

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian juga memegang peranan penting di dalam sebuah penelitian karena berisikan metode, teknik, dan juga jenis penelitian apa yang digunakan dalam sebuah penelitian (Hikmat, 2011, hlm. 41). Metode dari penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif yang berarti pendekatan ini akan menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dengan dependen. Dasar dari dipilihnya metode kuantitatif dalam penelitian ini dikarenakan metode ini bersifat objektif dan tidak mengikutsertakan analisis dan interpretasi subjektif peneliti sehingga dinilai cocok dengan kebutuhan penelitian.

Saat menganalisa data, metode kuantitatif akan menggunakan uji statistik yang berarti akan memperoleh hasil yang bersifat generalisasi dari sampel agar dapat menghasilkan sebuah penafsiran yang sesuai fakta. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis deskriptif dan uji hipotesis sebagai uji statistik dalam mengetahui hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Oleh karena itu, metode dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dinilai sudah sangat memenuhi kebutuhan peneliti dalam melihat apakah terdapat pengaruh diantara pesan tayangan video blog terhadap minat penggunaan *make-up* di kalangan remaja perempuan.

3.1.1. Definisi Operasional

Definisi operasional berfungsi sebagai penghubung antara pola pikir dari umum ke khusus maupun sebaliknya melalui operasionalisasi variabel, sehingga hipotesis dapat dirubah menjadi sebuah data (Kusnendi, 2008, hlm. 93). Berdasarkan dari definisi tersebut, maka peneliti akan merumuskan kembali terkait teori dan variabel yang digunakan agar dapat diketahui bagian apa saja yang akan dideskripsikan ke dalam definisi operasional. Variabel independen dalam penelitian ini ialah pesan

tayangan vidio blog, sedangkan variabel dependennya adalah minat penggunaan *make-up*.

Variabel independen (X) dari penelitian ini adalah pesan tayangan vidio blog yang dapat diukur melalui teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang sesuai dengan konsep pesan persuasi yang dapat diukur melalui isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan (Petty & Cacioppo, 1986, hlm. 125). Penjelasan terkait masing-masing variabel bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Isi pesan, penyusunan isi pesan di dalam sebuah komunikasi dinilai perlu disusun secara menarik apalagi dalam kalimat persuasi.
2. Struktur pesan, suatu pesan bisa dikatakan efektif apabila struktur yang ada di dalamnya menjadikan penerima pesan lebih mudah memahami maksud dari pesan tersebut.
3. Format pesan, komponen pesan yang memerlukan tampilan kuat untuk memperkuat pesan.
4. Sumber pesan, kredibilitas sumber pesan dilihat dari keahlian serta kelayakan sumber yang diambil oleh komunikator.

Variabel dependen (Y) dari penelitian ini adalah minat penggunaan *make-up* yang dapat diukur dengan teori minat dari Slameto melalui perasaan senang, keterlibatan, ketertarikan, perhatian, dan juga motivasi (Slameto, 2003, hlm. 180). Penjelasan terkait masing-masing variabel bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Perasaan senang, perasaan bahagia dan rasa suka terhadap suatu benda atau kegiatan.
2. Keterlibatan, perasaan penting atau tidaknya kehadiran suatu benda, orang, atau kegiatan.
3. Ketertarikan, daya tarik seseorang pada suatu objek atau kegiatan yang mengakibatkan orang tersebut senang melakukan atau mengerjakan kegiatan yang dimaksud.

4. Perhatian, konsentrasi seseorang terhadap pengamatan dan pengertian akan pesan dalam suatu kegiatan.
5. Motivasi, dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan suatu hal sesuai dengan objek yang diamati.

Penjelasan lebih detail mengenai definisi operasional dari tiap-tiap variabel serta indikator dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Definisi Operasional.

Konsep	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Sumber Data
Pesan Tayangan Vidio Blog	Isi Pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyampaian manfaat produk 2. Penyampaian kelebihan produk 	Jumlah skor skala isi pesan model Likert 5 poin dengan indikator: (1) Penyampaian manfaat produk (2) Penyampaian kelebihan produk	Jawaban responden sangat setuju sampai sangat tidak setuju tentang isi pesan.
	Struktur Pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Struktur pesan mudah dimengerti 2. Penyusunan konten mudah dimengerti 	Jumlah skor skala struktur pesan dengan model Likert 5 poin indikator: (1) Struktur pesan mudah dimengerti	Jawaban responden sangat setuju sampai sangat tidak setuju tentang struktur pesan.

			(2) Penyusunan konten mudah dimengerti	
	Format Pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan diksi pada pesan 2. Penggunaan ilustrasi pendukung 	<p>Jumlah skor skala format pesan dengan model Likert 5 poin indikator:</p> <p>(1) Penggunaan diksi pada pesan</p> <p>(2) Penggunaan ilustrasi pendukung</p>	Jawaban responden sangat setuju sampai sangat tidak setuju tentang format pesan.
	Sumber Pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kredibilitas sumber 2. Popularitas sumber 	<p>Jumlah skor skala sumber pesan dengan model Likert 5 poin indikator:</p> <p>(1) Kredibilitas sumber</p> <p>(2) Popularitas sumber</p>	Jawaban responden sangat setuju sampai sangat tidak setuju tentang sumber pesan.
Minat Penggunaan <i>Make-Up</i>	Minat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan senang 2. Keterlibatan 3. Ketertarikan 4. Perhatian 	<p>Jumlah skor skala minat dengan model Likert 5 poin indikator:</p>	Jawaban responden sangat setuju sampai sangat tidak

Brenda Berliana, 2021

STUDI KORELASI PESAN TAYANGAN KANAL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MAKE-UP REMAJA PEREMPUAN

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

		5. Motivasi	(1) Perasaan senang (2) Keterlibatan (3) Ketertarikan (4) Perhatian (5) Motivasi	setuju tentang minat.
--	--	-------------	--	-----------------------

Sumber: Data Olahan Peneliti.

3.2. Partisipan

Partisipan yang akan mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah remaja perempuan yang berumur 15-24 tahun dan belum menikah yang merupakan pelanggan kanal YouTube Tasya Farasya. Pemilihan partisipan ini tentunya telah disesuaikan dengan kebutuhan serta tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Hal ini disebabkan karena subjek dari penelitian ini sendiri merupakan remaja perempuan yang merupakan pelanggan kanal YouTube Tasya Farasya yang pastinya menonton video blog tentang *make-up* dari Tasya Farasya. Tentunya, sebelum mengisi kuesioner penelitian, partisipan akan ditanya terlebih dahulu apakah mereka merupakan pelanggan kanal YouTube Tasya Farasya dengan melampirkan tanda bukti menggunakan tangkapan layar yang menunjukkan bahwa mereka benar merupakan pelanggan kanal YouTube Tasya Farasya. Lembar pernyataan ini dilakukan agar partisipan yang mengisi kuesioner merupakan benar pelanggan dari kanal YouTube Tasya Farasya sehingga dapat menjadi partisipan penelitian dengan baik.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas subjek dan objek dan mempunyai karakteristik tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian dan dapat dijadikan sebagai sumber penelitian Bungin (2014, hlm. 109). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh remaja perempuan yang merupakan pelanggan kanal YouTube Tasya Farasya.

3.3.2. Sampel

Penelitian ini akan menggunakan rumus Wibisono dalam menentukan sampel dari populasi yang sudah ada. Teknik pengujian sampel yang dimaksud di sini adalah *unknown sampling* dimana teknik ini dipakai apabila peneliti tidak mengetahui jumlah pasti daripada populasi.. Berikut penjabaran rumus *unknown sampling* yang dikemukakan Wibisono (dalam Riduwan, 2008, hlm. 66):

$$n = \left[\frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

Z_α : Ukuran tingkat kepercayaan α=0,05 (tingkat kepercayaan 95%, berarti Z_{0,05}=1,96)

σ : Standar deviasi

e : Standar *error* (5%)

Dengan demikian, sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \left[\frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{(1,96/2) \cdot 0,5}{0,05} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% menunjukkan adanya 96,04. Maka dari itu, penulis membulatkan hasil jumlah sampel menjadi 100 orang dengan memberikan selisih penentuan kurang dari 0,05%.

Setelah mengetahui jumlah sampel yang harus dipenuhi, peneliti akan menentukan jenis sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel merupakan cakupan yang lebih sempit daripada populasi atau dengan kata lain

merupakan bagian dari populasi itu sendiri (Burhan Bungin, 2014, hlm. 112). Teknik sampel *purposive* sebagaimana yang dijelaskan oleh Darmawan (2013, hlm. 152) adalah responden ditentukan oleh peneliti sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan. Peneliti menekankan beberapa hal dalam pemenuhan kriteria sampel penelitian yakni, (1) Merupakan remaja perempuan dengan rentang umur 15-24 tahun dan belum menikah, (2) Merupakan pelanggan kanal YouTube Tasya Farasya. Peneliti memilih teknik *purposive sampling* dikarenakan sampel penelitian yang ingin diteliti haruslah memenuhi syarat dan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya guna menunjang validnya data penelitian.

3.4. Instrumen Penelitian

3.4.1. Kuesioner Angket

Angket (*self-administred questionnaire*) adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pernyataan yang diisi oleh responden (Hikmat, 2011, hlm. 77). Angket merupakan sebuah daftar pertanyaan yang kemudian diberikan kepada responden yang nantinya akan ditanggapi sesuai dengan permintaan peneliti. Sedangkan menurut Sugiyono, kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2015, hlm. 135). Selain responden, biasanya dalam penelitian ada istilah lain yang dipakai yakni informan, namun lebih sering dijumpai dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Responden sendiri berarti orang yang memberikan tanggapan atau respon juga menjawab semua pertanyaan yang diajukan peneliti.

Berdasarkan definisi tersebut, dalam memperoleh data di lapangan peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner berupa angket yang disebarkan kepada partisipan penelitian yang memenuhi kriteria dari sampel. Penyebaran kuesioner ini dilakukan hingga peneliti memenuhi jumlah yang mewakili populasi penelitian agar data yang diperoleh valid dan dapat dipercaya.

3.4.2. Studi Kepustakaan

Selain menggunakan kuesioner angket dalam perolehan datanya, penelitian ini pun menempuh teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan dalam memperoleh data mengenai hal-hal yang dapat memperkuat landasan dari penelitian ini. Menurut Creswell (2014, hlm. 68) menentukan teori yang akan digunakan dalam penelitian dan menentukan rumusan masalah adalah salah satu komponen penting dari sebuah penelitian. Sedangkan Darmawan (Darmawan, 2013, hlm. 113) mengungkapkan bahwa dalam sebuah penelitian haruslah menggunakan teori yang berfungsi sebagai faktor yang dapat mendukung sebuah penelitian.

Beberapa sumber teori dan konsep yang terdapat dalam penelitian ini peneliti dapatkan dari berbagai sumber ilmiah seperti buku, jurnal, laman internet, artikel ilmiah, dan beberapa berkas lain yang dibutuhkan dalam penelitian. Peneliti menggunakan beberapa jurnal sebagai landasan dari membangun latar belakang dan beberapa kajian pustaka terkait dengan komunikasi massa, media massa, YouTube sebagai media massa, video blog, minat, *make-up*, *Elaboration Likelihood Model* (ELM), dan juga tentang teori Stimulus Organisme Respon (S-O-R). Begitu juga dengan beberapa buku serta data yang digunakan dalam menentukan metode penelitian, peneliti merasa sangat terbantu dengan adanya studi kepustakaan terlebih dahulu.

3.4.3. Skala Pengukuran

Skala yang akan digunakan dalam mengukur kuesioner penelitian adalah model Likert 5 tingkat. Skala ini digunakan karena menurut Riduwan (2008, hlm. 13) skala ini digunakan apabila peneliti akan mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Darmawan juga menegaskan dalam pengertiannya bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang terhadap sebuah fenomena sosial (Darmawan, 2013, hlm. 169). Hal ini disebabkan karena besaran skor terhadap pilihan tidak bersifat linear, sehingga skor akan bergantung pada pernyataan yang diajukan (Indrawan & Yaniawati, 2016, hlm. 118).

Tabel 3.2. Kriteria Bobot Skor Pernyataan.

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
-----------------	-------------

Brenda Berliana, 2021

STUDI KORELASI PESAN TAYANGAN KANAL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MAKE-UP REMAJA PEREMPUAN

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

Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Indrawan & Yaniawati, 2016, hlm. 118.

3.5. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur tingkat keabsahan dari sebuah instrumen penelitian, kuesioner penelitian yang disebarkan kepada responden harus lulus uji validitas terlebih dahulu. Maka dari itu, sebuah kuesioner dianggap valid apabila kuesioner tersebut dapat menggambarkan definisi konseptual dan operasional dari variabel (Sugiyono, 2015, hlm. 267). Rumus yang digunakan dalam menguji keabsahan dari instrumen ini adalah *product moment* dari Karl Pearson sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} : r hitung

ΣX : jumlah skor item

Σ : jumlah skor total

N : jumlah individu dalam sampel

Hasil perhitungan r_{xy} atau r hitung selanjutnya akan dibandingkan dengan hasil r_{tabel} . Valid atau tidaknya tiap pertanyaan dari instrumen tersebut ditentukan dengan dasar pengambilan keputusan apabila $r_{xy} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila $r_{xy} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dilakukan terhadap 40 orang responden dengan menguji dua variabel utama dalam penelitian yakni pesan tayangan video blog (sebagai variabel X)

dan minat penggunaan *make-up* (sebagai variabel Y). Uji coba instrumen memuat 36 butir pernyataan dengan hasil uji validitas pada Tabel 3.3 dan Tabel 3.4.

Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Varviabel X.

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	Nilai r Tabel (N=40)	Hasil
X1	1	0,632	0,312	Valid
	2	0,683	0,312	Valid
	3	0,786	0,312	Valid
	4	0,875	0,312	Valid
	5	0,696	0,312	Valid
	6	0,688	0,312	Valid
X2	7	0,709	0,312	Valid
	8	0,730	0,312	Valid
	9	0,740	0,312	Valid
	10	0,734	0,312	Valid
	11	0,628	0,312	Valid
	12	0,755	0,312	Valid
X3	13	0,691	0,312	Valid
	14	0,777	0,312	Valid
	15	0,734	0,312	Valid
	16	0,774	0,312	Valid
X4	17	0,799	0,312	Valid
	18	0,808	0,312	Valid
	19	0,748	0,312	Valid
	20	0,641	0,312	Valid

Sumber: Lampiran 2.

Pada Tabel 3.3, hasil uji coba instrumen terhadap variabel pesan tayangan vidio blog sebanyak 20 butir dengan empat sub-variabel yakni isi pesan (X1), struktur pesan (X2), format pesan (X3), dan sumber pesan (X4) terbukti lebih besar hasil uji validitas pada setiap butirnya dibandingkan nilai r tabel dengan 0,312. Dengan kata lain, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel X dalam penelitian ini valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Y.

Variabel	No Item	Corrected Item Total Correlation	Nilai r Tabel (N=40)	Hasil
----------	---------	--	-------------------------	-------

Brenda Berliana, 2021

STUDI KORELASI PESAN TAYANGAN KANAL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MAKE-UP REMAJA PEREMPUAN

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

	21	0,546	0,312	Valid
	22	0,747	0,312	Valid
	23	0,588	0,312	Valid
	24	0,751	0,312	Valid
	25	0,719	0,312	Valid
	26	0,772	0,312	Valid
	27	0,703	0,312	Valid
Y	28	0,752	0,312	Valid
	29	0,643	0,312	Valid
	30	0,677	0,312	Valid
	31	0,573	0,312	Valid
	32	0,654	0,312	Valid
	33	0,549	0,312	Valid
	34	0,734	0,312	Valid
	35	0,897	0,312	Valid
	36	0,520	0,312	Valid

Sumber: Lampiran 2.

Berdasarkan Tabel 3.4, hasil uji coba instrumen terhadap variabel minat penggunaan *make-up* menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel pada semua butir pernyataannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen tentang minat penggunaan *make-up* dalam penelitian ini juga valid dan layak digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan. Sebagaimana dengan hasil uji coba instrumen yang menunjukkan valid terhadap kedua variabel di setiap butir pernyataan, maka instrumen dianggap layak dan dapat dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3.6. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji yang diperuntukkan guna mengukur keterkaitan instrumen penelitian dengan kehidupan dalam bermasyarakat dan juga dapat dijadikan tolak ukur apakah instrumen yang sudah disusun dapat dipergunakan kembali terhadap penelitian sejenis atau tidak. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis *cronbach alpha*. Dalam jenis ini, instrumen dinyatakan reliabel apabila hasil penelitian konsisten dan *Alpha* lebih besar dari 0,70 (Singarimbun & Effendi, 1989, hlm. 142). Uji reabilitas dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

Brenda Berliana, 2021

STUDI KORELASI PESAN TAYANGAN KANAL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MAKE-UP REMAJA PEREMPUAN

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

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = reabilitas yang dicari

n = jumlah pernyataan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varian skor tiap-tiap pernyataan

σ_t^2 = varians total

Sedangkan untuk melihat signifikansi, reliabilitasnya dilakukan dengan mendistribusikan rumus *student t*, yaitu:

$$t_{hit} = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

1. Jika $t_{hit} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel.
2. Jika $t_{hit} < t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tidak reliabel.

Metode Alpha Cronbach juga dapat diukur menggunakan skala 0-1. Skala diklasifikasikan menjadi enam bagian untuk menentukan keberhasilan suatu instrumen. Klasifikasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Alpha Cronbach Skor 0,0 – 0,5 artinya tidak dapat terima.
2. Alpha Cronbach Skor 0,51 – 0,6 artinya tidak buruk.
3. Alpha Cronbach Skor 0,71 – 0,8 artinya dapat diterima.
4. Alpha Cronbach Skor 0,81 – 0,9 artinya bagus.
5. Alpha Cronbach Skor 0,91 – 1 artinya sangat bagus.

Pengujian reliabilitas diujikan terhadap 40 responden yang sama dengan uji validitas. Proses pengolahan data pun dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 25 dan memperoleh hasil sesuai yang tercantum pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Hasil
Isi Pesan	0,822	6	Bagus
Struktur Pesan	0,783	6	Dapat Diterima
Format Pesan	0,715	4	Dapat Diterima
Sumber Pesan	0,718	4	Dapat Diterima
Minat Penggunaan <i>Make-Up</i>	0,921	16	Sangat Bagus

Sumber: Lampiran 2.

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel isi pesan menunjukkan bahwa koefisien *Alpha* sebesar 0,822. Sesuai dengan syarat data reliabilitas dimana data dikatakan reliabel apabila koefisien *Alpha* lebih dari 0,70. Maka dari itu data variabel X (pesan tayangan vidio blog) dikatakan reliabel karena $0,822 > 0,70$. Sama halnya dengan uji reliabilitas pada variabel struktur pesan yang menunjukkan koefisien *Alpha* 0,783, variabel format pesan yang menunjukkan koefisien *Alpha* 0,715, dan juga pada variabel sumber pesan yang menunjukkan koefisien *Alpha* 0,718 yang mana lebih besar hasilnya dari 0,70. Begitu juga dengan hasil uji reliabilitas pada variabel minat penggunaan *make-up*, ditemukan bahwa koefisien *Alpha* sebesar 0,921. Sesuai dengan syarat data reliabel dimana data dikatakan reliabel apabila koefisien *Alpha* lebih dari 0,70, maka data dari variabel Y (minat penggunaan *make-up*) dikatakan reliabel karena $0,921 > 0,70$. Dengan demikian, kedua variabel telah teruji dan dinyatakan reliabel sehingga instrumen dapat dijadikan alat ukur penelitian dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya yang sejenis.

3.7. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan dan menyusun sebuah penelitian. Ada beberapa tahap prosedur penelitian yang akan ditempuh oleh peneliti, diantaranya:

1. Peneliti melakukan riset kecil dalam mencari masalah yang mungkin ada di kehidupan sehari-hari, riset dilakukan dengan mencari potensi masalah yang dapat diajukan sebagai bahan penelitian.
2. Setelah menemukan masalah, peneliti mengidentifikasi masalah tersebut yang dikaitkan dengan beberapa penelitian terdahulu atau dengan literatur yang sesuai serta melihat sendiri bagaimana keadaannya di lapangan, apakah sesuai dengan data atau tidak.
3. Kemudian peneliti mengkonsultasikan permasalahan kepada kedua dosen pembimbing.
4. Setelah disetujui, barulah peneliti menyusun segala hal dimulai dari hal apa yang melatarbelakangi masalah tersebut, pertanyaan-pertanyaan untuk menjawab masalah, kajian literatur yang berhubungan dengan variabel yang dibawakan hingga pada metode dan prosedur penelitian.
5. Selanjutnya setelah sampai rancangan penelitian disetujui, barulah peneliti melakukan uji coba instrumen kepada 40 orang.
6. Ketika hasil dinyatakan valid dan juga reliabel, peneliti baru diperbolehkan mengumpulkan data ke lapangan.
7. Proses pengumpulan data memakan waktu kurang lebih seminggu dengan 100 responden dan peneliti langsung mengolah data tersebut serta menganalisisnya sesuai dengan teori yang dipakai dalam penelitian ini.
8. Setelah itu, barulah peneliti dapat menyimpulkan serta tak lupur memberikan implikasi dan juga rekomendasi yang sesuai dengan hasil dari penelitian.

3.8. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.8.1. Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini akan menggunakan analisis data deskriptif karena menurut Darmawan teknik analisa deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan suatu objek atau kegiatan yang menjadi perhatian peneliti. Dikarenakan sampel dalam penelitian ini hanyalah representatif dari populasi yang ada, maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini lebih terstruktur daripada penelitian eksplorasi (Darmawan, 2013, hlm. 49).

Analisis data deskriptif dipakai oleh peneliti dengan maksud untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, analisis data deksriptif di dalam penelitian ini memiliki fungsi khusus yakni mendeksripsikan hasil temuan penelitian terkait pesan tayangan vidio blog kanal YouTube Tasya Farasya terhadap minat penggunaan *make-up* remaja perempuan (Kusnendi, 2017, hlm. 6). Analisis data dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut: (1) Kriteria kategorisasi, (2) Menghitung nilai statistik deskriptif, (3) Mendekripsikan variabel.

1. Kriteria Kategorisasi

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

$$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Moderat / Sedang}$$

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

Keterangan:

X = Skor Empiris

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

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

2. Distribusi Frekuensi

Menurut Kusnendi, merubah data variabel menjadi data ordinal dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.7. Kategori Variabel Distribusi Frekuensi.

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat	2
Rendah	1

Sumber: Kusnendi, 2017.

Perhitungan persentase profil responden dapat hitung dengan rumusan:

$$P = f/N \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase frekuensi (%)

F = Frekuensi

N = Jumlah subjek (sampel) penelitian

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan dalam sebuah penelitian sudah memiliki distribusi yang normal atau justru sebaliknya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS untuk menguji normalitas dari sampel penelitian. Pengujian ini menggunakan *test of Normality Kolmogorov-Smirnov* untuk dapat mengambil keputusan. Kriteria dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut (Santoso & Tjiptono, 2001, hlm. 293):

1. Jika angka probabilitas yang dihasilkan lebih besar daripada 0,05, maka hasil pendistribusiannya normal.
2. Jika probabilitas yang dihasilkan lebih kecil daripada 0,05, maka hasil pendistribusiannya tidak normal.

3.9.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang menggambarkan mengenai kondisi variabel bebas atau variabel penyebab terhadap hubungan antar variabel yang

Brenda Berliana, 2021

STUDI KORELASI PESAN TAYANGAN KANAL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MAKE-UP REMAJA PEREMPUAN

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

sempurna (Kusnendi, 2017, hlm. 51). Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas berfungsi sebagai alat ukur dalam melihat apakah terjadi hubungan yang sempurna diantara variabel pesan tayangan vidio blog terhadap minat penggunaan *make-up*. Uji ini bersifat tidak dapat dilanggar, bilamana ditemukan adanya masalah di sampel penelitian maka uji ini akan menghasilkan model yang tidak dapat diprediksi. Ghozali menjelaskan bahwa parameter uji multikolinieritas dipandang dari nilai VIF. Jika nilai $VIF < 10$, maka data yang disimpulkan bebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali, 2013, hlm. 106).

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah pengujian yang memiliki tujuan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varian dalam model regresi dari residuan antara satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya (Ghozali, 2013, hlm. 139-143). Dalam penelitian ini, model regresi yang diterapkan yakni pengujian terhadap model regresi pada pesan tayangan vidio blog terhadap minat penggunaan *make-up*. Kedua model regresi ini nantinya akan digunakan dalam menunjukkan bentuk model yang terjadi diantara variabel bebas dan juga variabel terikat. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini akan menggunakan metode dari *Scatterplot* dimana dikatakan terjadi heterokedastisitas dengan melihat terdapat atau tidaknya pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (tidak menyebar).

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Regresi Linear Berganda (ARM)

Dalam penelitian ini, pengalaisisan data akan menggunakan teknik analisis regresi *multiple* (ARM). Analisis tersebut merupakan metode statistika multivariate dependensi yang digunakan untuk menjelaskan hubungan beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen, mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen, serta memprediksi nilai dependen atas dasar nilai independen yang diketahui (Kusnendi, 2017, hlm. 2). Dalam pengolahan datanya, penelitian menggunakan alat bantu program SPSS 25 (*Statistical Package For The*

Social Science) dengan model persamaan regresi linear berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Unstandardized : } Y = b_0 = b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + b_4X_{4i} + e$$

$$\text{Standardized : } Y = \beta_0 + \beta_1X_{1i} + \beta_2X_{2i} + \beta_3X_{3i} + \beta_4X_{4i} + e$$

Keterangan:

Y : Minat penggunaan *make-up*

β_0 : Konstanta regresi

β_1 : Konstanta regresi X

X_{1i} : Isi pesan

X_{2i} : Struktur pesan

X_{3i} : Format pesan

X_{4i} : Sumber pesan

e : Standar error

3.10.2. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah uji yang berfungsi untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antar-variabel. Jika ditemukan adanya hubungan, maka akan diukur juga keeratan antar hubungan tersebut serta berarti atau tidak berartinya hubungan tersebut (Arikunto, 2016, hlm. 313). Uji korelasi dalam penelitian ini akan menggunakan *Pearson's Product Moment* yang sesuai dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

$\sum X$ = Jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah total dari pengamatan terhadap variabel X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel X

Brenda Berliana, 2021

STUDI KORELASI PESAN TAYANGAN KANAL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MAKE-UP REMAJA PEREMPUAN

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

$\sum Y^2$ = Jumlah nilai kuadrat dari pengamatan variabel Y

Sugiyono (2015, hlm. 184) menambahkan bahwa tingkatan pedoman dalam menginterpretasikan koefisien korelasi dapat dijabarkan sebagai berikut 0,00-0,199 dengan nilai sangat rendah; 0,20-0,399 dengan nilai rendah; 0,40-0,599 dengan nilai sedang; 0,60-0,799 dengan nilai kuat; dan 0,80-1,000 dengan nilai sangat kuat.

3.10.3. Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Pengujian secara parsial atau uji t merupakan sebuah prosedur dimana hasil sampel dapat digunakan untuk verifikasi kebenaran dan kesalahan dari sebuah hipotesis nul (H_0) (Rohmana, 2010, hlm. 48). Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil ditolak atau diterimanya hipotesis nul dalam sebuah penelitian dibuat berdasarkan pada nilai uji statistik yang diperoleh dari hasil pengumpulan data. Dalam uji hipotesis dengan uji t, tingkat kesalahan yang digunakan penelitian adalah 5% atau 0,05% pada taraf signifikansi 95%. Secara sederhana, t hitung dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut (Kusnendi, 2017, hlm. 4):

$$T_{bk} = \frac{b_k}{\sqrt{(RJK_{Res}) C_{ii} C}} ; db = n - k - 1$$

Kriteria terkait penerimaan atau penolakan H_0 dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung > nilai t tabel, maka H_0 ditolak atau menerima H_a artinya variabel itu signifikan; dan
2. Jika nilai t hitung < nilai t tabel, maka H_0 diterima atau menolak H_a artinya variabel itu tidak signifikan.

3.10.4. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F dalam penelitian ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yang terdapat pada kerangka berpikir secara simultan terhadap variabel terikat. Uji F sendiri adalah sebuah pengujian terhadap koefisien regresi secara bersama-sama (stimultan). Menurut Sugiyono (2010, hlm. 257) rumus yang dipakai dalam pengujian uji F adalah sebagai berikut:

Brenda Berliana, 2021

STUDI KORELASI PESAN TAYANGAN KANAL YOUTUBE TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MAKE-UP REMAJA PEREMPUAN

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

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen (bebas)

n = jumlah anggota data atau kasus

Hasil F hitung dari rumus di atas itu akan dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan standar error atau signifikan pada 0,05 dengan ketentuan yakni, H_0 akan ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan $< \alpha$ sebaliknya, H_0 akan diterima apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan $> \alpha$.

3.10.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2

R^2 (koefisien determinasi), mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 yang rendah mengandung arti kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang tinggi mendekati satu mengandung arti model mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen. Bisa dikatakan, semakin tinggi nilai R^2 semakin efektif model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen (Ghozali, 2011, hlm. 100).

Adjusted R^2 digunakan untuk mengevaluasi model terbaik. R^2 bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. R^2 akan meningkat meskipun variabel independen tersebut secara statistik tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen. Adjusted R^2 nilainya bisa naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Kusnendi, 2017, hlm. 3).

Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK_{Reg}}{JK_{Tot}}$$

Sedangkan adjusted R^2 dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Adjusted R^2 = 1 - \frac{\frac{JK_{Res}}{DB_{Res}}}{\frac{JK_{Tot}}{DB_{Tot}}}$$

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika R^2 semakin mendekati ke angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin dekat, atau dengan kata lain model tersebut dinilai baik.
2. Jika R^2 semakin menjauhi ke angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin jauh / tidak erat, atau dengan kata lain model tersebut dinilai kurang baik.