertanyaan saya ketika mengirim pesan di <i>direct message</i>.</p> <p>13. Akun Instagram @thisgazette selalu membalas jika saya membalas <i>stories</i>-nya.</p>	<i>Ordinal</i>
	Kepercayaan	<p>14. Saya percaya terhadap informasi yang diberikan oleh akun Instagram @thisgazette.</p> <p>15. Akun Instagram @thisgazette memberi saya rasa cukup dalam</p>	<i>Ordinal</i>

		memberikan informasi.	
<i>Connection</i> (X4)	Kedekatan	16. Saya merasa cocok dengan akun Instagram @thisgazette. 17. Akun Instagram @thisgazette membuat nama sapaan untuk para pengikutnya. 18. Akun Instagram @thisgazette selalu menggunakan nama sapaan di setiap postingannya.	<i>Ordinal</i>
	Hubungan	19. Saya merasa terhubung ketika akun Instagram @thisgazette menyapa pengikutnya. 20. Saya merasa cocok dengan nama panggilan yang dibuat oleh akun Instagram @thisgazette.	<i>Ordinal</i>

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Maksud dari pemenuhan kebutuhan informasi pada penelitian ini adalah adanya rasa kesenjangan antara informasi yang ingin diketahui dan yang dimiliki. Untuk itu adanya kebutuhan untuk dapat memenuhi informasi yang ingin diketahui dengan cara mencari informasi yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Tabel 3.3 Pernyataan Variabel Terikat (Y): Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel terikat (Y): Pemenuhan Kebutuhan Informasi		Menurut Khansa (2021) dalam (Effendy, 2000) di dalam teori <i>uses and gratifications</i> terdapat beberapa tujuan pengguna dalam memenuhi kebutuhannya, yaitu: (1) Kebutuhan kognitif, bertujuan untuk memuaskan kebutuhan akan rasa penasaran dan keingintahuan dari pengguna yang bersumber dari informasi ataupun wawasan. (2) Kebutuhan afektif, bertujuan untuk memuaskan kebutuhan yang berhubungan dengan perasaan atau kesenangan yang berasal dari pengalaman pengguna. (3) Kebutuhan integrasi pribadi, bertujuan akan rasa keyakinan atau percaya dan stabilitas emosional untuk mendukung kesejahteraan pribadi pengguna. (4) Kebutuhan integrasi sosial adalah kebutuhan terkait kegiatan berinteraksi sosial dalam keseharian. (5) Kebutuhan pelepas kecemasan, bertujuan sebagai cara untuk mencari hiburan yang membantu mengurangi kegelisahan, beban pikiran, atau sebagai bentuk pelarian.		
	Kebutuhan kognitif	Pengetahuan	21. Akun Instagram @thisgazette memberikan informasi terkini sehingga saya dapat belajar dan mengembangkan pengetahuan. 22. Akun Instagram	Ordinal

		@thisgazette tidak memberikan informasi berupa pengetahuan tentang dunia sekitar.	
Pemecahan Masalah		23. Akun Instagram @thisgazette memecahkan permasalahan yang saya rasakan.	<i>Ordinal</i>
Mengembangkan kreativitas		24. Akun Instagram @thisgazette membuat saya lebih berpikir kreatif	<i>Ordinal</i>
Kebutuhan afektif	Kedekatan emosional	25. Akun Instagram @thisgazette membuat saya dapat <i>update</i> bersama teman/keluarga saya. 26. Saya merasa lebih bisa mengobrol mengenai informasi terbaru setelah melihat akun Instagram @thisgazette. 27. Saya merasa akun Instagram @thisgazette membuat saya lebih dekat dengan teman/keluarga karena	<i>Ordinal</i>

		membahas suatu topik tertentu.	
	Kepuasan	28. Saya merasa bahagia dan puas setelah membaca informasi dari akun Instagram @thisgazette.	<i>Ordinal</i>
Kebutuhan integrasi pribadi	Peran diri	29. Saya merasa akun Instagram @thisgazette sesuai dan cocok dengan kepribadian saya. 30. Saya merasa akun Instagram @thisgazette semakin membentuk peran diri saya. 31. Saya merasa akun Instagram @thisgazette menyajikan informasi selaras dengan pemikiran saya.	<i>Ordinal</i>
	Emosional diri	32. Saya merasa akun Instagram @thisgazette dapat memberi saya emosi yang baik.	<i>Ordinal</i>
Kebutuhan integrasi sosial	Peran di dalam lingkungan	33. Saya merasa setelah membaca informasi dari akun Instagram @thisgazette saya dapat	<i>Ordinal</i>

berinteraksi dengan
teman saya.

34. Saya merasa Akun

Instagram @thisgazette
tidak memberi saya
informasi terkini Saya
merasa setelah membaca
informasi dari akun
Instagram @thisgazette
saya dapat berinteraksi
dengan keluarga saya.

35. Saya merasa setelah

membaca informasi dari
akun Instagram
@thisgazette saya dapat
berinteraksi dengan
keluarga saya

36. Saya merasa Akun

Instagram @thisgazette
membuat saya memiliki
informasi untuk
dibicarakan dengan
keluarga saya.

Kebutuhan pelepas kecemasan	Relaksasi	37. Saya merasa setelah membaca informasi pada akun Instagram @thisgazette bisa mengurangi rasa stress saya. 38. Saya merasa tidak senang setelah membaca informasi dari akun Instagram @thisgazette.	<i>Ordinal</i>
	Kepuasan	39. Saya merasa akun Instagram @thisgazette dapat meningkatkan keterampilan saya. 40. Saya merasa senang setelah membaca informasi pada akun Instagram @thisgazette.	<i>Ordinal</i>

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian Instrumen dilakukan sebelum peneliti membagikan kuesioner kepada responden, pengujian instrumen ini bertujuan guna mengetahui apakah kuesioner yang akan dibagikan sudah valid dan reliabel. Untuk menguji instrumen tersebut dilakukan pengujian uji validitas dan uji reliabilitas memakai aplikasi IBM SPSS versi 23.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui jika instrumen penelitian yang telah dibuat sebelumnya valid. Valid mempunyai arti bahwa alat ukur yang akan dipakai untuk memperoleh dan mengukur data sudah valid, valid adalah bahwa instrumen penelitian bisa dipakai untuk mengambil data (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 230). Pada uji validitas, validitas atau kesahihan data diperiksa dengan membandingkan dua nilai, yaitu r_{hitung}

(*pearson correlation*) dan r_{tabel} . Dua nilai ini digunakan karena nilai r_{tabel} yang digunakan untuk membandingkan dengan nilai r_{hitung} atau koefisien korelasi *Pearson* setiap instrumen memiliki nilai yang berbeda. Keputusan diambil dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan nilai r_{hitung} . Ketika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$, demikian dinyatakan valid. Tetapi, ketika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$, demikian dinyatakan tidak valid. Pada hasil berikut ini merupakan hasil dari uji validitas instrument yang sudah dilakukan sebagai berikut.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	No Butir Item	r-hitung	r-tabel	Pengujian ($r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$)	Kesimpulan
Variabel X: Media Sosial	1	0.704	0.378	$0.378 < 0.704$	Valid
	2	0.496	0.378	$0.378 < 0.496$	Valid
	3	0.541	0.378	$0.378 < 0.541$	Valid
	4	0.562	0.378	$0.378 < 0.562$	Valid
	5	0.509	0.378	$0.378 < 0.509$	Valid
	6	0.672	0.378	$0.378 < 0.672$	Valid
	7	0.769	0.378	$0.378 < 0.769$	Valid
	8	0.802	0.378	$0.378 < 0.802$	Valid
	9	0.689	0.378	$0.378 < 0.689$	Valid
	10	0.454	0.378	$0.378 < 0.454$	Valid
	11	0.547	0.378	$0.378 < 0.547$	Valid
	12	0.575	0.378	$0.378 < 0.575$	Valid
	13	0.482	0.378	$0.378 < 0.482$	Valid
	14	0.650	0.378	$0.378 < 0.650$	Valid
	15	0.548	0.378	$0.378 < 0.548$	Valid
	16	0.601	0.378	$0.378 < 0.601$	Valid
	17	0.678	0.378	$0.378 < 0.678$	Valid
	18	0.664	0.378	$0.378 < 0.664$	Valid
	19	0.753	0.378	$0.378 < 0.753$	Valid
	20	0.871	0.378	$0.378 < 0.871$	Valid
Variabel Y: Kebutuhan Informasi	21	0.478	0.378	$0.378 < 0.478$	Valid
	22	0.419	0.378	$0.378 < 0.419$	Valid
	23	0.445	0.378	$0.378 < 0.445$	Valid
	24	0.584	0.378	$0.378 < 0.584$	Valid
	25	0.582	0.378	$0.378 < 0.582$	Valid
	26	0.678	0.378	$0.378 < 0.678$	Valid
	27	0.788	0.378	$0.378 < 0.788$	Valid
	28	0.653	0.378	$0.378 < 0.653$	Valid
	29	0.645	0.378	$0.378 < 0.645$	Valid

30	0.766	0.378	$0.378 < 0.766$	Valid
31	0.687	0.378	$0.378 < 0.687$	Valid
32	0.709	0.378	$0.378 < 0.709$	Valid
33	0.667	0.378	$0.378 < 0.667$	Valid
34	0.403	0.378	$0.378 < 0.403$	Valid
35	0.806	0.378	$0.378 < 0.806$	Valid
36	0.742	0.378	$0.378 < 0.742$	Valid
37	0.857	0.378	$0.378 < 0.857$	Valid
38	0.552	0.378	$0.378 < 0.552$	Valid
39	0.700	0.378	$0.378 < 0.700$	Valid
40	0.653	0.378	$0.378 < 0.653$	Valid

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Pada jumlah 40 pernyataan yang tersusun oleh masing-masing 20 pernyataan untuk tiap variabel. Untuk variabel (X) media sosial dan variabel (Y) kebutuhan informasi. Dalam instrumen hasil uji validitas *product moment* di atas menunjukkan bahwa 40 butir soal valid atau seluruh butir soal dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (dalam Farih, dkk., 2019, hlm. 50) menyebutkan uji reliabilitas ini dilakukan guna mengukur ketetapan jawaban oleh responden ketika menjawab pernyataan-pernyataan yang dipakai ketika mengukur suatu variabel. Instrumen yang reliabel memiliki arti ketika dipakai secara berulang-ulang akan membuat hasil yang tetap (Sugiyono & Lestari, 2021, hlm. 230). Pada Uji reliabilitas dapat digunakan metode *Cronbach's Alpha* yaitu, ketika hasil koefisien yang diperoleh melebihi 0.60 atau >0.60 , instrumen penelitian tersebut bersifat reliabel. Begitupun, jika koefisien yang diperoleh kurang 0.60 atau <0.60 , maka instrument pada penelitian tersebut dinyatakan tidak reliabel (Darmawan, 2016, hlm. 180).

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Critical r	Kategorisasi
Variabel X (Media Sosial)	0.754	berada di atas 0.60	Reliabel
Variabel Y (Kebutuhan Informasi)	0.755	berada di atas 0.60	Reliabel
Variabel X dan Y	0.751	berada di atas 0.60	Reliabel

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Pada hasil uji berikut didapatkan *Cronbach's Alpha* yaitu 0.754 untuk variabel X Media Sosial, 0.755 untuk variabel Y Kebutuhan Informasi dan 0.751 untuk variabel X dan Y. Oleh karena itu, bisa dinyatakan jika variabel X dan variabel Y pada instrument penelitian ini reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Peneliti memakai analisis data deskriptif untuk menganalisis data dengan memakai cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul (Muhson, 2006). Terdapat tahapan dalam analisis data deskriptif yaitu penentuan kriteria kategorisasi, menghitung nilai statistiknya dan kemudian mendeskripsikannya. Langkah awal yaitu menentukan kriteria kategorisasi dalam penelitian ini dihitung dengan rumus:

Tabel 3.6 Rumus Kriteria Kategorisasi

Kategorisasi	Rumus
Tinggi	$X > \text{Rata-rata} + \text{Simpang Baku}$
Sedang	$\text{Rata-rata} - \text{Simpang Baku} \leq X \leq \text{Rata-rata} + \text{Simpang Baku}$
Rendah	$X < \text{Rata-rata} - \text{Simpang Baku}$

(Sumber: Kusnedi, 2017)

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Guna memastikan sebuah data mempunyai distribusi normal, maka dilakukan uji normalitas. Hal ini dilakukan guna memastikan jika data yang sudah diperoleh yang nantinya dianalisis memiliki distribusi normal atau sebaliknya (Sinambela, 2014, hlm. 223). Menurut Ghozali (dalam Farih, dkk., 2019, hlm. 51) Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dalam model mempunyai distribusi yang normal. Distribusi normal pada variabel pengganggu dalam analisis regresi diperlukan, karena variabel yang diteliti dianggap memiliki distribusi normal, dan data dianggap mempunyai distribusi normal ketika:

1. Signifikansi > 0.05 , data dianggap mempunyai distribusi yang normal
2. Signifikansi < 0.05 , data dianggap mempunyai distribusi yang tidak normal.

3.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas harus diujikan juga disamping uji normalitas, hal ini diujikan guna mengetahui homogenitas dari sampel yang sudah diperoleh (Sinambela, 2014, hlm. 227). Tujuan dari uji homogenitas yaitu guna mengetahui bahwa data yang didapatkan bersifat homogenitas. Data dianggap bersifat homogenitas ketika:

1. Signifikansi > 0.05 , data dianggap berasal dari kelompok yang homogen
2. Signifikansi < 0.05 , data dianggap berasal dari kelompok yang tidak homogen.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan apakah terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam penelitian maka uji heteroskedastisitas dilakukan, yaitu apakah terdapat perbedaan dalam hasil nilai residu yang diperoleh. Menurut Ghazali (dalam Farih, dkk., 2019, hlm. 51) Uji heteroskedastisitas menentukan apakah varians residual berubah antara pengamatan dalam model regresi. Jika varians residual sama saat pengamatan, maka terindikasi homoskedastisitas; sebaliknya, maka terindikasi heteroskedastisitas. Model yang diharapkan yaitu model secara homoskedastisitas, sementara heteroskedastisitas dianggap tidak diinginkan. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, digunakan metode grafik *scatterplot*. Jika titik-titik data berkelompok dalam satu area kemudian menyebar di sekitar angka nol, di bawah, atau di atas, berarti tidak ada heteroskedastisitas. Kemudian data dianggap tidak terdeteksi heteroskedastisitas ketika:

1. Signifikansi > 0.05 , data dianggap tidak terdeteksi heteroskedastisitas.
2. Signifikansi < 0.05 , data dianggap terdeteksi heteroskedastisitas.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda menunjukkan bagaimana variabel bebas dan variabel terikat berhubungan (Sinambela, 2014, hlm. 817). Menurut Burhan (2010, hlm. 222) rancangan uji regresi memiliki tujuan guna menguji bagaimana pengaruh dari media sosial Instagram sebagai variabel X (*Context, Communication, Collaboration, Connection*) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi variabel Y. Dengan memakai rumus sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4$$

Uraian:

Y : Pemenuhan Kebutuhan Informasi

β_0 : Konstanta regresi

B_i : Koefisien regresi X_i

X_{ij} : *Context, Communication, Collaboration, dan Connection* akun @thisgazette

3.9.2 Uji F

Dalam Darmawan (2016, hlm. 180) Uji simultan, juga dikenal sebagai uji F, yang dipakai untuk menentukan terdapat atau tidak hubungan yang searah antara variabel dalam populasi sampel atau apakah ada korelasi multiple (R) nol. Dengan melihat nilai F pada tabel ANOVA dengan tingkat signifikansi 95%, atau 0.05, keputusan dibuat. Uji F memiliki ketentuan berikut (Ghozali, 2016):

1. Signifikansi < 0.05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$, hasilnya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut menyebutkan jika variabel dependen diberikan pengaruh dengan bersamaan oleh variabel independen.
2. Signifikansi > 0.05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$, hasilnya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal tersebut menyebutkan jika variabel dependen tidak dipengaruhi secara bersamaan oleh variabel independen.

3.9.3 Uji T

Uji parsial atau uji T, ini digunakan guna mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yaitu media sosial Instagram @thisgazette, memengaruhi kebutuhan informasi pengikut. Untuk membuat keputusan, nilai t hitung dan t tabel dilihat guna memutuskan dasar pengambilan keputusan. Kriteria berikut digunakan untuk menentukan keputusan (Ghozali, 2016):

1. Signifikansi < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, hasilnya H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Signifikansi > 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, hasilnya H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.9.4 Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y maka dilakukan uji koefisien determinasi dan adjusted R^2 . Untuk menentukan nilai R Square memakai koefisien determinasi dengan memakai rumus seperti di bawah.

$$\text{Koefisien Determinasi} = R \text{ square} \times 100\%$$

Sedangkan sisanya dapat dihitung dengan $(1 - R^2)$ diberikan pengaruh dari faktor lainnya di luar dari variabel dalam penelitian ini.

3.10 Prosedur Penelitian

Dalam Darmawan (2020, hlm. 11) menjelaskan bahwa prosedur penelitian adalah berbagai proses yang harus dikerjakan ketika menjalankan suatu penelitian. Prosedur penelitian ini memiliki proses-proses sebagai berikut:

a. Mendefinisikan Masalah dan Merumuskannya

Saat mendefinisikan masalah harus jelas sisi keluasaannya dan kedalamannya.

b. Melakukan Studi Kepustakaan

Untuk mencari dan menemukan teori-teori yang terdapat pada buku teks atau bisa juga terdapat pada penelitian yang lain.

c. Merancang Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang mempunyai sifat sementara mengenai fenomena yang akan diteliti. Hipotesis juga mempunyai manfaat guna membantu peneliti dalam mengarahkan jalan pikirannya untuk bisa memperoleh hasil penelitiannya.

d. Menentukan Desain Penelitian

Menentukan desain penelitian bertujuan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat untuk bisa mendapatkan data pada penelitian. Mulai dari perumusan masalah, pemilihan metode untuk mengumpulkan hingga saat menganalisis data.

e. Mengambil Data

Penelitian ini mendapatkan data dengan membagikan kuesioner terhadap 128 responden yaitu pengikut akun Instagram @thisgazette.

f. Mengolah Data serta Menyajikan Informasi

Setelah selesai mendapatkan data maka langkah selanjutnya yaitu mengolah data tersebut. Informasi yang ada bisa lebih mudah dimengerti dan dapat dianalisis lebih dalam seperti dalam bentuk grafik, tabel, dan lainnya.

g. Menganalisis Data dan Menginterpretasikannya.

Setelah data selesai diolah selanjutnya dianalisis dan interpretasikan secara lebih jelas. Data yang telah diperoleh dapat digabung dengan penjelasan teori yang digunakan

h. Membuat Kesimpulan

Kesimpulan dibuat untuk merangkum dan membuat poin dari hasil pembahasan.

i. Membuat Laporan

Tahap terakhir adalah membuat laporan. Laporan dibuat secara jelas dan sistematis.