BAB III
METODELOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Peneliti memilih untuk menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif dalam menjalankan studi yang akan dipelajari. Dalam penelitian kuantitatif, berbagai peserta yang dibentuk diberikan kuesioner penelitian untuk diisi guna mengkaji data statistik melalui penyelidikan lapangan. Untuk memenuhi kebutuhan penelitian maka desain penelitian dijadikan sebagai landasan dalam melaksanakan penelitian. Penelitian kuantitatif dapat mencakup berbagai macam teknik, antara lain korelasi, penelitian eksperimental yang menggunakan teknik korelatif, dan teknik deskriptif (Darmawan, 2013:37).

Penelitian ini menjadi contoh prosedur korelasional, yang mencakup pemeriksaan hubungan antara variabel yang diteliti, khususnya jika ada dua atau lebih variabel yang terlibat. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk memastikan apakah materi promosi Tinder memengaruhi minat mahasiswa dalam memanfaatkan layanan kencan daring.

3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Kajian ini akan menggunakan metodologi korelasional dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data utama. Menemukan hubungan diantara dua atau lebih gejala atau faktor ialah tujuan penelitian yang menggunakan pendekatan korelasional (Rahmadi, 2011:14). Dengan tujuan untuk menentukan apakah variabel bebas (X), konten iklan Tinder di YouTube, memiliki dampak terhadap variabel terikat (Y), minat menggunakan aplikasi kencan daring, pendekatan ini dipilih karena signifikansinya terhadap penelitian. Mahasiswa yang menonton iklan aplikasi Tinder di YouTube dan menggunakan layanan kencan daring sebagai akibat dari melihat iklan Tinder di YouTube akan menjadi salah satu responden dalam penelitian ini. Pengambilan sampel secara purposive digunakan untuk memilih sampel.

3.2.2 Pendekatan Penelitian

Untuk memperdalam pemahaman teoretis dan memberikan penjelasan terhadap fenomena sosial, penelitian ilmiah sangatlah penting. Kajian ilmiah dikembangkan dengan

Nauval Halim Habibi, 2024
PENGARUH KONTEN IKLAN TINDER PADA ADS YOUTUBE TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI KENCAN ONLINE
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggunakan metodologi penelitian, yang memungkinkan dilakukannya analisis tertentu berdasarkan metodologi peneliti (André Queirós, Daniel Faria, 2017:383). Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kuantitatif untuk menjelajahi hubungan antara minat dalam menggunakan aplikasi kencan online dan isi dari materi iklan. Pendekatan kuantitatifadalah metode yang digunakan oleh peneliti karena keberpihakan lebih ke arah obyektivitas dan kepastian. Ketika mengatasi masalah atau memverifikasi teori tertentu untuk mengembangkan kerangka kerja yang luas, metode kuantitatif memerlukan pengumpulan, evaluasi, dan penyajian informasi menggunakan nilai numerik atau jumlah yang ditentukan secara tidak memihak (Duli, 2019:3). Tujuan utama penelitian kuantitatif adalah menggunakan statistik seperti rata-rata, median, modus, deviasi standar, dan seterusnya untuk mengkarakterisasikan sifat-sifat variabel.

Pertanyaan dan pernyataan yang membentuk struktur penelitian kuantitatif didasarkan pada rumusan numerik penelitian dan realitas sosial. Metode penelitian korelasional dipilih untuk memeriksa korelasi antara variabel terikat, yaitu minat dalam penggunaan program kencan online, dan variabel bebas, yaitu konten iklan. Secara esensial, penelitian korelasional merupakan pendekatan eksplorasi yang membantu mengidentifikasi hubungan apa pun antara dua variabel atau lebih. (André Queirós, Daniel Faria, 2017:381). Temuan-temuan ini diperkirakan akan membantu membangun landasan pengetahuan yang memungkinkan terciptanya prakiraan, penjelasan, dan metode untuk mengelola suatu masalah. Untuk menjamin reliabilitas, penelitian kuantitatif menggunakan alat ukur yang sesuai (Duli, 2019:15).

3.3 Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian

Lokasi, waktu, dan partisipan penelitian ini bertempat di Kota Bandung dengan waktu penelitian ini dimulai sejak pengerjaan proposal yaitu 4 bulan. Dengan mengingat partisipan pada penelitian ini yaitu mahasiswa yang melihat iklan kencan *online* Tinder di YouTube dan menggunakan nya.

3.4 Objek dan Subjek Penelitian

Sasaran penelitian inilah yang menjadi pusat penelitian ini secara umum untuk dijadikan objek penelitian yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai tujuan penelitian (Satibi dalam Nabilla, 2020, hlm. 29). Penelitian ini melihat bagaimana iklan YouTube yang menampilkan komponen (X1) Perhatian, (X2) Minat, (X3) Keinginan, dan (X4) Tindakan pada variabel (Y) minat memanfaatkan aplikasi kencan online dipengaruhi oleh konten iklan Tinder.

Subjek dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi YouTube yang melihat konten iklan Tinder di YouTube dengan tujuan untuk mencari jodoh atau teman baru. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi kencan *online* Tinder dengan tujuan mencari pasangan hidup atau teman baru.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1 Populasi Penelitian

Para ilmuwan memperoleh data dari populasi, yang merupakan kelompok atau unit yang cukup besar (Stephen M. Croucher, 2015:93). Subjek penelitian ini adalah siswa yang rutin menggunakan Tinder. Sugiyono (2012:82) melaporkan bahwa stratifikasi proporsional dan pengambilan sampel acak digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan sampel acak adalah strategi pengambilan sampel yang digunakan ketika populasi terdiri dari individu-individu yang tidak homogen atau yang terstratifikasi secara proporsional.

Menciptakan sampel obyektif yang paling mirip dengan populasi adalah tujuan pengambilan sampel, sehingga memungkinkan peneliti menarik kesimpulan tentang populasi secara keseluruhan dari sampel. Sugiyono (2017:82) Alasan teknik dasar pengambilan sampel acak mudah dilakukan adalah karena teknik ini menggunakan pemilihan acak untuk memilih anggota sampel dari populasi, dengan mengabaikan persamaan atau standar apa pun yang ada dalam populasi.

Jika orang-orang dalam suatu populasi dianggap homogen, maka pendekatan ini digunakan. Kesimpulan tentang perilaku populasi yang diambil dari analisis suatu sampel dikenal dengan istilah generalisasi (Stephen M. Croucher, 2015:93). Partisipan penelitian ini adalah para akademisi dari perguruan tinggi negeri dan swasta di Bandung. Data mengenai kota-kota paling kaya akan universitas di Jawa Barat yaitu di kota Bandung. Dilansir dari laman jatimnetwork.com Berikut data perguruan tinggi terbanyak di Jawa Barat di bawah Kemendikbud Ristek yang dilansir JatimNetwork.com dari Buku Jawa Barat Dalam Angka 2022 Kota Bandung memiliki 98 perguruan tinggi, diantaranya terdapat 5 perguruan tinggi negeri dan 93 perguruan tinggi swasta.

Peneliti ingin mengumpulkan informasi dari mahasiswa di perguruan tinggi negeri dan swasta untuk digunakan sebagai sampel penelitian. Partisipan dalam penelitian ini meliputi mahasiswa dari beberapa institusi di kota Bandung.

3.5.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2015:118) mendefinisikan sampel sebagai himpunan bagian yang memiliki beberapa kesamaan dengan ciri-ciri populasi yang lebih besar. Sampel dapat digunakan untuk mengamati dan mengukur populasi secara keseluruhan. Responden sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Bandung, dan peneliti telah menetapkan kriteria pemilihan untuk mereka. Perlu menghitung ukuran sampel yang tepat yang diperlukan untuk mendukung penelitian dengan melihat kelompok-kelompok yang relevan dengan penelitian. Albers (2017:25)

Berdasarkan alasan di atas, maka peneliti melihat beberapa prasyarat untuk penelitian ini, antara lain:

1. Mahasiswa aktif yang menggunakan aplikasi YouTube.
2. Mahasiswa aktif semester 1-8 yang berkuliah di Perguruan Tinggi Swasta dan Negeri di kota Bandung.
3. Pernah melihat *Ads* atau konten iklan Tinder YouTube.
4. Remaja akhir / dewasa awal

Perhitungan diperlukan untuk menetapkan ukuran sampel yang tepat yang diperlukan untuk mendukung suatu penelitian dengan memeriksa kelompok yang relevan dengan penyelidikan (Albers, 2017:25)

Pengguna aktif Tinder menurut hasil survei *Rakuten Insight* dan Databoks.katadata.co.id mengungkapkan bahwa 57,6% responden Indonesia menggunakan aplikasi kencan daring Tinder pada September 2020. Namun disini peneliti ingin meneliti mahasiswa di kota Bandung yang dimana dilansir dari laman JatimNetwork.com dari Buku Jawa Barat Dalam Angka 2022 Kota Bandung memiliki 98 perguruan tinggi, diantaranya terdapat 5 perguruan tinggi negeri dan 93 perguruan tinggi swasta menggunakan aplikasi Tinder tersebut, yaitu pada mahasiswa aktif semester 1-8 yang berkuliah di kota Bandung.

Menurut Darmawan (2013), dalam pemilihan sampel pada populasi penelitian, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel menurut dasar-dasar pengambilan sampel acak. Rumus Slovin dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel. Secara khusus:

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

Gambar 3. 1 Rumus Slovin

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e: Tingkat toleransi (10% atau 0,1 untuk populasi di jumlah besar)

Diketahui:

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

$$n = \frac{1.200}{1 + (1.200 \times (0{,}1)^2)}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + (1.200 \times 0{,}1)}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + (12)}$$

$$n = \frac{1.200}{13}$$

$n =$ 92,3076923077 dibulatkan menjadi 100

Dengan menggunakan rumus Slovin, perhitungan menghasilkan jumlah sampel (n) sebesar 99,9993827, dibulatkan ke bilangan bulat terdekat (100). Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 100 sampel, yang ditentukan dengan menghitung rumus Slovin.

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang diambil oleh peneliti sebanyak 100 mahasiswa. Berjenis kelamin wanita maupun pria. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner yang dilakukan secara daring.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Karena tujuan pengukuran adalah untuk menyediakan data kuantitatif yang akurat, setiap instrumen memerlukan skala. Untuk memastikan bahwa alat ukur menghasilkan data kuantitatif saat digunakan untuk pengukuran, skala pengukuran digunakan untuk menghitung panjang dan

pendeknya interval. Di antara alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian meliputi kuesioner, skala pengukuran, observasi daring, dan tinjauan pustaka.

3.6.1 Kuesioner Penelitian

Responden secara sengaja menyusun serangkaian pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab sebagai bagian dari kuesioner, yang merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data (Rahmadi, 2011: 84). Berbagai jenis survei generik sering digunakan dalam penelitian, termasuk kuesioner. Menurut Darmawan (2013: 160), penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, Ini berarti bahwa dari serangkaian pertanyaan, responden diminta untuk memilih satu atau lebih kemungkinan jawaban yang diberikan oleh peserta studi.

Penelitian ini dilakukan secara online karena peneliti merasa metode ini lebih efektif dan efisien. Tujuan para peneliti adalah menggunakan kuesioner online untuk memproses data secara real time, yang lebih hemat biaya dan terukur, dengan kemungkinan margin kesalahan yang kecil. Hal ini juga akan menghemat waktu dalam penelitian, analisis data, dan pengambilan kesimpulan, serta memastikan tanggapan jujur dari peserta.

Dalam penelitian lapangan, skala pengukuran digunakan untuk menguatkan temuan. Menurut Ardial (2015), proses pengembangan skala sebenarnya adalah cara untuk terus-menerus mengorganisasikan berbagai hal guna mengukur data hasil pengukuran suatu variabel. Paradigma Likert dengan skala interval digunakan dalam penelitian ini oleh peneliti. Nilai positif dan negatif diberikan pada skala Likert dengan rentang 1 hingga 4. Sugiyono (2010:93) menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengevaluasi sikap, keyakinan, dan pemahaman masyarakat terhadap isu sosial.

Skala Likert merupakan instrumen pilihan untuk penelitian ini. Menurut Sugiyono (2015:134), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang isu sosial. Dengan menggunakan skala ini, variabel yang akan dievaluasi direduksi menjadi indikator, yang berfungsi sebagai dasar untuk pembuatan item instrumen, yang dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan. Setiap item yang berkaitan dengan instrumen tertentu dapat dinilai oleh responden pada skala Likert yang berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif.

Tabel 3. 1 Kriteria Bobot Nilai Pernyataan

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

3.6.2 Observasi *Online*

Guna melengkapi data, pengumpulan data dikerjakan menggunakan teknik observasi online, dimana peneliti akan mencari segala sesuatu hal yang berkaitan dengan aplikasi kencan online termasuk mendownload aplikasi kencan online tersebut yaitu Tinder dan menggunakan YouTube sebagai platform utama guna memancing sang pengiklan dengan strategi SEO (Search Engine Optimization) serta SEM (Search Engine Marketing) ini merupakan teknik marketing nya bekerja pada perusahaan tersebut agar muncul *ads* Tinder di YouTube.

3.6.3 Studi Kepustakaan

Tinjauan literatur mencari bukti ilmiah untuk mendukung informasi yang ditemukan dalam buku-buku tentang berbagai topik termasuk komunikasi pembangunan, persepsi, dan teori komunikasi. referensi yang diperoleh dari publikasi tentang subjek penelitian. Selain itu, literatur penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini dimasukkan dalam studi literatur lainnya.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk setiap proyek penelitian empiris, penting untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Tujuan utama penelitian kuantitatif adalah melakukan analisis objektif dan memperoleh temuan terukur dari sampel populasi. Memutuskan data mana yang akan dikumpulkan dan bagaimana menilainya merupakan bagian penting dalam mencapai kesimpulan yang dapat diandalkan dan kredibel (Albers, 2017:220). Studi ini menilai kemungkinan hubungan antara kedua variabel menggunakan teknik analisis kuantitatif, khususnya analisis regresi linier. Data dikumpulkan dengan cara yang tidak bias dan sistematis.

Pada akhirnya, analisis data numerik dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam format Gform (Google Form) secara online, dan juga melalui observasi online terhadap siswa yang telah melihat iklan Tinder di YouTube dan kemudian berinteraksi dengan platform tersebut.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Untuk setiap penyelidikan empiris, prosedur pengumpulan dan analisis data sangat penting. Dengan menggunakan sampel populasi, penelitian kuantitatif bertujuan untuk menghasilkan hasil yang objektif dan terukur. Menemukan hasil yang dapat dipercaya dan konsisten bergantung pada pemilihan data yang tepat untuk dikumpulkan dan metode analisis yang digunakan (Albers, 2017:220). Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan apakah kedua variabel tersebut terhubung dengan menerapkan analisis regresi linier, sebuah teknik analisis kuantitatif.

Metode yang adil dan sistematis digunakan untuk mengumpulkan data. Pada akhirnya, data numerik dianalisis secara statistik menggunakan program seperti SPSS versi 25. Saat mengevaluasi hubungan bivariat antara dua variabel untuk tujuan analisis korelasi, perangkat lunak statistik SPSS versi 25 dapat digunakan untuk menjalankan uji Korelasi Pearson atau uji Korelasi Rank Spearman. dengan mudah. Analisis statistik yang efektif sangat penting bagi peneliti untuk menghasilkan data yang andal dan akurat yang dapat menjelaskan secara memuaskan pencapaian tujuan penelitian yang direncanakan, seperti yang ditunjukkan oleh (Hanafi & Fadilah, 2017:19).

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Metode Analisis Data Deskriptif

Karena pendekatan analisis deskriptif kuantitatif sejalan dengan tujuan peneliti, yaitu memberikan gambaran umum tentang masalah yang diteliti, pendekatan tersebut digunakan oleh peneliti. Untuk memperbaiki struktur temuan penelitian, sampel yang dipilih harus mewakili populasi yang telah ditentukan sebelumnya (Darmawan, 2013:49).

Menetapkan kriteria klasifikasi adalah langkah pertama dalam proses analisis data. Dengan menghasilkan nilai statistik deskriptif untuk mengkarakterisasi variabel yang diteliti maka akan dapat dipastikan temuannya (Kusnendi, 2019:11). Pendekatan ini digunakan penulis untuk mendeskripsikan informasi yang diperoleh dari lapangan. Darmawan (2013:49) menjelaskan bahwa pendekatan ini dimanfaatkan untuk mengkarakterisasi atau mengkarakterisasi informasi yang telah dikumpulkan dari penulis. Namun, metode ini hanya dapat digunakan untuk mendeskripsikan temuan data, bukan untuk mengetahui pengaruh di antara variable penelitian. Berikut merupakan kriteria kategorisasi dalam analisis deskriptif:

$x > (\mu + 1{,}0\sigma)$: Tinggi

$(\mu - 1{,}0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1{,}0\sigma)$: Moderat atau sedang

$X < (\mu - 1{,}0\sigma)$: Rendah

Keterangan:

X = Skor empiris

μ = rata-rata teoritis = (skor min + skor maks)/2

σ= simpangan baku teoritis = (skor maks – skor min)/6

3.9.2 Distribusi Frekuensi

Data dari variabel harus ditransformasikan menjadi data ordinal dengan persyaratan skala yang diperlukan untuk menghitung distribusi frekuensi (Kusnaedi 2019:28). Tabel berikut menunjukkan pembagian skala: Satu menunjukkan rendah, dua menunjukkan sedang, dan tiga menunjukkan tinggi.

Kategori	Nilai
Tinggi	**3**
Moderat/sedang	**2**
Rendah	**1**

Sumber: (Kusnaedi, 2017, hlm. 6)

Tabel 3. 2 Distribusi Frekuensi

3.10 Definisi Operasional Variabel

3.10.1 Variabel Penelitian

Sarwono & Sarlito W (2017) mendefinisikan variabel operasional sebagai variabel yang telah ditemukan dan diukur secara cermat menggunakan indikator aktual dan teramati. Variabel operasional yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Jika suatu variabel dapat mempengaruhi atau memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (Y), yang nilainya diduga dipengaruhi oleh variabel bebas (X), maka variabel tersebut dikatakan independen. Penelitian ini mengkaji bagaimana kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi kencan daring dipengaruhi oleh iklan YouTube yang menyediakan informasi terkait kencan daring.

Variabel X (*Independen)* dan variable Y (*dependen*) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel yang bersifat bebas (*independen*)

   Variabel prediktor, stimulus, atau anteseden merupakan istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan variabel independen (X). Variabel independen dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Menurut Arikunto, variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan perubahan pada variabel dependen (Arikunto & Suharsimi, 2010).

2. Variabel yang bersifat terikat (*dependen)*

   Dalam konteks penelitian pendidikan, variabel dependen adalah variabel yang muncul sebagai akibat dari perubahan atau pengaruh faktor independent (Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, 2011).

3.10.2 Operasionalisasi Variabel

Konten iklan didefinisikan oleh Kotler dkk. (2019:119) sebagai iklan baru, yang menjadikannya variabel independen (X). Taktik pemasaran yang dikenal sebagai "pemasaran konten" adalah memproduksi, memilih, menyebarluaskan, dan mempromosikan informasi yang menarik bagi audiens tertentu dan menghasilkan percakapan tentangnya.

Variabel Terikat (Y): Menurut Crow Abror (1993), tujuan untuk minat dalam memanfaatkan dan keinginan untuk memanfaatkan. Niat seseorang untuk memanfaatkan teknologi tertentu mengacu pada motivasi dan kecenderungan mereka untuk menggunakannya, terutama ketika mempertimbangkan penggunaan bahasa dan perilaku lainnya.

Dalam penelitian Davis dkk (1989) disebutkan bahwa *intention to use* merujuk pada keinginan individu untuk terlibat dalam suatu perilaku tertentu yang dianggap pantas. Widyapraba dkk. (2016) mendefinisikan niat untuk menggunakan sebagai pola pikir atau tindakan yang condong ke arah pemanfaatan suatu teknologi. Minat penggunaan didefinisikan oleh Ahmadi (2009) sebagai insentif pengguna untuk memanfaatkan suatu sistem, yang menghasilkan kecenderungan perilaku untuk merasa aman dan terus menggunakan sistem tersebut. Jogiyanto (2007) mendefinisikan minat penggunaan sebagai motivasi atau keinginan yang kuat bagi seseorang untuk terlibat dalam tindakan tertentu.

Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Skala
Variabel (X).	Attention	Pesan yang	• Saya memperhatikan	Skala

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Skala
Menurut Kotler (2011:157), konten iklan memiliki tujuan untuk menciptakan pemahaman akan pentingnya suatu produk atau layanan, membantu meyakinkan pelanggan untuk membelinya, dan membedakan produk atau layanan tersebut dari yang lain.		disampaikan dalam iklan	bentuk pesan yang terdapat di dalam iklan YouTube yaitu Tinder. • Saya menangkap maksud iklan Tinder. • Menurut saya, pesan yang disampaikan oleh Tinder relevan dengan isi konten tersebut yaitu untuk mencari pasangan.	Likert
		Frekuensi penayangan iklan	• Saya melihat iklan tersebut lebih dari satu kali.	
		Visualisasi Iklan	• Saya tertarik dengan visualisasi konten iklan yang ditampilkan oleh Tinder. • Elemen-elemen visual seperti gambar, teks, dan elemen grafis disusun dalam bingkai iklan Tinder menarik perhatian saya.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Skala
	Interest	Efektivitas media yang digunakan	• Menurut saya, iklan yang dilakukan oleh Tinder pada media YouTube cukup efektif.	
		Persepsi konsumen mengenai produk setelah iklan ditampilkan	• Setelah melihat iklan Tinder, saya menganggap bahwa aplikasi Tinder membantu saya untuk mecari pasangan.	
		Kejelasan pesan	• Menurut saya, pesan dari konten iklan Tinder sudah jelas.	
	Desire	Perolehan informasi dari iklan	• Keinginan saya untuk memperoleh informasi tentang aplikasi Tinder terpenuhi.	
		Minat konsumen akan iklan	• Saya melihat iklan Tinder karena sebelumnya saya berminat untuk mencari pasangan atau teman baru • Saya berminat untuk mengkonsumsi segala jenis iklan tentang aplikasi Tinder.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Skala
		Kepercayaan konsumen akan produk	• Saya percaya bahwa iklan Tinder di YouTube mendorong saya untuk menggunakan aplikasi tersebut • Saya percaya bahwa aplikasi Tinder membantu saya dalam mencari pasangan	
	Action	Keyakinan untuk membeli produk	• Saya yakin untuk mendownload aplikasi Tinder setelah melihat konten iklan tersebut	
		Kecendrungan akan melakukan pembelian	• Saya sepertinya akan lebih cenderung mendownload aplikasi kencan online Tinder dibandingkan yang lain • Saya cenderung lebih suka dan tertarik dengan konten iklan aplikasi Tinder	
		Kesusaian produk berdasarkan iklan	• Menurut saya aplikasi Tinder sesuai dengan iklan yang ditampilkan yaitu mencari pasangan • Saya akan mendownload aplikasi Tinder karena produk yang di iklankan sesuai dengan keinginan	

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Skala
			saya	
Variabel (Y) Menurut Rahmat (2018:161), variabel (Y) minat adalah kondisi di mana seseorang menunjukkan ketertarikan pada suatu hal, yang disertai oleh dorongan untuk memahami, memiliki, mempelajari, dan mencoba. Seseorang mengembangkan minat pada suatu objek atau aktivitas setelah mempelajari lebih lanjut tentangnya dan menjadi terlibat secara emosional di dalamnya. Minat pada akhirnya dibentuk oleh	Internal	Ketertarikan pada obyek minat	• Menurut saya, cerita dan narasi konten iklan Tinder merangsang rasa ingin tahu dan minat saya untuk mengetahui lebih lanjut tentang aplikasi tersebut • Saya tertarik untuk menggunakan aplikasi Tinder • Menurut saya, konten iklan Tinder di YouTube membangkitkan rasa percaya diri atau keyakinan saya untuk menggunakan aplikasi tersebut guna mencari pasangan.	Skala Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Skala
lingkungan tempat seseorang berada.				
		Kebutuhan	• Saya berminat untuk menggunakan aplikasi kencan online Tinder karena saya membutuhkan pasangan.	
		Kecenderungan untuk menggunakan	• Saya akan menggunakan aplikasi Tinder secara terus-menerus	
		Keingintahuan	• Saya ingin tahu apakah iklan Tinder di YouTube tersebut benar untuk mendapatkan pasangan dengan mudah	
		Minat menggunakan situs sesegera mungkin	• Saya berminat menggunakan aplikasi kencan *online* Tinder karena aplikasi ini telah banyak digunakan oleh orang lain.	
	Eksternal	Teman	• Saya banyak mengetahui tentang aplikasi Tinder dari teman saya • Teman saya merekomendasikan aplikasi Tinder sebagai aplikasi	

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen	Skala
			untuk mencari pasangan.	
		Keadaan	• Menurut saya, saya menggunakan aplikasi Tinder ini untuk mengikuti tren sosial karena aplikasi kencan online seperti Tinder sedang populer atau mendapatkan perhatian dalam masyarakat saat ini.	
		Media lain	• Saya menggunakan aplikasi Tinder karena terpengaruh oleh media lain selain iklan di YouTube.	

3.11 Pengujian Instrumen Penelitian

Semua komponen peralatan penelitian yang akan dievaluasi dan digunakan sebagai instrumen pengukuran yang tepat harus menjalani pengujian ekstensif. Untuk mencapai persyaratan tersebut, instrumen penelitian perlu lulus penilaian validitas dan reliabilitas. Instrumen data ini akan dinilai dengan tepat, dan saat menilai tanggapan, tidak akan ada ketidakpastian atau kesalahpahaman dalam menguji data yang disajikan.

3.11.1 Uji Validitas

Untuk menentukan apakah instrumen penelitian memadai untuk mengukur kerangka penelitian, dilakukan uji validitas. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, 40 responden berpartisipasi dalam uji validitas penelitian ini. Pernyataan dianggap benar jika nilai r hitung lebih tinggi dari nilai r tabel. Berikut rumusnya:

$$r_{xy} = \frac{\mathrm{N}\sum\mathrm{XY} - (\sum\mathrm{X})(\sum\mathrm{Y})}{\sqrt{(\mathrm{N}\Sigma\mathrm{X}^2 - (\Sigma\mathrm{X})^2)(\mathrm{N}\Sigma\mathrm{Y}^2 - (\Sigma\mathrm{Y})^2)}}$$

Penjelasan:

r = Koefisien Korelasi

$\sum x$ = Jumlah skor tiap butir nomor

$\sum y$ = Jumlah skor total butir pertanyaan

N = Total responden

Hasil yang didapat dari nilai r peneliti dibandingkan dengan nilai r dengan α = 10% atau butir 0,5. Butir pertanyaan instrumen yang dapat dikatakan valid bila:

$r^{hit} > r^{tab}$

Dimana:

r^{hit} = Koefisien korelasi yang didapat melalui hitungan

r^{tab} = Nilai r pada α yang digunakan

Apabila data yang dikumpulkan benar-benar mewakili data sebenarnya dari objek penelitian, maka keabsahan temuan penelitian dapat terjamin. Untuk menilai validitasnya, digunakan uji validitas yang membandingkan setiap elemen dalam instrumen dengan keseluruhan instrumen. Instrumen yang terbukti valid kemudian akan digunakan dalam pengukuran variabel yang sesungguhnya. Terdapat serangkaian langkah yang perlu diikuti untuk menguji validitas instrumen ini:

1. Mampu mengenal pengertian yang akan diukur secara operasional.
2. Mampu menguji skala pengukuran kepada minimal 40 responden pada beberapa responden.
3. Berdasarkan tanggapan dari responden, buatlah tabel tabulasi. Dengan menggunakan rumus pendekatan korelasi momen produk, tentukan korelasi antara setiap pertanyaan dan skor keseluruhan.

Adapun penentuan kriteria dari uji validitas adalah sebagai berikut:

- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai Sig < 0.05, maka instrument **tidak valid**
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai Sig > 0.05, maka instrument **valid**

Berdasarkan justifikasi tersebut, lebih masuk akal untuk melakukan pengujian, khususnya pengujian validitas, sebelum menyebarkan kuesioner penelitian guna memastikan keakuratan setiap item pernyataan dengan membandingkan dua variabel. Temuan pengujian validitas yang dilakukan terhadap 40 responden menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25 ditunjukkan di bawah ini. Pengujian tersebut terdiri dari 30 pertanyaan pernyataan.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Soal	R hitung	*r*Tabel 5% (40)	Pengujian	Keterangan
	1	**0,550**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	2	**0,461**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	3	**0,575**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	4	**0,273**	**0.312**	$r_{hitung} < r_{tabel}$	TIDAK VALID
	5	**0,696**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	6	**0,714**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	7	**0,702**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	8	**0,691**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	9	**0,748**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	10	**0,608**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	11	**0,757**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Konten Iklan Tinder (X)	12	**0,810**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	13	**0,291**	**0.312**	$r_{hitung} < r_{tabel}$	TIDAK VALID
	14	**0,839**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	15	**0,714**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	16	**0,810**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	17	**0,707**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	18	**0,707**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	19	**0,745**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	20	**0,748**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	21	**0,630**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	22	**0,678**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	23	**0,668**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	24	**0,698**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Minat Menggunakan	25	**0,794**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

Aplikasi Kencan *Online* (Y)					
	26	**0,721**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	27	**0,613**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	28	**0,610**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	29	**0,795**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
	30	**0,625**	**0.312**	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

Nilai rtabel dari total 40 responden adalah 0,312 sebagai ukuran penelitian pada saat menghitung item kuesioner, nilai r hitung harus melebihi nilai r tabel. Melihat tabel 3.4 hasil analisis uji validitas tersebut, menyatakan jika keseluruhan item yang terdapat pada instrumen valid karena nilai r_{hitung} melebihi nilai r tabel sebesar 0,312, kecuali pernyataan soal nomor 4 dan 13 memiliki nilai rhitung kurang dari rtabel, sehingga dapat dikatakan tidak valid.

Pembenaran ini mengarah pada kesimpulan bahwa, dari tiga puluh pertanyaan pernyataan, dua puluh delapan pertanyaan valid dan dua pertanyaan tidak valid. Satu pernyataan salah dihilangkan oleh peneliti karena dianggap tidak banyak berpengaruh terhadap variabel yang diteliti. Menguji ketergantungan instrumen adalah tahap berikutnya.

3.11.2 Uji Realibilitas

Untuk memastikan kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dapat dipercaya, dilakukanlah pengujian reliabilitas. Peneliti menggunakan teknik Cronbach Alpha untuk melakukan pengujian reliabilitas. Untuk memastikan alat ukur konsisten dalam pengukurannya, reliabilitas diperiksa. Ini berarti bahwa jika suatu pengamatan dicatat lebih dari satu kali dengan menggunakan instrumen yang sama, maka alat ukur tersebut harus diuji reliabilitasnya, hasilnya seharusnya konsisten. Jika tidak, alat tersebut dianggap tidak dapat diandalkan. Alat pengukur yang valid juga harus dapat diandalkan.

Peneliti membandingkan alpha yang dihitung dengan nilai alpha pada tabel untuk menilai reliabilitas. Instrumen dianggap dapat diandalkan jika alpha yang dihitung melebihi alpha dalam tabel. Pendekatan ini menggunakan Cronbach's Alpha, metrik yang banyak digunakan untuk mengevaluasi ketergantungan suatu instrumen. Derajat hubungan antar item dalam instrumen diukur dengan *Cronbach's Alpha*. Nilainya berkisar dari 0 hingga 1, dengan 1 menunjukkan

tingkat reliabilitas yang sempurna. Berikut formulanya:

$$R11 = \frac{k}{(k-1)}\left\{1 - \frac{\sum a_i^2}{a_i^2}\right\}$$

Penjelasan:

R_{11}	=	Reliabilitas Instrumen
K	=	Jumlah Pertanyaan
$\sum a^2 i$	=	Total butir varian
$a^2 i$	=	Total varian

Peneliti membandingkan alpha yang dihitung dengan nilai alpha pada tabel untuk menilai reliabilitas. Instrumen dianggap dapat diandalkan jika alpha yang dihitung melebihi alpha dalam tabel. Pendekatan ini menggunakan Cronbach's Alpha, metrik yang banyak digunakan untuk mengevaluasi ketergantungan suatu instrumen. Derajat hubungan antar item dalam instrumen diukur dengan *Cronbach's Alpha*. Nilainya berkisar dari 0 hingga 1, dengan 1 menunjukkan tingkat reliabilitas yang sempurna. Berikut formulanya:

Dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25, uji reliabilitas Cronbach Alpha digunakan dalam penelitian ini. Adapun penentuan kriteria dari reliabilitas instrumen *Cronbach Alpha Score* (Hinton, dalam Son, 2019, hlm. 47), sebagai berikut:

Hasil Uji Alpha Croanbach	**Derajat Keandalan**
< 0.5	Tidak dapat digunakan
0.5 – 0.6	Jelek (*Poor*)
0.6 – 0.7	Cukup/Dapat diterima (*Fair*)
0.7 – 0.9	Bagus (*Good*)
> 0.9	Luar biasa bagus (*Excellent*)

Berdasarkan kriteria tersebut, berikut merupakan hasil penelitian dari pengujian reliabilitas yang tercantum dalam tabel berikut ini.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Skor Croanbach's Alpha**	**Critical r**	**Hasil**

Konten Iklan Tinder (X)	0.762	0.7 – 0.9	Bagus
Minat Menggunakan Aplikasi Kencan *Online* (Y)	0.774	0.7 – 0.9	Bagus
Hasil Keseluruhan Instrumen (X dan Y)	0.757	0.7 – 0.9	Bagus

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X dan Y, masing-masing, adalah 0,762 dan 0,774, yang menunjukkan kategori baik untuk reliabilitas kuesioner. Selain itu, total hasil turunan X dan Y adalah 0,757. Berdasarkan nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,762 dan 0,774. Dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan reliabilitas yang bagus.

3.12 Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan bahwa penggunaan analisis regresi memenuhi sejumlah asumsi penting, uji asumsi klasik merupakan langkah krusial untuk menghasilkan estimator terbaik dalam model regresi menggunakan metode kuadrat terkecil. Jika asumsi-asumsi ini terpenuhi, hasil yang diperoleh akan mendekati dan lebih akurat (Hasan dalam Syarifah, 2013, hlm. 65).

3.12.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah tahap yang memeriksa apakah data yang akan dianalisis sesuai dengan syarat distribusi normal, baik untuk analisis statistik parametrik maupun nonparametrik. Melalui uji ini, peneliti dapat mengetahui apakah distribusi data hasil penelitian memiliki bentuk yang sesuai dengan distribusi normal atau tidak (Misbahuddin & Hasan, 2013, hlm. 278).

3.12.2 Uji Homogenitas

Untuk menentukan seragam atau tidaknya variasi di antara berbagai pengelompokan demografis, digunakan uji homogenitas. Sebelum melakukan uji-t sampel independen dan analisis ANOVA, ini merupakan langkah penting. Variasi yang seragam antar populasi diharapkan dalam analisis varians (ANOVA). Uji kesetaraan dua varians menentukan seragam

atau tidaknya sebaran data dengan cara membandingkan varians keduanya. Jika varians dua kelompok data atau lebih seragam, maka karena data dianggap homogen, maka uji homogenitas tidak perlu diulang.

Jika kumpulan data terdistribusi normal, pengujian homogenitas dapat dilakukan. Pengujian homogenitas digunakan untuk memverifikasi bahwa perubahan dalam kelompok, bukan perbedaan di antara kelompok, adalah asal mula perbedaan yang ditunjukkan dalam uji statistik parametrik (uji-t, ANOVA, ANACOVA).

Sebelum membandingkan dua kelompok atau lebih, uji homogenitas varians sangat penting. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa perbedaan yang terlihat tidak disebabkan oleh ketidakseragaman dalam data dasarnya (perbedaan antara kelompok yang dibandingkan). Beberapa rumus yang dapat digunakan untuk memverifikasi homogenitas varians meliputi uji Bartlett, uji Cohran, uji Levene, dan uji Harley.

3.12.3 Uji Multikolienaritas

Tujuan dari uji multikolinearitas (Kusnendi, 2007:51) adalah untuk mengetahui apakah dan sejauh mana variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linier. Model regresi yang ideal seharusnya tidak memiliki multikolinearitas; dalam SPSS, hal ini dapat dipastikan dengan memeriksa angka Variance Inflation Factor (VIF). Ketika korelasi antara variabel independen lebih dari 10, sifat negatif model regresi yang dikenal sebagai multikolinearitas terwujud. Sebaliknya, jika multikolinearitas tidak ada dan koefisien korelasi kurang dari 10, model regresi dikatakan sangat baik.

3.12.4 Uji Heterokedastisitas

Apakah residual dalam model regresi menunjukkan fluktuasi yang konsisten atau tidak dapat dipastikan menggunakan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2011, hlm. 139-143). Heteroskedastisitas seharusnya tidak ada dalam model regresi. Untuk memverifikasi hubungan antara faktor-faktor terkait dan dampak paparan pengetahuan tentang bencana iklim terhadap kesadaran lingkungan, model regresi dianalisis dalam penelitian ini. Heteroskedastisitas muncul ketika variasi μ1 tidak stabil atau berbeda untuk setiap pengamatan. Sebaliknya, tidak ada heteroskedastisitas dalam data jika nilai-P lebih besar dari alfa (Nilai-P> 0,05).

3.13 Uji Hipotesis

3.13.1 Uji Korelasi

Uji korelasi adalah prosedur statistic yang digunakan untuk menentukan sejauh mana dua variabel saling berkaitan atau berhubungan, tidak menunjukkan sebab-akibat, namun hanya seberapa kuat hubungan antara variabel-variabel tersebut. Gujarati dan Porter (2009) mendefinisikan uji korelasi sebagai metode untuk mengukur derajat dan arah hubungan linear antara dua variabel. Mereka menjelaskan bahwa uji korelasi biasanya melibatkan koefisien korelasi Pearson, yang mengukur kekuatan hubungan linear antara variabel.

3.13.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji-t adalah metode yang digunakan untuk menentukan tingkat dampak yang dimiliki setiap komponen independen (X) terhadap faktor dependen (Y). Uji ini juga menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau tidak. Uji-t digunakan dalam penelitian ini untuk menilai bagaimana paparan informasi tentang bencana iklim memengaruhi pemahaman peserta tentang pentingnya perlindungan lingkungan. Suatu faktor dianggap signifikan ketika nilai uji-t-nya lebih tinggi dari nilai kritis yang diharapkan, menerima hipotesis alternatif dan menolak hipotesis nol. Sebaliknya, jika nilai uji-T lebih kecil dari nilai kritis—yaitu, jika komponen tersebut terlihat tidak memiliki pengaruh yang nyata—maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Rumus untuk menentukan hasil uji-T dijelaskan oleh Kusnendi (2017:4):

$$\text{Tbk} = \frac{b_k}{\sqrt{RJK_{\text{Res}}\, C_{ii}C}}$$

Pengujian parsial juga dapat melibatkan perbandingan hasil signifikan dengan tingkat keyakinan yang ditetapkan, yang sering ditetapkan pada alfa (α=5%) atau 0,05. Ada kemungkinan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen secara signifikan jika nilai signifikansi (sig. < 0,05) lebih kecil dari alfa. Namun, jika nilai signifikansi (sig. > 0,05) lebih tinggi dari alfa, tidak ada hubungan yang berarti antara variabel independen dan dependen.

Peneliti memeriksa apakah nilai t yang dihitung > nilai t penting untuk memutuskan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Variabel tersebut mempunyai pengaruh yang cukup besar apabila nilainya semakin besar, dalam hal ini (H0) ditolak dan (H_a) disetujui. Di sisi lain, (H_0) diterima dan (H_a) ditolak jika nilai t yang diestimasi lebih kecil daripada nilai t yang penting, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak mempunyai pengaruh yang berarti sama sekali.

3.13.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah cara untuk menguji keseluruhan hipotesis yang melibatkan perbandingan

antara variabel bebas dan variabel terikat. Ini membantu kita melihat seberapa besar dampak yang bisa ditimbulkan oleh variabel bebas pada variabel terikat (Kusnendi, 2017, hlm. 4).

Untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor independen secara bersamaan memengaruhi variabel dependen, digunakan uji Fisher, yang sering dikenal sebagai uji F (Kusnendi, 2017:4). Uji F digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi bagaimana paparan informasi terkait isu iklim memengaruhi kesadaran lingkungan secara bersamaan. Variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dianggap dipengaruhi secara bersamaan jika nilai signifikansinya lebih kecil dari α. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya melebihi α, variabel bebas (X) dianggap tidak memiliki pengaruh simultan terhadap variabel terikat (Y). Untuk mengetahui pengaruh simultan tersebut, dapat juga dilakukan pembandingan antara F tabel dengan F hitung. Jika F hitung > F tabel, maka Ha diterima dan H0 ditolak. Sebaliknya, jika F hitung < F tabel, maka Ha ditolak dan H0 diterima.

Uji simultan ini (uji F) melibatkan beberapa tahap, termasuk penerapan rumus di bawah ini:

H_0 : b1 = b2 =…= bk= 0

H_1 : minimal ada sebuah b ≠ 0

$$F = \frac{\text{RJKreg}}{\text{RJKres}}$$

3.13.4 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Menentukan tingkat pengaruh variabel X terhadap variabel Y merupakan tujuan utama dari studi rumus Koefisien Determinan. Koefisien ini dapat digunakan untuk menghitung berapa banyak faktor independen yang menjelaskan variabel dependen. Setelah transformasi, nilai R kuadrat yang disesuaikan dalam tabel menunjukkan seberapa besar faktor independen tersebut memengaruhi variabel dependen. Dengan menggunakan SPSS Statistics 24, koefisien determinasi untuk studi ini ditentukan. Uji koefisien determinasi ini juga bertujuan untuk menilai korelasi antara variabel dependen (Y), seperti kesadaran lingkungan, dan faktor independen (X), seperti paparan informasi krisis iklim. Hasil dari prosedur pengujian ini, yang diselesaikan dengan perangkat lunak SPSS, ditampilkan dalam tabel R kuadrat yang dimodifikasi. Rumus berikut digunakan dalam penelitian ini untuk menemukan koefisien korelasi.

KD = r2 x 100%

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinan

r2 = Nilai koefisien korelasi

3.13.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Darmawan (2013:61) menyatakan bahwa analisis jalur merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menilai hipotesis. Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis regresi berganda (ARM) untuk menguji dampak sejumlah variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Analisis regresi berganda (ARM) merupakan pendekatan statistik yang digunakan untuk menghitung sejauh mana setiap variabel independen (X) memengaruhi setiap variabel dependen (Y), seperti dijelaskan oleh Kusnaedi (2017:2). Dalam pengujian ini, peneliti akan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mempermudah analisis.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

3.13.6 Uji Linearitas Garis Regresi

Keterangan:

Y = Tingkat kesadaran memelihara lingkungan

βO Konstanta regresi

β1 = Konstanta regresi X

Xli = Frekuensi

X2i = Durasi

X3i = Atensi

e= Standar error

Uji linearitas merupakan syarat krusial untuk analisis korelasi dan regresi linear. Uji ini mencari hubungan linear yang signifikan secara statistik antara tiga variabel—dua variabel independen dan satu variabel dependen. Data dianggap linear jika tingkat signifikansi linearitas kurang dari 0,05 ($p < 0,05$). Temuan uji linearitas untuk variabel efikasi politik dan partisipasi politik daring adalah nilai F-linear = 0,000 dan tingkat signifikansi 0,991 ($p > 0,05$). Di sisi lain, hubungan antara variabel partisipasi politik daring dan kepercayaan politik ditunjukkan oleh uji linearitas, yang menghasilkan nilai F-linier = 10,600 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($p < 0,05$). Kedua hasil ini menunjukkan bahwa meskipun variabel partisipasi politik daring dan kepercayaan politik memiliki hubungan linier, hubungan antara variabel keterlibatan politik

daring dan efektivitas politik bersifat non-linier. Temuan uji khusus disertakan dalam lampiran uji linearitas.

3.14 Prosedur Penelitian

Dalam melakukan penelitian, kita harus mengikuti petunjuk dan prosedur yang sesuai dengan jenis penelitian dan dilaksanakan secara berurutan untuk memastikan hasil yang dapat dipercaya dan sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Silalahi (2015, hal. 4), tahapan prosedur penelitian terdiri dari:

1. Identifikasi masalah yang dipelajari. Peneliti akan mengidentifikasi masalah yang terjadi pada mahasiswa pengguna YouTube mengapa iklan tersebut tayang di ads YouTube mereka.
2. Melakukan telaah Iiteratur untuk memahami bagaimana hal itu dipahami dan didekati. Peneliti akan mencari berbagai macam literatur yang berkaitan dengan penelitian ini agar valid dan terbukti kebenaran nya.
3. Mengumpulkan data. Peneliti akan mengumpulkan berbagai macam data dari sampel dan populasi serta referensi-referensi yang akan digunakan untuk menguatkan penelitian ini.
4. Menganalisis data. Peneliti akan melakukan Analisa data terlebih dahulu, setelah itu akan menganalisis secara mendalam terkait dengan masalah yang dihadapi.
5. Membuat kesimpulan dan generalisasi. Peneliti akan menyimpulkan dan memberikan penjelasan terkait masalah yang dihadapi dalam penelitian ini, serta akan memberikan garis besar mengapa penelitian ini penting untuk diteliti.